



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Τμήμα Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας

Διπλωματική μελέτη με θέμα:

Η συμπεριφορά του καταναλωτή
και η διαχείριση κρίσεων στον κλάδο τροφίμων



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
Βιώσιμη Ανάπτυξη με κατεύθυνση στην Αγωγή του Καταναλωτή

Φοιτήτρια:
Ονουφρίου Ειρήνη Α.Μ. 25301

Τριμελής επιτροπή:
Τσίπουρας Α. (Επιβλέπων) - Χονδρογιάννης Γ. - Σαρδιάνου Ε.

Αθήνα 2007

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες.....	5-6
Περίληψη – Abstract.....	7-8
Εισαγωγή.....	9-13

Α' ΜΕΡΟΣ: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή

1.1.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς.....	16-18
1.1.2. Αντιλήψεις και στάσεις καταναλωτή στο ρίσκο / κίνδυνο.....	18-20

1.2 Κρίση στον κλάδο τροφίμων

1.2.1 Πηγές κινδύνων στα τρόφιμα.....	21
1.2.1.1 Βιολογικοί κίνδυνοι.....	21-23
1.2.1.2 Χημικοί κίνδυνοι.....	24-26
1.2.1.3 Φυσικοί κίνδυνοι	26-27
1.2.2 Βιοτεχνολογία – γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα (ΓΤΤ).....	27-29
1.2.3 Αντιλήψεις για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων.....	29-31

1.3 Αντιδράσεις των καταναλωτών στις κρίσεις του κλάδου τροφίμων

1.3.1 Διαχείριση των αντιδράσεων των καταναλωτών.....	32-33
1.3.2 Επικοινωνία και διαχείριση ρίσκου.....	33-34

1.4 Διαχείριση κρίσεων από την επιχείρηση – Crisis management

1.4.1 Στρατηγικές αντίδρασης των εταιρειών στις κρίσεις.....	37-39
1.4.2 Σχεδιασμός ενεργειών κατά τη διάρκεια ανάκλησης του προϊόντος...39-41	

1.5 Πρόσβαση στην Πληροφόρηση – Επισήμανση

1.5.1 Η κοινοτική νομοθεσία στα προσυσκευασμένα τρόφιμα.....	42-44
1.5.2 Η κοινοτική νομοθεσία για την επισήμανση στα βιολογικά προϊόντα.....	44
1.5.3 Η κοινοτική νομοθεσία για την επισήμανση στα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα.....	45
1.5.4 Πηγές πληροφόρησης για την ασφάλεια των τροφίμων.....	45-47

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Διεθνής Εμπειρία σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων

2.1 Ευρώπη και άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες

2.1.1 Αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια.....	48-49
2.1.2 Ασθένεια Creutzfeldt-Jacob.....	49-51
2.1.3 Γρίπη των πτηνών.....	51-54
2.1.4 Διοξίνες.....	54-57
2.1.5 Άλλες περιπτώσεις διατροφικών σκανδάλων.....	57-59
2.1.6 Περίπτωση διαχείρισης διατροφικής κρίσης.....	59-60
2.1.7 Η οργάνωση προστασίας καταναλωτή στην Ε.Ε.....	60-63
2.1.7.1 Υπηρεσία Πολιτικής Καταναλωτή.....	63
2.1.7.2 Συμβουλευτικό Συμβούλιο Καταναλωτών.....	63
2.1.7.3 «Πολίτες της Ευρώπης».....	63
2.1.7.4 «Απ' ευθείας με την Ευρώπη».....	64
2.1.7.5 Ευρωπαϊκό έντυπο παραπόνων.....	64-65
2.1.7.6 Ιδιωτικοί Φορείς της Ε.Ε.....	65
2.1.8 Ευρωπαϊκή Ένωση και Ασφάλεια Τροφίμων.....	66-70
2.1.9 Καταναλωτικές οργανώσεις στην Ευρώπη.....	70-75

2.2 Αμερική

2.2.1 Περίπτωση διαχείρισης διατροφικής κρίσης.....	77-78
2.2.2 Εμπλεκόμενοι Φορείς με την Ασφάλεια Τροφίμων στις ΗΠΑ.....	78-81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Εμπειρία στην Ελλάδα σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων

3.1 Ασθένεια των τρελών αγελάδων.....	82
3.2 Ασθένεια Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ (Creutzfeldt-Jacob).....	82
3.3 Γρίπη των πουλερικών	83
3.4 Μεταλλαγμένα.....	83
3.5 Διοξίνες.....	83-84
3.6 Άλλα διατροφικά σκάνδαλα.....	85-88
3.7 Το κράτος ως φορέας προστασίας του καταναλωτή	
3.7.1 Υπουργείο Ανάπτυξης.....	88-90
3.7.2 Γενική Γραμματεία Καταναλωτή (ΓΓΚ).....	90-91
3.7.3 Εθνικό Συμβούλιο καταναλωτών (ΕΣΚ).....	91-92
3.7.4 Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (ΕΦΕΤ).....	92-93
3.7.5 Εθνικά κλιμάκια ελέγχου Τροφίμων (Υπ.Γεωργίας).....	93-94

3.7.6 Επιτροπή προστασίας των καταναλωτών δημόσιων επιχειρήσεων και οργανισμών.....	94
3.7.7 Επιτροπή Φιλικού Διακανονισμού των Καταναλωτικών διαφορών.....	94
3.7.8 Γενικό Χημείο του Κράτους.....	95
3.8 Οργανώσεις προστασίας καταναλωτή στην Ελλάδα.....	96-97
3.8.1 ΕΚ.ΠΟΙ.ΖΩ.....	97-98
3.8.2 ΙΝΚΑ.....	98-99
3.8.3 ΚΕ.Π.ΚΑ.....	99-100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Βιβλιογραφικές έρευνες σχετικά με την αντίδραση και τη συμπεριφορά του καταναλωτή στους κινδύνους και στις κρίσεις που σχετίζονται με τα τρόφιμα.

4.1 Αντιλήψεις για τα χαρακτηριστικά των τροφίμων – Παράγοντες επιλογής κατά την αγορά.....	101-109
4.2 Επίπεδα γνώσης για την ασφάλεια και την επιστήμη των τροφίμων.....	109-112
4.3 Αντιλήψεις και στάσεις στους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα.....	112-142
4.4 Αντιδράσεις κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων – Στάση και συμπεριφορά..	142-147
4.5 Αντιλήψεις για την αποτελεσματικότητα των πρακτικών διαχείρισης κρίσεων στον κλάδο τροφίμων.....	147-151

Β' ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Μεθοδολογική προσέγγιση (Ερωτηματολόγιο – Ανάλυση).....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Εμπειρικές κατανομές συχνοτήτων (Περιγραφική στατιστική)

6.1 Ανάλυση και σχολιασμός των εμπειρικών κατανομών συχνοτήτων της έρευνας	
Α. Προσωπικά στοιχεία του δείγματος.....	156-166
Β. Παράγοντες επιλογής τροφίμων.....	167-175
Γ. Αντιλήψεις για τον κίνδυνο (ρίσκο).....	176-195
Δ. Πηγές πληροφόρησης και αξιοπιστία.....	196-212
Ε. Υπεύθυνες αρχές για την ασφάλεια των τροφίμων.....	213-216

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Έλεγχοι υποθέσεων και πίνακες διπλής εισόδου

7.1 Ανάλυση και σχολιασμός των ελέγχων υποθέσεων και των πινάκων διπλής εισόδου της έρευνας.....	218-225
--	---------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: Εκτιμήσεις πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης (Οικονομετρική ανάλυση)

8.1 Ανάλυση και σχολιασμός των εκτιμήσεων πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης της έρευνας.....	226-290
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	291-310
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	311-323
 <u>Παράρτηματα</u>	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο.....	325-330
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Κωδικοποίηση μεταβλητών ερωτηματολογίου.....	331-333
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Πίνακες μέτρων κεντρικής τάσης	334-342
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Πίνακας συσχετίσεων.....	343-346
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Πίνακες διπλής εισόδου.....	347-353
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ: Καταναλωτικές οργανώσεις στην Ελλάδα.....	354-357

Ευχαριστίες

Η φοίτηση μου στο Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου άρχισε τον Οκτώβριο του 2001. Με πολλή χαρά και ενθουσιασμό ήρθα στην Αθήνα από την Κύπρο με τους γονείς μου για να δούμε τον χώρο του πανεπιστημίου και να κάνουμε την εγγραφή μου ως πρωτοετής φοιτήτρια.

Γι' αυτό το νέο ξεκίνημα στη ζωή μου θυμάμαι ότι ένοιωθα πολύ ενθουσιασμό και περηφάνια. Στη συνέχεια, διαπιστώνοντας ότι η επιστήμη της Οικιακής Οικονομίας & Οικολογίας ήτανε αυτό που πάντα ήθελα να σπουδάσω ένοιωσα απόλυτη ικανοποίηση μα και τύχη. Θα μπορούσα να πω ότι αν ξαναμπορούσα να διδαχτώ όλα τα μαθήματα από την αρχή θα το έκανα με μεγάλη ευχαρίστηση διότι όλα ήταν χρήσιμα και ενδιαφέροντα.

Οι άνθρωποι όμως που έδωσαν νόημα και ενδιαφέρον σε κάθε μάθημα ήταν οι διδάσκοντες του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου. Για αυτούς τους ανθρώπους νοιώθω πολύ μεγάλη εκτίμηση και σεβασμό διότι αυτοί οι άνθρωποι μου έμαθαν πάρα πολλά πράγματα, ο καθένας με τον τρόπο του, και όλοι είχαν όρεξη και πολλές γνώσεις. Θα προσπαθήσω να κρατήσω τα πρόσωπα τους στη μνήμη μου όσο περισσότερο γίνεται.

Από τότε θυμάμαι ότι τα εξάμηνα περνούσαν γρήγορα και με εποικοδομητικό τρόπο μέχρι που έφθασα στο τελευταίο εξάμηνο (το 2005) και άρχισα να σκέφτομαι τη δυνατότητα να παρακολουθήσω ένα μεταπτυχιακό πρόγραμμα που θα με βοηθούσε να επεκτείνω ακόμα περισσότερο τις γνώσεις και τις ικανότητες μου. Έτσι αποφάσισα να παρακολουθήσω το Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου με κατεύθυνση στην «Αγωγή του Καταναλωτή». Σήμερα, το 2007, βρίσκομαι στο τέλος και αυτού του κύκλου σπουδών.

Στα πλαίσια της φοίτησης μου στο ΠΜΣ του τμήματος είχα να εκπονήσω την μεταπτυχιακή μου μελέτη. Προβληματισμένη για το θέμα που έπρεπε να διαλέξω αποφάσισα να ασχοληθώ με κάτι που θα είχε σχέση με τη συμπεριφορά του καταναλωτή και τον κλάδο τροφίμων και ποτών. Αφού συμβουλευτήκα τους καθηγητές με τους οποίους θα συνεργαζόμουν η εργασία πήρε τον τίτλο «Η συμπεριφορά του καταναλωτή και η διαχείριση κρίσεων στον κλάδο τροφίμων».

Η έρευνα είχε αρχίσει εδώ και πολύ καιρό και εμπλουτιζότανε συνεχώς με νέες πληροφορίες. Η υπομονή και η θέληση των καθηγητών, η εργατικότητα και η επιμονή μου ήτανε τα στοιχεία που συνέβαλαν στην εκπόνηση αυτής της έρευνας. Ειδικότερα στην προσπάθεια μου αυτή σημαντική βοήθεια και καθοδήγηση δέχτηκα από τον επιβλέποντα καθηγητή κύριο Τάσο Τσίτουρα, τον οποίο και ευχαριστώ θερμά, διότι πάντοτε έχει θέληση και όρεξη να βοηθήσει όχι μόνο εμένα μα γενικά όλους τους φοιτητές. Σας ευχαριστώ πολύ κύριε Τσίτουρα.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τα μέλη της επιτροπής, κύριον Γεώργιο Χονδρογιάννη και κυρία Ελένη Σαρδιανού, που συντέλεσαν στην ολοκλήρωση αυτής της εργασίας με τις πολύτιμες γνώσεις τους.

Αυτοί όμως που με καθοδήγησαν ως εδώ σήμερα είναι η οικογένεια μου, οι γονείς μου. Αυτοί με βοήθησαν να εγκατασταθώ στην Αθήνα και να ζήσω μια άνετη φοιτητική ζωή χωρίς στερήσεις. Αφού έφυγαν για Κύπρο είχα να αντιμετωπίσω εντελώς μόνη μου ό,τι θα προέκυπτε, καλό ή κακό. Γνώριζαν όμως εξ' αρχής ότι θα μπορούσα να ανταπεξέλθω. Και έτσι έγινε.

Το όνειρο μου να σπουδάσω κάτι χρήσιμο και ουσιαστικά κάτι που θα με βοηθήσει μετέπειτα να αντιμετωπίσω τις προκλήσεις της κοινωνίας έγινε πραγματικότητα κυρίως χάρη στη στήριξη των γονέων μου – οικονομική και συναισθηματική . Το μόνο που μπορώ να σας υποσχεθώ είναι ότι θα προσπαθήσω να σας βοηθήσω και εγώ με τη σειρά μου όταν λόγω φύσης οι δυνάμεις σας θα αρχίζουν να λυγίζουν. Σας ευχαριστώ πολύ.

Με εκτίμηση,
Ονουφρίου Ειρήνη.

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εκπονείται στα πλαίσια του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών Βιώσιμη Ανάπτυξη με ειδίκευση στην «Αγωγή του Καταναλωτή» και έχει σκοπό να διερευνήσει τη συμπεριφορά και την αντίληψη του καταναλωτή για την κρίση στον κλάδο τροφίμων και γενικά για τους κινδύνους που ενέχουν τα τρόφιμα.

Ο βασικός λόγος που με οδήγησε στην έρευνα του συγκεκριμένου θέματος είναι επειδή τα τελευταία χρόνια γινόμαστε μάρτυρες συνεχόμενων αποκαλύψεων για διατροφικά σκάνδαλα όχι μόνο στις αναπτυσσόμενες αλλά και στις ανεπτυγμένες χώρες γεγονός που δημιουργεί στον καταναλωτή μια συνεχή ανησυχία για την ποιότητα των τροφίμων. Ως εκ τούτου, οι καταναλωτές σήμερα επιθυμούν όλο και περισσότερο να ενημερώνονται για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Οι στόχοι της έρευνας είναι πρώτον να εξετάσει τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τους κινδύνους που ενέχουν γενικά τα τρόφιμα και ποτά, αλλά και πιο ειδικά για κάθε κατηγορία τροφίμων και ποτών. Δεύτερον να εξετάσει τις αντιλήψεις για την ασφάλεια και την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, τρίτον τις αντιλήψεις για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων, τέταρτον τις αντιλήψεις για το βαθμό ειλικρίνειας και επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση και πέμπτον το βαθμό εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Abstract

The present study was prepared as partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Philosophy in “Sustainable Development: Consumer Education”, aiming to the research of the behavior and the perceptions of consumers when faced with a food-related crisis.

The main reason that guide me to investigate the particular theme is because the recent years we are, as consumers, witnesses of continual food scandals not only in developing countries but and in the developed ones, fact that creates to consumer worry about the food quality. Thus consumers in the recent years care and desire to learn increasingly about food quality topics.

The research intends firstly to determinate the factors that influence the consumer perceptions generally about food and drinks risks, but and specially for each category of food and drinks. Secondly to examine the perceptions that people have about safety and hygiene in food sector as regards ten years ago, thirdly to examine the information adequacy that television provides about food safety topics, fourthly the perceptions about the honesty and adequacy extent of the information that company provides during the crisis and fifthly the trustfulness in information that television news provide about food safety.

Εισαγωγή

Σήμερα, η βιομηχανία τροφίμων και ποτών αποτελεί το μεγαλύτερο κλάδο της ευρωπαϊκής μεταποίησης, από άποψη πωλήσεων αλλά και απασχόλησης. Την τελευταία τριετία, ο όγκος παραγωγής και οι πωλήσεις του κλάδου στην ΕΕ-25 παρουσιάζουν σταθερά ανοδική πορεία. Η ΕΕ-25 αποτελεί το μεγαλύτερο εισαγωγέα τροφίμων παγκοσμίως και το δεύτερο μεγαλύτερο εξαγωγέα, αμέσως μετά τις ΗΠΑ. Όσον αφορά στις καταναλωτικές τάσεις σε ευρωπαϊκό επίπεδο, παρατηρείται μείωση της συμβολής της δαπάνης για τρόφιμα και ποτά στο σύνολο των δαπανών των νοικοκυριών διαχρονικά, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος. Έτσι, καθώς το εισόδημα αυξάνει, η δαπάνη για είδη διατροφής αυξάνεται αναλογικά λιγότερο, με αποτέλεσμα να μειώνεται η συμμετοχή της τελευταίας, ως ποσοστό, στις συνολικές δαπάνες. Το 2002, τα ευρωπαϊκά νοικοκυριά διέθεσαν κατά μέσο όρο το 13% των δαπανών τους σε τρόφιμα και μη αλκοολούχα ποτά.

Στην Ελλάδα η βιομηχανία τροφίμων και ποτών κατέχει κυρίαρχη θέση στο σύνολο της ελληνικής βιομηχανίας. Αποτελεί τον κλάδο με την υψηλότερη συμβολή σε όλα τα βασικά μεγέθη, όπως πωλήσεις, προστιθέμενη αξία παραγωγής, αριθμό επιχειρήσεων και απασχόληση. Ενδεικτικά, το 2002 ο κλάδος πραγματοποίησε το 24,4% των συνολικών πωλήσεων της μεταποίησης, με δεύτερο τον κλάδο παραγωγών πετρελαίου και άνθρακα και ποσοστό 16,1%.

Σκοπός της εργασίας αυτής είναι η ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν την αντίδραση του καταναλωτή στις κρίσεις του κλάδου τροφίμων αλλά και τις αντιλήψεις για τους κινδύνους που ενέχουν τα τρόφιμα. Η επιλογή αυτού του αντικειμένου, στηρίζεται στη διαπίστωση ότι στην Ελλάδα αλλά και σε άλλες χώρες έρχονται συνεχώς στην επιφάνεια νέα κρούσματα τροφογενών ασθενειών και γενικά διατροφικών σκανδάλων. Οι εξελίξεις αυτές υποδεικνύουν ολοένα περισσότερο την ανάγκη για πιστοποίηση ασφαλών προϊόντων και αναμένεται ότι θα οδηγήσουν σε νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον μεταξύ των επιχειρήσεων.

Σε σχετικές εμπειρικές μελέτες που έγιναν σε ξένες χώρες που εξετάζουν τα ζητήματα αυτά καταλήγουν στα συμπεράσματα ότι η συμπεριφορά και οι αντιλήψεις των ατόμων για τους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα εξαρτάται από παράγοντες όπως είναι η αντίληψη και η στάση γενικά στον κίνδυνο (Pennings et al., 2002, Setbon et al., 2005, Kuttischreuter, 2006, Lobb et al., 2007, Starbird and Baker, 2004), η αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα (Gaivoronskaia and Hvinden, 2004, Verbeke, 2001), ο βαθμός που λαμβάνονται υπόψη κάποια χαρακτηριστικά κατά την διάρκεια αγοράς των τροφίμων (Verbeke, 2001, Ipsos Reid Corporation, 2004, McCarthy and Henson, 2005, Hornibrook et al, 2005, European Commission,

2006), η εμπειρία με κάποιο δυσάρεστο διατροφικό γεγονός (Bocker, 2002, Gaivoronskaia and Hvinden, 2004, McCarthy and Henson, 2005, Hornibrook et al, 2005, Kutttschreuter, 2006, Tucker et al, 2006), το επίπεδο εμπιστοσύνης σε διάφορες πηγές πληροφόρησης για την παροχή πληροφοριών σχετικά με τα τρόφιμα και η αντιληφθείσα αξιοπιστία τους (European Commission, 2006, Verbeke and Kenhove, 2002, Rosati and Saba, 2004, Green et al, 2005, Lobb et al, 2007, Kutttschreuter, 2006).

Επίσης άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το υπό εξέταση θέμα μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση φαίνεται να είναι το επίπεδο και η ακρίβεια της γνώσης για τους ενδεχόμενους διατροφικούς κινδύνους (Rosati and Saba., 2004, Pennings et al, 2002 Gaivoronskaia and Hvinden, 2004, Starbird and Baker, 2004), το επίπεδο γνώσης για την ύπαρξη νέων κανονισμών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα δικαιώματα του καταναλωτή (European Commission, 2006), η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων μέσα από την ικανότητα παρεμπόδισης έκθεσης στον κίνδυνο και την κατανόηση του κινδύνου (Starbird and Baker, 2004, Setbon et al, 2005, European Commission, 2006, Kutttschreuter, 2006), η πιθανότητα έκθεσης στον κίνδυνο και το είδος του (Pennings et al, 2002, Wandel, 1994, Starbird and Baker, 2004), το οικονομικό, χρονικό και το ψυχολογικό κόστος (Hornibrook et al, 2005) και τέλος τα κοινωνικοδημογραφικά και οικονομικά στοιχεία (Tucker et al, 2006, Bocker, 2002).

Το κίνητρο της μελέτης είναι η διερεύνηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή στα τρόφιμα σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από αλληπάλληλα διατροφικά σκάνδαλα και που η ασφάλεια των τροφίμων είναι αμφισβητήσιμη. Στην παρούσα έρευνα επιχειρείται οικονομετρική ανάλυση με στόχο τον προσδιορισμό των παραγόντων που επιδρούν σε αυτή τη συμπεριφορά των καταναλωτών. Ειδικότερα πρόκειται για μια προσπάθεια σύνθεσης της μεθοδολογίας και των ερμηνευτικών παραγόντων, που έχουν χρησιμοποιηθεί σε παρόμοιες μελέτες, αναφορικά με τη συμπεριφορά και τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων και ποτών. Στην ανάλυση των προσδιοριστικών παραγόντων περιλαμβάνονται βέβαια και οι κοινωνικοοικονομικοί παράγοντες.

Σήμερα, οι καταναλωτές επιθυμούν όλο και περισσότερο να ενημερώνονται για τις μεθόδους παραγωγής των τροφίμων - «από το αγρόκτημα στο πιάτο» - και θέλουν να είναι σίγουροι ότι λαμβάνονται τα δέοντα μέτρα σε κάθε στάδιο της παραγωγής όσον αφορά την ασφάλεια και την ποιότητα. Αξίζει να σημειωθεί ότι η αυξημένη ευαισθησία των καταναλωτών για θέματα που αφορούν την ασφάλεια των τροφίμων καθώς και οι περιβαλλοντικές ανησυχίες συνέβαλαν στην ανάπτυξη της βιολογικής γεωργίας κατά τα τελευταία έτη. Μολονότι αντιπροσώπευε μόνον το 3% περίπου της συνολικής χρησιμοποιούμενης γεωργικής έκτασης της ΕΕ (ΧΓΕ) το 2000, η

βιολογική γεωργία εξελίχθηκε στην πραγματικότητα σε έναν από τους δυναμικότερους γεωργικούς τομείς στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο τομέας της βιολογικής γεωργίας αυξήθηκε κατά 25% περίπου ετησίως μεταξύ του 1993 και 1998 και, από το 1998, εκτιμάται ότι αναπτύσσεται κατά 30% περίπου ετησίως. Σαν συνέπεια, τα βιολογικά προϊόντα κάνουν όλο και πιο δυναμικά την εμφάνισή τους στα ράφια των ευρωπαϊκών σουπερμάρκετ, και αυτό το κομμάτι της αγοράς έχει περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης στην Ελλάδα. Οι καταναλωτές στην Ευρώπη, και σιγά σιγά και στην Ελλάδα, είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για τρόφιμα με εγγυημένη ετικέτα βιολογικής καλλιέργειας.

Θα λέγαμε ότι αυτή η ανάγκη του καταναλωτή για πιστοποίηση της ασφάλειας και της ποιότητας των τροφίμων και ποτών εμφανίστηκε τα τελευταία χρόνια όπου γινόμαστε μάρτυρες αλληπάλληλων διατροφικών κρίσεων ιδίως σε επίπεδο Ε.Ε. Σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια, αφθώδης πυρετός των ζώων, σαλμονέλα, διοξίνες είναι μερικές περιπτώσεις διατροφικών σκανδάλων. Λόγω της κλίμακας των αποκαλύψεων αλλά και της δημοσιοποίησής τους, οι αντιδράσεις των καταναλωτών συχνά άγγιζαν τα όρια της μαζικής παράκρουσης, με προφανείς επιπτώσεις στους κλάδους βιομηχανίας και λιανεμπορίου τροφίμων.

Έτσι εδώ και χρόνια, οι επιλογές των ευρωπαίων καταναλωτών τείνουν να προσανατολίζονται προς τροφές περισσότερο υγιεινές, θρεπτικότερες, γευστικότερες και που παράγονται με μεθόδους που σέβονται περισσότερο το περιβάλλον. Κοινός παρονομαστής αυτής της εξέλιξης είναι η ποιότητα: μία βασική πρόκληση και μία σύνθετη έννοια. Η ασφάλεια των τροφίμων είναι βεβαίως η πρώτη προϋπόθεση της ποιότητας αποτελεί υποχρεωτικό στοιχείο. Το ίδιο ισχύει για την τήρηση των νόμιμων κανόνων στον τομέα του περιβάλλοντος και της καλής διαβίωσης των ζώων, εφόσον, πέρα από τα χαρακτηριστικά των προϊόντων, οι κανόνες αυτοί αφορούν την προστασία των φυσικών πόρων ή απαιτήσεις ηθικής τάξης. Επίσης, σημαντική για τους καταναλωτές είναι και η ασφάλεια των γενετικά τροποποιημένων προϊόντων, για τα οποία υπάρχει σημαντικός σκεπτικισμός λόγω έλλειψης στοιχείων και πληροφόρησης. Οι καταναλωτές πρέπει να έχουν τη δυνατότητα επιλογής να αγοράσουν ή όχι γενετικά τροποποιημένα προϊόντα, κάτι που διασφαλίζεται μόνο μέσα από διαφανή και έγκυρη σήμανση.

Επιπροσθέτως, το αντικείμενο της έρευνας παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον και από την πλευρά των καταναλωτών και από την πλευρά των εμπλεκόντων με τη βιομηχανία τροφίμων – ποτών. Η συμπεριφορά του καταναλωτή είναι σημαντικό να εξετασθεί για να εντοπίσουμε και να κατανοήσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν τη στάση και τις αντιλήψεις του για την ασφάλεια στα τρόφιμα. Οι επιχειρήσεις από την άλλη πρέπει να αξιοποιήσουν και να εκμεταλλευθούν αυτές τις πληροφορίες για τη συμπεριφορά των καταναλωτών για να είναι σε

θέση να αντιμετωπίσουν και να διαχειριστούν καλύτερα μια περίπτωση κρίσης στον κλάδο τους με το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Για την ολοκλήρωση της εργασίας, πραγματοποιήθηκε ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας. Η εργασία διαρθρώνεται σε οκτώ κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή, την κρίση στον κλάδο τροφίμων, τις αντιδράσεις των καταναλωτών κατά την κρίση, τη διαχείριση κρίσεων από την επιχείρηση και την πρόσβαση στην πληροφόρηση για την ασφάλεια των τροφίμων.

Το κεφάλαιο δύο παρουσιάζει πληροφορίες για τη διεθνή εμπειρία σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων, σε Ευρώπη και Αμερική. Στο υποκεφάλαιο που αφορά στην Ευρώπη, αλλά και άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες, αναφέρονται συμβάντα διατροφικών σκανδάλων, περιπτώσεις διαχείρισης διατροφικής κρίσης, πληροφορίες για την οργάνωση προστασίας του καταναλωτή στην Ε.Ε. και τις καταναλωτικές οργανώσεις στην Ευρώπη. Το υποκεφάλαιο που αφορά στην Αμερική περιέχει πληροφορίες για μια περίπτωση διαχείρισης διατροφικής κρίσης και τους εμπλεκόμενοι φορείς με την ασφάλεια των τροφίμων στις ΗΠΑ.

Ενώ η εμπειρία στην Ελλάδα σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων παρουσιάζεται στο κεφάλαιο τρία στο οποία αναφέρονται διάφορα διατροφικά σκάνδαλα που έγιναν στη χώρα, ο ρόλος του κράτους ως φορέα προστασίας του καταναλωτή και διάφορες οργανώσεις προστασίας καταναλωτή που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Στο επόμενο κεφάλαιο παρατίθεται η βιβλιογραφική επισκόπηση των μελετών που αναλύουν την αντίδραση και τη συμπεριφορά του καταναλωτή στους κινδύνους και στις κρίσεις που σχετίζονται με τα τρόφιμα. Το κεφάλαιο αυτό χωρίζεται σε υποενότητες που αφορούν στις αντιλήψεις των καταναλωτών για τα χαρακτηριστικά των τροφίμων, στα επίπεδα γνώσης για την ασφάλεια και την επιστήμη των τροφίμων, στις αντιλήψεις και στάσεις στους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα, στις αντιδράσεις κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων και στις αντιλήψεις για την αποτελεσματικότητα των πρακτικών διαχείρισης κρίσεων στον κλάδο τροφίμων. Αφού εξετάστηκαν εμπειρικές μελέτες, συντάχθηκε ειδικό ερωτηματολόγιο και με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS, έγινε επεξεργασία των δεδομένων που προέκυψαν.

Από το πέμπτο κεφάλαιο, με βάση το θεωρητικό πλαίσιο, όπως αυτό αναπτύσσεται στα πρώτα τέσσερα κεφάλαια και κατ' αντιστοιχία με τη διάρθρωση αυτών, ξεκινά η εμπειρική διερεύνηση του θέματος. Δηλαδή, το κεφάλαιο πέντε αναφέρεται στη διεξαγωγή της έρευνας μέσα από τη δημιουργία ερωτηματολογίου και τη συλλογή στοιχείων μέσα από τυχαία δειγματοληψία στο νομό Αττικής. Συγκεντρώθηκαν 338 ερωτηματολόγια βάσει των οποίων παρουσιάζεται στο έκτο

κεφάλαιο το δημογραφικό προφίλ του δείγματος, ανάλυση και σχολιασμός των εμπειρικών κατανομών συχνοτήτων της έρευνας. Ενώ στο κεφάλαιο επτά αναλύονται και σχολιάζονται οι έλεγχοι υποθέσεων και οι πίνακες διπλής εισόδου της έρευνας.

Όσον αφορά το ερωτηματολόγιο που συντάχθηκε στα πλαίσια της μελέτης, αρχικά έγινε ανάλυση των δεδομένων στο πλαίσιο της περιγραφικής και μονομεταβλητής στατιστικής (σχετικές συχνότητες – relative frequencies, έλεγχος ανεξαρτησίας χ^2 – chi-square test of independence), ενώ ακολούθησε πολυμεταβλητή στατιστική ανάλυση με διαχωρισμό εξαρτημένων και ανεξάρτητων μεταβλητών (dependence techniques). Συγκεκριμένα, εφαρμόστηκε η πολλαπλή παλινδρόμηση (multiple regression) για τον προσδιορισμό των μεταβλητών που είναι στατιστικά σημαντικές και για την απαλλαγή των υποδειγμάτων από αυτές που δεν είναι.

Η οικονομετρική ανάλυση περιέχεται στο κεφάλαιο οκτώ το οποίο έχει την ανάλυση και το σχολιασμό των εκτιμήσεων της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. Συγκεκριμένα εκτιμούνται 14 τελικά υποδείγματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τους κινδύνους που ενέχουν γενικά τα τρόφιμα και ποτά, αλλά και πιο ειδικά για την κάθε κατηγορία τροφίμων και ποτών, δηλαδή ένα υπόδειγμα ξεχωριστά για το κρέας, τα φρούτα και λαχανικά, τα αυγά, τα δημητριακά, το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί, τα ψάρια και θαλασσινά και τα ποτά. Τα υπόλοιπα 5 υποδείγματα πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης εκτιμήθηκαν για να εξεταστούν οι αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια και την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων, για το βαθμό ειλικρίνειας και επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση και την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Στο τελευταίο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της μελέτης και το παράρτημα με τους πίνακες που περιλαμβάνονται στην έρευνα.

Τέλος, παρουσιάζονται συνολικά τα αποτελέσματα των αναλύσεων και το παράρτημα. Στο παράρτημα παρατίθενται πίνακες των αποτελεσμάτων που περιλαμβάνονται στην έρευνα.

Α' ΜΕΡΟΣ: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή

Ποτέ δεν θα καταλάβεις πραγματικά κάποιον,
αν δεν δεις τα πράγματα από τη δική του
σκοπιά, μέχρι να μπεις στο πετσί του και να
το εξερευνήσεις. Atticus Finch

Συμπεριφορά είναι το σύνολο των αντιδράσεων που έχει ένα άτομο ή μια ομάδα σε μια κατάσταση. Καταναλωτής είναι το άτομο και οι ομάδες που χρησιμοποιούν προϊόντα και υπηρεσίες για να αντιμετωπίσουν τις διάφορες βιογεννητικές και ψυχογεννητικές ανάγκες τους. Με τον όρο συμπεριφορά του καταναλωτή νοείται η συμπεριφορά που διαμορφώνει ένα άτομο ή μια ομάδα σε μια κατάσταση αγοράς η οποία μπορεί να παρατηρηθεί ή να καταγραφεί.

Η θεωρία της συμπεριφοράς του καταναλωτή βασίζεται στη θεμελιώδη αρχή ότι ο καταναλωτής ενεργεί ορθολογικά, δηλαδή προσπαθεί πάντα να κατανέμει το εισόδημα του στα διάφορα αγαθά, κατά τρόπο που να αποκομίζει τη μεγαλύτερη δυνατή ικανοποίηση ή χρησιμότητα. Το πρόβλημα του καταναλωτή είναι πρόβλημα του καλύτερου συνδυασμού αγαθών που μπορεί να αποκτήσει, με το δεδομένο εισόδημα του. Στην πράξη όμως όλοι οι καταναλωτές κάνουν την επιλογή των αγαθών που επιθυμούν ν' αγοράσουν με βάση τις τιμές που ισχύουν στην αγορά. Η πρώτη ενέργεια του καταναλωτή είναι να κατατάξει αυτά τα αγαθά ανάλογα με τις προτιμήσεις του. Κατά συνέπεια όταν ο καταναλωτής πρόκειται να κάνει επιλογή κάποιου αγαθού έχει στο νου του μια κλίμακα από προτιμήσεις για τα διάφορα αγαθά.

Σύμφωνα με το αναλυτικό μοντέλο της συμπεριφοράς του αγοραστή τα ερεθίσματα που δέχεται ο καταναλωτής είναι δύο κατηγοριών:

- ♦ **ερεθίσματα μάρκετινγκ**, που προέρχονται από τα στοιχεία του μάρκετινγκ (προϊόν, τιμή, τόπος και προώθηση)
- ♦ **περιβαλλοντικά ερεθίσματα** που προέρχονται από τις κυριότερες δυνάμεις και τα γεγονότα που παρατηρούνται στο περιβάλλον του αγοραστή (οικονομικά, τεχνολογικά, πολιτικά και περιβαλλοντικά)

Όλα αυτά τα ερεθίσματα περνάνε στο «μαύρο κουτί» των αγοραστών και παράγουν ένα πλέγμα αντιδράσεων, όπως είναι η επιλογή του προϊόντος, η τιμή, η μάρκα, ο πωλητής και ο χρόνος της αγοράς. Το μαύρο κουτί δηλαδή είναι η σκέψη του καταναλωτή και περιέχει τα χαρακτηριστικά

που επιδρούν στις αντιλήψεις των καταναλωτών και στις ψυχολογικές διεργασίες που οδηγούν στη λήψη των αγοραστικών αποφάσεων.

Το μάρκετινγκ διακρίνει πέντε είδη αγοραστικής συμπεριφοράς του καταναλωτή με βάση το βαθμό ανάμιξης του αγοραστή και την έκταση των διαφορών ανάμεσα στις επωνυμίες:

- * **Η συνηθισμένη αγοραστική συμπεριφορά** είναι εκείνη που οι καταναλωτές αγοράζουν καθημερινά πολλά προϊόντα χωρίς μεγάλη περίσκεψη κάτω από συνθήκες μικρής συμμετοχής και έλλειψη σημαντικών διαφορών μάρκας. Οι καταναλωτές στην περίπτωση αυτή δεν ενεργούν και αξιολογούν τις πληροφορίες για τις μάρκες, ενεργούν παθητικά και δεν διαμορφώνουν ισχυρές τάσεις.
- * **Η αγοραστική συμπεριφορά αναζήτησης της ποικιλίας** είναι εκείνη που οι καταναλωτές στις καθημερινές τους αγορές για ορισμένα προϊόντα αλλάζουν μάρκα λόγω ποικιλίας. Οι καταναλωτές στην περίπτωση αυτή, αναζητούν την αλλαγή της μάρκας χάρη της ποικιλίας, δεν αξιολογούν σε βάθος το προϊόν, διαμορφώνουν σταθερή προτίμηση για το νέο προϊόν αν καλύπτει τις ανάγκες εκτίμησης και αναγνώρισης.
- * **Η αγοραστική συμπεριφορά που ελαττώνει την αμφιβολία** γίνεται όταν η αγορά είναι σοβαρή και ο αγοραστής συμμετέχει σημαντικά σ' αυτή και επιδιώκει να μην έχει γνωστική αμφιβολία ή να τη μειώσει στο ελάχιστο. Οι καταναλωτές και στην περίπτωση αυτή, αναζητούν να μάθουν πληροφορίες για τις μάρκες σε βάθος, μελετούν τα χαρακτηριστικά τους, επιδιώκουν έλεγχο του προϊόντος και δεν εξοικειώνονται με τη μάρκα αν δεν έχουν την ικανοποίηση που προσδοκούν.
- * **Η πολύπλοκη αγοραστική συμπεριφορά** είναι όταν η αγορά ενός προϊόντος έχει έναν υψηλό βαθμό πολυπλοκότητας που επιδιώκεται η κάλυψη του. Οι καταναλωτές στην περίπτωση αυτή αναζητούν πληροφορίες όσο γίνεται περισσότερες, μελετούν τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ως προς την πολυπλοκότητα τους, συσχετίζουν τη διαθέσιμη πολυπλοκότητα με την επιδιωκόμενη, δεν ενεργούν γρήγορα και παίρνουν με μεγάλη προσοχή τις αποφάσεις τους.
- * **Η αγοραστική συμπεριφορά αντιμετώπισης του αγνώστου** είναι όταν οι καταναλωτές θέλουν μερικές φορές να αγοράσουν προϊόντα που η φύση τους, η λειτουργία τους και άλλα χαρακτηριστικά τους, είναι άγνωστα. Οι καταναλωτές στην περίπτωση αυτή αναζητούν ειδικούς για να τους δώσουν τις πληροφορίες για το προϊόν, η μελέτη των χαρακτηριστικών των προϊόντων γίνεται από κοινού, η αγορά από κοινού αλλά με ευθύνη του αγοραστή, ο αγοραστής μαθαίνει τη χρήση του προϊόντος (Kotler, 2000).

1.1.1. Προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς

Το περιβάλλον έχει σημαντικές επιδράσεις (θετικές ή αρνητικές) στη συμπεριφορά του ατόμου και δημιουργεί συνθήκες οι οποίες μπορούν να συμβάλουν, είτε στη διαφοροποίηση της συμπεριφοράς του ίδιου του ατόμου, είτε στη μεταλλαγή της συμπεριφοράς ενός ατόμου από ένα άλλο. Η καταναλωτική συμπεριφορά σχετίζεται με αποφάσεις που λαμβάνει το άτομο για την αγορά και τη χρησιμοποίηση διαφόρων αγαθών και υπηρεσιών και καθοδηγεί τις ανθρώπινες δραστηριότητες. Πρόκειται για ένα σύνθετο φαινόμενο που εξαρτάται από ποικίλους παράγοντες, οι οποίοι αλληλοεπηρεάζονται. Μερικοί από τους παράγοντες που βοηθούν στον προσδιορισμό, στην ερμηνεία και στην πρόγνωση της καταναλωτικής συμπεριφοράς παρουσιάζονται παρακάτω (Kotler, 2000, Αποστολόπουλος και άλλοι, 2004).

Οι δημογραφικοί παράγοντες είναι μια μεταβλητή που επηρεάζει τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Άτομα τα οποία προέρχονται από διαφορετικές χώρες ή πόλεις έχουν διαφορετικές καταναλωτικές συνήθειες. Για παράδειγμα, άλλες καταναλωτικές συνήθειες έχει κάποιος που ζει σε ένα χωριό και άλλες εκείνος που ζει στην πόλη ή, ακόμα, διαφορετικές είναι οι καταναλωτικές αποφάσεις ενός Ευρωπαίου από εκείνες ενός Αμερικανού.

Οι βιολογικές παράγοντες είναι μια άλλη μεταβλητή που επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά. Η καταναλωτική συμπεριφορά του ατόμου εξαρτάται από βιολογικούς παράγοντες, όπως είναι η ηλικία και το φύλο. Ο βιολογικός κύκλος του ανθρώπου μπορεί να διακριθεί στα παρακάτω στάδια:

- Πρώτο στάδιο, παιδιά μέχρι και 14 ετών. Τα άτομα αυτά μπορεί να μην αποτελούν αγοραστές, αλλά μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των αγοραστών.
- Δεύτερο στάδιο (νέοι καταναλωτές), ηλικίας 15-17 ετών. Οι προτιμήσεις των ατόμων που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία επηρεάζουν τις πωλήσεις ορισμένων προϊόντων.
- Τρίτο στάδιο, άτομα ηλικίας 18-34 ετών. Αυτή η κατηγορία καταναλωτών, μπορεί να χωριστεί σε υποκατηγορίες, όπως είναι οι ανύπαντροι, οι νιόπαντροι, χωρίς παιδιά και οι νιόπαντροι με παιδιά.
- Τέταρτο στάδιο, άτομα ηλικίας 35-54 ετών. Και σε αυτό το στάδιο υπάρχουν υποκατηγορίες που είναι οι γονείς με παιδιά που μένουν μαζί τους και οι γονείς που μένουν μόνοι τους γιατί τα παιδιά έχουν φύγει.
- Πέμπτο στάδιο, άτομα ηλικίας 55 ετών και πάνω.

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί ότι ο διαχωρισμός του βιολογικού κύκλου δεν είναι ο μοναδικός.

Οι οικονομικοί παράγοντες είναι μια άλλη μεταβλητή που επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά. Το σημερινό και το μελλοντικό διαθέσιμο προσωπικό (ή οικογενειακό) εισόδημα του καταναλωτή, καθώς και η γενικότερη οικονομική συγκυρία επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Όσο μεγαλύτερο είναι το διαθέσιμο εισόδημά του τόσο μεγαλύτερη συνήθως είναι και η κατανάλωσή του. Πολλές φορές έχει διαπιστωθεί ότι ορισμένοι καταναλωτές δανείζονται για να αγοράσουν διάφορα καταναλωτικά αγαθά, όταν το διαθέσιμο εισόδημά τους δεν επαρκεί. Αυτό συμβαίνει διότι προσδοκούν ότι στο μέλλον το διαθέσιμο εισόδημά τους θα αυξηθεί, με αποτέλεσμα να είναι σε θέση να αποπληρώσουν το δάνειο το οποίο έχουν πάρει. Ένας άλλος οικονομικός παράγοντας που επηρεάζει την κατανάλωση είναι το σύνολο των περιουσιακών στοιχείων ενός νοικοκυριού, αλλά και η μορφή που έχουν αυτά τα περιουσιακά στοιχεία. Για παράδειγμα, ένας καταναλωτής που έχει τα περιουσιακά του στοιχεία σε μετρητά μπορεί να τα χρησιμοποιήσει πιο εύκολα για αγορά καταναλωτικών αγαθών από κάποιον που έχει τα περιουσιακά του στοιχεία σε ακίνητα.

Οι πολιτιστικοί παράγοντες, όπως είναι η κουλτούρα (η μόρφωση) που διαθέτει κάθε άτομο επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά. Ο πολιτισμός είναι ένα σύνολο ιδεών, αξιών, συνηθειών, πεποιθήσεων και στάσεων που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της προσωπικότητας του ατόμου και επηρεάζουν την ανθρώπινη συμπεριφορά. Ο πολιτισμός διαδίδεται με την πάροδο του χρόνου και μεταφέρεται από γενιά σε γενιά. Η κάθε χώρα έχει το δικό της πολιτισμό, τη δική της κουλτούρα. Διαφορετική είναι η κουλτούρα και συνεπώς η καταναλωτική συμπεριφορά ενός νέου που μεγαλώνει στην Ελλάδα, από την κουλτούρα κάποιου νέου που μεγαλώνει σε μια άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αυτό συμβαίνει γιατί τα άτομα έχουν διαφορετικό τρόπο ζωής, διαφορετικές ιδέες, αξίες, συνήθειες, θρησκεία και παραδόσεις.

Μια άλλη μεταβλητή που επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά είναι οι κοινωνικοί παράγοντες, όπως είναι η οικογένεια και η κοινωνική τάξη στην οποία ανήκει κάθε άτομο. Είναι γνωστό ότι το άτομο δε ζει μόνο του αλλά αποτελεί μέλος μιας ευρύτερης κοινωνικής ομάδας. Η κοινωνική ομάδα που ανήκει ο καταναλωτής, πέρα των άλλων κοινωνικών χαρακτηριστικών, διαθέτει και καταναλωτικά πρότυπα. Προκειμένου το μεμονωμένο άτομο να συνεχίσει να είναι μέλος της κοινωνικής ομάδας που ανήκει, υιοθετεί, σε κάποιο βαθμό, ορισμένες καταναλωτικές συνήθειες και πρότυπα της ομάδας αυτής. Μια από τις βασικότερες αλλά και μεγαλύτερες κοινωνικές ομάδες είναι η οικογένεια. Η οικογένεια από την οποία προέρχεται, αλλά και η οικογένεια που δημιουργεί το άτομο, παίζουν σημαντικό ρόλο, αφού ο καταναλωτής επηρεάζεται άμεσα από το κοντινό του περιβάλλον. Άλλες ομάδες, εκτός από την οικογένεια, είναι το φιλικό περιβάλλον, η γειτονιά όπου μεγαλώνει ή μένει, οι συνάδελφοι στο χώρο

εργασίας, τα εργατικά συνδικάτα κ.ά. Η κοινωνική τάξη στην οποία ανήκει ένα άτομο καθορίζεται συνήθως από το μέγεθος του εισοδήματος, το επάγγελμα, τη μόρφωση, το μέγεθος και τον τύπο κατοικίας κ.ά. Ειδικότερα, το επάγγελμα παίζει σημαντικό ρόλο, καθώς έχει διαπιστωθεί ότι οι καταναλωτικές ανάγκες διαφοροποιούνται ανάλογα με το επάγγελμα. Επίσης, σημαντικό ρόλο παίζει και η επαγγελματική αποκατάσταση του ατόμου. Όταν ο καταναλωτής απασχολείται και αμείβεται στην αγορά εργασίας σύμφωνα με τις δυνατότητες του, τότε έχει και τη δυνατότητα να αγοράσει τα αγαθά εκείνα που ικανοποιούν τις ανάγκες του.

Οι ψυχολογικοί παράγοντες, η αντίληψη και η στάση που έχει το άτομο για τη ζωή είναι κάποιοι άλλοι παράμετροι που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά. Οι καταναλωτές αγοράζουν διάφορα αγαθά για να καλύψουν κάποιες ανάγκες τις οποίες θεωρούν σημαντικές. Οι ανάγκες αυτές, κατά σειρά σπουδαιότητας, είναι: οι βιολογικές ανάγκες, οι ανάγκες ασφάλειας, οι κοινωνικές ανάγκες (αγάπη, αφοσίωση), οι ανάγκες υπόληψης (αναγνώριση των μελών της οικογένειας και της κοινότητας όπου ανήκει το άτομο) και οι ανάγκες αυτοπραγμάτωσης (ατομική βελτίωση και αναγνώριση). Συνήθως τα άτομα επιλέγουν να καλύψουν πρώτα τις ανάγκες που έχουν να κάνουν με τη βιολογική τους επιβίωση, δηλαδή πείνα, δίψα κ.λ.π. και στην συνέχεια όλες τις υπόλοιπες. Όσες περισσότερες ανάγκες ικανοποιεί ο καταναλωτής τόσο βελτιώνεται το βιοτικό του επίπεδο και η ευημερία του. Η τεχνολογική εξέλιξη, οι πολιτικές συνθήκες και τα φυσικά φαινόμενα είναι μερικοί ακόμα προσδιοριστικοί παράγοντες της καταναλωτικής συμπεριφοράς (Kotler, 2000).

1.1.2 Αντιλήψεις και στάσεις του καταναλωτή στο ρίσκο / κίνδυνο

Ρίσκο είναι ο συνδυασμός της πιθανότητας, ή συχνότητας, ενός συμβάντος καθορισμένου κινδύνου όπως και η σημασία των συνεπειών του (Yeung and Morris, 2001). Η εκτίμηση του ρίσκου είναι ένα κοινωνικό φαινόμενο που βασίζεται σε κοινωνικούς και πολιτιστικούς παράγοντες. Το ρίσκο μπορεί να είναι οικονομικό, λειτουργικό, φυσικό, ψυχολογικό, κοινωνικό και χρονικό.

Στάση¹ είναι μια διανοητική κατάσταση ετοιμότητας, που οργανώνεται με βάση την εμπειρία ενός ατόμου, και η οποία εξασκεί μια καθοδηγητική ή δυναμική επίδραση πάνω στην αντίδραση του ατόμου σε όλα εκείνα τα αντικείμενα ή καταστάσεις με τις οποίες αυτό σχετίζεται. Είναι προδιάθεση του ανθρώπου να αξιολογεί κάποιο, προϊόν, κατάσταση, γεγονός, θέμα κλπ. θετικά ή αρνητικά. Οι λειτουργίες που επιτελούν οι στάσεις είναι:

¹ Η στάση είναι οι διαρκείς ευνοϊκές ή δυσμενείς αξιολογήσεις, συναισθήματα και τάσεις ενέργειας προς κάποιο αντικείμενο ή ιδέα (Krech, D. et al, 1962, κεφ.2).

- ☀ **Λειτουργική** (Utilitarian function): αναπτύσσουμε στάσεις με βάση αν μας ικανοποιεί ένα προϊόν ή όχι.
- ☀ **Συγκινησιακή** (Expressive function): αναπτύσσουμε στάσεις όταν ταυτιζόμαστε με κάποιο προϊόν.
- ☀ **Προστασία του εαυτού** (Ego defensive function): για να προστατεύσουμε τον εαυτό μας ή μειώσουμε τη γνωστική διαφωνία.
- ☀ **Γνωστική** (Knowledge function): για να οργανώσουμε τις σκέψεις μας σε σχέση με κάποιο νέο προϊόν.

Οι αντιλήψεις για τον κίνδυνο είναι μια έκφραση τεσσάρων διαφορετικών κοινωνικών ιδεολογιών, της ατομικής προοπτικής η οποία εκφράζεται μέσα από μια μοιρολατρική στάση, της ιεραρχικής άποψης που χαρακτηρίζεται από την εμπιστοσύνη στις αρχές, της ορθολογικής άποψης και της κριτικής άποψης. Η αντίληψη για τον κίνδυνο δείχνει τον τρόπο που ερμηνεύει ο καταναλωτής την πιθανότητα να εκτεθεί σε μια ασθένεια ή σε μια πάθηση. Οι στάσεις στο ρίσκο δείχνουν τη γενική προδιάθεση του καταναλωτή στο ρίσκο με ένα συνεπή τρόπο. Μερικοί άνθρωποι αρέσκονται στον κίνδυνο και άλλοι τον αποστρέφονται. Αυτός είναι ένας λόγος που δεν κάνουν όλοι οι άνθρωποι στον κόσμο επικίνδυνες δραστηριότητες και σπορ. Είναι σημαντικό ότι η στάση στον κίνδυνο και η αντίληψη γι' αυτόν είναι δύο διαφορετικά θέματα. Ενώ η στάση έχει σχέση με την ερμηνευση του καταναλωτή για το περιεχόμενο του κινδύνου και πόσο πολύ αυτός ή αυτή τον αποστρέφεται, η αντίληψη για τον κίνδυνο αφορά την ερμηνευση του καταναλωτή για την πιθανότητα να εκτεθεί κάποιος στον κίνδυνο (Wansink, 2004).

Οι έρευνες για την αντίληψη ρίσκου διακόπτονταν κατά διαστήματα και παρά τις τρεις και πλέον δεκαετίες έρευνας, η κατανόηση για την εκτίμηση του ρίσκου παραμένει ατελής. Οι διάφοροι ερευνητές έχουν μελετήσει το ρίσκο σε σχέση με τις αγοραστικές αποφάσεις για διάφορα προϊόντα συμπεριλαμβανομένου και του ρίσκου στα τρόφιμα. Το βασικό εύρημα των διαφόρων ερευνών είναι ότι το ρίσκο είναι μια σημαντική παράμετρος κατά την επιλογή των τροφίμων και οι εκτιμήσεις γι' αυτό σχετίζονται σημαντικά με τις εκτιμήσεις για την κατανάλωση. Μέχρι πρόσφατα, τα τρόφιμα και η σίτιση θεωρούνταν ως δραστηριότητες χαμηλού ρίσκου και οι αντιλήψεις ρίσκου αφορούσαν θέματα υγείας ή έλλειψης τροφίμων. Εντούτοις, ακολουθώντας μια δεκαετία κρίσεων στον κλάδο τροφίμων, η προσοχή του καταναλωτή έχει μετακινηθεί στη μελέτη των κινδύνων στα τρόφιμα.

Από τη μια, υπάρχουν οι κίνδυνοι που σχετίζονται με τη σύνθεση της διαίτας, για παράδειγμα την πρόσληψη μεγάλης ποσότητας λίπους, για το οποίο υπάρχουν τεκμηριωμένα στοιχεία για τις αρνητικές συνέπειες του στην υγεία. Από την άλλη, υπάρχουν οι κίνδυνοι που προκαλούνται

από τις τεχνικο-οικονομικές αλλαγές στη βιομηχανία και τη γεωργία, όπως είναι οι περιβαλλοντικοί ρυπαντές, τα γεωργικά χημικά κατάλοιπα, τα πρόσθετα τροφίμων, οι αυξητικές ορμόνες και τα αντιβιοτικά κατάλοιπα, δηλαδή κίνδυνοι που σχετίζονται άμεσα με την ασφάλεια των τροφίμων.

Το ενδιαφέρον του καταναλωτή για την ασφάλεια των τροφίμων άρχισε να αυξάνεται σταδιακά από το 1970, εντούτοις η μελέτη για την αντίληψη ρίσκου στα τρόφιμα έχει αρχίσει σχεδόν πρόσφατα. Αυτή η πρόσφατη προσοχή μπορεί να δείξει αρκετά στοιχεία στο κράτος και στους χρηματοδοτικούς οργανισμούς όσον αφορά την αποδοχή των νέων τεχνολογιών από το κοινό όπως είναι η ακτινοβολία στα τρόφιμα και τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα.

1.2 Κρίση στον κλάδο τροφίμων

Μια κρίση² συμβαίνει όταν ένα άτομο έρχεται αντιμέτωπο με ένα επικίνδυνο περιστατικό ή συμβάν που θεωρείται υπερβολικό παρά τη χρήση παραδοσιακών λύσεων και την αντιμετώπιση με στρατηγικές. Συχνά δεν είναι το γεγονός και μόνο που προκαλεί την κρίση, αλλά μάλλον η εκτίμηση του γεγονότος ως σοβαρό, μη ελέγξιμο, και πέρα από τις δυνατότητες του θύματος να το αντιμετωπίσει. Τα άτομα που δεν μπορούν να το αντιμετωπίσουν χρησιμοποιώντας παραδοσιακές στρατηγικές μπορούν να αναπτύξουν συναισθηματικές, συμπεριφοριστικές, γνωστικές ή φυσικές δυσκολίες που μπορεί να τους προκαλέσουν να αναζητήσουν θεραπευτική συμβουλή. (Kavan et al, 2006).

Οι κρίσεις δημιουργούνται από ένα αλληλένδετο σύνολο ανθρώπινων, οργανωσιακών και τεχνολογικών αποτυχιών που συνδυάζεται από ελλείψεις κανόνων, υποδομής και προετοιμασίας στο επιχειρησιακό περιβάλλον (Συρίγου, 2006). Τα χαρακτηριστικά της κρίσης είναι η έκπληξη, η ανεπαρκής πληροφόρηση, γεγονότα που κλιμακώνονται, χάσιμο χρόνου, αυξημένη ανάγκη πληροφόρησης διαφορετικών τμημάτων καταναλωτών και πανικός.

Διατροφική κρίση, κατά την Friesland Foods Hellas, είναι η εμφάνιση σοβαρού κινδύνου ή πιθανά σοβαρού κινδύνου για την ανθρώπινη υγεία σε κάποιο τρόφιμο ή ζωοτροφή, η οποία χαρακτηρίζεται από δυσκολία στη διαχείριση και μπορεί να αρχίσει είτε από τη χώρα μας ή είτε από άλλη χώρα. Ως εκ τούτου προέκυψε η ανάγκη εμφάνισης της επιστήμης του *crisis management* το οποίο αφορά στον σχεδιασμό, στην προετοιμασία και στην υποστήριξη για την αποτελεσματική αντιμετώπιση του επικοινωνιακού μέρους ενδεχόμενης κρίσης της επιχείρησης.

² Οι Κινέζοι χρησιμοποιούν το ιδεόγραμμα thLe που αποτελείται από δύο μέρη το αριστερό που σημαίνει «κίνδυνος» και το δεξί που σημαίνει «πιθανότητα». (Arienzo and Pines, 1999).

Η διαχείριση κρίσεων αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με όλα τα κοινά που την ενδιαφέρουν κατά τη διάρκεια της κρίσης.

1.2.1 Πηγές κινδύνων στα τρόφιμα

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες κινδύνων που σχετίζονται με τα τρόφιμα:

- ◆ **Βιολογικοί,**
- ◆ **Χημικοί και**
- ◆ **Φυσικοί κίνδυνοι**

Οι χημικοί και οι φυσικοί κίνδυνοι γίνονται εύκολα αντιληπτοί και μπορούν να ελεγχθούν άμεσα. Αντίθετα οι μικροβιολογικοί κίνδυνοι δεν είναι άμεσα ελέγξιμοι και απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Οι κανονικοί υγιείς και σωστά διατρεφόμενοι άνθρωποι είναι συνήθως ανθεκτικοί σε μέτρια επίπεδα μικροοργανισμών στα τρόφιμα, οι πληθυσμοί υψηλής επικινδυνότητας όμως (νεογέννητα, ασθενείς νοσοκομείων, αλλεργικά άτομα, έγκυες γυναίκες, ηλικιωμένοι, διαβητικοί, υπέρτασικοί και άτομα με AIDS) δεν μπορούν να αντέξουν ακόμα και σε χαμηλά επίπεδα μικροοργανισμών. Τα άτομα αυτά πρέπει να διαλέγουν υπεύθυνα τα τρόφιμα, που δεν θα τους προκαλέσουν ασθένεια ή θάνατο, με τη βοήθεια ειδικών, οι οποίοι πρέπει υπεύθυνα να γνωρίζουν τα συστατικά κάθε προϊόντος και να τους υποδεικνύουν ποια τρόφιμα είναι ασφαλή και ποια όχι (Τζιά και Τσιαπούρης, 1996).

1.2.3.1 Βιολογικοί κίνδυνοι

Οι βιολογικοί κίνδυνοι περιλαμβάνουν μικρόβια, παράσιτα και ιούς, που είναι σε θέση να προκαλέσουν βλάβη στην υγεία του ανθρώπου. Ο κάθε κίνδυνος διακρίνεται από δύο χαρακτηριστικά: από την επικινδυνότητα που σχετίζεται με την πιθανότητα παρουσίας του και από την σοβαρότητα που σχετίζεται με την ένταση και έκταση των συμπτωμάτων που προκαλεί. Οι μικροοργανισμοί κατατάσσονται με βάση τα δύο παραπάνω χαρακτηριστικά σε μικροβιολογικό κίνδυνο υψηλής επικινδυνότητας και σοβαρότητας και σε μικροβιολογικό κίνδυνο μέτριας επικινδυνότητας και σοβαρότητας.

Οι παθογόνοι μικροοργανισμοί κατατάσσονται γενικά σε δύο κατηγορίες, ανάλογα με τη διεργασία που απαιτείται για την καταστροφή τους:

- ◆ στην κατηγορία των **μικροοργανισμών μολυσματικού τύπου** (μολυσματικές βλαστικές μορφές), οι οποίοι μπορούν να απενεργοποιηθούν με εφαρμογή σωστής παστερίωσης,

- ♦ και στην κατηγορία των **μικροοργανισμών τοξικού τύπου** (παραγωγών τοξινών και/ή σπορίων), οι οποίοι δεν μπορούν να απενεργοποιηθούν με τη συνήθη παστερίωση (Τζιά και Τσιαπούρης, 1996).

Τα παράσιτα αποτελούν ξενιστές των ζώων απ' όπου και μολύνεται ο άνθρωπος διαμέσου των τροφίμων. Οι υγιεινές συνθήκες εκτροφής των ζώων, ο κτηνιατρικός έλεγχος κατά τη σφαγή, το μαγείρεμα, η κατάψυξη, η ξήρανση και το αλάτισμα αποτρέπουν την ανάπτυξη τους. Τα παράσιτα που ενδιαφέρουν την ασφάλεια τροφίμων είναι τα πρωτόζωα και οι σκώληκες.

Οι ιοί όπως της ηπατίτιδας (A,E), δεν έχουν κυτταρική οργάνωση, αποτελούνται από ένα μόριο DNA ή ένα μόριο RNA, που εγκλείεται σε περίβλημα αποτελούμενο από σάκχαρα, πρωτεΐνες και λίπη. Αναπτύσσονται σε κύτταρο-ξενιστή, και ως εκ τούτου είναι αδρανή στα τρόφιμα, όπου δεν μπορούν να πολλαπλασιαστούν. Μερικοί ιοί μπορούν να αδρανοποιηθούν με καλό μαγείρεμα του τροφίμου και άλλοι με ξήρανση, αλλά γενικά πρέπει να αποφεύγεται η μόλυνση του τροφίμου με ιούς. Απ' ευθείας μόλυνση του τροφίμου μπορεί να γίνει από εργαζόμενο που έχει μολυνθεί από τον ιό, ενώ έμμεση μόλυνση πραγματοποιείται, όταν το τρόφιμο (π.χ. μαλάκια) έρθει σε επαφή με ανεπεξέργαστα απόβλητα. Οι ιοί σχετίζονται κυρίως με θαλασσινά τρόφιμα και χαμηλές θερμοκρασίες (Τζιά και Τσιαπούρης, 1996).

Οι μύκητες αναπτύσσονται σε υψηλή υγρασία, θερμοκρασία κατά την καλλιέργεια, συγκομιδή, αποθήκευση και διακίνηση τροφίμων. Σχηματίζουν σπόρια που αντέχουν σε ακραίες περιβαλλοντικές συνθήκες (θερμοκρασία, υγρασία, pH). Από τις εκατοντάδες μύκητες που απαντώνται στο ζωικό και φυτικό βασίλειο, μερικοί παράγουν μεταβολίτες με ισχυρή τοξική δράση για τον άνθρωπο ακόμα και σε ελάχιστη ποσότητα. Οι χημικές αυτές ουσίες ονομάζονται μυκοτοξίνες και επειδή προέρχονται από βιολογικούς παράγοντες (τους μύκητες) εξετάζονται σε αυτή την κατηγορία κινδύνων. Οι μυκοτοξίνες που ενδιαφέρουν τα τρόφιμα είναι οι αφλατοξίνες που παράγονται από τον μύκητα *Aspergillus flavus* και χαρακτηρίζονται με τους κωδικούς B1, B2, G1, G2, M1, M2, καθώς και άλλες όπως πατουλίνη, κιτρινίνη, κ.ά. Οι μυκοτοξίνες μολύνουν κυρίως τα φυτικά τρόφιμα όπως ξηρούς καρπούς, φρούτα και λαχανικά, αποξηραμένα προϊόντα, ελαιόσπορους, καφέ, όπως επίσης επιμολύνουν τα ζωικά προϊόντα (γάλα, συκώτι, αυγά, γιαούρτια, τυριά) μέσω των ζωοτροφών (καλαμπόκι, κριθάρι, σιτάρι, γρασίδι, άχυρο, βαμβακόπιτα) χαμηλής ποιότητας, στις οποίες έχει προηγηθεί η ανάπτυξη μυκήτων. Η νομοθεσία επιβάλλει όρια για τις μυκοτοξίνες στα τρόφιμα.

Οι κίνδυνοι από βακτήρια μπορούν να προκαλέσουν στον άνθρωπο μολύνσεις ή δηλητηριάσεις. Η τροφική μόλυνση προκαλείται με πρόσληψη ενός σημαντικού αριθμού παθογόνων

μικροοργανισμών που έχουν πολλαπλασιαστεί στο τρόφιμο, ενώ η τροφική δηλητηρίαση προκαλείται με πρόσληψη τοξινών που παράγονται και εκκρίνονται από συγκεκριμένα βακτήρια, όταν αυτά έχουν πολλαπλασιαστεί στο τρόφιμο.

Πίνακας 1.2.1: Κυριότερα παθογόνα βακτήρια σε συνάρτηση με τις ασθένειες που προκαλούν και με τα τρόφιμα που σχετίζονται αυτά.

ΒΑΚΤΗΡΙΑ	ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΑΣΘΕΝΕΙΩΝ	ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΑ ΤΡΟΦΙΜΑ
Clostridium botulinun	Νευροτοξικό σύνδρομο, αναπνευστική δυσκολία, θολή όραση, απώλεια βασικών λειτουργιών, θάνατος. Ο χρόνος επώασης κυμαίνεται από 12 έως 36 ώρες.	Χαμηλής οξύτητας κονσερβοποιημένα τρόφιμα, κρέας, ψάρι, λαχανικά.
Clostridium perfringens	Ναυτία, εμετός, διάρροια και έντονο κοιλιακό άλγος. Ο χρόνος επώασης κυμαίνεται από 8 έως 22 ώρες. Η διάρκεια της ασθένειας είναι μικρή (12-24h).	Κακώς επεξεργασμένο βόειο κρέας (roast beef).
Salmonella spp	Ναυτία, εμετός, κοιλιακό άλγος, διάρροια, πυρετός. Ο χρόνος επώασης είναι 6-48 ώρες. Η διάρκεια της ασθένειας 1-7 ημέρες.	Βοδινό, γαλοπούλα, χοιρινό, κοτόπουλο, αυγά, ιχθυρά, σοκολάτα, ζωοτροφές.
Listeria monocytogenes	Τα υγιή άτομα εμφανίζουν ελαφριά συμπτώματα. Έντονες μορφές λιστερίωσης προκαλούν σηψαιμία, μηνιγγίτιδα, αποβολές και εγκεφαλίτιδα στις έγκυες γυναίκες.	Ακατέργαστο γάλα, μαλακό τυρί, παγωτό, ακατέργαστα λαχανικά και προϊόντα κρέατος, μαγειρεμένα πουλερικά και καπνιστά κρέατα – ψάρια.
Staphylococcus aureus	Ναυτία, εμετός, διάρροια κοιλιακοί σπασμοί και εξάντληση. Τα συμπτώματα είναι έντονα. Ο χρόνος επώασης κυμαίνεται από 30 min έως 8 ώρες. Η διάρκεια είναι συνήθως από 24-48h.	Ζαμπόν, γαλοπούλα, κοτόπουλο, χοιρινό, βοδινό, αυγά, σαλάτες, προϊόντα άρτου, γάλα και γαλακτοκομικά.
Campylobacter jejuni	Πυρετός, πονοκέφαλος, ναυτία, μυϊκοί πόνοι, διάρροια. Ο χρόνος επώασης είναι 2-5 ημέρες και η ασθένεια διαρκεί 7-10 ημέρες.	Ακατέργαστο γάλα, κοτόπουλο, προϊόντα κρέατος.

1.2.1.2. Χημικοί κίνδυνοι

Όσον αφορά τους χημικούς κινδύνους, όλα τα τρόφιμα αποτελούνται από χημικές ουσίες, μερικές από τις οποίες μπορεί να είναι τοξικές. Από την άλλη πλευρά, σε διάφορα τρόφιμα προστίθενται χημικές ουσίες που δεν επιτρέπεται να βρεθούν στα τρόφιμα, ενώ για ορισμένες χημικές ουσίες έχουν θεσπιστεί ανώτατα επιτρεπτά όρια. Οι δύο κύριες κατηγορίες χημικών κινδύνων στα τρόφιμα είναι οι φυσικά απαντώμενες χημικές ουσίες – ενώσεις και οι πρόσθετες χημικές ενώσεις (για λόγους τεχνολογίας, συντήρησης κτλ.). Οι φυσικά απαντώμενες είναι οι μυκοτοξίνες (πχ.αφλατοξίνες), η ισταμίνη, τα διάφορα αλκαλοειδή και οι φυτοαιμαγλουτινίνες. Οι πρόσθετες χημικές ενώσεις είναι τα γεωργικά χημικά (εντομοκτόνα, μυκητοκτόνα, λιπάσματα), τα κτηνιατρικά φάρμακα (αντιβιοτικά, ορμόνες), τα τοξικά βαρέα μέταλλα και ενώσεις (Pb, Cb, Hg, As, Sb), τα συντηρητικά - τεχνολογικά πρόσθετα (νιτρικά, νιτρώδη, χρωστικές κτλ.), τα χημικά εγκατάστασης (λιπαντικά, καθαριστικά, απολυμαντικά κ.τ.λ) και οι πλαστικοποιητές από υλικά συσκευασίας.

Τα πρόσθετα ανήκουν στην κατηγορία των χημικών κινδύνων και είναι ουσίες ή μίγματα ουσιών, εκτός των βασικών συστατικών, οι οποίες περιέχονται στα τρόφιμα ως αποτέλεσμα της παραγωγής, της επεξεργασίας και της συσκευασίας τους». Τα πρόσθετα είναι ουσίες ή μίγματα ουσιών που προστίθενται στα τρόφιμα σκόπιμα και όχι τυχαία. Είναι κατηγορίες φυσικών υλικών που χρησιμοποιούνται, ως συστατικά, σε πολύ μικρή αναλογία (κάτω του 1%) και είναι απολύτως απαραίτητα για την παραγωγή ορισμένων κατηγοριών τροφίμων. Η χρήση τους βοηθάει να αποκτήσουν αυτά τα τρόφιμα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ή να βελτιώσουν ορισμένες ιδιότητές τους, έτσι ώστε να ανταποκρίνονται τα προϊόντα στις αυξημένες απαιτήσεις των καταναλωτών για ποιότητα, υγιεινή και σταθερότητα. Αν και πολλές από αυτές τις ουσίες τις γνωρίζουμε σαν καρυκεύματα, ή σαν συστατικά της καθημερινής μαγειρικής μας, στην πραγματικότητα χρησιμοποιούνται ως πρόσθετα³.

Τα πρόσθετα πρέπει να καθορίζονται με βάση την κατηγορία τους (π.χ. χρωστική ή συντηρητικό) και γι' αυτό αυτά που χρησιμοποιούνται στα τρόφιμα αναγράφονται στη συσκευασία τους με τον εξής τρόπο: πρώτα αναφέρεται η κατηγορία στην οποία ανήκουν και μετά ακολουθεί ο κωδικός «Ε» που σημαίνει «Ευρώπη» με τον αριθμό ταξινόμησης του υλικού

³ Για παράδειγμα το αλάτι, το ξύδι και το λεμόνι βοηθούν στην καλύτερη συντήρηση των τροφίμων, η ντομάτα δίνει γεύση με τη σχετικά υψηλή περιεκτικότητά της σε γλουταμινικό, ενώ πρόσφατα συνειδητοποιήσαμε ότι η ρίγανη, το θυμάρι, το δενδρολίβανο έχουν ισχυρές αντιοξειδωτικές ιδιότητες.

ή απλά το όνομά του. Η αναφορά της κατηγορίας των προσθέτων απαιτείται προκειμένου να είναι σε θέση ο καταναλωτής να κατανοεί τον ρόλο του εν λόγω προσθέτου.

Το γεγονός ότι ένα πρόσθετο μπορεί να χαρακτηρίζεται με ένα αριθμό «E» δεν έχει καμία σχέση με το αν γίνεται δεκτό ή, αντίθετα με τη βλαβερότητα του, διότι αυτό το σύστημα αρίθμησης είναι μόνο ένα μέσο καθορισμού της ταυτότητας του. Σε γενικές γραμμές οι κατηγορίες προσθέτων είναι:

☀ E 100 έως 199: χρωστικές

☀ E 200 έως 299: συντηρητικά

☀ E 300 και πάνω για όλες τις υπόλοιπες κατηγορίες.

Ο ρόλος των προσθέτων είναι ανάλογος με τη δράση τους. Πρόσθετα που μεταβάλλουν τη φυσική κατάσταση των τροφίμων χρησιμοποιούνται τόσο για την εμφάνιση όσο και ως βοηθήματα για τη βιομηχανική επεξεργασία τους. Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται ξηραντικά, υγραντικά, διογκωτικά, γαλακτοματοποιητές, σταθεροποιητές, πηκτικά μέσα, χρώματα κ.λ.π. π.χ. οι σταθεροποιητές χρησιμοποιούνται στη μαγιονέζα και σε κρέμες ζαχαροπλαστικής για να μην κόβουν. Αντιαφριστικές ουσίες χρησιμοποιούνται στις λιπαρές ύλες για να μην αφρίζουν στο τηγάνισμα.

Στα πρόσθετα που μεταβάλλουν τη χημική κατάσταση περιλαμβάνονται οξέα, αλκάλια, συντηρητικά, αντιοξειδωτικά, λευκαντικές ύλες. Πρόσθετα που μεταβάλλουν την εντύπωση στις αισθήσεις περιλαμβάνουν χρώματα, αρώματα κ.λ.π. Τα πρόσθετα αυτά προορίζονται για να επενεργούν στην οσμή, τη γεύση και την οπτική εντύπωση.

Θρεπτικά πρόσθετα χρησιμοποιούνται για να βελτιώσουν τη βιολογική αξία ορισμένων τροφών, ώστε να αποφευχθούν ελλείψεις στη διατροφή. Πολλές φορές στα τρόφιμα που έχουν χάσει ορισμένα συστατικά κατά την επεξεργασία ή διατήρηση προστίθενται βιταμίνες, αμινοξέα και ανόργανα άλατα π.χ. βιταμίνες A, D και C, καροτένιο, θειαμίνη, ριβοφλαβίνη κ.ά. Επίσης πρέπει να αναφερθούν και οι αντιμικροβιακοί παράγοντες που χρησιμοποιούνται σαν πρόσθετα (συντηρητικά, αντιβιοτικά). Στους αντιμικροβιακούς παράγοντες περιλαμβάνονται και φυσικές μέθοδοι, όπως παστερίωση και ακτινοβολία.

Τα άτομα που πρέπει να προσέχουν τα πρόσθετα στα τρόφιμα είναι αυτά που ανήκουν σε ειδικές ομάδες πληθυσμού, όπως είναι τα παιδιά, οι ηλικιωμένοι, οι άρρωστοι, αυτοί που παίρνουν φάρμακα.

Η Ευρωπαϊκή και Εθνική Νομοθεσία προβλέπει για όλα τα πρόσθετα τα συγκεκριμένα τρόφιμα στα οποία χρησιμοποιούνται, τον σκοπό για τον οποίο χρησιμοποιούνται και την αναλογία χρήσης τους. Επίσης η Βιομηχανία Τροφίμων χρησιμοποιεί τα πρόσθετα μόνο όταν η χρήση τους είναι απόλυτα επιβεβλημένη, όταν η ασφάλεια της χρήσης τους έχει επιστημονικά τεκμηριωθεί και επιβεβαιωθεί, μέσα από διαδικασίες συνεχούς ελέγχου και έχουν ενσωματωθεί στη σχετική Εθνική και Ευρωπαϊκή Νομοθεσία. Οι αρχές της κάθε χώρας διατηρούν το δικαίωμα να απαγορεύσουν τη χρήση ενός πρόσθετου έστω και αν αυτό περιλαμβάνεται στον κοινοτικό κατάλογο εγκεκριμένων προσθέτων – εάν κρίνουν ότι βλάπτει την υγεία των καταναλωτών. Προς το παρόν δεν έχουν υπάρξει ουσιαστικές ενέργειες που να αφορούν την κατάρτιση του καταλόγου κοινώς αποδεκτών προσθέτων απ’ όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αν όμως εφαρμοστεί ο κατάλογος αυτός, το αποτέλεσμα θα είναι να γενικευτεί η χρησιμοποίηση των προσθέτων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα πράγμα το οποίο θα υποχρεώσει ορισμένες χώρες να επιτρέψουν τη χρήση προσθέτων που αυτή τη στιγμή είναι απαγορευμένα για την παρασκευή ορισμένων προϊόντων τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Οδηγός του Ευρωπαίου Καταναλωτή στην Ενιαία Αγορά»).

Γενικά ο έλεγχος των χημικών κινδύνων μπορεί να γίνει με υπογραφή συμβολαίου ανάμεσα στον παραγωγό και προμηθευτή των πρώτων υλών, με επιλογή των κατάλληλων προμηθευτών για τις πρώτες ύλες, με ικανοποίηση των σωστών προδιαγραφών για τις πρώτες ύλες, με παροχή πιστοποιητικών από τους προμηθευτές, με επιθεωρήσεις στα εισερχόμενα στην εγκατάσταση τρόφιμα, με απομάκρυνση των χημικών κινδύνων κατά την επεξεργασία, με εφαρμογή των απαιτήσεων της Ορθής Βιομηχανικής Πρακτικής (GMP), με καλές συνθήκες επεξεργασίας και αποθήκευσης, με χρήση υλικών συσκευασίας που ικανοποιούν τις προδιαγραφές και με καταγραφή και αρχειοθέτηση των ποσοτήτων όλων των προστιθέμενων στα τρόφιμα χημικών.

1.2.1.3 Φυσικοί κίνδυνοι

Οι φυσικοί κίνδυνοι περιγράφονται συχνά ως ξένα αντικείμενα και περιλαμβάνουν οποιαδήποτε φυσικά υλικά, τα οποία δεν βρίσκονται υπό φυσιολογικές συνθήκες στα τρόφιμα και μπορούν να προκαλέσουν ασθένειες ή τραύματα στον καταναλωτή.

Οι μέθοδοι για τον έλεγχο των φυσικών κινδύνων περιλαμβάνουν την ικανοποίηση προδιαγραφών για τις πρώτες ύλες και τον έλεγχο αυτών, σε συνδυασμό με τις εγγυήσεις και τις πιστοποιήσεις των προμηθευτών. Επίσης, είναι διαθέσιμα πολυάριθμα προληπτικά μέτρα για την ανίχνευση και απομάκρυνση συγκεκριμένων φυσικών κινδύνων όπως ανιχνευτές μετάλλων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό και την αφαίρεση μεταλλικών αντικειμένων

από τα τρόφιμα, οι ανιχνευτές με χρήση ακτινών Χ, εκπαίδευση και οι πρακτικές υγιεινής των εργαζομένων κ.ά.

Πίνακας 1.2.2: Σημαντικότεροι φυσικοί κίνδυνοι σε συνάρτηση με τις επιπτώσεις τους στην υγεία των καταναλωτών και με τις πηγές προέλευσής τους

<u>ΥΛΙΚΟ</u>	ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ	ΠΗΓΗ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
Γυαλί	Τραύματα, αιμάτωμα	Φιάλες, σκεύη, φωτιστικά
Ξύλο	Τραύματα, μόλυνση, πνιγμός	Χωράφια, παλέτες, κουτιά, κτίρια
Πέτρες	Πνιγμός, σπάσιμο δοντιών	Χωράφια, κτίρια
Μέταλλα	Τραύματα, μόλυνση	Εξοπλισμός, σύρματα, Εργαζόμενοι
Οστά	Πνιγμός, τραύματα	Επεξεργασία
Πλαστικά	Τραύματα, μόλυνση πνιγμός	Υλικά συσκευασίας
Υλικά προερχόμενα από προσωπικό	Τραύματα, σπάσιμο δοντιών, μόλυνση, πνιγμός	Εργαζόμενοι

1.2.4 Βιοτεχνολογία – γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα (ΓΤΤ)

Η βιοτεχνολογία, ή η δυνατότητα τροποποίησης της γενετικής δομής ζωντανών οργανισμών για τη βελτίωση ορισμένων χαρακτηριστικών τους, προσφέρει τεράστιες ευκαιρίες για το μέλλον. Οι τεχνικές αυτές μπορούν να αυξήσουν την παραγωγικότητα των καλλιεργήσιμων ειδών, αυξάνοντας την ανθεκτικότητά τους σε βλαβερούς οργανισμούς και μπορούν να βελτιώσουν τη θρεπτική αξία των τροφίμων.

Ωστόσο το πλατύ κοινό έχει εκφράσει αρκετές επιφυλάξεις σχετικά μ' αυτή τη νέα τεχνολογία. Για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θεσπίσει ένα αυστηρό σύνολο κανόνων για να εξασφαλίσει ότι αυτά τα νέα τρόφιμα είναι εξίσου ασφαλή με τις παραδοσιακές ποικιλίες που οι άνθρωποι έτρωγαν επί αιώνες χωρίς δυσμενείς επιδράσεις. Η Ε.Ε έχει καθιερώσει επίσης αυστηρούς κανόνες επισήμανσης, έτσι ώστε οι καταναλωτές να ενημερώνονται πλήρως σχετικά με τα τρόφιμα που περιέχουν συστατικά που παράγονται με τη χρήση της βιοτεχνολογίας.

Προτού τα βιοτεχνολογικά προϊόντα μπορέσουν να πωληθούν για κατανάλωση από τον άνθρωπο, οι κατασκευαστές τους πρέπει να υποβάλλουν λεπτομερείς φακέλους σχετικά με τα προϊόντα, έτσι ώστε τα νομοθετικά όργανα της Ε.Ε να μπορούν να διαπιστώσουν εάν υπάρχει

κάποιος κίνδυνος για τη δημόσια υγεία. Στην περίπτωση των τροφίμων αυτών, που είναι γνωστά ως «νέα τρόφιμα» στην ορολογία της Ε.Ε, η κάθε αίτηση αξιολογείται από μια ειδική επιστημονική επιτροπή που αποτελείται από ανεξάρτητους ειδικούς επιστήμονες, οι οποίοι γνωμοδοτούν σχετικά με την ασφάλεια της κατανάλωσης ορισμένων τροφίμων. Οι συστάσεις της επιτροπής εξετάζονται από τη μόνιμη επιτροπή τροφίμων, η οποία αποτελείται από δημοσίους υπαλλήλους από όλα τα 15 κράτη μέλη της Ε.Ε. Εάν τα κράτη μέλη διατηρούν ανησυχίες σχετικά με την ασφάλεια των νέων τροφίμων, μπορούν να εκφράσουν τις ανησυχίες αυτές και ενδεχομένως να εμποδίσουν την έγκριση του νέου προϊόντος.

Ένα γενετικά τροποποιημένο μπορεί να φθάσει σε σας με τους ακόλουθους τρόπους:

- ☀ με την αγορά φρέσκων φρούτων και λαχανικών
- ☀ με την αγορά οποιουδήποτε επεξεργασμένου τροφίμου
- ☀ με το φαγητό έξω από το σπίτι.

Από τα φρέσκα τρόφιμα χρειάζονται ιδιαίτερη προσοχή τα: καλαμπόκι, τομάτες, πατάτες, παντζάρια, κίτρινη κολοκύθα. Γι' αυτό:

- Ρωτάτε πάντα την προέλευσή τους. Αν είναι εισαγωγής, υπάρχουν περισσότερες πιθανότητες να είναι γενετικά τροποποιημένα.
- Ρωτάτε πάντα αν είναι γενετικά τροποποιημένο.
- Να είστε επιφυλακτικοί με κάθε παρέκκλιση από τα συνήθη χαρακτηριστικά των προϊόντων (άρωμα, γεύση, χρώμα, μέγεθος). Αν δεν είναι αποτέλεσμα γενετικής παρέμβασης, είναι πιθανότατα χημικής.
- Αξίζει να παρατηρείτε τις ιδιότητες ενός προϊόντος π.χ αν αργεί να σαπίσει ή όχι, αν μαγειρεύεται γρήγορα ή όχι.
- Για κάθε χαρακτηριστικό που εντοπίζετε ότι είναι διαφορετικό απ' αυτό που εσείς γνωρίζετε, συζητείστε το με τον προμηθευτή και ζητήστε εξηγήσεις οι οποίες θα πρέπει να είναι λογικές και πειστικές.

Εναλλακτικά μπορείτε να αγοράζετε προϊόντα βιολογικής καλλιέργειας που έχουν σφραγίδα πιστοποίησης από επίσημο φορέα.

Αυτά που πρέπει να θυμάστε για τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα είναι:

- Τα εισαγόμενα τρόφιμα από τις Η.Π.Α. δεν πρόκειται να αναφέρουν ότι είναι γενετικά τροποποιημένα.

- Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα των Η.Π.Α. μπορεί να περιέχουν γάλα με την «ανασυνδυασμένη βόειο αυξητική ορμόνη» (rBST ή rBGH).
- Τα γαλακτοκομικά προϊόντα προερχόμενα από τις Η.Π.Α., μπορεί να έχουν την αρνητική επισήμανση: «rBST-free» ή «rBGH-free» γεγονός που σας διευκολύνει να τα αγοράσετε.
- Να ρωτάτε για την προέλευση του κρέατος, τον τρόπο διατροφής των ζώων από τα οποία προέρχεται, και να απαιτείται να αναγράφονται αυτά σε πινακίδα.
- Κάποια είδη ψωμιού και διάφορα αρτοκατασκευάσματα μπορεί να περιέχουν το συστατικό (και να το αναγράφουν) «νταφ-κοντίσιονερ» (dough conditioner). Αυτό είναι το κωδικό όνομα της μαγιάς που αποτελείται από γενετικά τροποποιημένα ένζυμα και άλλα συστατικά.
- Πολλές κατηγορίες τυριών (ιδιαίτερα τα εισαγόμενα) μπορεί να έχουν παρασκευαστεί με τη βοήθεια του ενζύμου χυμοσίνη, προϊόντος γενετικά τροποποιημένου μικροοργανισμού.
- Ρωτήστε τον υπεύθυνο του καταστήματος γιατί δεν το αναγράφει ο ίδιος στο ράφι που βρίσκεται το προϊόν, ή στο ίδιο το τρόφιμο εφ' όσον είναι ο εισαγωγέας του.

Τα άτομα που πρέπει να είναι ιδιαίτερα προσεκτικά στα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα είναι αυτά που υποφέρουν από τροφογενείς αλλεργίες, αυτά που είναι ελκοπαθή και βρίσκονται σε θεραπεία με αντιόξινα, αυτά που έχουν μειωμένη έκκριση υδροχλωρικού οξέος λόγω πάθησης (αχλωρυδρία) ή μεγάλης ηλικίας, αυτά που υποφέρουν από την ασθένεια στεατόρροια (κοιλιοκάκη) και επίσης τα άτομα που έχουν παιδιά, οι πιθανότητες αλλεργικής ή τοξικής δράσης των γενετικά τροποποιημένων τροφίμων είναι μεγαλύτερες γι' αυτά (Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ «Γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα»).

1.2.5 Αντιλήψεις για την ασφάλεια και την ποιότητα των τροφίμων

Οι καταναλωτές προσδοκούν τα τρόφιμα να είναι υγιεινά, θρεπτικά μα πάνω απ' όλα ασφαλή. Εντούτοις, οι ασθένειες που προέρχονται από τρόφιμα είναι αυξημένες σε αριθμό στις βιομηχανοποιημένες χώρες οι οποίες υποφέρουν από τροφικές ασθένειες κάθε χρόνο. Αρκετές κρίσεις όπως η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια, η μόλυνση με μικροβιοκτόνα, η χρήση προσθέτων, η παράνομη χρήση αυξητικών ορμονών και η μόλυνση με διοξίνες έχουν επηρεάσει αρνητικά την εμπιστοσύνη του καταναλωτή όχι μόνο στους παραγωγούς τροφίμων αλλά και στο κράτος (Maunsell and Bolton, 2005).

Πολλοί παράγοντες επηρεάζουν την αντίληψη του καταναλωτή για την ασφάλεια τροφίμων. Η έρευνα του καθηγητή Richard Shepherd στο Πανεπιστήμιο Surrey στην Αγγλία έδειξε ότι τα στοιχεία που μπορούν να επηρεάσουν τη δημόσια αντίληψη για το ρίσκο ασφάλειας στα τρόφιμα είναι η σοβαρότητα των συνεπειών του ρίσκου και τα χαρακτηριστικά του. Παραδείγματος χάριν οι καταναλωτές που συμμετείχαν στην έρευνα των Maunsell και Bolton (2005) θεώρησαν ότι η σαλμονέλα είναι ένας φυσικός κίνδυνος στα τρόφιμα και ότι θα μπορούσαν να την ελέγξουν μέσω των κατάλληλων πρακτικών χειρισμού τροφίμων. Εντούτοις οι ίδιοι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονταν την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και την ασθένεια Creutzfeldt-Jakob ως θανατηφόρες και ένοιωθαν λίγο προσωπικό έλεγχο σε αυτές.

Το ενδιαφέρον του καταναλωτή για το ρίσκο στα τρόφιμα έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια ενώ την ίδια στιγμή η εμπιστοσύνη στην κυβέρνηση και τη βιομηχανία για το χειρισμό αυτού του θέματος έχει διαβρωθεί σημαντικά με αποτέλεσμα να ενισχυθούν οι αντιλήψεις για τους κινδύνους στα τρόφιμα.

Ένα από τα πιο δύσκολα προβλήματα που σχετίζονται με την εκτίμηση των αντιλήψεων για το ρίσκο είναι ότι τα άτομα, οι οργανισμοί και οι δημόσιες εταιρείες καθορίζουν και αντιλαμβάνονται το ρίσκο διαφορετικά. Οι ασχολούμενες με τη στατιστική χρησιμοποιούν τις πιθανότητες θανάτου, αναπηρίας, ασθένειας ή κάποιας αρνητικής συνέπειας για να ορίσουν το ρίσκο. Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν το κόστος αυτών των αρνητικών γεγονότων για να ορίσουν τον κίνδυνο. Επίσης οι καταναλωτές χρησιμοποιούν αυτά τα μέτρα, αλλά καθορίζουν την αντίληψη τους σε σχέση με θέματα όπως η έλλειψη ελέγχου, ο φόβος, η προσβολή, το ενδεχόμενο καταστροφής, η ευκολία συστολής και η μεταβλητότητα της διανομής των κινδύνων και των οφελών (Starbird and Baker, 2004).

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα αποτελέσματα του «Ευρωβαρόμετρου για την αντίληψη των διατροφικών κινδύνων» της Eurostat (2006) που έδειξαν ότι οι ευρωπαίοι πολίτες συνδέουν τα τρόφιμα κατά βάση με θετικές αισθήσεις όπως η γεύση (31%) και η ευχαρίστηση (29%) ενώ επιπλέον θεωρείται ως ζωτική ανάγκη (27%). Αντιθέτως η σύνδεση του τροφίμου με τη διατήρηση της υγείας και την εμφάνιση συγκεκριμένων ασθενειών (παχυσαρκία, ασθένειες σχετιζόμενες με την παρουσία χημικών στα προϊόντα κλπ.) έπεται σε ποσοστό περίπου 20%. Περίπου δύο στους πέντε ευρωπαίους βασίζουν την αγοραστική τους επιλογή στην ποιότητα και την τιμή του τροφίμου. Σχεδόν το 20% των ερωτηθέντων θέτουν ως βασικό τους κριτήριο την εμφάνιση του προϊόντος, ενώ παράμετροι όπως η γεύση και οι οικογενειακές προτιμήσεις έπονται με ποσοστό γύρω στο 15%. Είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι η βελτίωση της υγείας μέσα

από τη βελτίωση των διατροφικών συνηθειών δεν αποτελεί προτεραιότητα για τους ευρωπαίους, αφού μόλις το 10% θεωρεί μία τέτοια επιλογή ως βασικό αγοραστικό κριτήριο.

Όσον αφορά την κατάταξη των διαφόρων τροφικών κινδύνων οι περισσότεροι καταναλωτές (>60%) στην έρευνα της Eurostat ταξινόμησαν στην κορυφή της λίστας επικινδυνότητας την παρουσία φυτοφαρμάκων, κυρίως σε διάφορα είδη φρούτων και λαχανικών ή και αντιβιοτικών σε ζωικά προϊόντα. Σημαντική είναι και η ανησυχία (55-58%) των ευρωπαίων σχετικά με τον κίνδυνο από την παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών στα τρόφιμα (π.χ. σαλμονέλας σε κοτόπουλα κλπ.) ή την παρουσία νέων ιών στη διατροφική αλυσίδα (π.χ. Avian Influenza). Αξίζει να σημειωθεί ότι η έρευνα έλαβε χώρα σε μια περίοδο που η «γρίπη των πουλερικών» δεν ήταν σε πλήρη έξαρση. Η παρουσία γενετικά τροποποιημένων ουσιών, η χρήση προσθέτων και συντηρητικών καθώς και η περιοδική εμφάνιση διαφόρων ζωνοόσων (π.χ. «νόσος τρελών αγελάδων») ανησυχούν σημαντικό αριθμό ευρωπαίων (50-55%) όπως και η εμφάνιση τροφικών αλλεργιών, σε μικρότερο ποσοστό (40-45%) όμως.

Τέλος είναι ενδιαφέρον, ότι ενώ οι καταναλωτές αξιολογούν ως σημαντικούς τους κινδύνους που σχετίζονται με εξωγενείς παράγοντες, ουσιαστικά δικαιολογούν τους εαυτούς τους ταξινομώντας ως τελευταίο στοιχείο κινδύνου στη λίστα τα προβλήματα που οφείλονται στη δική τους συμπεριφορά όπως είναι η ακατάλληλη μεταχείριση και συντήρηση των τροφίμων (Maunsell and Bolton, 2005).

1.3 Αντιδράσεις των καταναλωτών στις κρίσεις του κλάδου τροφίμων

Οι κοινωνιολόγοι έχουν διαχωρίσει την αντίδραση του καταναλωτή στις κρίσεις των τροφίμων στα εξής στάδια:

- το στάδιο της μη πληροφόρησης το οποίο δεν χαρακτηρίζεται από κάποια ανησυχία.
- το στάδιο της πληροφόρησης το οποίο καταλήγει σε ευαισθητοποίηση του κοινού.
- το στάδιο των νέων που ελίσσονται και καταλήγουν στην αποφυγή του προϊόντος.
- το στάδιο της μειωμένης προσοχής των μέσων, το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί σε επίμονη ανησυχία. Οι αντιδράσεις στις τροφικές κρίσεις περιλαμβάνουν μειωμένη κατανάλωση, στροφή σε εναλλακτικά υποκατάστατα προϊόντα και αναζήτηση πληροφοριών.

Η βελτίωση της διατροφής είναι μια λύση για ενθάρρυνση των ατόμων να ακολουθήσουν πιο υγιεινές συνήθειες για να βελτιώσουν την ποιότητα ζωής τους. Τι γίνεται όμως στην περίπτωση που πιστεύουν ότι η μόλυνση, η τρομοκρατία, ή ένα γενετικό συμβάν μπορεί να απειλήσει την προσφορά των τροφίμων; Η συμπεριφορά των καταναλωτών σε μια κατάσταση κρίσης δεν είναι πάντα σύμφωνη με το πραγματικό επίπεδο του κινδύνου που αντιμετωπίζουν. Παρά τις τρεις δεκαετίες έρευνας, η κατανόηση της εκτίμησης ρίσκου παραμένει ασυνάρτητη. Ένα σημαντικό θέμα είναι ότι τα άτομα αντιδρούν διαφορετικά στον κίνδυνο. Μπορούν να διαφέρουν ανάλογα με την οικειότητα τους με τον κίνδυνο, τη σοβαρότητα του, την εγγύτητα του, τις συνέπειες και το βαθμό στον οποίο μπορεί να αποφευχθεί (Wansink, 2004).

1.3.1 Διαχείριση αντιδράσεων των καταναλωτών στις κρίσεις του κλάδου τροφίμων

Οι ασχολούντες με το μάρκετινγκ για θέματα αντίδρασης των καταναλωτών στις κρίσεις του κλάδου τροφίμων θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη εάν η κατανάλωση τροφίμων μιας χώρας επηρεάζεται πιο πολύ από τις αντιλήψεις για το ρίσκο ή από τις στάσεις σε αυτό. Η σχετική επίδραση των δύο στην κατανάλωση εξαρτάται, μεταξύ άλλων, από την ακρίβεια της γνώσης για την πιθανότητα να επηρεαστεί η υγεία από κάποιο τρόφιμο.

Εάν η πιθανότητα αποφυγής μιας ασθένειας δεν είναι ακριβώς γνωστή, η θεωρία προτείνει διαφορετικές πολιτικές για διαφορετικούς τύπους χωρών. Η έρευνα των Pennings et al (2002) έδειξε ότι αν λάβουμε υπόψη την κρίση της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας σε χώρες όπως οι ΗΠΑ, τότε απαιτούνται σκληρά μέτρα για να εμποδιστεί μια τέτοια κρίση διότι οι στάσεις στον κίνδυνο είναι αυτές οι που οδηγούν στην κατανάλωση και λίγα πράγματα μπορούν να γίνουν για να αλλάξουν αυτές οι στάσεις. Αυτό σημαίνει έλεγχος και σφαγή όλων των

ύποπτων αγελάδων. Εντούτοις σε χώρες όπως η Γερμανία, οι παράμετροι που καθοδηγούν τη συμπεριφορά του καταναλωτή είναι και οι αντιλήψεις για τον κίνδυνο και οι στάσεις σε αυτόν. Αυτό ενέχει όχι μόνο την ανάγκη για σκληρά μέτρα αλλά επίσης και εκτεταμένη διοχέτευση των πληροφοριών από την κυβέρνηση, τη βιομηχανία και τα ΜΜΕ. Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ και τη Γερμανία, η συμπεριφορά του καταναλωτή στην Ολλανδία καθοδηγείται κυρίως από τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο. Σε αυτή την περίπτωση, η αληθινή και ειλικρινής επικοινωνία εκ μέρους της κυβέρνησης και της βιομηχανίας βοδινού θα ήταν πιο αποτελεσματική απ' ό,τι μια μαζική σφαγή αγελάδων.

1.3.2 Επικοινωνία και διαχείριση ρίσκου

**«Η εμπιστοσύνη είναι καλή,
αλλά ο έλεγχος είναι
καλύτερος». Lenin Vladimir**

Η ανάγκη επικοινωνίας ρίσκου έχει αναγνωριστεί ως αναγκαία εδώ και καιρό από τους διάφορους επιστήμονες και εμπλεκόμενες με τις εταιρείες παροχής τροφίμων και άλλων υπηρεσιών. Εντούτοις υπήρξε μια αλλαγή στην προσέγγιση αυτού του θέματος. Στο παρελθόν, οι καταναλωτές θεωρούνταν ως παθητικοί δέκτες των πληροφοριών για το ρίσκο και συχνά παρερμήνευαν τα δεδομένα. Εντούτοις, τα τελευταία χρόνια τώρα αναγνωρίζεται ότι η επικοινωνία ρίσκου πρέπει να είναι μια διαδικασία που να περιέχει και συμβουλευτική διάσταση. Με βάση τις πολυάριθμες κρίσεις στην ασφάλεια των τροφίμων κατά τις δεκαετίες 1980 και 1990, ο βασικός στόχος της επικοινωνίας ρίσκου είναι να βελτιώσει την διαφάνεια και έτσι να αυξήσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στην αλυσίδα τροφίμων (Maunsell and Bolton, 2005).

Για να μειωθεί το ρίσκο από τα τρόφιμα ενισχύθηκαν νέα συστήματα για τον έλεγχο της ασφάλειας των τροφίμων κατά την παραγωγή και την επεξεργασία. Εντούτοις, η τελική προετοιμασία του τροφίμου πριν το σερβίρισμα είναι το μόνο αποτελεσματικό μέσο για την εξάλειψη πολλών ασθενειών που προκαλούνται από μικροοργανισμούς των τροφίμων. Γι' αυτό το λόγο, η αποτελεσματική επικοινωνία ρίσκου είναι αναγκαία όχι μόνο για να ενημερώσει τους καταναλωτές αλλά και τους παραγωγούς τροφίμων πάνω σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, δηλαδή για τα στάδια που μπορούν να ληφθούν για τον έλεγχο αυτών των κινδύνων και ως εκ τούτου για την παρεμπόδιση τροφικών ασθενειών (Maunsell and Bolton, 2005).

Η βιβλιογραφία παραθέτει τρεις στόχους της επικοινωνίας ρίσκου και οι οποίοι αλληλοσχετίζονται. Ο πρώτος στόχος της επικοινωνίας ρίσκου είναι να εκπαιδεύσει το κοινό για

τις σωστές πρακτικές χειρισμού των τροφίμων αλλά και για θέματα υγιεινής διατροφής. Για παράδειγμα εκτιμήθηκε ότι η κατανόηση των μικροβιολογικών κινδύνων και της διατροφής από τους καταναλωτές θα βελτιώσει τη δημόσια υγεία. Ο δεύτερος στόχος της επικοινωνίας ρίσκου είναι να μειώσει τις άσκοπες και βιαστικές αντιδράσεις των καταναλωτών σε κρίσεις στον κλάδο τροφίμων όπως είναι η διακοπή της κατανάλωσης κάποιου προϊόντος, ή μερικών προϊόντων, ακόμη και αν οι κίνδυνοι είναι πολύ μικροί ή αβέβαιοι. Ο τρίτος στόχος είναι να ενθαρρύνει τα άτομα να αποδεχτούν τις τεχνολογικές αλλαγές, όπως είναι η εφαρμογή της γενετικής τροποποίησης στα τρόφιμα και στη γεωργία (Hansen et al, 2003).

Με βάση τα πιο πάνω κρίνεται αναγκαία η γνώση περισσότερων στοιχείων για το πως οι άνθρωποι καθορίζουν και ερμηνεύουν το ρίσκο. Ως εκ τούτου η κατανόηση της δημόσιας αντίληψης για το ρίσκο είναι κρίσιμη για την επιτυχία της επικοινωνίας ασφάλειας των τροφίμων και την αντίληψη της νέας τεχνολογίας (Knox, 2000).

Η έρευνα των Maunsell and Bolton, (2005) έδειξε ότι οι καταναλωτές ως ομάδα χωρίζονται και υποκατηγοριοποιούνται σε πολλά διαφορετικά τμήματα, επιδεικνύοντας διαφορετικά επίπεδα αναζήτησης πληροφοριών. Η αποτελεσματική επικοινωνία ρίσκου σε ένα μεγάλο ετερογενή πληθυσμό είναι πολύ δύσκολη, εάν όχι αδύνατη.

Τα μέτρα για τη διαχείριση ρίσκου κατηγοριοποιούνται σε αληθινά μέτρα και σε βοηθητικά μέτρα. Τα αληθινά μέτρα εστιάζονται σε συστηματική αφαίρεση του κινδύνου και βασίζονται στο σύστημα HACCP⁴ (Hazard Analysis Critical Control Points) ή σε κάποιο άλλο εναλλακτικό σύστημα. Σε μερικές περιπτώσεις αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την απομόνωση της αιτίας του προβλήματος. Σε άλλες περιπτώσεις μπορεί να περιλαμβάνει την εξάλειψη όλων των ύποπτων μολύνοντων υλικών. Επίσης τα αληθινά μέτρα διαχείρισης ρίσκου παρέχουν πληροφορίες στους καταναλωτές για ενδεχόμενους κινδύνους και τους εκπαιδεύουν να αναζητήσουν πηγές και τρόπους αντιμετώπισης τους. Τα βοηθητικά μέτρα δεν περιλαμβάνουν την αιτία του προβλήματος, απλά προσπαθούν να εκτοπίσουν την αρνητική προσοχή (Wansink, 2004).

⁴ Το HACCP είναι μια διαδικασία επιθεώρησης της ασφάλειας των τροφίμων το οποίο εφαρμόζεται στη βιομηχανία τροφίμων. Το HACCP βοηθά τις εταιρείες να αναγνωρίσουν τα κρίσιμα σημεία στα οποία βιολογικοί, χημικοί και φυσικοί κίνδυνοι θα μπορούσαν να προκύψουν κατά το σχεδιασμό ενός προϊόντος, κατά την κατασκευή ή τη διανομή του, και μετά εισάγει εμποδιστικά μέτρα σε κάθε σημείο.

1.4 Διαχείριση κρίσεων από την επιχείρηση – Crisis management

Οι κρίσεις επηρεάζουν τις επιχειρήσεις με πολλούς τρόπους. Μια κρίση μπορεί να προσβάλει τη φήμη ενός προϊόντος ή μιας εταιρείας, μπορεί να επηρεάσει την τιμή του αποθέματος και να κοστίζει στην εταιρεία μια μεγάλη ποσότητα χαμένων πωλήσεων ή ένα μείρισμα στην αγορά. Μπορεί να προκαλέσει μόνιμη ζημιά στο προϊόν, στην υπηρεσία ή στη φήμη της εταιρείας, κάτι που είναι πολύ δύσκολο να επανακτηθεί. Ως εκ τούτου προέκυψε η ανάγκη δημιουργίας της επιστήμης του *crisis management* η οποία αφορά στον σχεδιασμό, στην προετοιμασία και στην υποστήριξη για αποτελεσματική αντιμετώπιση του επικοινωνιακού μέρους ενδεχόμενης κρίσης της επιχείρησης. Η διαχείριση κρίσεων αναφέρεται στον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση πρέπει να επικοινωνήσει με όλα τα κοινά που την ενδιαφέρουν κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Τα τρία στάδια της διαχείρισης κρίσεων είναι η πρόληψη και ο έλεγχος, η προετοιμασία και η αντιμετώπιση της ζημιάς. Η διαχείριση κρίσεων αποτελείται από το σχέδιο διοίκησης της κρίσης (Crisis Management Plan), την ομάδα διοίκησης της κρίσης (Crisis Management Team), την επικοινωνία κρίσης (Crisis communication), την αναθεώρηση και αξιολόγηση του σχεδίου διοίκησης (evaluation and revision of management plans). Μια ομάδα κρίσης αποτελείται από τον ηγέτη, τον διευθυντή χρηματοοικονομικών, το νομικό αντιπρόσωπο, τον διευθυντή ασφαλείας, τον διαχειριστή ρίσκου, τον ειδικό επικοινωνίας, τον αντιπρόσωπο ανθρώπινου δυναμικού, τον ειδικό ή σύμβουλο ασφαλείας (Συρίγου, 2006). Η επιτροπή διαχείρισης κρίσεων αποτελείται από τον γενικό διευθυντή, τον οικονομικό διευθυντή, τον υπεύθυνο του τμήματος μάρκετινγκ, τον υπεύθυνο του τμήματος πωλήσεων και τον υπεύθυνο του τμήματος τροφοδοσίας (Logistics).

Όσον αφορά τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων αυτές μπορεί να προκαλούνται από τροφικές ασθένειες, από μολυσμένα προϊόντα, δημοσιογραφικές καλύψεις των μέσων, από την ανάκληση προϊόντος ή από κρατικές πρωτοβουλίες ή πολιτικές. Όποια και να είναι τα αίτια της κρίσης υπάρχουν γενικές κατευθυντήριες οδηγίες που μπορούν να βοηθήσουν τις εταιρείες να διαχειριστούν όλες οι περιπτώσεις κρίσης. Οι εννέα καθοδηγητικές αρχές διαχείρισης κρίσεων που μπορεί να ακολουθήσει μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών τροφίμων είναι:

- * Η πρώτη αρχή αφορά το σχηματισμό μιας εσωτερικής ομάδας για τη διαχείριση του ρίσκου. Ο σχηματισμός μιας ομάδας κρίσης μέσα στον οργανισμό είναι η πρώτη και ίσως η πιο σημαντική αρχή για τη διαχείριση κρίσης. Αυτή η ομάδα θα πρέπει να εκπαιδευτεί και να αποτελείται από μέλη διαφορετικών τμημάτων έτσι ώστε να ληφθούν υπόψη όλες οι πλευρές της κρίσης. Για παράδειγμα, αυτή η ομάδα πρέπει να περιλαμβάνει άτομα από

το τμήμα των επιχειρήσεων, την εξυπηρέτηση πελατών, των οικονομικών, των νομικών, του μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένου και των εκπροσώπων των μέσων.

- * *Η δεύτερη αρχή αφορά την άμεση συλλογή των γεγονότων.* Ο συγχρονισμός είναι τα πάντα ειδικά για μια εταιρεία υπηρεσίας τροφίμων που αντιμετωπίζει μια κρίση. Τυπικά οι πρώτες 24 με 48 ώρες μετά την κρίση είναι η μόνη ευκαιρία που έχει η εταιρεία να ελέγξει την κατάσταση αποτελεσματικά, να διαχειριστεί το θέμα και να δείξει το ενδιαφέρον της με πειστικό τρόπο. Εντούτοις λίγα είναι γνωστά μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα. Μόλις η εταιρεία μάθει για την κρίση τότε το πρώτο της βήμα είναι να συλλέξει τα γεγονότα όσο σύντομα γίνεται και να πάρει τις κατάλληλες αποφάσεις με βάση τις διαθέσιμες πληροφορίες μέχρι εκείνη τη στιγμή.
- * *Η τρίτη αρχή αφορά την επικοινωνία της εταιρείας με όλους τους καταναλωτές και όχι μόνο με τους πελάτες της.* Επικοινωνία με τους πελάτες, το κράτος, τα μέσα, την τοπική κοινωνία, τους εργαζόμενους, τους προμηθευτές, το τμήμα πωλήσεων, την οικονομική κοινότητα κ.ά. Σημαντικό είναι ότι οι επιχειρήσεις σε κρίση συχνά ξεχνούν ή αγνοούν την επικοινωνία με τους υπαλλήλους της που θεωρούνται οι φυσικοί σύμμαχοι της. Είναι σημαντικό να διατηρηθούν ανοικτά τα κανάλια επικοινωνίας και να εκπαιδευτούν οι εργαζόμενοι για τους ρόλους τους για πιο αποτελεσματική διαχείριση κρίσης.
- * *Η τέταρτη αρχή αφορά το χειρισμό των μέσων.* Ευτυχώς ή δυστυχώς τα μέσα ασκούν μεγάλη εξουσία και επιρροή. Η εταιρεία υπηρεσίας τροφίμων σε κρίση πρέπει να αναπτύξει μια στρατηγική για να αντιμετωπίσει τα μέσα η οποία θα μπορούσε να περιλαμβάνει ανάπτυξη σαφών μηνυμάτων, έλεγχος των μηνυμάτων, επιλογή ενός υψηλά εκπαιδευμένου εκπροσώπου των μέσων που θα προσωποποιεί την εταιρεία και που θα έχει πρόσβαση σε τρέχουσες πληροφορίες. Επίσης η εταιρεία πρέπει να γνωρίζει ότι ενώ η κρίση θα εξελίσσεται και θα μεταβάλλεται αυτό που πρέπει πάντα να είναι σταθερό είναι τα μηνύματα ανησυχίας που θα μεταδώσει, και η ευθύνη που θα αναλάβει.
- * *Η πέμπτη αρχή αφορά τον έλεγχο της ροής των πληροφοριών.* Αν η εταιρεία ακολουθήσει τις πληροφορίες που έχει θα είναι σε καλύτερη θέση να ελέγξει το περιβάλλον. Για να το κάνει αυτό αποτελεσματικά πρέπει να καταλάβει τους στόχους των μέσων. Τα μέσα παίζουν ένα κρίσιμο ρόλο στη διασπορά της πληροφορίας στο κοινό, άλλοτε αναζητούν μια καλή ιστορία να γράψουν και άλλοτε ψάχνουν για το εξιλαστήριο θύμα. Συνεπώς μια εταιρεία υπηρεσίας τροφίμων που βρίσκεται σε κρίση πρέπει πάντα να οδηγήσει τη ροή των πληροφοριών με υπευθυνότητα για να διαχειριστεί σωστά την κρίση.
- * *Η έκτη αρχή αφορά τη συνεδρίαση των ανώτερων ειδικών.* Οι ανώτεροι ανεξάρτητοι ειδικοί μπορούν να παρέχουν αντικειμενική ανάλυση της κατάστασης και της επίδρασης της, να προσφέρουν καινοτόμες ιδέες για την αντιμετώπιση ενός θέματος, να προσδώσουν

αξιοπιστία στις ενέργειες της εταιρείας και να αποτελέσουν μια αξιόπιστη πηγή πληροφοριών για τα μέσα, την κυβέρνηση, την τοπική κοινωνία και άλλα τμήματα.

- * *Η έβδομη αρχή έχει σχέση με την ανάπτυξη συμμάχων έμμεσα εμπλεκόμενων.* Είναι απαραίτητο οι εταιρείες υπηρεσιών τροφίμων να δημιουργήσουν ισχυρές σχέσεις με τους πελάτες τους και να αναπτύξουν συμμάχους πολύ πριν συμβεί οποιαδήποτε κρίση. Όταν γίνει αυτό, τότε, όταν επέλθει η κρίση, η εταιρεία μπορεί να καλέσει τους σύμμαχους της για υποστήριξη με ταχυδρομικές προσκλήσεις, με δημόσιες δηλώσεις, με αναφορές, με δημοσιεύσεις, με συνεντεύξεις στα μέσα, με συνεργασία ή εκπαιδευτικές προσπάθειες κ.ά.
- * *Η όγδοη αρχή προτείνει στις εταιρείες να θυμούνται τις διεθνείς επιπτώσεις μιας κρίσης.* Με τη σύγχρονη τεχνολογία ο κόσμος έγινε πολύ «μικρότερος» σε θέματα επικοινωνίας. Συνεπώς τα καλά και τα κακά νέα ταξιδεύουν πολύ γρήγορα παντού. Γι' αυτό οι επιχειρήσεις πρέπει να σκεφτούν τις διεθνείς επιπλοκές μιας δεδομένης κατάστασης. Είναι σημαντικό η εταιρεία σε κρίση να επικοινωνεί με τους πελάτες της σε παγκόσμιο επίπεδο.
- * *Η ένατη αρχή προτείνει στις εταιρείες να έχουν σταθερό έλεγχο.* Η κατεύθυνση μιας κρίσης μπορεί να αλλάξει γρήγορα. Είναι συνεπώς σημαντικό για μια εταιρεία υπηρεσιών τροφίμων σε μια κρίση να ελέγχει στενά την κατάσταση σε καθημερινή βάση όπως π.χ με έρευνες, μέσω του διαδικτύου, με ανοικτές γραμμές επικοινωνίας κ.ά. Ο στόχος αυτής της αρχής είναι η αποτίμηση των στρατηγικών και μηνυμάτων των εταιρειών καθώς η κρίση εξελίσσεται.

Οι πιο πάνω αρχές της διαχείρισης κρίσεων θα βοηθήσουν τις εταιρείες υπηρεσιών τροφίμων να αντιμετωπίσουν τις κρίσεις και να βρουν την πορεία τους. Εάν όμως χρειάζονται επιπρόσθετη βοήθεια για την αντιμετώπιση της όποιας κατάστασης κρίσης, τότε η προτεινόμενη λύση είναι η προετοιμασία. Τα τέσσερα βασικά βήματα για την προετοιμασία της κρίσης είναι η απογραφή των τρωτών και των δυνατών σημείων της εταιρείας, η αντίδραση και η ετοιμότητα, η εκπαίδευση με προσομοίωση της κρίσης και η ανάπτυξη συστημάτων για τη δημιουργία σχέσεων.

1.4.1 Στρατηγικές αντίδρασης των εταιρειών στις κρίσεις

Αν λάβουμε υπόψη ότι υπάρχει περιορισμένη θεωρητική έρευνα που δείχνει πως οι καταναλωτές αντιδρούν στις κρίσεις τότε οι διαχειριστές κρίσεων πρέπει να ελέγχουν τις γνώσεις και τα δεδομένα που διαθέτουν όταν αντιμετωπίζουν μια κρίση. Τα στοιχεία στα οποία θα βασιστούν οι διαχειριστές κρίσεων για να προβλέψουν τις αντιδράσεις είναι οι υπαινιγμοί και οι νύξεις των καταναλωτών. Οι υπαινιγμοί των καταναλωτών μπορούν να εκτιμηθούν γρήγορα

με βάση εάν το προϊόν πουλήθηκε κυρίως σε άνδρες ή γυναίκες, και εάν το προϊόν πουλήθηκε σε μια χώρα που έχει υψηλή ή χαμηλή τιμή πολιτισμικής διάστασης. Οι νύξεις και οι υπαινιγμοί των καταναλωτών είναι σημαντικά στοιχεία για τις εταιρείες που έχουν να αντιμετωπίσουν μια βλάβη στο προϊόν τους επειδή υποδεικνύουν το βαθμό στον οποίο οι καταναλωτές θα αποδώσουν ευθύνες στην εταιρεία για την κρίση. Μετά την ανάλυση αυτών των υπαινιγμών, η εταιρεία μπορεί να διαλέξει την αντίδραση που ταιριάζει καλύτερα στο επίπεδο της ευθύνης που αποδίδεται σε αυτήν.

Αφού οι εταιρείες κατανοήσουν τις αντιδράσεις των καταναλωτών σε μια κρίση στο προϊόν, μπορούν να αρχίσουν να λαμβάνουν υπόψη πως θα ανταποκριθούν καλύτερα διαμορφώνοντας μια στρατηγική αντίδρασης τεσσάρων στοιχείων για να αντιμετωπίσουν τις κρίσεις στο προϊόν. Οι τέσσερις στρατηγικές είναι η άρνηση, η αναγκαστική υποχώρηση, η εθελοντική υποχώρηση και οι ενεργητικές προσπάθειες. Η στρατηγική της άρνησης περιλαμβάνει τον ισχυρισμό της εταιρείας ότι δεν υπάρχει απειλή από τον προϊόν της. Η αναγκαστική υποχώρηση γίνεται όταν η κυβέρνηση αναγκάζει την εταιρεία να κάνει ανάκληση στο προϊόν ή και κάποιες άλλες ενέργειες. Η εθελοντική υποχώρηση περιλαμβάνει ανάκληση από την εταιρεία ή τη λήψη μέτρων με τη δική της συγκατάθεση. Οι ενεργητικές προσπάθειες περιλαμβάνουν εθελοντικές συμμορφώσεις, αποζημιώσεις και εκτεταμένη καμπάνια επικοινωνιών για την προώθηση της προσπάθειας.

■ Η **άρνηση** από την εταιρεία ως στρατηγική θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί μόνο για να διορθώσει μια παρεξηγημένη εικόνα της εταιρείας και η εταιρεία θα πρέπει να αποδείξει ότι η χρήση του προϊόντος δεν προκαλεί πραγματική βλάβη.

■ Η **αναγκαστική υποχώρηση** από την εταιρεία συμβαίνει όταν η κυβέρνηση την αναγκάζει να δράσει για να προστατέψει την ασφάλεια του καταναλωτή. Αυτό το είδος αναγκασμού οδηγεί τους καταναλωτές να πιστέψουν ότι η εταιρεία δεν ενδιαφέρεται πραγματικά για το συμφέρον τους.

■ Η **εθελοντική υποχώρηση** είναι μια κοινή αντίδραση σε κρίσεις του προϊόντος που εξαλείφει τους κινδύνους και επιδεικνύει ενδιαφέρον για τους καταναλωτές.

■ Οι **ενεργητικές προσπάθειες** δείχνουν ένα επιπρόσθετο ενδιαφέρον για τους χρήστες του προϊόντος παρέχοντας τους αποζημιώσεις και αρκετά κανάλια επικοινωνίας. Νόμιμα, η εταιρεία είναι αναγκασμένη μόνο να δημοσιεύσει στον τύπο τις ανακλήσεις της, ή στην ιστοσελίδα της και να ειδοποιήσει τους βασικούς διανομείς της.

Ένα σημαντικό θέμα που αντιμετωπίζουν οι εταιρείες σε μια κρίση είναι η επιλογή της πιο αποτελεσματικής αντίδρασης. Και η άρνηση και η αναγκαστική υποχώρηση ως στρατηγικές δεν

είναι αρκετά αποτελεσματικές για τις εταιρείες. Συνεπώς οι εταιρείες πρέπει να διαλέγουν μεταξύ της εθελοντικής ανάκλησης και των ενεργητικών προσπαθειών.

Μια εταιρία όχι μόνο πρέπει να αναγνωρίζει αλλά και να λαμβάνει σοβαρά υπόψη τον κίνδυνο μιας διατροφικής κρίσης ακολουθώντας συγκεκριμένους τυποποιημένους κανόνες. Πρέπει να τηρεί σε μεγάλο βαθμό τα Στάδια του Crisis Management, να έχει Σχέδιο Διαχείρισης Κρίσεων (Crisis Manual) και Επιτροπή Διαχείρισης Κρίσεων, να στηρίζεται στη φήμη της, να έχει ανεπτυγμένες σχέσεις με τα ΜΜΕ και με καταναλωτικές και επιστημονικές ομάδες και να δίνει μεγαλύτερη έμφαση στο ρόλο και στη συμμετοχή του Υπεύθυνου Ανθρώπινου Δυναμικού κατά τη διαχείριση μιας κρίσης και στον τομέα εκπαίδευσης των στελεχών της.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι οι κρίσεις μπορούν να συμβούν οποιαδήποτε στιγμή. Μπορούν να επηρεάσουν μια εταιρεία υπηρεσιών τροφίμων σε σημαντικό βαθμό, από την πλευρά των χαμένων πωλήσεων, πρόκλησης βλάβης στην εικόνα και στη φήμη της και μείωσης του γοήτρου της. Αλλά αυτό που πρέπει πάντα να θυμούνται οι εταιρείες είναι η επίδειξη του ενδιαφέροντος τους για τη διατήρηση της υγείας και την ευημερία των καταναλωτών. Το στοιχείο που θα επηρεάσει το τελικό αποτέλεσμα είναι η στρατηγική αντίδρασης της εταιρείας σε μια περίπτωση κρίσης.

1.4.2 Σχεδιασμός ενεργειών κατά τη διάρκεια ανάκλησης του προϊόντος

Η ανάκληση προϊόντος που σχετίζεται με την ασφάλεια του έχει σκοπό την απόσυρση του από την αγορά λόγω ελαττωματικού σχεδιασμού, λόγω ατελούς παραγωγής, λόγω νέων επιστημονικών πληροφοριών για τους κινδύνους από ένα υλικό που πριν θεωρείτο ασφαλές, λόγω τυχαίας μόλυνσης, παραποίησης του προϊόντος, απροσδόκητης κακής χρήσης ή αποτυχίας στην εκπλήρωση των ασφαλών προτύπων.

Ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA – Food and Drug Administration) ταξινομεί τις ανακλήσεις προϊόντος σύμφωνα με τρία επίπεδα ρίσκου:

- ◆ το ρίσκο που περιλαμβάνει θάνατο ή σημαντικές αρνητικές συνέπειες για την υγεία
- ◆ το ρίσκο που ενέχει κάποιο βαθμό κινδύνου για την υγεία αλλά δεν απειλεί τη ζωή
- ◆ το ρίσκο που περιλαμβάνει παραβίαση των κανονισμών στην ετικέτα του προϊόντος και παραβίαση των κατευθυντήριων οδηγιών αλλά δεν ενέχει κίνδυνο στην υγεία.

Οι ενέργειες που σχεδιάζονται κατά τη διάρκεια της ανάκλησης ενός προϊόντος είναι η διεξαγωγή μιας περιεκτικής ανάλυσης ασφάλειας, η εκτίμηση του προϋπολογισμού της

ανάκλησης, η ενημέρωση των μεσαζόντων και των τελικών καταναλωτών, η ανάκτηση του ανακαλούμενου προϊόντος και η ανάπτυξη διαδικασιών για επιβεβαίωση της επιδιόρθωσης ή αντικατάστασης των προϊόντων έγκαιρα.

- **Η περιεκτική ανάλυση ασφάλειας** κατηγοριοποιεί το ρίσκο που σχετίζεται με τη συνέχιση χρήσης του προϊόντος, καθορίζει την ταχύτητα ανάκλησης και τις κατάλληλες διορθωτικές κινήσεις. Όσον αφορά την ταχύτητα ανάκλησης η εταιρεία μπορεί να αποφασίσει μια άμεση ανάκληση ή μπορεί να περιμένει παρακολουθώντας προσεκτικά τα γεγονότα και το βαθμό του ρίσκου ασφαλείας. Τελικά, η εταιρεία πρέπει να καθορίσει το είδος της ανάκλησης δηλαδή αν θα κάνει μια πλήρης ανάκληση, μια επιλεκτική ανάκληση, τοποθετώντας μια προειδοποιητική ετικέτα στο προϊόν, ή θα επανεξετάσει τις οδηγίες χρήσεως για να τονίσει κάποιους κινδύνους στους χρήστες του προϊόντος (Berman, 1999).
- **Η εκτίμηση του προϋπολογισμού της ανάκλησης** είναι άλλη μια ενέργεια που σχεδιάζεται να γίνει κατά τη διάρκεια της ανάκλησης. Τα άμεσα κόστη μιας ανάκλησης προέρχονται από το κόστος της επικοινωνίας με τους μεσάζοντες, τους πελάτες των επιχειρήσεων και τους τελικούς καταναλωτές, το κόστος της φυσικής διανομής για την ανάκτηση και την επιστροφή του ανακαλούμενου προϊόντος, το κόστος αντικατάστασης ή της επισκευής του προϊόντος, το κόστος διάθεσης του και της απώλειας στα κέρδη λόγω των μειωμένων πωλήσεων κατά τη διάρκεια και μετά την περίοδο ανάκλησης.
- **Η ενημέρωση των μεσαζόντων και των τελικών καταναλωτών** από την εταιρεία για τη φύση του ρίσκου, για τις ενέργειες ανάκλησης που πρέπει να γίνουν, για τον αριθμό των προσβληθέντων προϊόντων και για τους τρόπους επικοινωνίας με την εταιρεία. Οι μεσάζοντες μπορεί να είναι οι διανομείς της εταιρείας, οι αντιπρόσωποι της, τα κέντρα εξυπηρέτησης.
- **Η ανάκτηση του ανακαλούμενου προϊόντος.** Η επιτροπή ανάκλησης του προϊόντος χρειάζεται να ανακτήσει τα ανακαλούμενα προϊόντα που οδηγούνται από κάθε τμήμα στην αλυσίδα. Η ανάκτηση περιλαμβάνει διαφορετικά επίπεδα δυσκολίας επειδή ενώ ένα προϊόν σε ένα χονδρέμπορο ή σε μια αποθήκη ενός λιανοπωλητή έχει συγκριτικά υψηλή πιθανότητα να ανακτηθεί, ένα προϊόν που έχει πουληθεί στον τελικό καταναλωτή έχει μια πολύ μικρότερη πιθανότητα. Η στρατηγική ανάκτησης του προϊόντος πρέπει να ελέγχει τους μεσάζοντες για να επιβεβαιώσει ότι το ανακαλούμενο προϊόν έχει αφαιρεθεί από τη διανομή και να διευκολύνει τα καθήκοντα των καταναλωτών στη διαδικασία ανάκτησης.
- **Η επιβεβαίωση από την εταιρεία για την επιδιόρθωση ή αντικατάσταση των προϊόντων** έγκαιρα. Ένα προϊόν μπορεί να επιστραφεί για επιδιόρθωση μέσω ταχυδρομείου, να επιστραφεί στο λιανοπωλητή από τον οποίο αγοράστηκε το προϊόν, να επιδιορθωθεί στο

σπίτι ή στο χώρο εργασίας του καταναλωτή, ή να ανταλλαχθεί με ένα νέο προϊόν. Η εταιρεία επίσης μπορεί να αποστείλει ένα νέο κομμάτι του προϊόντος με σαφείς οδηγίες εγκατάστασης εάν το προϊόν αποτελείται από υπομονάδες. Η επιλεγμένη διαδικασία εξαρτάται από το μέγεθος και το βάρος του προϊόντος, τη πολυπλοκότητα της απαιτούμενης επιδιόρθωσης, και το βαθμό των υπομονάδων στον οποίο ένα προϊόν είναι κατασκευασμένο (Berman, 1999).

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι οι κρίσεις επαναπροσδιορίζουν την αξιολόγηση του κοινού για τα προϊόντα, τις μάρκες, ακόμα και για συνολικές κατηγορίες της βιομηχανίας τροφίμων. Σε περίπτωση συχνής επανάληψής τους, καθορίζουν ή συντείνουν στη διαμόρφωση ακόμα και μακροχρόνιων καταναλωτικών τάσεων. Οι σύγχρονες τάσεις που διαμορφώνονται μετά τις πρόσφατες διατροφικές κρίσεις, για παράδειγμα, είναι η έμφαση στην κατανάλωση εγχώριων προϊόντων, η ισχυροποίηση των εθνικών ή/και τοπικών μαρκών, καθώς και η τάση για πιο «φυσικά» και πιο βασικά είδη διατροφής. Επίσης, εμφανίζεται μια τάση επιβράβευσης μαρκών και κατηγοριών προϊόντων που χειρίστηκαν σωστά μια κρίση και επένδυσαν σε ανύποπτο χρόνο και συστηματικά στην πρωτογενή ενημέρωση του καταναλωτή.

1.5 Πρόσβαση στην Πληροφόρηση - Επισήμανση

Ο καταναλωτής πρέπει να έχει την ικανότητα να κάνει σωστές αγορές αφού όμως προηγηθεί η αξιόπιστη και επιστημονική ενημέρωσή του. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την κατάλληλη πληροφόρηση σχετικά με τα χαρακτηριστικά, τις τιμές ή την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών, ούτως ώστε να επιλέγει ότι αγοράζει με βάση τη λογική.

Κατά την ομόφωνη άποψη των καταναλωτών, η επισήμανση ενός καταναλωτικού προϊόντος είναι απαραίτητη διότι βοηθά τον καταναλωτή στην επιλογή του προς την αγορά του προϊόντος. Η ετικέτα είναι κατά κάποιο τρόπο το δελτίο ταυτότητας ενός προϊόντος. Ο καταναλωτής δεν θα μπορέσει να ωφεληθεί πραγματικά από τα πλεονεκτήματα των αγορών παρά μόνο αν έχει ορθή και επαρκή ενημέρωση πριν και μετά την αγορά.

Για το λόγο αυτό είναι σημαντικό να λαμβάνονται μέτρα με σκοπό την προώθηση μιας σαφούς, ευανάγνωστης, πλήρους, κατανοητής και κατάλληλης επισήμανσης. Η βελτίωση της πληροφόρησης, συνεπώς, πρέπει να περιλαμβάνεται στους στόχους προτεραιότητας που χαρακτηρίζουν την πολιτική για την προστασία των καταναλωτών σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η κοινοτική νομοθεσία στον τομέα της Επισήμανσης έχει πολλές πτυχές:

- Μια σχετικά ευρεία κανονιστική ρύθμιση για την αναγραφή των τιμών, η οποία περιλαμβάνει τόσο τα εδώδιμα όσο και τα μη εδώδιμα προϊόντα,
- Τα οικολογικά σήματα και την πληροφόρηση σχετικά με την κατανάλωση ενέργειας,
- Τα προϊόντα που περιέχουν επικίνδυνες ουσίες όπως: τα προϊόντα καπνού, τα τρόφιμα, τα φαρμακευτικά προϊόντα, τα καλλυντικά, τα παιχνίδια, τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα
- Η αναγραφή της τιμής πώλησης είναι υποχρεωτική για όλα τα προϊόντα τρέχουσας κατανάλωσης: εξαιρούνται μόνο κάποια ειδικά προϊόντα αξίας όπως π.χ. τα αντικείμενα τέχνης, αρχαιότητες κ.λ.π.
- Η τιμή πρέπει να αναφέρεται στην ετικέτα ή σ' οποιοδήποτε άλλο μέσο (σημείωμα, πινακίδα κ.λ.π.). Πρέπει να είναι σαφής, εύκολα αναγνωρίσιμη και ευανάγνωστη.
- Η κατάσταση όσον αφορά την τιμή ανά μονάδα μέτρησης είναι λιγότερο σαφής. Είναι ωστόσο χρήσιμη διότι διευκολύνει τη σύγκριση μεταξύ ανταγωνιστικών προϊόντων που πωλούνται σε διαφορετικές ποσότητες.

1.5.1 Η κοινοτική νομοθεσία στα προσυσκευασμένα τρόφιμα

Οι κανονιστικές ρυθμίσεις σχετικά με την επισήμανση των τροφίμων έχουν στόχο να παράσχουν στους καταναλωτές αντικειμενικές πληροφορίες σχετικά με τα προσυσκευασμένα τρόφιμα. Σε κοινοτικό επίπεδο, έχουν εγκριθεί διάφορα σημαντικά νομοθετικά κείμενα σχετικά με τα τρόφιμα. Πρόκειται για κείμενα σχετικά με την επισήμανση, τα πρόσθετα, τα προϊόντα που προορίζονται για ειδική διατροφή, την επιθεώρηση και τον έλεγχο της υγιεινής, τα υλικά που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα.

Οι ετικέτες των τροφίμων πρέπει να αναγράφουν διάφορα στοιχεία, τα σημαντικότερα από τα οποία είναι:

- ♦ ονομασία του προϊόντος,
- ♦ ο κατάλογος των συστατικών,
- ♦ η καθαρή ποσότητα,
- ♦ η προθεσμία ανάλωσης του προϊόντος («ανάλωση πριν από...» για τα τρόφιμα που δύναται να υποστούν αλλοίωση και «ανάλωση κατά προτίμηση πριν από...» για τα άλλα προϊόντα) καθώς και οι ιδιαίτερες συνθήκες διατήρησής τους, εφόσον είναι απαραίτητο,
- ♦ ο τρόπος χρήσεως.

Άλλες υποχρεωτικές πληροφορίες είναι:

- ♦ οι ιδιαίτερες συνθήκες χειρισμού ή προετοιμασίας του τροφίμου,
- ♦ τα στοιχεία του κατασκευαστή, του εισαγωγέα ή/και του πωλητή,
- ♦ ο τόπος καταγωγής ή προέλευσης στις περισσότερες περιπτώσεις, που η παράλειψη της ενδείξεως αυτής θα ήταν δυνατόν να δημιουργήσει εσφαλμένη εντύπωση στον καταναλωτή,
- ♦ στοιχεία που επιτρέπουν τον εντοπισμό της παρτίδας.

Η ετικέτα πρέπει επίσης να προειδοποιεί αν το προϊόν έχει υποστεί ακτινοβολήση.

Για να προστατευτούν οι καταναλωτές από οποιαδήποτε παραπλανητική πληροφορία, απαγορεύεται:

- η παροχή ανακριβών πληροφοριών σχετικά με τη φύση, τη σύσταση, την ποσότητα, την ημερομηνία λήξης, τον τόπο παραγωγής ή κατασκευής κ.λ.π. του προϊόντος,
- η διαβεβαίωση περί αποτελεσμάτων ή ιδιοτήτων που δεν έχει το προϊόν,
- ο ισχυρισμός ότι ένα προϊόν διαθέτει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά, εφόσον άλλα παρόμοια έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά.

Επιπλέον η αναγραφή της τιμής της μονάδας είναι υποχρεωτική για ορισμένα τρόφιμα. Η αναγραφή της τιμής πώλησης είναι υποχρεωτική για τα προσυσκευασμένα σε διάφορες ποσότητες προϊόντα – π.χ. τα προσυσκευασμένα καρότα σε ένα σουπερμάρκετ – καθώς και για τα προϊόντα που πωλούνται χύμα π.χ. τα καρότα που ζυγίζει και συσκευάζει ο ίδιος ο αγοραστής.

Η δήλωση των τροφικών ιδιοτήτων – που όλο και περισσότερο διαφήμιση γίνεται γι' αυτές – είναι προαιρετική: ωστόσο αν υπάρχει ένδειξη τροφικών ιδιοτήτων στη συσκευασία του προϊόντος, οι πληροφορίες αυτές πρέπει να παρουσιάζονται σύμφωνα με ορισμένους κανόνες.

Οι παρεχόμενες πληροφορίες πρέπει να υπάγονται σε μια από τις παρακάτω ομάδες:

- * ενεργειακή αξία, ποσότητες πρωτεϊνών, υδατανθράκων, σακχάρων, λιπαρών, κεκορεσμένων λιπαρών οξέων, τροφικών ινών και νατρίου.

Επίσης, επιτρέπεται η αναφορά των ποσοτήτων αμύλων, πολυαλκοολών, μονοακόρεστων λιπαρών οξέων, πολυακόρεστων λιπαρών οξέων, χοληστερόλης, βιταμινών και ορισμένων ανόργανων αλάτων. Πρέπει πάντως να σημειωθεί ότι οι κοινοτικοί κανόνες δεν εφαρμόζονται στα φυσικά μεταλλικά νερά ούτε στα άλλα νερά ή στα τροφικά συμπληρώματα.

Εξακολουθούν επίσης να μην υπάρχουν σε κοινοτικό επίπεδο κανονιστικές ρυθμίσεις σχετικά με τους ισχυρισμούς π.χ. περί «ελαφρού προϊόντος», «με λίγες θερμίδες» κ.λ.π. Κατά συνέπεια σε

ορισμένες χώρες, οι καταναλωτές εξακολουθούν να είναι ιδιαίτερα απροστάτευτοι όταν έρχονται αντιμέτωποι με επιχειρήματα που χρησιμοποιούνται για λόγους μάρκετινγκ και τα οποία, μερικές φορές, είναι παραπλανητικά ή ψευδή. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προβλέπει να εξετάσει το θέμα αυτό στο πλαίσιο της πολιτικής της στον τομέα της παραπλανητικής διαφήμισης. Σήμερα τα όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης εξετάζουν την πιθανή αύξηση των πληροφοριών που πρέπει να παρέχονται στους καταναλωτές, ιδίως στον τομέα της ποσοτικής αναφοράς, των συστατικών και της χρήσης των γλωσσών.

1.5.2 Η κοινοτική νομοθεσία για την επισήμανση στα βιολογικά προϊόντα

Για να εξασφαλιστεί ότι οι καταναλωτές γνωρίζουν τι παίρνουν όταν αγοράζουν βιολογικά προϊόντα, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει επίσης θεσπίσει κανόνες σχετικά με την επισήμανση. Αν και οι ετικέτες μπορεί να διαφέρουν ανάμεσα στις διάφορες χώρες της Ε.Ε, πρέπει να αναγράφεται «Βιολογική γεωργία – Σύστημα Ελέγχου ΕΟΚ» που αποδεικνύει ότι ο παραγωγός ικανοποιεί τις απαιτήσεις της Ε.Ε και έχει υποβληθεί σε ελέγχους από τις κρατικές αρχές.

Το 1999 επιτεύχθηκε συμφωνία για την ενιαία επισήμανση των «βιολογικών προϊόντων σε ολόκληρη την Ε.Ε», με στόχο την προστασία των καταναλωτών από αβάσιμους ισχυρισμούς, τα τρόφιμα μπορούν να χαρακτηρίζονται ως «βιολογικά» μόνο αν η μέθοδος παραγωγής τους συμμορφώνεται προς τους κοινοτικούς κανόνες για τη βιολογική αγροτική καλλιέργεια, η οποία εξασφαλίζεται με ελέγχους των εθνικών αρχών.

Η ένδειξη «προϊόν βιολογικής καλλιέργειας» δηλώνει:

- ότι δεν έχει χρησιμοποιηθεί κανένα συνθετικό στην Παρασκευή του προϊόντος
- ότι η χρησιμοποίηση χημικών λιπασμάτων και παρασιτοκτόνων είναι αυστηρά περιορισμένη.

Τα τρόφιμα αυτά αναγνωρίζονται από ειδικές ετικέτες, που ακολουθούν ένα ευρωπαϊκό κώδικα. Πέραν των ενδείξεων σχετικά με τη βιολογική καλλιέργεια, η ετικέτα μπορεί να αναφέρει ότι το προϊόν υπόκειται στη διαδικασία κοινοτικού ελέγχου, υπό την προϋπόθεση ότι το εν λόγω προϊόν έχει συσκευαστεί και μεταφερθεί ως το σημείο λιανικής πώλησης σε σφραγισμένη συσκευασία.

Τα προϊόντα που εισάγονται από χώρες εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορούν επίσης να δηλώνουν βιολογικής καλλιέργειας, αλλά μόνο αν η παραγωγή ανταποκρίνεται στους κοινοτικούς κανόνες: εξάλλου υπόκειται σε κατάλληλο έλεγχο.

1.5.3 Η κοινοτική νομοθεσία για την επισήμανση στα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα

Προκειμένου να ενημερώνονται όσο το δυνατό πληρέστερα οι καταναλωτές σχετικά με τα τρόφιμα και με το εάν περιέχουν γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς (ΓΤΟ), η Ευρωπαϊκή Ένωση ενέκρινε αυστηρές κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την επισήμανση. Τα προϊόντα που περιέχουν ή αποτελούνται από ΓΤΟ πρέπει να επισημαίνονται, εάν τα χαρακτηριστικά αυτών των ίδιων ή των συστατικών τους διαφέρουν σε σχέση με τα συμβατικά τρόφιμα ή τα συστατικά τροφίμων. Η παρουσία DNA ή πρωτεϊνών που προέρχονται από γενετική τροποποίηση μπορεί να χρησιμεύσει ως ένδειξη της διαφοράς αυτής. Εάν τα προϊόντα δεν περιέχουν ΓΤΟ, οι παραγωγοί μπορούν να το αναφέρουν στην ετικέτα.

Επιχειρώντας να επιλύσει το πρόβλημα των παραγωγών, που παρά την προσπάθειά τους να διατηρήσουν τα προϊόντα τους απαλλαγμένα από υλικό ΓΤΟ, δεν καταφέρνουν να εμποδίσουν την τυχαία ανάμειξή τους με εγκεκριμένο υλικό ΓΤΟ, η Ε.Ε. έχει καθορίσει ένα ανώτατο όριο που επιτρέπει στα προϊόντα αυτά να μην επισημαίνονται, εάν η τυχαία μόλυνση δεν υπερβαίνει το 1%.

1.5.4 Πηγές πληροφόρησης για την ασφάλεια των τροφίμων

Οι καταναλωτές απαιτούν πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων από διάφορες πηγές όπως είναι οι εφημερίδες που εκδίδει το κράτος, οι καταναλωτικές ενώσεις, τα ερευνητικά ινστιτούτα και τα ΜΜΕ. Επειδή οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται ότι υπάρχουν εμπόδια μεταξύ των πηγών, η σύγχυση μπορεί να οδηγήσει στο τέλος την απόρριψη ή την αναβολή της αποδοχής των προϊόντων από την τεχνολογία τροφίμων.

Τα μέσα είναι πιθανόν ο πιο καθοριστικός παράγοντας που επιδρά στις αντιδράσεις των καταναλωτών σε θέματα ασφάλειας τροφίμων. Η επίδραση μπορεί να είναι θετική ή αρνητική και αυτό δείχνει να καθορίζεται κατά μεγάλο μέρος από την αντίδραση της βιομηχανίας σε μια κρίση, όπως έδειξε ο χειρισμός της περίπτωσης της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας στον Καναδά το 2003. Οι συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι η κυβέρνηση είναι αυτή που πρέπει να παίζει ηγετικό ρόλο για να διαβεβαιώσει τους πολίτες της για την ασφάλεια τροφίμων όπως επίσης ότι πρέπει να ηγείται σε θέματα πληροφόρησης του κοινού και θέματα ποιότητας τροφίμων (Ipsos-Reid Corporation, 2004).

Στο θέμα της νόσου των πουλερικών ο ρόλος των ΜΜΕ ήταν καθοριστικός για την Ελλάδα και η ευθύνη τους για τις υπερβολικές διαστάσεις που πήρε το θέμα τεράστια. Στα δελτία ειδήσεων για μεγάλο χρονικό διάστημα δεν σταμάτησαν να αναφέρουν τους κινδύνους της νόσου αλλά και το κρούσμα της νόσου στην Ελλάδα, που στην πραγματικότητα ποτέ δεν υπήρξε αληθινά. Επομένως τα ΜΜΕ ευθύνονται σε μεγάλο βαθμό για την ταραχή που δημιουργήθηκε σε όλους τους κατοίκους στην Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό, αφού η χώρα μας θεωρήθηκε το πρώτο μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης που μολύνθηκε από τον ιό της νόσου και δημιουργήθηκαν φόβοι για την εξάπλωσή του στην υπόλοιπη Ευρώπη. Οι συνέπειες στην Ελλάδα εξαιτίας αυτού του φόβου είναι γνωστές και δικαιολογημένες: οι Έλληνες πανικοβλήθηκαν και σταμάτησαν να αγοράζουν ελληνικά πουλερικά και αυγά. Ο πραγματικός κίνδυνος λοιπόν ήταν να κλωνιστεί σοβαρά η οικονομία και όσοι εμπλέκονται στον κλάδο της πτηνοτροφίας και όχι η γρίπη των πουλερικών και η επικείμενη πανδημία.

Όπως φαίνεται τα ΜΜΕ μπορούν να πληροφορήσουν αλλά επίσης και να φοβήσουν το κοινό. Η αποτελεσματικότητα των μέσων σε θέματα ασφάλειας των τροφίμων εξαρτάται από τον τρόπο που αυτά θα μεταδώσουν τις πληροφορίες για τις ενέργειες και τις προσπάθειες που γίνονται από διάφορους οργανισμούς π.χ περιβαλλοντικές ενώσεις (Wansink, 2004).

Το ευρωβαρόμετρο της Eurostat το 2006 έδειξε ότι περισσότεροι από τους μισούς συμμετέχοντες δήλωσαν ότι πρόσφατα πληροφορήθηκαν από τα ΜΜΕ για τις αρνητικές συνέπειες για θέματα όπως το κάπνισμα, η παχυσαρκία, ο αλκοολισμός και οι μεταδοτικές ασθένειες, ενώ μόνο το 13% των θεμάτων που κάλυψαν τα μέσα σχετίζονταν με τα τρόφιμα κατά το τελευταίο εξάμηνο. Είναι ενδιαφέρον ότι περίπου οι μισοί συμμετέχοντες στην έρευνα δήλωσαν ότι ενδέχεται να αλλάξουν διατροφικές συνήθειες μετά την δημοσιογραφική κάλυψη συγκεκριμένων διατροφικών προβλημάτων, ενώ το 40% παραμένει αδρανές ή αδιάφορο. Η έρευνα των Maunsell and Bolton (2005) έδειξε ότι η παροχή πληροφοριών δεν αποδίδει αναγκαία σε αλλαγές στη συμπεριφορά. Η προώθηση των αλλαγών στη συμπεριφορά στην ασφάλεια των τροφίμων μπορεί να είναι πιο δύσκολη απ' ό,τι η προώθηση διαιτητικών αλλαγών.

Τα ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένου του ραδιοφώνου, της τηλεόρασης, των εφημερίδων, των περιοδικών και του διαδικτύου παίζουν κεντρικό ρόλο στην κοινωνία. Αποτελούν πηγή πληροφοριών σε θέματα τοπικής δραστηριότητας και μπορούν να δημιουργήσουν δημόσια ενημερότητα σε θέματα ασφάλειας τροφίμων. Τα μέσα μπορούν να έχουν μια τεράστια επιρροή στην καθοδήγηση της κοινής γνώμης. Μπορούν να γίνουν καθοδηγητές για την εκπαίδευση του κοινού σε θέματα ασφάλειας τροφίμων. Σε καιρούς επειγουσών γεγονότων ή άλλων τύπων κρίσεων, τα μέσα έχουν καθοριστικό ρόλο στο να προειδοποιήσουν τα άτομα για τους

ενδεχόμενους κινδύνους, τα μολυσμένα προϊόντα και τους τρόπους για να προστατευτούν (Motarjemi and Mortimore, 2005).

Οι περισσότεροι Καναδέζοι καταναλωτές που συμμετείχαν στην έρευνα του Ipsos-Reid (2004) δήλωσαν ότι είχαν διαβάσει μερικές πληροφορίες για θέματα ασφάλειας τροφίμων, αλλά θα ήθελαν περισσότερες πληροφορίες για ποικίλα σημεία αυτού του θέματος. Η πλειοψηφία δεν είχε ακούσει ποτέ για θέματα που αφορούν την ασφάλεια τροφίμων αν και υπάρχουν πολλοί οργανισμοί που ασχολούνται με την ασφάλεια των τροφίμων και συστήματα που παρέχουν αυτό τον τύπο πληροφοριών. Τα μέσα, κυρίως οι εφημερίδες και η τηλεόραση, είναι οι κύριες πηγές πληροφόρησης για την ασφάλεια τροφίμων για τους περισσότερους Καναδούς.

Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες για τους κινδύνους στα τρόφιμα είναι μια σημαντική παράμετρος των αντιδράσεων των καταναλωτών. Μια από τις βασικές ερωτήσεις των ερευνητών για την επικοινωνία ρίσκου είναι γιατί μερικά άτομα και οργανισμοί είναι αξιόπιστοι ως πηγές πληροφορίας ρίσκου και άλλοι δεν είναι. Η βιομηχανία και η κυβέρνηση συχνά έχουν έλλειψη δημόσιας εμπιστοσύνης, ενώ άλλες πηγές είναι υψηλά έμπιστες (όπως καταναλωτικές οργανώσεις, επιλεγμένα μέσα και φυσιοθεραπευτές). Η ανάλυση δείχνει ότι η γνώση και μόνο δεν καθορίζει την αξιοπιστία των πηγών. Αυτές που θεωρούνται ως έμπιστες πηγές είναι αυτές που χαρακτηρίζονται από πολλαπλά θετικά χαρακτηριστικά (Wansink, 2004).

Η ολοκληρωμένη και συντονισμένη προσπάθεια επικοινωνίας από πολλαπλές πηγές επικοινωνίας είναι απαραίτητη για την αύξηση της αποδοχής του καταναλωτή της τεχνολογίας τροφίμων. Η κυβέρνηση, τα πανεπιστήμια και τα άλλα ερευνητικά ιδρύματα, η βιομηχανία και τα μέσα έχουν ένα διακριτό αλλά βασικό ρόλο να παίζουν στη διαχείριση της κρίσης (Wansink, 2004).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Διεθνής εμπειρία σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων.

2.1 Ευρώπη και άλλες μη ευρωπαϊκές χώρες



Οι τομείς των τροφίμων και της γεωργίας στην Ευρώπη έχουν εξέχουσα σημασία για την ευρωπαϊκή οικονομία. Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ο δεύτερος εξαγωγέας αγροτικών προϊόντων στον κόσμο μετά τις ΗΠΑ. Με περισσότερους από 370 εκατομμύρια καταναλωτές, η ευρωπαϊκή αγορά είναι μία από τις μεγαλύτερες στον κόσμο και η διεύρυνση προς τις χώρες της κεντρικής και της ανατολικής Ευρώπης θα ενισχύσει ακόμα περισσότερο την τάση αυτή.

Το καταναλωτικό ενδιαφέρον για τα θέματα ασφάλειας των τροφίμων έχει αυξηθεί τις τελευταίες δεκαετίες. Η συνεχιζόμενη κρίση της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας, οι διοξίνες στο κρέας, η γρίπη των πουλερικών, η παράνομη χρήση αυξητικών ορμονών, η εμφάνιση σαλμονέλας και λιστέριας σε τρόφιμα έχουν συμβάλει σημαντικά στην αύξηση του καταναλωτικού ενδιαφέροντος για την ασφάλεια και ποιότητα των τροφίμων. Η δεκαετία του 1990 χαρακτηριζόταν από ένα μεγάλο αριθμό σοβαρών κρίσεων στον κλάδο τροφίμων. Αποδείχθηκε ότι αυτές οι κρίσεις έχουν αλλάξει τις αντιλήψεις των καταναλωτών για την ασφάλεια των τροφίμων (Roosen et al, 2005).

2.1.1 Αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια

Η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια προκάλεσε κατά τα τελευταία χρόνια σοβαρά ιατρικά, οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα. Η ασθένεια πιστεύεται ότι μεταδόθηκε στις αγελάδες από τα πρόβατα που έπασχαν από την τρομώδη θανατηφόρα νόσο (scrapie) που προσβάλλει τα ζώα αυτά. Μεταδόθηκε από τα πρόβατα στις αγελάδες λόγω του ότι δίνονταν στις αγελάδες τροφές που προέρχονταν από μολυσμένα πρόβατα των οποίων τα πτώματα χρησιμοποιούνταν για την κατασκευή ζωοτροφών. Οι άνθρωποι μολύνθηκαν καταναλώνοντας κρέας που προερχόταν από βοοειδή που έπασχαν από την ασθένεια αυτή. Επίσης η μετάδοση είναι δυνατή λόγω μετάγγισης αίματος ή μεταμόσχευσης ιστών ή οργάνων από ασθενείς που έχουν πληγεί από τη νόσο.

Η σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια των βοοειδών διαγνώσθηκε για πρώτη φορά στο Ηνωμένο Βασίλειο το 1986 και έγινε ευρέως γνωστή ως η ασθένεια των τρελών αγελάδων. Το 95% των περιπτώσεων

συνέβησαν στη χώρα αυτή αλλά έχει επίσης επιβεβαιωθεί και σε άλλες χώρες όπως η Γαλλία, το Βέλγιο, η Ισπανία και η Ελβετία. Το Νοέμβριο του 2000, ανιχνεύθηκε η πρώτη περίπτωση αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας στην Γερμανία. Στην Κροατία το πρώτο κρούσμα της ασθένειας εντοπίστηκε σε νεκρή αγελάδα ηλικίας πέντε ετών στα ανατολικά της χώρας. Πρόσφατα η ασθένεια έχει περιγραφεί και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Σήμερα βρίσκεται σε ύφεση, ένα βήμα πριν την οριστική εξάλειψη της, μετά την εφαρμογή των μέτρων που ελήφθησαν από τα αρμόδια όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι διαδοχικές όμως σειρές των ελέγχων αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας αποκάλυψαν ένα αριθμό περιπτώσεων σκανδάλων μιας κρίσης στην αγορά βοδινού.

2.1.2 Ασθένεια Creutzfeldt-Jacob

Με την νόσο των τρελών αγελάδων στα βοοειδή, σχετίζεται η αποκαλούμενη νέα μορφή της ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ στον άνθρωπο. Η ασθένεια του Creutzfeldt- Jakob ήταν πολύ λίγο γνωστή πριν το 1995. Η πρώτη φορά που εμφανίστηκε ήταν το 1995 στη Μεγάλη Βρετανία. Από τότε τα περισσότερα κρούσματα συνέβησαν στην ίδια χώρα αλλά και μερικά εμφανίστηκαν και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες όπως η Γαλλία και η Ιρλανδία. Η χαρακτηριστική ανωμαλία που δίνει και το όνομα της ασθένειας είναι η δημιουργία μέσα στον εγκέφαλο του ασθενούς πολλών, μικρών κοιλοτήτων οι οποίες είναι γεμάτες με υγρό δίνοντας έτσι παρόμοια εικόνα με ένα σπόγγο.

Πρόκειται για μια εκφυλιστική, πάντοτε θανατηφόρα πάθηση του εγκεφάλου. Τα συμπτώματα αρχίζουν συνήθως αργά στη ζωή, γύρω στα 60. Περίπου 90% των ασθενών πεθαίνουν μέσα σε ένα χρόνο από τη στιγμή που εμφανίζονται τα πρώτα συμπτώματα. Στα πρώτα στάδια της ασθένειας οι ασθενείς αρχίζουν να έχουν προβλήματα μνήμης, αλλαγές της συμπεριφοράς, οπτικές διαταραχές και προβλήματα συντονισμού. Η ασθένεια μετά προχωρά και εμφανίζονται αθέλητες κινήσεις, αδυναμία των άνω και κάτω μελών, σημαντική μείωση των νοητικών ικανοτήτων, τυφλότητα και τέλος κόμα.

Η νέα μορφή της ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ είναι εξαιρετικά σπάνια και ουσιαστικά άγνωστη στην Ελλάδα και αποτελεί μια παραλλαγή της γνωστής, εδώ και 100 χρόνια, ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ. Συγκεκριμένα, αυτή η νέα μορφή της ασθένειας σε ένα πληθυσμό της τάξης των 350.000.000 ανθρώπων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εμφάνισε 110 κρούσματα περίπου, τα τελευταία 15 χρόνια (τα 100 από αυτά στη Μεγάλη Βρετανία). Είναι φανερό ότι ο κίνδυνος για τον άνθρωπο είναι απειροελάχιστος. Ο υπεύθυνος παράγοντας για την μετάδοση της ασθένειας είναι μια

παθολογική πρωτεΐνη το prion που στα Ελληνικά έχει ονομασθεί προϊός. Όταν είχε αρχίσει η επιδημία στα βοοειδή το 1985 οι επιστήμονες φοβήθηκαν και ανέμεναν ότι η μολυσματική πρωτεΐνη, το prion, θα μπορούσε να μεταπηδήσει από το ένα είδος στο άλλο. Οι φόβοι επιβεβαιώθηκαν το 1995 με τα πρώτα κρούσματα και φάνηκε ότι η μολυσματική πρωτεΐνη όπως πέρασε από τα πρόβατα στις αγελάδες έτσι πέρασε και από την αγελάδα στον άνθρωπο σκορπώντας τον θάνατο.

Μέχρι σήμερα τα τελευταία 15 χρόνια, έχουν νοσήσει μόλις 110 περίπου άνθρωποι (κυρίως στη Μεγάλη Βρετανία), σε σύνολο 350.000.000 πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η αλήθεια είναι ότι όσοι εμφάνισαν τη νόσο, είχαν και μία συγκεκριμένη γενετική προδιάθεση, κάτι που περιορίζει, ακόμα περισσότερο, την πιθανότητα μετάδοσης της ασθένειας στον άνθρωπο.

Από το Μάρτιο του 1996 όταν οι Βρετανοί αξιωματούχοι ανακοίνωσαν την πιθανότητα σχέσης της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας και της θανατηφόρας νευρολογικής ασθένειας Creutzfeldt-Jacob, η Γαλλία αντιμετώπισε μια πρωτοφανή υγειονομική, κοινωνικοπολιτική και οικονομική κρίση. Ως συνέπεια ο φόβος της μόλυνσης από την κατανάλωση κρέατος αυξήθηκε κατακόρυφα με αποτέλεσμα την κατάλυση της αγοράς βοδινού κρέατος (Setbon et al, 2005).

Η Βρετανική κυβέρνηση αποφάσισε να δώσει αποζημιώσεις στις οικογένειες των ασθενών που απεβίωσαν από την ασθένεια του Κρόιτςφελτ -Γιάκοπ. Οι οικογένειες των θυμάτων θεωρούσαν ότι οι Βρετανοί αρμόδιοι φέρουν ευθύνη για το τραγικό γεγονός της απώλειας των αγαπημένων τους προσώπων από τη νόσο αυτή. Το ποσό της αποζημίωσης ανέρχεται σε 25000 στερλίνες για την κάθε περίπτωση και δεν αποκλείεται μελλοντικά να υπάρξουν και νέες συμπληρωματικές βοήθειες για τις οικογένειες αυτές. Προς το παρόν δεν υπάρχουν σκέψεις για να οδηγηθούν στη δικαιοσύνη οι αρμόδιοι που αρχικά χειρίστηκαν στη Βρετανία το πρόβλημα της νόσου των τρελών αγελάδων. Παρ' όλα αυτά οι οικογένειες των θυμάτων ζητούν ν' αποδοθούν ευθύνες σ' αυτούς που κρατούσαν μυστικά κάποια πράγματα και δεν προειδοποίησαν έγκαιρα το κοινό για τον κίνδυνο που διέτρεχαν.

Από το 1996 μέχρι σήμερα απεβίωσαν από την ασθένεια αυτή περίπου 90 άτομα. Επειδή η περίοδος επώασης της ασθένειας είναι μεγάλη, μπορεί να διαρκέσει μέχρι και 20 χρόνια, είναι αδύνατο σήμερα κάποιος να γνωρίζει με ακρίβεια πόσα άτομα πραγματικά έχουν προσβληθεί και πόσα τελικά θα παρουσιάσουν την ασθένεια.

Το πρόβλημα της νόσου των τρελών αγελάδων και της ασθένειας του Κρόιτςφελτ-Γιάκοπ υπήρξε ένα διεθνές πρόβλημα που είχε πάρει απρόβλεπτες διαστάσεις και μπορεί να έχει οδυνηρή συνέχεια. Είναι σημαντικό όλοι οι αρμόδιοι φορείς να βρίσκονται σε εγρήγορση και επαγρύπνηση για να μη σημειωθούν και σε άλλες χώρες τα δυσάρεστα γεγονότα που παρατηρήθηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν ρυθμιστικά πολύ ενεργή αποφασίζοντας υποχρεωτικούς ελέγχους της ασθένειας της τρελής αγελάδας τον Απρίλιο του 2000 όπου και εισήγαγε την ανιχνευσιμότητα στο βοδινό. Αυτή το θέμα αύξησε την ενημερότητα των καταναλωτών γενικά για τα ρίσκα στα τρόφιμα (Roosen et al, 2005).

2.1.3 Γρίπη των πτηνών

Η γρίπη των πτηνών (avian influenza) είναι μια μεταδοτική ασθένεια των ζώων που προκαλείται από ιούς που συνήθως προσβάλλουν μόνο πτηνά, ή σπανιότερα και γουρούνια. Εξαπλώνεται πολύ γρήγορα ανάμεσα στα κοπάδια πουλερικών, προκαλεί ασθένεια η οποία επηρεάζει πολλά εσωτερικών όργανα και έχει θνησιμότητα που φτάνει το 100% μέσα σε 48 ώρες. Το πρόσφατο ξέσπασμα της «υψηλής παθογενικής» μορφή του ιού της γρίπης, το οποίο ξεκίνησε στη ΝΑ Ασία στα μέσα του 2003, υπήρξε το μεγαλύτερο και το πιο σοβαρό που έχει καταγραφεί. Ποτέ πριν στην ιστορία της ασθένειας δεν είχαν επηρεαστεί ταυτόχρονα τόσες πολλές χώρες, κάτι που κατέληξε στο θάνατο εκατομμυρίων πτηνών. Ο υπαίτιος ιός, ο ιός H5N1, αποδείχθηκε ότι είναι επίμονος. Παρόλο το θάνατο 150.000.000 πτηνών, ο ιός θεωρείται ενδημικός σε πολλά μέρη της Ινδονήσιας και του Βιετνάμ και σε κάποια μέρη της Καμπότζης, Κίνας, Ταϊλάνδης και Λαός. Αναμένεται να περάσουν πολλά χρόνια πριν τεθεί υπό έλεγχο η ασθένεια.

Από τα μέσα Δεκεμβρίου του 2003 μέχρι τις αρχές Φεβρουαρίου του 2004, αναφέρθηκαν κρούσματα στα πουλερικά που οφείλονταν στον ιό H5N1 σε οκτώ κράτη της Ασίας (αναφέρονται με τη σειρά που δηλώθηκαν): Κορέα, Βιετνάμ, Ιαπωνία, Ταϊλάνδη, Καμπότζη, Λάο, Ινδονησία και Κίνα. Οι περισσότερες από αυτές τις χώρες δεν είχαν ποτέ στο παρελθόν αντιμετωπίσει κρούσματα γρίπης των πτηνών υψηλής παθογένειας.

Στις αρχές Αυγούστου 2004, η Μαλαισία ανέφερε το πρώτο κρούσμα H5N1 σε πουλερικά και ήταν η ένατη Ασιατική χώρα που χτυπήθηκε από τον ιό. Η Ρωσία ανέφερε το πρώτο κρούσμα H5N1 σε πουλερικά στα τέλη του Ιουλίου 2005, ακολουθούμενη από αναφορές κρουσμάτων στο όμορο Καζακστάν στις αρχές Αυγούστου. Θάνατοι άγριων πουλιών από τον υψηλής παθογένειας H5N1

αναφέρθηκαν και στις δύο χώρες. Σχεδόν ταυτόχρονα, η Μογγολία ανέφερε ότι ανιχνεύθηκε ο H5N1 σε νεκρά αποδημητικά πουλιά. Τον Οκτώβριο του 2005, ο H5N1 βεβαιώθηκε σε κρούσματα στην Τουρκία και τη Ρουμανία. Κρούσματα σε άγρια και οικόσιτα πτηνά ερευνώνται και σε άλλες περιοχές. Η Ιαπωνία, η Κορέα και η Μαλαισία ανακοίνωσαν ότι τα κρούσματα στα πτηνά τους ετέθησαν υπό έλεγχο και τώρα θεωρούνται ότι έχουν ξεφύγει από την ασθένεια. Στις άλλες περιοχές που επλήγησαν, κρούσματα συνεχίζουν να εμφανίζονται.

Συνοπτικά θα λέγαμε ότι μέχρι σήμερα, κρούσματα γρίπης των πουλερικών σε ανθρώπους και πουλερικά έχουν εκδηλωθεί στις χώρες Αζερμπαϊτζάν, Αίγυπτο, Βιετνάμ, Ινδονησία, Ιράκ, Καμπότζη, Κίνα, Ταϊλάνδη και Τουρκία. Κρούσματα μόνο σε πουλερικά έχουν εκδηλωθεί στην Ευρώπη: Αλβανία, Γαλλία, Β. Κύπρο (κατεχόμενα), Ουκρανία, Ρουμανία, Ρωσία, Σερβία, Σουηδία, σε Ασία: Αφγανιστάν, Ινδία, Ιορδανία, Ισραήλ, Λάος, Καζακστάν, Μαλαισία, Μυανμάρ (Βιρμανία), Πακιστάν και στην Αφρική: Καμερούν, Νίγηρα και Νιγηρία. Επιπλέον, κρούσματα σε πουλερικά είχαν εκδηλωθεί την τελευταία διετία στις χώρες Ιαπωνία και Ν.Κορέα, όπου η νόσος τέθηκε υπό έλεγχο και δεν αναφέρονται αυτή τη στιγμή νέα κρούσματα.

Οι χώρες όπου έως σήμερα έχουν επιβεβαιωθεί κρούσματα γρίπης των πτηνών σε ανθρώπους φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί:

<u>Χώρα</u>	<u>Κρούσματα</u>	<u>Θάνατοι</u>
Βιετνάμ	93	42
Ινδονησία	29	22
Ταϊλάνδη	22	14
Κίνα	16	11
Τουρκία	12	4
Αζερμπαϊτζάν	7	5
Καμπότζη	5	5
Αίγυπτος	4	2
Ιράκ	2	2
Σύνολο	190	107

Στην παρούσα έξαρση, εργαστηριακά επιβεβαιωμένα κρούσματα σε ανθρώπους έχουν αναφερθεί σε τέσσερις χώρες: Καμπότζη, Ινδονησία, Ταϊλάνδη και Βιετνάμ. Στο παρελθόν, το Χονγκ-Κονγκ έχει αντιμετωπίσει δύο τέτοιες εξάρσεις. Το 1997, στην πρώτη περίπτωση ανθρώπων που μολύνθηκαν με τον ιό H5N1, ο ιός μεταδόθηκε σε 18 άτομα εκ των οποίων τα 6 πέθαναν. Στις αρχές του 2003, ο ιός προκάλεσε δύο κρούσματα, με ένα θάνατο, σε μία οικογένεια που είχε πρόσφατα ταξιδέψει στη Νότιο Κίνα.

Η άμεση επαφή με άρρωστα πτηνά, ή με επιφάνειες και αντικείμενα που έχουν μολυνθεί από τα περιττώματα των πτηνών, θεωρείται αυτή τη στιγμή ως η κύρια οδός μετάδοσης του ιού στον άνθρωπο. Μέχρι σήμερα, τα περισσότερα ανθρώπινα κρούσματα έχουν παρουσιαστεί σε αγροτικές ή περιαστικές περιοχές όπου πολλά νοικοκυριά διαθέτουν οικόσιτα πτηνά, τα οποία συνήθως περιφέρονται σε ανοιχτούς χώρους, μερικές φορές μάλιστα κυκλοφορούν και μέσα στα σπίτια ή σε εξωτερικούς χώρους όπου παίζουν και τα παιδιά. Καθώς τα μολυσμένα πουλιά αποβάλλουν μεγάλες ποσότητες του ιού στα περιττώματά τους, οι πιθανότητες να εκτεθεί κάποιος άνθρωπος στα μολυσμένα περιττώματα ή σε περιοχές που έχουν μολυνθεί από τον ιό είναι άφθονες κάτω από αυτές τις συνθήκες. Επιπλέον, καθώς πολλά νοικοκυριά στην Ασία εξαρτώνται από τα πουλερικά για εισόδημα και τροφή, πολλές οικογένειες πωλούν ή σφαγιάζουν τα πουλερικά όταν εμφανίζονται συμπτώματα ασθένειας στο κοπάδι. Αυτή η πρακτική δυστυχώς είναι δύσκολο να αλλάξει. Η έκθεση στον ιό θεωρείται πιο πιθανή κατά τη διάρκεια της σφαγής, της αφαίρεσης των φτερών, την κοπή και την προετοιμασία των πουλερικών για μαγείρεμα. Δεν υπάρχουν αποδείξεις ότι σωστά μαγειρεμένο κρέας ή αυγά πουλερικών μπορεί να αποτελέσει πηγή μόλυνσης.

Ο ιός δεν μεταφέρεται εύκολα από τα πουλιά στους ανθρώπους. Αν και πάνω από 100 περιπτώσεις ανθρώπων που νόσησαν έχουν αναφερθεί στην τρέχουσα έξαρση της νόσου, αυτός είναι ένας μικρός αριθμός σε σύγκριση με τον τεράστιο αριθμό πουλιών που μολύνθηκαν και τις αμέτρητες περιπτώσεις έκθεσης ανθρώπων στη νόσο, ιδιαίτερα σε περιοχές που η ύπαρξη οικόσιτων πουλερικών είναι πολύ συνηθισμένη. Αυτή τη στιγμή δεν είναι απόλυτα κατανοητό γιατί κάποιοι άνθρωποι (κι όχι κάποιοι άλλοι) μολύνονται ενώ όλοι τους εκτέθηκαν με τον ίδιο τρόπο.

Η συμπεριφορά του ιού στη φυσική του δεξαμενή, τα άγρια πτηνά, μπορεί να αλλάξει. Την άνοιξη του 2005, ο θάνατος 6000 μεταναστευτικών πτηνών σε κάποιο καταφύγιο/φυσικό πάρκο στην Κεντρική Κίνα, που προκλήθηκε από τον υψηλής παθογένειας H5N1, ήταν ένα πολύ ασυνήθιστο γεγονός που πιθανόν δεν είχε επαναληφθεί στο παρελθόν. Στο παρελθόν είναι γνωστές μόνο δύο

περιπτώσεις πολλαπλών θανάτων σε αποδημητικά πουλιά, που προκλήθηκαν από υψηλής παθογένειας ιούς: το 1961 στη Νότιο Αφρική (ιός H5N3) και στο Χονγκ-Κονγκ το χειμώνα του 2002-2003 (ιός H5N1).

2.1.4 Διοξίνες

Οι διοξίνες είναι μια κατηγορία 75 ουσιών που περιέχουν χλώριο. Συνήθως στην ίδια κατηγορία κατατάσσονται και εκατοντάδες άλλες συγγενείς ουσίες όπως τα φουράνια και τα PCBs (κλοφέν). Για να υπάρχει ένα μέτρο σύγκρισης της τοξικότητας όλων αυτών των ουσιών, συνήθως εκφράζονται ως ισοδύναμο της πιο τοξικής διοξίνης, η οποία είναι γνωστή και ως "διοξίνη του Σεβέζο". Η διοξίνη δεν είναι κάποιο χρήσιμο προϊόν της χημικής βιομηχανίας, αλλά άχρηστο και επικίνδυνο παραπροϊόν των διεργασιών όπου εμπλέκεται το χλώριο. Από τη βιομηχανική παραγωγή του χλωρίου και των χλωριωμένων πλαστικών PVC, ως την καύση των σκουπιδιών ή των αποβλήτων που περιέχουν χλωριωμένες ενώσεις, παράγονται σημαντικές ποσότητες διοξινών που απειλούν το περιβάλλον και την υγεία.

Αρκεί ένα τρισεκατομμυριοστό του γραμμαρίου διοξίνης για να προκαλέσει καρκίνο, και ένα μόλις δισεκατομμυριοστό του γραμμαρίου για να σκοτώσει πειραματόζωα στο εργαστήριο! Βιοχημικές έρευνες έχουν δείξει πως οι διοξίνες δρουν ως ισχυρές "περιβαλλοντικές ορμόνες". Όπως και οι φυσικές ορμόνες, οι διοξίνες μπορούν να διαπεράσουν τη μεμβράνη των κυττάρων και να αλλάξουν τη δράση των γονιδίων που ρυθμίζουν τη διαδικασία της ανάπτυξης. Ακόμη και απειροελάχιστες συγκεντρώσεις διοξινών μπορούν να επηρεάσουν το ανοσοποιητικό και νευρικό σύστημα των οργανισμών. Σε πειραματόζωα, η έκθεση σε διοξίνες έχει προκαλέσει ένα ευρύ φάσμα τοξικολογικών επιπτώσεων. Κάποιες διοξίνες μπορούν ακόμη να προκαλέσουν καρκίνο, όπως καταδεικνύεται από πολλές πρόσφατες μελέτες.

Δεν υπάρχει κάποιο ασφαλές όριο κάτω από το οποίο να μη κινδυνεύει κανείς από την έκθεση σε διοξίνες. Επειδή ούτως ή άλλως εκτεθόμαστε σε πολλές πηγές διοξινών, η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας όρισε ως "ανεκτή" δόση την πρόσληψη 1-4 τρισεκατομμυριοστών του γραμμαρίου (pg) ανά κιλό βάρους ανά μέρα, ως τη δόση εκείνη που με τα σημερινά δεδομένα μπορεί να χαρακτηριστεί ως "κοινωνικά αποδεκτή". Αυτό σημαίνει ότι ένα άτομο βάρους 60 κιλών δεν θα πρέπει να δέχεται πάνω από 60-240 pg ημερησίως. Σε κάποιες χώρες, π.χ. ΗΠΑ, ισχύουν ακόμη αυστηρότερα όρια.

Σε πρόσφατη έκθεση μάλιστα της αμερικανικής Υπηρεσίας Περιβάλλοντος (EPA), αναφέρεται πως η επικινδυνότητα των διοξινών είναι τουλάχιστον δεκαπλάσια αυτής που μέχρι σήμερα πιστεύαμε.

Έρευνα που δημοσιεύτηκε στο ιατρικό επιστημονικό περιοδικό Lancet τον Μάιο του 2000 και αφορά στις επιπτώσεις των διοξινών στην ευρύτερη περιοχή του Σεβέζο της Ιταλίας (όπου είχε υπάρξει σημαντική έκλυση διοξίνης το 1976) έδειξε πως η έκθεση του πληθυσμού στις διοξίνες έχει επηρεάσει σημαντικά τον καθορισμό του φύλου των νεογέννητων παιδιών. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε μία σημαντική αύξηση των γεννήσεων κοριτσιών στις περιπτώσεις εκείνες που ο πατέρας είχε εκτεθεί σε υψηλά επίπεδα διοξίνης.

Η Greenpeace κατέγραψε περιπτώσεις σημαντικής ρύπανσης τροφίμων από διοξίνες κατά την τελευταία δεκαετία, οι οποίες αποδεικνύουν ότι η περίπτωση των μολυσμένων κοτόπουλων στο Βέλγιο δεν αποτελεί παρά την κορυφή του παγόβουνου σ' αυτήν την επικίνδυνη για τη δημόσια υγεία υπόθεση.

1989 – Ολλανδία: Το 1989 βρέθηκε ότι το γάλα σε μια περιοχή της Ολλανδίας ήταν εξαιρετικά επιβαρημένο με διοξίνες. Πηγή των διοξινών ήταν το παρακείμενο εργοστάσιο καύσης αποβλήτων. Για χρόνια, το ρυπασμένο γάλα μαζεγόταν και καταστρεφόταν στον ίδιο αποτεφρωτήρα που προκαλούσε το πρόβλημα! Ανιχνεύτηκαν τότε 13,5 pg TEQ/g (πικογραμμάρια διοξίνης ανά γραμμάριο γάλακτος). Λόγω αυτού του συμβάντος (υπόθεση Lickebaertpolder), η Ολλανδική κυβέρνηση έθεσε ως όριο για τις διοξίνες στο λίπος του γάλακτος τα 6 pg I-TEQ/g. Παρόλο που τα εργοστάσια καύσης ξόδεψαν έκτοτε εκατομμύρια φιορίνια για βελτίωση των μέτρων ασφαλείας, οι παρακείμενοι με τα εργοστάσια πληθυσμοί συνεχίζουν να εκτίθενται ακόμη και σήμερα σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα διοξινών.

1990 – Αυστρία: Ένα σκάνδαλο ξέσπασε στο χωριό Brixlegg της επαρχίας Τυρόλου της Αυστρίας, όταν μετρήθηκαν υψηλές συγκεντρώσεις διοξινών σε αγελαδινό γάλα της περιοχής (520-1.420 pg TEQ/λίτρο γάλακτος). Καθώς η ανεκτή πρόσληψη διοξίνης στην Αυστρία είναι 1 pg ανά κιλό βάρους ανά μέρα, η κατανάλωση του γάλακτος θεωρήθηκε επικίνδυνη κυρίως για τα παιδιά και τις εγκύους. Πηγή των διοξινών ήταν ένα παρακείμενο εργοστάσιο ανακύκλωσης χαλκού. Το πρόβλημα ήταν ότι μαζί με τα καλώδια χαλκού που ανακυκλώνονταν, καίγονταν και το πλαστικό περίβλημα από PVC, το οποίο επειδή περιέχει χλώριο, αποτελεί πηγή έκλυσης διοξινών.

1993 – Βρετανία: Γάλα και βόειο κρέας από τρεις φάρμες δεν επιτράπηκε να πουληθεί στη αγορά επειδή ανιχνεύθηκαν υψηλές συγκεντρώσεις διοξινών που προέρχονταν από τη χημική βιομηχανία Coalite Chemicals.

1998 – Γαλλία: Τρεις δημοτικοί αποτεφρωτήρες απορριμμάτων στην περιοχή της πόλης Lille κοντά στο Βέλγιο έλαβαν εντολή να κλείσουν τον Ιανουάριο του 1998, όταν ανιχνεύθηκαν υψηλά επίπεδα διοξίνης σε γάλα αγελάδων που έβοσκαν στην περιοχή.

1997-99 - Ευρωπαϊκή Ένωση / Βραζιλία: Τον Μάρτιο του 1998, η Ευρωπαϊκή Ένωση απαγόρευσε τις εισαγωγές πούλπας κίτρου από τη Βραζιλία. Η πούλπα κίτρου, που χρησιμοποιείται για ζωοτροφές, είχε αναμιχθεί με απόβλητα της χημικής βιομηχανίας Solvay, η οποία παράγει χλωριωμένα προϊόντα. Αποτέλεσμα της ανάμειξης αυτής ήταν να ανιχνευτούν υψηλά επίπεδα διοξινών στις ζωοτροφές που εξήχθησαν στην Ευρώπη. Οι ζωοτροφές διανεμήθηκαν σε 291 διαφορετικούς προορισμούς σε 11 ευρωπαϊκές χώρες (ανάμεσά τους η Ολλανδία, το Βέλγιο, η Γερμανία, η Ελβετία, η Γαλλία, η Σουηδία και η Φινλανδία). Το σκάνδαλο αποκαλύφθηκε όταν αναλύσεις σε γάλα και βούτυρο στη Γερμανία έδειξαν υψηλές συγκεντρώσεις διοξινών. Τα επίπεδα διοξίνης στη ζωοτροφή ήταν 5,6-7,1 pg I-TEQ/g (110-140 φορές λιγότερο δηλαδή από την περίπτωση του σκανδάλου στο Βέλγιο). Με αφορμή το σκάνδαλο αυτό, η Ευρωπαϊκή Ένωση εξέδωσε στις 24-7-98 την Οδηγία 98/60, όπου ορίζει ως αποδεκτό όριο διοξίνης στις ζωοτροφές (και συγκεκριμένα στην πούλπα κίτρου) το όριο ανίχνευσης των διοξινών δηλαδή το 0,5 pg I-TEQ/g.

Τις δύο τελευταίες δεκαετίες και κυρίως μετά τη διαρροή διοξινών στο περίφημο πια ατύχημα του Σεβέζο στην Ιταλία το 1976, έγιναν σημαντικές εξελίξεις που επηρέασαν το βαθμό έκθεσης των πολιτών σε διοξίνες και συγγενείς ουσίες. Αφενός η νομοθεσία για τις εκπομπές διοξινών έγινε πιο αυστηρή και κάποιες πρόδρομες χημικές ουσίες που συμβάλλουν στην έκλυση διοξινών περιορίστηκαν (π.χ. απαγορεύτηκε η παραγωγή κλοφέν που όταν καίγεται παράγονται διοξίνες, ή η υποκατάσταση του χλωρίου στις χαρτοβιομηχανίες που στο παρελθόν ήταν σημαντικές πηγές έκλυσης διοξινών). Αφετέρου, άλλαξαν οι διατροφικές συνήθειες των Ευρωπαίων τα τελευταία χρόνια. Ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού αποφεύγει πλέον τα πολλά λιπαρά (εκεί δηλαδή που κυρίως συγκεντρώνονται οι διοξίνες) ή στράφηκε στη χορτοφαγία (τα φυτικής προέλευσης τρόφιμα έχουν πολύ μικρότερα επίπεδα διοξινών από τα ζωικής προέλευσης, δηλαδή τα κρέατα και τα γαλακτοκομικά).

Οι διοξίνες περνούν στον ανθρώπινο οργανισμό κυρίως με τη διατροφή και δευτερευόντως με την αναπνοή και το νερό. Το 95-98% της πρόσληψης διοξινών από τον οργανισμό γίνεται μέσω της διατροφής και κυρίως με την κατανάλωση λιπαρών προϊόντων ζωικής προέλευσης. Οι αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες των τελευταίων χρόνων, είχαν ως αποτέλεσμα να μειωθούν τα επίπεδα διοξινών που μέσω της διατροφής περνούν στο σώμα των ευρωπαίων καταναλωτών. Αυτό έδειξαν οι μετρήσεις στις χώρες εκείνες όπου υπάρχουν επαρκή στοιχεία σε βάθος χρόνου για να γίνουν συγκρίσεις. Στη Βρετανία για παράδειγμα είχαμε μείωση κατά 71% την περίοδο 1982-1992, σύμφωνα πάντα με το Βρετανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος. Στη Γερμανία είχαμε μείωση κατά 45% την περίοδο 1989-1995. Για την Ελλάδα δεν υπάρχουν δυστυχώς στοιχεία, αφού ουδέποτε έγιναν αναλύσεις για διοξίνες σε ανθρώπινους ιστούς.

Οι διοξίνες παράγονται ακόμη και σήμερα σε μεγάλες ποσότητες και τα επίπεδα διοξινών στο ευρωπαϊκό περιβάλλον παραμένουν υψηλά. Τόσο υψηλά που να εγκυμονούν κινδύνους για την υγεία. Έρευνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης εκτιμά ότι ο μέσος ευρωπαίος καταναλωτής δέχεται μέσω της διατροφής του 0,9-3 pg TEQ διοξίνης ανά κιλό βάρους του ανά μέρα. Η ενδεικτική δόση που προτείνει η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας είναι 1-4 pg TEQ διοξίνης ανά κιλό βάρους του ανά μέρα. Όταν αναφερόμαστε όμως σε ειδικές κατηγορίες, π.χ. στα παιδιά, τότε τα πράγματα είναι χειρότερα. Όπως επισημαίνει η σχετική έκθεση, τα νεογνά έως 2 μηνών δέχονται μέσω του γάλακτος 27-144 φορές μεγαλύτερη δόση διοξινών απ' αυτήν που προτείνει η Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας.

2.1.5 Άλλες περιπτώσεις διατροφικών σκανδάλων

Πρόσφατα, το Σεπτέμβριο του 2006, οι Ευρωπαίοι πολίτες ήρθαν αντιμέτωποι με ένα νέο διατροφικό σκάνδαλο το οποίο αφορούσε διακίνηση αγγλικών τυριών στην Ευρώπη. Δύο χρόνια μετά τις ολλανδικές διοξίνες στο γάλα, διοχετεύτηκαν ακατάλληλα αγγλικά τυριά στην αγορά. Συγκεκριμένα οι επιθεωρητές της Υπηρεσίας Τροφίμων και Κτηνιατρικών Θεμάτων της ΕΕ, πραγματοποίησαν ελέγχους σε γαλακτοκομική μονάδα της Αγγλίας για την οποία υπήρχαν υποψίες ότι διέθετε στην κοινοτική αγορά τεράστιες ποσότητες τυριών και «πηγμένου γάλακτος για την παραγωγή τυριών» χρησιμοποιώντας πρώτες ύλες ακατάλληλες για ανθρώπινη κατανάλωση. Τις πρώτες ύλες συγκέντρωναν πολυάριθμοι συλλέκτες γάλακτος (βυτία, μεταφορείς κλπ.) καθώς και μονάδες επεξεργασίας γάλακτος στην Αγγλία, παρόλο που υπήρχε η ετικέτα «γάλα για σκουπίδια» ή «μολυσμένο τυρί». Επίσης τον Ιούνιο του 2006 ο βρετανικός κολοσσός Cadbury Schweppes

απόσυρε από τα βρετανικά καταστήματα περισσότερες από ένα εκατομμύριο σοκολάτες καθώς υπήρξε κίνδυνος να έχουν μολυνθεί από το μικρόβιο της σαλμονέλας.

Ένα άλλο διατροφικό σκάνδαλο το 2006 υπήρξε το ινδικό επικίνδυνο κόκκινο πιπέρι που ταξίδευε στην Ευρώπη μέσω Ελλάδας. Ο ΕΦΕΤ, μέσω του Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης για τα Τρόφιμα και τις Ζωοτροφές, ανακοίνωσε ότι ενημερώθηκε για τη διακίνηση από την Ελλάδα, στην Ελβετία και τη Γερμανία κόκκινου πιπεριού, το οποίο περιέχει τις χρωστικές Sudan 1 και Sudan 4. Πρόκειται για προϊόν ινδικής προέλευσης, που εισήχθη από ελληνική εταιρεία.

Επίσης, εντοπίστηκε μολυσμένη παρτίδα τσίλι κατέληξε σχεδόν στη μισή Ευρώπη. Συνολικά έντεκα χώρες της ΕΕ είχαν εισάγει από τη Βρετανία παρτίδες έτοιμης σάλτσας που είχαν νοθευτεί από παραγωγούς τσίλι με την πιθανώς καρκινογόνο χρωστική ουσία Σουδάν 1 (ερυθρό του Σουδάν). Η Ελλάδα ήταν μια από αυτές τις χώρες. Η επίμαχη χρωστική χρησιμοποιείτο κυρίως στην Ινδία για το χρωματισμό του τσίλι, αλλά απαγορεύτηκε στην ΕΕ από τον Ιούλιο του 2003 λόγω ενδείξεων ότι είναι καρκινογόνος. Η ανησυχία για το Σουδάν 1 είχε εξαπλωθεί σε 12 κράτη μέλη της ΕΕ, το Βέλγιο, την Κύπρο, τη Δανία, τη Γαλλία, την Ελλάδα, την Ιρλανδία, την Ιταλία, τη Μάλτα, την Ολλανδία, την Πορτογαλία, την Ισπανία και την Αυστρία. Η Βρετανία απέσυρε 427 έτοιμα γεύματα, σάλτσες και σούπες από τα ράφια των σούπερ-μάρκετ μετά τον εντοπισμό σε τρόφιμα της παράνομης χρωστικής.

Τον Δεκέμβριο του 2005 εντοπίστηκε κρέας με σαλμονέλα από τη Δανία που έγινε σαλάμι στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα ανιχνεύθηκε *Salmonella typhimurim* DT 104 σε χοιρινό κρέας δανέζικης προέλευσης σε ποσότητα 20 τόνων. Το ίδιο διάστημα έπρεπε να καταστραφούν επικίνδυνα χαλασμένα αυγά, που χρησιμοποιήθηκαν από βιομηχανίες τροφίμων για την παρασκευή κέικ, μπισκότων, παγωτών, ζυμαρικών κλπ. Το διατροφικό σκάνδαλο ανακάλυψε η ειδική υπηρεσία NAS της Ιταλίας έπειτα από έρευνες που κράτησαν δύο χρόνια. Τον Απρίλιο του 2005 ταυτοποιήθηκαν στη Γαλλία δύο νέα κρούσματα της ασθένειας των τρελών αγελάδων.

Ένα ακόμη διατροφικό σκάνδαλο ξέσπασε στην Ευρώπη, όταν αποκαλύφθηκε ότι γερμανική εταιρεία πουλούσε ζωοτροφές για πουλερικά μολυσμένες με το ζιζανιοκτόνο "νιτροφέν", και μάλιστα σε βιολογικά αγροκτήματα. Το νιτροφέν έχει απαγορευθεί από την Ε.Ε ως ισχυρό καρκινογόνο, και όμως βρέθηκε σε κοτόπουλα και αυγά σε σημαντικές ποσότητες. Μετά από έρευνα ανακοινώθηκε από το Γερμανικό Υπουργείο Γεωργίας και Προστασίας του Καταναλωτή πως εντοπίστηκαν ίχνη της ουσίας αυτής σε τροφές πουλερικών, τις οποίες διέθετε η εταιρεία.

Αρχικά είχε φανεί ότι το πρόβλημα ήταν περιορισμένο σε ορισμένες φάρμες βιολογικών προϊόντων. Σύντομα όμως αποκαλύφθηκε ότι εκατοντάδες τόνοι δημητριακών μολυσμένων με την ουσία αυτή διανεμήθηκαν όχι μόνο σε βιολογικά αλλά και σε συμβατικά αγροκτήματα σε ολόκληρη τη Γερμανία, και αυτό για διάστημα τριών ετών.

Άλλες πρόσφατες διατροφικές κρίσεις που έγιναν αφορούσαν την ανίχνευση αντιψυκτικού σε αυστριακά κρασιά, μυκοτοξινών σε ξηρούς καρπούς, βενζολίου σε εμφιαλωμένο νερό Perrier, φυτοφαρμάκων και νιτρικών σε λαχανικά, σαλμονέλες σε αυγά και σε κοτόπουλα, κυκλόσπορα σε βατόμουρα, λιστέρειες σε μαλακά τυριά, μεθανόλη σε ιταλικά κρασιά, ορμόνες, αντιβιοτικά, ηρεμιστικά σε κρέατα.

2.1.6 Περίπτωση διαχείρισης διατροφικών κρίσεων

Μια μελέτη περίπτωσης, είναι αυτή της Γιαπωνέζικης Εταιρείας Γαλακτοκομικών «Snow Brand Milk Products Co» που έδειξε ότι ένα από τα πιο τρομακτικά σενάρια για οποιαδήποτε εταιρεία τροφίμων είναι το ξέσπασμα μιας τροφικής δηλητηρίασης που σχετίζεται με τα προϊόντα της. Για την εταιρεία Snow Brand, το 2000 ήταν η χρονιά που ο εφιάλτης έγινε αληθινός. Η εταιρεία ακόμη παλεύει να ανακτήσει τη φήμη της. Τι έγινε; Ένας μεγάλος αριθμός ατόμων, κυρίως στη δυτική Ιαπωνία, ξαφνικά αρρώστησαν από τροφική δηλητηρίαση μετά την κατανάλωση γάλακτος ή σχετικών προϊόντων που κατασκευάστηκαν από την εταιρεία Snow Brand. Περισσότεροι από 15.000 άτομα είχαν επηρεαστεί από το γεγονός. Το πρόβλημα αποδόθηκε σε βακτήρια στο γάλα με χαμηλή περιεκτικότητα λίπους και τα οποία πιστεύεται ότι μόλυναν σχεδόν 5000 άτομα.

Η εταιρεία για να αντιμετωπίσει την κρίση προσπάθησε να κατεβάσει τους τόνους του γεγονότος αλλά έτσι έδωσε την εντύπωση ότι ανησυχούσε περισσότερο για τη φήμη της παρά για τα θύματα. Για παράδειγμα η εταιρεία προσπάθησε να περιορίσει το βαθμό της ανάκλησης του προϊόντος που έπρεπε να κάνει. Το κέντρο δημόσιας υγείας στην Οσάκα έκδωσε διαταγή ανάκλησης για δύο προϊόντα, ενώ απαιτούσε εθελοντική ανάκληση από την εταιρεία για άλλα προϊόντα. Αρχικά η εταιρεία ήταν απρόθυμη να το κάνει αλλά μετά συμφώνησε. Η εταιρεία ισχυρίστηκε ότι η θυρίδα στην οποία η μόλυνση εντοπίστηκε χρησιμοποιόταν σπάνια – στην πραγματικότητα ανακαλύφθηκε ότι χρησιμοποιούνταν σχεδόν καθημερινά. Επίσης ισχυρίστηκε ότι η περιοχή της μόλυνσης ήταν μικρή – η εξέταση όμως τη βρήκε αρκετά μεγαλύτερη. Η εταιρεία ζήτησε από τις αρχές να μην εκδώσει επίσημη ανάκληση.

Γενικά, η εταιρεία απέτυχε να ανακτήσει τη φήμη της διότι αντίδρασε πολύ αργά. Δηλαδή δεν έδρασε γρήγορα απέναντι σε μια πλήρη ανάκληση του προϊόντος και άργησε να επικοινωνήσει με το κοινό. Το έκανε τρεις μέρες μετά το ξέσπασμα της κρίσης. Επίσης η εταιρεία δεν είχε έτοιμο σχέδιο δράσης και καμία μέθοδο λήψης πληροφοριών. Επίσης έκανε το λάθος να προσπαθήσει να καλύψει το συμβάν. Ως αποτέλεσμα οι πελάτες της να φοβούνται ότι τα προϊόντα θα ήταν επικίνδυνα και να χάσουν την εμπιστοσύνη τους στην εταιρεία. Οι συνέπειες για την εταιρεία «Snow Brand Milk Products Co» ήταν πολύ αρνητικές. Οι πωλήσεις της έπεσαν κατακόρυφα και η εμπιστοσύνη του καταναλωτή χάθηκε. Η εταιρεία αναγκάστηκε να κλείσει πέντε από τα εργοστάσια της δηλώνοντας μια καθαρή απώλεια 52,9 εκατομμυρίων γιεν (περίπου 430 εκατομμύρια δολάρια). Η εταιρεία μετά την κρίση έπρεπε να επαναπροσδιορίσει την προσέγγιση της στην κοινωνική της ευθύνη. Η βελτίωση της διασφάλισης της ποιότητας, η ανανέωση της φιλοσοφίας της εταιρείας, η προώθηση της εστίασης στον καταναλωτή, η αύξηση της ταχύτητας της λήψης αποφάσεων και η επαναδομή λειτουργίας διαχείρισης ρίσκου είναι κάποια βήματα που θα βοηθούσαν μια εταιρεία να αποφύγει μια κρίση στα προϊόντα της.

2.1.7 Η οργάνωση προστασίας καταναλωτή στην Ε.Ε.

Η ιστορία της προστασίας του καταναλωτή στην Ε.Ε. αρχίζει τον Οκτώβριο του 1972, όταν οι πρωθυπουργοί των χωρών της Ε.Ο.Κ. καλούν την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να καταρτίσει πρόγραμμα για την προστασία του καταναλωτή. Τον Απρίλιο του 1975 καταρτίζεται το πρώτο Πρόγραμμα Προστασίας του καταναλωτή με στόχο:

- * Την προστασία του από κινδύνους που αφορούν στην υγεία και στην ασφάλεια
- * Την προστασία των οικονομικών συμφερόντων
- * Τη βελτίωση της νομικής θέσης του
- * Τη βελτίωση της ενημέρωσης και της εκπαίδευσης
- * Την ακρόαση και την εκπροσώπηση των καταναλωτών κατά τη λήψη αποφάσεων που αφορούν τα συμφέροντα τους.

Το Μάιο του 1981 καταρτίζεται το δεύτερο πρόγραμμα Προστασίας του Καταναλωτή. Αναφέρεται στα δικαιώματα του καταναλωτή στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα και στα αναγκαία μέτρα βοήθειας του καταναλωτικού κινήματος. Το Μάιο του 1990 καταρτίζεται το τρίτο πρόγραμμα Προστασίας του Καταναλωτή. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται : στην εκπροσώπηση, στην πληροφόρηση, στην ασφάλεια και στις συναλλαγές των καταναλωτών.

Συνοψίζοντας, η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέχει:

- ◆ Προστασία και προαγωγή των συμφερόντων των καταναλωτών
- ◆ Βελτίωση της εκπροσώπησης των καταναλωτών στο κοινοτικό επίπεδο
- ◆ Προώθηση της γενικής ασφάλειας των προϊόντων και των υπηρεσιών
- ◆ Βελτίωση της ενημέρωσης σχετικά με την ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών
- ◆ Παρότρυνση των κρατών – μελών για δικαστική ρύθμιση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών
- ◆ Προστασία του καταναλωτή σε θέματα καινοτομιών, νέων τεχνολογιών και νέων συστημάτων εμπορίας.
- ◆ Ενίσχυση των οργανώσεων καταναλωτών σε θέματα ενημέρωσης και εκπαίδευσης.

Αντί για την «προστασία των καταναλωτών» καθιερώθηκε από την επίτροπο Emma Bonino η έκφραση «πολιτική καταναλωτών» και δείχνει ότι οι καταναλωτές είναι ενήλικες που θα πρέπει να έχουν τα μέσα να υπερασπίζονται τον εαυτό τους. Το πρόγραμμα δράσης της Επιτροπής για την πολιτική των καταναλωτών για την περίοδο 1996-1998 όριζε τις εξής προτεραιότητες:

1. Βελτίωση της εκπαίδευσης και της ενημέρωσης των καταναλωτών.
2. Εξασφάλιση ότι οι καταναλωτές και τα συμφέροντά τους εκπροσωπούνται πλήρως στην εσωτερική αγορά.
3. Προστασία των συμφερόντων των καταναλωτών κατά την παροχή βασικών υπηρεσιών κοινής ωφέλειας.
4. Μέτρα που επιτρέπουν στους καταναλωτές να επωφελούνται από τις δυνατότητες που παρέχει η κοινωνία των πληροφοριών.
5. Βελτίωση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στα τρόφιμα και υποστήριξη των κρατών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης στην ανάπτυξη πολιτικών για τους καταναλωτές.

Σφυγμομέτρηση του Ευρωβαρόμετρου δείχνει ότι σχεδόν εννέα στους δέκα Ευρωπαίους υποστηρίζουν την πολιτική καταναλωτών της Ε.Ε. Όμως οι πολίτες αναζητούν περισσότερα μέτρα όσον αφορά την προστασία των καταναλωτών, την εκπαίδευση, την ποιότητα των τροφίμων, τα περιβαλλοντικά προβλήματα, την ασφάλεια των προϊόντων, το άνοιγμα των μονοπωλίων του δημοσίου στον ανταγωνισμό και τις χρηματοπιστωτικές και ιδιωτικές υπηρεσίες. Οι καταναλωτές επιθυμούν περισσότερη νομική διαφάνεια, ώστε να μπορούν να προσφεύγουν στη δικαιοσύνη σε άλλο κράτος μέλος. Οι πιο ικανοποιημένοι καταναλωτές είναι οι Ιρλανδοί και οι Ισπανοί. Οι

Έλληνες και οι Γερμανοί είναι οι πιο επικριτικοί. Το 68% θεωρεί ότι χρειάζεται επείγοντως δράση για να σταματήσει η υποβάθμιση του περιβάλλοντος (European Commission, 2006).

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προστατεύει τα δικαιώματα των καταναλωτών και της Ευρώπης σε τέσσερις βασικούς τομείς:

- ◆ Υγεία και ασφάλεια
- ◆ Οικονομικά συμφέροντα
- ◆ Συγκριτικές πληροφορίες
- ◆ Δικαίωμα προσφυγής.

Η Γενική Διεύθυνση XXIV έχει ως αποστολή της:

- Να υπερασπίζεται τα συμφέροντα των καταναλωτών με την ανάπτυξη μιας πολιτικής καταναλωτών της Ε.Ε.
- Την εξασφάλιση της διαφάνειας της αγοράς
- Την βελτίωση της ασφάλειας των προϊόντων και των υπηρεσιών στην ενιαία αγορά.

Η τεράστια ενιαία αγορά προσφέρει στους καταναλωτές της Ευρώπης πολλά οφέλη όπως μεγαλύτερη δυνατότητα επιλογής, χαμηλότερη τιμή για προϊόντα και υπηρεσίες. Όμως με τα διάφορα σκάνδαλα (διοξίνες, ασθένεια των τρελών αγελάδων) κλονίστηκε η εμπιστοσύνη των καταναλωτών στα προϊόντα που διακινούνται μεταξύ των συνόρων της Ε.Ε.

Έτσι σε μια νέα προσπάθεια ενίσχυσης της εμπιστοσύνης των καταναλωτών η Επιτροπή αναδιοργάνωσε τη ΓΔ XXIV έτσι ώστε, να είναι υπεύθυνη:

- * Για την πολιτική των καταναλωτών
- * Για την πολιτική της υγείας τους
- * Για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας
- * Για την καλύτερη πληροφόρηση για τις αποφάσεις που λαμβάνονται και τα αποτελέσματα των ελέγχων.

Για την προστασία της υγείας των καταναλωτών, στο εσωτερικό της ΓΔ XXIV δημιουργήθηκε μια νέα διεύθυνση για τις επιστημονικές γνώμες σχετικά με την υγεία, δημιουργήθηκε η υπηρεσία τροφίμων και κτηνιατρικής με έδρα την Ιρλανδία και μια υπηρεσία αξιολόγησης κινδύνων για τη δημόσια υγεία και την παρακολούθηση των τροφίμων. Συγκεκριμένα δίνονται επιστημονικές

συμβουλές από ανεξάρτητους εμπειρογνώμονες, ανάλυση κινδύνων και έλεγχο από την Επιτροπή και μία βάση δεδομένων προσπελάσιμη στο κοινό, όπου θα περιέχει πληροφορίες για τους δυνητικούς κινδύνους.

2.1.7.1 Υπηρεσία Πολιτικής Καταναλωτή (Consumer Policy Service)

Η Υπηρεσία Πολιτικής Καταναλωτή είναι ο αρμόδιος φορέας της Ε.Ε. για την προστασία του καταναλωτή. Αποτελείται από τμήματα που έχουν συγκεκριμένες δραστηριότητες όπως σχέσεις με άλλες οργανώσεις καταναλωτών και υπηρεσίες της Ε.Ε., σχεδιασμός και εφαρμογή της νομοθεσίας, ασφάλεια προϊόντων και υπηρεσιών, ποιότητα προϊόντων και διανομή, ενημέρωση και εκπαίδευση καταναλωτών, συναλλαγές καταναλωτών.

2.1.7.2 Συμβουλευτικό Συμβούλιο Καταναλωτών (CCC)

Το Συμβουλευτικό Συμβούλιο Καταναλωτών είναι ένα συμβουλευτικό όργανο της Ε.Ε. Αποτελείται από 39 μέλη που είναι εκπρόσωποι ευρωπαϊκών οργανώσεων καταναλωτών, εθνικών οργανώσεων και φορέων και προσωπικότητες που είναι αρμόδιοι σε θέματα κατανάλωσης.

Τα μέλη διορίζονται από την Ε.Ε. με τριετή θητεία που μπορεί να ανανεωθεί μία φορά. Σκοπός του είναι να συμβουλεύει την Ε.Ε. για τα θέματα που αφορούν την προστασία των καταναλωτών σε κοινοτικό επίπεδο.

2.1.7.3 «Πολίτες της Ευρώπης»

Πρόκειται για μια πανευρωπαϊκή εκστρατεία ενημέρωσης του ευρωπαίου πολίτη για τα δικαιώματά του, ως καταναλωτής. Στόχος είναι η κατά το δυνατόν πληρέστερη ενημέρωση όσο γίνεται περισσότερων πολιτών της Ευρώπης, για τα πλεονεκτήματα, τις δυνατότητες, τις ευκαιρίες, τα δικαιώματα που τους παρέχει η Ευρωπαϊκή Ένωση, ώστε να τα εφαρμόζουν και να διευκολύνεται η καθημερινή τους ζωή.

Για όσους θέλουν να γνωρίσουν καλύτερα τα δικαιώματα του ευρωπαίου πολίτη, μπορούν να απευθύνονται στην ειδική υπηρεσία καθοδήγησης, είτε μέσω της διεύθυνσης internet :<http://citizens.eu.int>, είτε καλώντας ατελώς την τηλεφωνική υπηρεσία για την Ελλάδα: 008003212254. Καλώντας αυτό τον αριθμό, μπορεί κανείς να θέσει το προσωπικό του πρόβλημα

στην υπηρεσία «Πολίτες της Ευρώπης» η οποία δέχτηκε πάνω από 20.000 αιτήματα από την ίδρυση της το 1996.

2.1.7.4 «Απ' ευθείας με την Ευρώπη»

Πρόκειται για μια νέα υπηρεσία κατάλληλα επανδρωμένη, ώστε να μπορεί να πληροφορεί τους πολίτες στην μητρική τους γλώσσα για τα δικαιώματα τους στην Ενιαία Αγορά και να δίνει πρακτικές συμβουλές για την επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Συγκεκριμένα έχει στη διάθεση της:

- ♦ Τομέα ταχυδρομικής θυρίδας, επιφορτισμένο με τον χειρισμό ερωτήσεων γενικά για την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- ♦ Την πρώτη της έκδοση «Οδηγός στην πορεία αναζήτησης εργασίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση». Περιέχει όλα όσα οι πολίτες χρειάζεται να γνωρίζουν, όταν αναζητούν δουλειά σε άλλο κράτος.
- ♦ Τις εκδόσεις από την καμπάνια «Πολίτες της Ευρώπης».
- ♦ Βάσεις δεδομένων για θέσεις εργασίας.
- ♦ Την υπηρεσία Singpost Service, η οποία βοηθά τους πολίτες να επιλύσουν τα πρακτικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν κατά την άσκηση των δικαιωμάτων τους.

2.1.7.5 Ευρωπαϊκό έντυπο παραπόνων

Η ευρωπαϊκή κοινότητα στην προσπάθειά της να διευκολύνει τη διευθέτηση των καταναλωτικών διαφορών εντός της ενιαίας αγοράς, προώθησε δύο πρωτοβουλίες στον εξωδικαστικό τομέα, που αποβλέπουν στη βελτίωση της κατάστασης όσον αφορά την πρόσβαση των καταναλωτών στη δικαιοσύνη:

- * Ένα έντυπο παραπόνων για τον καταναλωτή.
- * Μια σύσταση σχετικά με τις αρχές που πρέπει να εφαρμόζονται στα όργανα, τα αρμόδια για την εξώδικη επίλυση των καταναλωτικών διαφορών. Πρόκειται για τις αρχές: της ανεξαρτησίας, της διαφάνειας, της εκατέρωθεν ακρόασης, της αποτελεσματικότητας, της νομιμότητας, της ελευθερίας και της εκπροσώπησης.

Το Ευρωπαϊκό έντυπο παραπόνων για τον καταναλωτή, έχει ως σκοπό, να βελτιώσει το διάλογο μεταξύ καταναλωτών και επαγγελματιών και να πετύχει ένα φιλικό διακανονισμό στα προβλήματα που θα συναντήσουν στο πλαίσιο των συναλλαγών τους. Διατίθενται στις έντεκα επίσημες γλώσσες

της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αφορά τον καταναλωτή, τον επαγγελματία, τις ενώσεις καταναλωτών και τα εξωδικαστικά όργανα επίλυσης καταναλωτικών διαφορών.

Ο καταναλωτής μπορεί να βρει το έντυπο παραπόνων:

- ☀️ στη θέση internet της επιτροπής (<http://europa.eu.int/comm/dg24>)
- ☀️ στις ευρωθυρίδες καταναλωτών
- ☀️ στα γραφεία ενώσεων καταναλωτών
- ☀️ σε άλλα κέντρα βοήθειας και πληροφόρησης των καταναλωτών
- ☀️ σε ορισμένους επαγγελματίες

Μπορεί να το χρησιμοποιήσει για να διευθετήσει το πρόβλημα του τόσο με έναν επαγγελματία εγκατεστημένο στη χώρα της κατοικίας του όσο και με έναν επαγγελματία εγκατεστημένο σε άλλη χώρα της Ένωσης. Μπορεί να το συμπληρώσει στη γλώσσα τη δική του ή στη γλώσσα του επαγγελματία. Το γεγονός ότι το έντυπο διατίθεται στις έντεκα γλώσσες της Ε.Ε. θα μπορεί να διευκολύνει το θέμα των μεταφράσεων σε περίπτωση διακρατικών διαφορών κατά τις οποίες τα μέρη εκφράζονται σε διαφορετικές γλώσσες.

Το Ευρωπαϊκό έντυπο σε καμία περίπτωση δεν αντικαθιστά το ουσιαστικό στάδιο του διαλόγου μεταξύ καταναλωτή και επαγγελματία. Παρεμβαίνει μόνο στην περίπτωση κατά την οποία δεν έχει επιτευχθεί κανένα αποτέλεσμα με το διάλογο. Μπορεί τότε να υποκαταστήσει την επιστολή παραπόνων που θα είχε συντάξει ο καταναλωτής μόνος του ή με τη βοήθεια μιας ένωσης καταναλωτών.

2.1.7.6 Ιδιωτικοί Φορείς της Ε.Ε.

Παράλληλα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ασχολούνται και άλλοι φορείς με θέματα προστασίας του καταναλωτή όπως:

- ◆ Το Γραφείο Ευρωπαϊκών Ενώσεων Καταναλωτών (BEUC)
- ◆ Η Επιτροπή των Οικογενειακών Οργανώσεων της Ευρωπαϊκής Κοινότητας (COFACE)
- ◆ Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα των Συνεταιρισμών Καταναλωτών (EUROCOOP).

2.1.8 Ευρωπαϊκή Ένωση και Ασφάλεια Τροφίμων

Οι πρώτοι κανόνες για την ασφάλεια των τροφίμων χρονολογούνται από την αρχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι κρίσεις στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων κατά τη δεκαετία του 1990 έδειξαν ότι ήρθε η ώρα να αντικατασταθεί το μωσαϊκό των κανόνων από μια πιο απλή και πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση. Το αποτέλεσμα ήταν ένα νέο νομοθετικό πλαίσιο, γνωστό ως «γενική νομοθεσία τροφίμων», που εφαρμόζεται σταδιακά από το 2002 έως το 2005. Η νομοθεσία αυτή καθορίζει όχι μόνο τις αρχές που ισχύουν για την ασφάλεια των τροφίμων αλλά επίσης:

☀ Δημιουργεί την Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (ΕΑΑΤ), που συγκεντρώνει τις αρμοδιότητες για όλες τις εργασίες που πραγματοποιούσαν στο παρελθόν διάφορες επιστημονικές επιτροπές και καθιστά πιο προσιτή στο ευρύ κοινό την επιστημονική αξιολόγηση των κινδύνων.

☀ Εισάγει την έννοια της «ανιχνευσιμότητας». Με άλλα λόγια, οι επιχειρήσεις τροφίμων και ζωοτροφών, ανεξάρτητα από το εάν παράγουν, μεταποιούν ή εισάγουν τρόφιμα ή ζωοτροφές, πρέπει να εξασφαλίζουν την ανιχνευσιμότητα όλων των τροφίμων, των ζωοτροφών και των συστατικών των ζωοτροφών σε όλη την τροφική αλυσίδα, «από το αγρόκτημα έως το τραπέζι». Κάθε επιχείρηση πρέπει να είναι ικανή να προσδιορίσει τους προμηθευτές της και τις επιχειρήσεις που προμήθευσε η ίδια. Αυτή η προσέγγιση είναι γνωστή ως «ένα βήμα πίσω, ένα βήμα μπροστά».

☀ Ενισχύει το σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης, το οποίο χρησιμοποιούν η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και οι επίσημες υπηρεσίες των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να αντιδρούν εγκαίρως σε κρίσεις στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων και/ή των ζωοτροφών. Μέσω αυτού του συστήματος έγκαιρης προειδοποίησης, τα κράτη μέλη κοινοποιούν στην Επιτροπή, η οποία διαβιβάζει αμέσως την πληροφορία στο δίκτυο όσον αφορά: κάθε μέτρο που αποσκοπεί στον περιορισμό της διάθεσης στην αγορά ή στην επιβολή απόσυρσης τροφίμων ή ζωοτροφών, κάθε ενέργεια με τους επαγγελματίες του τομέα, που αποσκοπεί στην αποφυγή ή τη ρύθμιση της χρήσης των τροφίμων ή των ζωοτροφών, κάθε απόρριψη παρτίδας τροφίμων ή ζωοτροφών από αρμόδια υπηρεσία συνοριακού σταθμού της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η Ε.Ε είχε θέσει ένα χρονοδιάγραμμα από το 2000 που αφορούσε στην ολική ποιότητα των τροφίμων από το χωράφι στο τραπέζι. Αυτό το πρόγραμμα αναπτύχθηκε σε πολλές δράσεις. Η εφαρμογή του ξεκίνησε από την δημοσιοποίηση της «Λευκής Βίβλου» όπου περιγράφεται με κάθε λεπτομέρεια τι σημαίνει ασφάλεια από το χωράφι στο πιάτο και πως αυτή υλοποιείται σε όλα τα στάδια της διατροφικής αλυσίδας δηλαδή στο χωράφι, στο διαμετακομιστή, στον χονδρέμπορο και

στον παρασκευαστή. Βέβαια, στον ζωντανό χώρο των τροφίμων, υπάρχουν συνεχώς εξελίξεις και κάθε νέα δράση που εκπονείται και ολοκληρώνεται θέτει και νέα στάνταρ στην ποιότητα που καλούνται να εφαρμόσουν οι βιομηχανίες τροφίμων. Το νέο στοιχείο αφορά τη σήμανση των τροφίμων και την αναγραφή όλων των συστατικών των παρασκευασμάτων, με στόχο την ενημέρωση του καταναλωτή για συστατικά που είναι εν δυνάμει αλλεργιογόνα⁵ για ορισμένη μικρή μερίδα του πληθυσμού.

Έτσι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, θέλοντας να επανακτήσει την αξιοπιστία της σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, συνέταξε τον Ιανουάριο του 2000 τη Λευκή Βίβλο για την Ασφάλεια των Τροφίμων. Η Λευκή Βίβλος αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για τον καθορισμό της ευρωπαϊκής πολιτικής για αυξημένη ασφάλεια των τροφίμων. Στο πλαίσιο της Λευκής Βίβλου θεσπίζεται ένα σύστημα διαχείρισης της πολιτικής για τα τρόφιμα και προβλέπεται η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Υπηρεσίας (Αρχή) Τροφίμων (European Food Authority) η οποία εγκαθιδρύθηκε το 2002 ως Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (EFSA).

Αποστολή της Ευρωπαϊκής Αρχής για την Ασφάλεια των Τροφίμων είναι η παροχή επιστημονικών συμβουλών και τεχνικής υποστήριξης σε όλους τους τομείς που έχουν αντίκτυπο στην ασφάλεια των τροφίμων. Αποτελεί πηγή ανεξάρτητης ενημέρωσης σχετικά με όλα τα θέματα που αφορούν αυτούς τους τομείς και κοινοποιεί τους κινδύνους στο ευρύ κοινό. Στην Αρχή μπορούν να συμμετέχουν τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς και οι χώρες που εφαρμόζουν την κοινοτική νομοθεσία σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων.

Στους τομείς που υπάγονται στην αρμοδιότητά της, τα καθήκοντα της Ευρωπαϊκής Αρχής για την Ασφάλεια των Τροφίμων είναι τα ακόλουθα:

- Παρέχει στα κοινοτικά όργανα και στα κράτη μέλη τις καλύτερες δυνατές επιστημονικές γνώμες με δική της πρωτοβουλία ή ύστερα από αίτηση της Επιτροπής, του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου ή των κρατών μελών. Αυτές οι ανεξάρτητες επιστημονικές γνώμες αφορούν θέματα ασφάλειας των τροφίμων και άλλα συναφή θέματα (ζωοτροφές και υγεία των ζώων, φυτοϋγειονομικοί έλεγχοι, γενετικώς τροποποιημένοι οργανισμοί, διατροφή κ.τ.λ).

⁵ Δηλαδή για την συντριπτική πλειοψηφία του πληθυσμού τα συστατικά του αυγού είναι πηγή θρεπτικών ουσιών. Ενδεχομένως ορισμένα μεμονωμένα άτομα να είναι ευαίσθητα σε αλλεργίες από το αυγό. Αυτοί θέλουν να γνωρίζουν αν σε ένα προϊόν που περιέχει π.χ. 20% σαλάμι κρύβονται πρωτεΐνες αυγού.

Χρησιμοποιούνται ως βάση για τη λήψη πολιτικών αποφάσεων όσον αφορά τη διαχείριση των κινδύνων.

- Προωθεί και συντονίζει την ανάπτυξη ενιαίων μεθόδων αξιολόγησης των κινδύνων.

- Παρέχει επιστημονική και τεχνική βοήθεια στην Επιτροπή. Τα καθήκοντα επιστημονικής ή τεχνικής βοήθειας συνίστανται σε επιστημονικές εργασίες για τις οποίες δεν απαιτείται η εμπειρογνωμοσύνη της επιτροπής και των μόνιμων επιστημονικών ομάδων της Αρχής (π.χ. αξιολόγηση των τεχνικών κριτηρίων).

- Αναθέτει τη διεξαγωγή των επιστημονικών μελετών που είναι απαραίτητες για την εκπλήρωση της αποστολής της, επιδιώκοντας να αποφύγει την αλληλοεπικάλυψη με τα ερευνητικά προγράμματα των κρατών μελών ή της Κοινότητας.

- Διερευνά, συλλέγει, αναλύει και συνοψίζει τα επιστημονικά και τεχνικά δεδομένα στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων (έκθεση του ανθρώπου σε κινδύνους που συνδέονται με την κατανάλωση τροφίμων, τις βιολογικές πηγές κινδύνου, τις μολυσματικές προσμείξεις και τα κατάλοιπα). Η Επιτροπή δημοσιεύει έκθεση σχετικά με τα συστήματα συλλογής των υφιστάμενων δεδομένων σε κοινοτικό επίπεδο.

- Αναλαμβάνει δράση για να προσδιορίσει και να χαρακτηρίσει αναδυόμενους κινδύνους. Η Αρχή καθορίζει διαδικασίες ελέγχου για τη διερεύνηση, συλλογή, αντιπαραβολή και ανάλυση όλων των πληροφοριών, με σκοπό τον προσδιορισμό των αναδυόμενων κινδύνων.

- Δημιουργεί σύστημα δικτύων ευρωπαϊκών οργανισμών που δρουν στον τομέα της ασφάλειας των τροφίμων. Η Αρχή συμμετέχει στο σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης που συνδέει την Επιτροπή και τα κράτη μέλη. Ενθαρρύνει την ανταλλαγή πληροφοριών, εμπειρογνωμοσύνης και ορθών πρακτικών, το συντονισμό της δράσης καθώς και την υλοποίηση κοινών σχεδίων.

- Παρέχει, ύστερα από αίτηση της Επιτροπής, επιστημονική και τεχνική βοήθεια με σκοπό τη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ της Επιτροπής, των υποψήφιων χωρών, των διεθνών οργανισμών και τρίτων χωρών.

■ Εξασφαλίζει ότι το κοινό και τα ενδιαφερόμενα μέρη λαμβάνουν αξιόπιστη, αντικειμενική και κατανοητή πληροφόρηση.

■ Διατυπώνει συμπεράσματα και κατευθύνσεις σχετικά με θέματα που ανήκουν στο πλαίσιο της αποστολής της.

Σε στενή συνεργασία με την Αρχή και τα κράτη μέλη, η Επιτροπή καταρτίζει ένα γενικό σχέδιο για τη διαχείριση κρίσεων. Όταν η μια κατάσταση που συνεπάγεται σοβαρό κίνδυνο δεν μπορεί να αντιμετωπιστεί κατάλληλα με τις ισχύουσες διατάξεις, η Επιτροπή συγκροτεί αμέσως μονάδα κρίσης στην οποία συμμετέχει η Αρχή και η οποία παρέχει επιστημονική και τεχνική υποστήριξη. Αυτή η μονάδα κρίσης συλλέγει και αξιολογεί όλα τα σχετικά δεδομένα και εντοπίζει τις διαθέσιμες επιλογές για την πρόληψη, εξάλειψη ή μείωση του κινδύνου για την ανθρώπινη υγεία.

Αξίζει να σημειωθεί ότι όταν μια χώρα προετοιμάζεται να προσχωρήσει στην Ευρωπαϊκή Ένωση, πρέπει συχνά να καταβάλει μεγάλες και πολυδάπανες προσπάθειες για να συμμορφωθεί προς τους κανόνες και για να βελτιώσει τις εγκαταστάσεις μεταποίησης και διακίνησης. Συχνά λαμβάνει χρηματοδοτική βοήθεια από την ΕΕ ώστε οι απαραίτητες αλλαγές να γίνουν εγκαίρως. Σε εξαιρετικές περιπτώσεις, η ΕΕ μπορεί να επιτρέψει μια μεταβατική περίοδο για την ολοκλήρωση της προσαρμογής μετά την προσχώρηση. Τέτοιου είδους εξαιρέσεις, κυρίως για εγκαταστάσεις μεταποίησης κρέατος και ψαριών, ισχύουν σήμερα για την Τσεχική Δημοκρατία, τη Λεττονία, τη Λιθουανία, την Ουγγαρία, την Πολωνία και τη Σλοβακία.

Το σύστημα που εξασφαλίζει την ασφάλεια των τροφίμων είναι το ίδιο σε όλες τις χώρες της ΕΕ, αλλά αφήνει περιθώρια για πολυμορφία. Τα παραδοσιακά τρόφιμα και τα τοπικά ειδικά παραδοσιακά προϊόντα έχουν τη θέση τους σε αυτό. Πράγματι, η ΕΕ προωθεί ενεργά την πολυμορφία και την ποιότητα. Προστατεύει τα χαρακτηριστικά ή παραδοσιακά τρόφιμα ορισμένων περιοχών ή ορισμένες μεθόδους παραγωγής από την παράνομη απομίμηση, και προωθεί επίσης τη βιολογική γεωργία.

Έρευνα της Eurostat το 2006 έδειξε ότι η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων (>80%) παρουσιάστηκαν ενημερωμένοι για την ύπαρξη νέων ευρωπαϊκών κανονισμών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα δικαιώματα του καταναλωτή. Σε ποσοστό 60%, οι ευρωπαίοι συμφωνούν με την άποψη ότι το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα αυστηρό αν και λιγότεροι από τους μισούς (46%) αισθάνονται σίγουροι ότι οι συγκεκριμένες διατάξεις τηρούνται

σωστά. Ακόμα και έτσι όμως, σχεδόν τα 2/3 εμπιστεύονται τα τρόφιμα που παράγονται εντός της ευρωπαϊκής επικράτειας, θεωρώντας τα περισσότερα ποιοτικά αλλά ασφαλή από τα αντίστοιχα εισαγόμενα. Επίσης σχεδόν οι μισοί ευρωπαίοι (47%) πιστεύουν ότι οι Εθνικές Αρχές αν και γενικά ενεργούν προς την σωστή κατεύθυνση, ενδεχομένως αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην προστασία οικονομικών συμφερόντων από ότι στην προάσπιση της υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή. Σε αντίβαρο των προηγούμενων, είναι σαφέστατα πιο ενθαρρυντικό το γεγονός ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (55%) έχει θετική αντίληψη για την ετοιμότητα και λειτουργία των Εθνικών Αρχών Τροφίμων.

2.1.9 Καταναλωτικές οργανώσεις στην Ευρώπη

Όσον αφορά τις καταναλωτικές οργανώσεις υπάρχουν πάρα πολλές στην Ευρώπη και είναι διαφορετικού μεγέθους, υποβάθρου και ικανότητας που εξαρτώνται στην ιστορία της χώρας και στις συνθήκες. Επί του παρόντος, υπάρχουν δύο νόμιμες ευρωπαϊκές οργανώσεις που λαμβάνουν την χρηματοδότηση⁶ της Επιτροπής για να τους βοηθήσει να πραγματοποιήσουν τις λειτουργίες τους:

- ♦  η ANEC (European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation). Η ANEC αναπαριστεί και προστατεύει τα συμφέροντα του καταναλωτή μέσα από τη διαδικασία τυποποίησης και πιστοποίησης.
- ♦ η BEUC (Bureau Européen des Unions des Consommateurs). Η BEUC υπερασπίζει και προωθεί τα συμφέροντα των Ευρωπαίων καταναλωτών μέσα από τη διαδικασία πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η BEUC και τα μέλη της σε 24 μέλη κράτη αναπτύσσουν θέσεις πολιτικής.

Στην Αυστρία δεν υπάρχει επίσημος ορισμός ή κριτήρια για τις καταναλωτικές ενώσεις. Ωστόσο θεωρούνται ως μη κυβερνητικοί οργανισμοί οι οποίοι έχουν στόχο να προστατέψουν τους καταναλωτές. Επίσης δεν υπάρχει επίσημος κατάλογος των καταναλωτικών οργανώσεων. Το υπεύθυνο υπουργείο για την προστασία του καταναλωτή έχει μια νόμιμη βασισμένη συντονιστική λειτουργία για όλα τα θέματα της πολιτικής του καταναλωτή. Συντονίζει μεταξύ ομοσπονδιακών υπουργείων, κοινωνικών εταίρων, περιφερειακών δημόσιων οργάνων και μη κυβερνητικών οργανώσεων.

⁶ Τα κριτήρια χρηματοδότησης τους βρίσκονται στο άρθρο 7 του νόμου 20/2004/EC.

Στην Κύπρο επί του παρόντος δεν υπάρχουν επίσημοι ορισμοί ή κριτήρια για τον προσδιορισμό της καταναλωτικής οργάνωσης σε εθνικό επίπεδο. Αυτό κυρίως οφείλεται στο ότι η Κύπρος είναι ένα μικρό νησί με πληθυσμό περίπου 650.000. Όλες οι οργανώσεις θεωρούνται να εκτελούνται σε εθνικό επίπεδο. Οι καταναλωτικές ενώσεις που υπάρχουν στην Κύπρο είναι ο Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών, η Κυπριακή Ένωση Καταναλωτών και Ποιότητα Ζωής, η Κυπριακή Ομοσπονδία Εργαζομένων – Σώμα Καταναλωτών και η Κυπριακή Ομοσπονδία Εργαζομένων – μονάδα καταναλωτή. Όλοι οι καταναλωτικοί οργανισμοί χρηματοδοτούνται από το κράτος. Το 2005 ο Κυπριακός Σύνδεσμος Καταναλωτών χρηματοδοτήθηκε με 77.400 ευρώ, η Κυπριακή Ένωση Καταναλωτών και Ποιότητα Ζωής με 12.040 ευρώ, η Κυπριακή Ομοσπονδία Εργαζομένων – Σώμα Καταναλωτών με 3.440 ευρώ και η Κυπριακή Ομοσπονδία Εργαζομένων – μονάδα καταναλωτή χρηματοδοτήθηκε με 3.440 ευρώ από το κράτος. Υπάρχει επίσης η Συμβουλευτική Επιτροπή προεδρεύεται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού που είναι υπεύθυνη για το σύνδεσμο με όλα τα ενδιαφερόμενα μέλη για όλα τα θέματα καταναλωτών. Τα μέλη της επιτροπής είναι καταναλωτικές οργανώσεις, εργατικά σωματεία και επιστημονικές και επαγγελματικές οργανώσεις.

Στη Δημοκρατία της Τσεχίας υπάρχουν αρκετές καταναλωτικές οργανώσεις, μέλη της Καταναλωτικής Συμβουλευτικής Επιτροπής όπως ο Τσέχικος Σύνδεσμος Καταναλωτών, ο Πολιτιστικός Σύνδεσμος Καταναλωτή, η Καταναλωτική Συμβουλευτική και η Υπηρεσία Πληροφόρησης κ.ά. Οι καταναλωτικές οργανώσεις υποστηρίζονται από το Υπουργείο Βιομηχανίας και Εμπορίου από τον κρατικό προϋπολογισμό.

Στη Δανία δεν υπάρχει επίσημος ορισμός ή κριτήρια για τις καταναλωτικές ενώσεις όπως και επίσημος κατάλογος καταναλωτικών οργανώσεων. Εντούτοις στη Δανία, το Συμβούλιο των Καταναλωτών είναι η καλύτερη εγκατεστημένη και σχεδόν η μόνη καταναλωτική οργάνωση. Το 65% περίπου των εξόδων της χρηματοδοτείται από την κυβέρνηση.

Στην Εσθονία σύμφωνα με τη Δράση Προστασίας του Καταναλωτή που ενισχύθηκε το 2004 υπάρχει μια καταναλωτική οργάνωση η οποία είναι ένας εθελοντικός σύνδεσμος από άτομα που έχουν ως αντικείμενο δραστηριοτήτων να προστατέψουν και να προωθήσουν τα ενδιαφέροντα και τα δικαιώματα των καταναλωτών. Δεν υπάρχει επίσημη λίστα των καταναλωτικών οργανώσεων σε εθνικό επίπεδο. Οι οργανώσεις που θεωρούνται ως καταναλωτικές είναι η Εσθονική Ένωση Καταναλωτή με 9 οργανισμούς μέλη και 300 ακτιβιστές σε όλη την Εσθονία. Μικρότεροι

καταναλωτικοί οργανισμοί είναι ο Σύνδεσμος Προστασίας του Καταναλωτή, το Συμβουλευτικό Κέντρο Προστασίας Καταναλωτή κ.ά. Η κυβέρνηση της Εσθονίας μέσα από το υπουργείο Οικονομικών και Επικοινωνίας χρηματοδοτεί τις εθελοντικές καταναλωτικές οργανώσεις κάτω από συγκεκριμένα σχέδια ετησίως. Το Συμβούλιο Καταναλωτικής Προστασίας ως ένα συμβουλευτικό σώμα στο Σύνδεσμο Προστασίας του Καταναλωτή εγκαθιδρύθηκε το 1995 και είναι το κύριο σώμα μέσω του οποίου οι τοπικές κυβερνήσεις και οι εθελοντικές καταναλωτικές οργανώσεις μπορούν να συμμετάσχουν στην απόφαση αναπτύσσοντας την καταναλωτική πολιτική σε κρατικό επίπεδο. Οι καταναλωτικές οργανώσεις επίσης καλούνται να δώσουν την άποψη τους σε νομοθετικά ζητήματα και να συμμετέχουν σε διάφορες ομάδες εργασίας, συνέδρια, συναντήσεις.

Στην Γερμανία, δεν υπάρχει επίσημος ορισμός για το τι είναι μια καταναλωτική οργάνωση. Εντούτοις, ένα κριτήριο είναι ότι είναι ένα μη κυβερνητικός και μη κερδοσκοπικός οργανισμός που υποστηρίζει τα συμφέροντα του καταναλωτή. Δεν υπάρχει επίσημος κατάλογος των καταναλωτικών οργανώσεων. Στην πραγματικότητα, τουλάχιστον 38 μέλη μπορούν να θεωρηθούν ως καταναλωτικές οργανώσεις. Σε ομοσπονδιακό επίπεδο, δεν υπάρχει επίσημο σώμα που να ενώνει τους καταναλωτικούς οργανισμούς και τις δημόσιες αρχές. Εντούτοις, υπάρχουν αρκετές επαφές μεταξύ δημόσιων αρχών και καταναλωτικών οργανώσεων π.χ το Υπουργείο Προστασίας του Καταναλωτή, Διατροφής και Γεωργίας, η Επιτροπή για τεχνικές ρυθμίσεις και καταναλωτικών προϊόντων που συμβουλεύει την κυβέρνηση για θέματα ασφάλειας προϊόντων κ.ά.

Στη Ουγγαρία θεωρούνται καταναλωτικές οργανώσεις οι μη κυβερνητικές που προστατεύουν και προωθούν τα συμφέροντα των καταναλωτών. Σύμφωνα με την Οδηγία 98/27/EC του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου στις αποφάσεις για την προστασία των συλλογικών συμφερόντων των καταναλωτών έχουν αποσταλεί λεπτομέρειες για τέσσερις Ουγγρικές πιστοποιημένες οντότητες στην Επιτροπή. Η επίσημη λίστα περιέχει τον Εθνικό Σύνδεσμο για Προστασία του Καταναλωτή στην Ουγγαρία, το Σύνδεσμο Προστασίας του Καταναλωτή της Csepel, τον Σύνδεσμο Ενεργών Ούγγρων Καταναλωτών και το Σύλλογο Ουγγρικών Αυτοκινήτων. Αλλά υπάρχουν και μερικές άλλες οργανώσεις που είναι μέλη Εθνικών Ομοσπονδιακών Συνδέσμων Προστασίας του Καταναλωτή όπως η Ομοσπονδία Ούγγρων Φορολογουμένων, ο Σύνδεσμος Ούγγρων Ασφαλισμένων και Καταναλωτών, ο Σύνδεσμος Ατόμων με ειδικές ανάγκες στη Βουδαπέστη κ.ά. Υπάρχει δημόσια χρηματοδότηση των καταναλωτικών οργανώσεων μέσα από τον κρατικό προϋπολογισμό. Οι καταναλωτικές οργανώσεις υποστηρίζονται από το Υπουργείο

Νεολαίας, Οικογένειας, Κοινωνικών Υποθέσεων και Ίσων Ευκαιριών που είναι υπεύθυνο για την προστασία του καταναλωτή στην Ουγγαρία.

Στην Ιρλανδία δεν υπάρχει επίσημος ορισμός για τις καταναλωτικές οργανώσεις δοσμένου ότι υπάρχει μόνο μια καταναλωτική οργάνωση, ο Σύνδεσμος Καταναλωτών της Ιρλανδίας. Η ιρλανδική κυβέρνηση παρέχει 63.000 ευρώ του ετήσιου προϋπολογισμού σε δωρεά στο Σύνδεσμο Καταναλωτών της Ιρλανδίας. Ο στόχος της δωρεάς είναι να εμπλουτίσει την ικανότητα του συνδέσμου να αντιπροσωπεύει τους καταναλωτές.

Στη Λετονία ως καταναλωτικές οργανώσεις ορίζονται οι δημόσιοι οργανισμοί που αποτελούνται από εθελοντές καταναλωτές με σκοπό να προστατέψουν τα δικαιώματα του καταναλωτή. Δεν υπάρχει επίσημη λίστα των καταναλωτικών οργανώσεων σε εθνικό επίπεδο. Υπάρχουν οι ακόλουθοι οργανισμοί που θεωρούνται ως καταναλωτικές οργανώσεις: Σύλλογος για προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή – ο πρώτος που ιδρύθηκε στη Λετονία το 1990, ο Λετονικός Σύνδεσμος Προστασίας του Καταναλωτή που ιδρύθηκε το 1999 και αποτελείται από δέκα τοπικές οργανώσεις και οκτώ συλλόγους προστασίας του καταναλωτή, ο Σύλλογος για προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή κ.ά. Οι καταναλωτικές οργανώσεις δεν χρηματοδοτούνται από το κράτος. Ο Λετονικός Σύνδεσμος Προστασίας Καταναλωτή είναι το βασικό σώμα των καταναλωτικών οργανώσεων. Τα μέλη αυτού του συνδέσμου είναι τοπικοί σύλλογοι καταναλωτών από διάφορες περιοχές και τοποθεσίες. Ο σύνδεσμος είναι μια ανεξάρτητη μη κυβερνητική οργάνωση, που εργάζεται σε εθνικό επίπεδο για να προστατέψει τα δικαιώματα του καταναλωτή στη Λετονία.

Στη Λιθουανία δεν υπάρχει επίσημος ορισμός για τη μη κυβερνητική καταναλωτική οργάνωση. Επίσημα καταγράφονται οι εξής μη κυβερνητικές οργανώσεις και οι οποίες αναφέρονται στην ιστοσελίδα του Εθνικού Συμβουλίου για την Προστασία των Εθνικών Δικαιωμάτων των Καταναλωτών: η Λιθουανική Εθνική Ομοσπονδία Καταναλωτή, ο Λιθουανικός Σύνδεσμος Καταναλωτών, η Λιθουανική Ένωση Καταναλωτή, το Λιθουανικό Ινστιτούτο Καταναλωτή, το Κέντρο Προστασίας Δικαιωμάτων του Καταναλωτή κ.ά. Η Λιθουανική Κυβέρνηση παρέχει ένα σταθερό πόσο χρημάτων στον προϋπολογισμό του Εθνικού Συνδέσμου Προστασίας των Δικαιωμάτων του Καταναλωτή για οικονομική υποστήριξη των μη κυβερνητικών καταναλωτικών οργανώσεων.

Στη Μάλτα υπάρχουν διατάξεις στο νόμο για τις υποθέσεις του καταναλωτή (κεφ. 378) οι οποίες βάζουν κριτήρια που προσδιορίζουν αν ένας καταναλωτικός οργανισμός αναγνωρίζεται σε εθνικό επίπεδο. Υπάρχει μόνο μια καταναλωτική οργάνωση που επί του παρόντος αναγνωρίστηκε από το νόμο και καταχωρήθηκε με το Συμβούλιο Υποθέσεων του Καταναλωτή. Δεν υπάρχει δημόσια χρηματοδότηση αυτών των οργανισμών αλλά η Δράση Υποθέσεων του Καταναλωτή εξασφαλίζει ότι το Υπουργείο μπορεί να κάνει δωρεά σε κάποιον από τους καταχωρημένους συνδέσμους του καταναλωτή. Το Συμβούλιο Υποθέσεων του Καταναλωτή ιδρύθηκε από τη Δράση Υποθέσεων του Καταναλωτή. Το Συμβούλιο είναι επίσης το σώμα που ελέγχει την καταχώρηση των καταναλωτικών οργανώσεων στη Μάλτα.

Στην Ολλανδία δεν υπάρχει μια επίσημη λίστα καταναλωτικών οργανώσεων. Η οργάνωση που θεωρείται ως καταναλωτική είναι η 'Consumentenbond' η οποία είναι η μεγαλύτερη με 65.000 μέλη. Παρέχει πληροφορίες για το νόμο του καταναλωτή, ελέγχει προϊόντα / υπηρεσίες, δημοσιεύει περιοδικά και δίνει την άποψη της για μια νέα πολιτική του καταναλωτή. Υπάρχουν και άλλες μικρότερες καταναλωτικές οργανώσεις. Δεν υπάρχει δημόσια χρηματοδότηση για τις καταναλωτικές οργανώσεις. Το Υπουργείο Οικονομικών Υποθέσεων πράγματι χρηματοδότησε την οργάνωση 'Consumentenbond' στο παρελθόν.

Στη Νορβηγία δεν έχουν αναπτυχθεί επίσημοι ή γενικά εφαρμοσμένοι ορισμοί ή κριτήρια για το τι είναι καταναλωτικός οργανισμός, καθώς δεν υπήρξε ανάγκη για αυτό στο Νορβηγικό σύστημα. Το κύριο σώμα που επικρατεί ως καταναλωτική οργάνωση είναι το Συμβούλιο του Καταναλωτή, το οποίο στην πρακτική είναι η μόνη οργάνωση που εργάζεται και ικανοποιεί τα συμφέροντα των καταναλωτών γενικά. Το Συμβούλιο του Καταναλωτή λαμβάνει μια ετήσια χρηματοδότηση από το κράτος μέσα από τον προϋπολογισμό του Υπουργείου. Το 2006 εκτιμήθηκε ότι χρηματοδοτήθηκε από το 80% του συνολικού τους προϋπολογισμού.

Στη Σλοβακία οι καταναλωτικές οργανώσεις εγκαθιδρύθηκαν σύμφωνα με το νόμο 83/1990. Δεν υπάρχουν ειδικά κριτήρια για τον προσδιορισμό της καταναλωτικής οργάνωσης. Στη Σλοβενία επίσης δεν υπάρχει ορισμός για τη μη κυβερνητική εθνική καταναλωτική οργάνωση, αλλά υπάρχει ορισμός για τη μη κυβερνητική οργάνωση. Σύμφωνα με τον ορισμό οι καταναλωτικές οργανώσεις είναι μη κερδοσκοπικές και μη κυβερνητικές που εγκαθιδρύθηκαν από καταναλωτές για να προστατέψουν τα δικαιώματά τους και καταχωρήθηκαν από το Γραφείο Προστασίας Καταναλωτή υπό το Υπουργείο Οικονομίας. Υπάρχει ένα Ειδικό Συμβουλευτικό Συμβούλιο, αποτελούμενο από

αντιπροσώπους από τις αρμόδιες εθνικές αρχές, τις μη κυβερνητικές καταναλωτικές οργανώσεις, επιχειρηματικά συμβούλια και ακαδημαϊκοί ειδικοί στην προστασία του καταναλωτή.

Στη Σουηδία δεν υπάρχει λίστα καταναλωτικών οργανώσεων σε εθνικό επίπεδο. Υπάρχουν δύο καταναλωτικές οργανώσεις, ο Σουηδικός Σύνδεσμος Καταναλωτή και ο Σουηδικός Συνασπισμός Καταναλωτή οι οποίες αποτελούνται από μεγάλο αριθμό οργανώσεων με διαφορετικά προφίλ. Η χρηματοδότηση αυτών των οργανισμών έχει αυξηθεί τα τελευταία πέντε χρόνια με 4.2 εκατομμύρια ετησίως να δίνονται σε αυτούς τους οργανισμούς. Υπάρχει ένας συνεχής διάλογος μεταξύ του Υπουργείου Γεωργίας, Τροφίμων και Καταναλωτικών Υποθέσεων και αρχών, των καταναλωτικών οργανώσεων και επιχειρηματικών οργανώσεων σε ένα πλατύ εύρος θεμάτων επηρεάζοντας την καταναλωτική πολιτική.

Στο Ηνωμένο Βασίλειο δεν υπάρχει ένας επίσημος ορισμός ή κριτήριο για το τι είναι καταναλωτική οργάνωση σε εθνικό επίπεδο και ούτε επίσημη λίστα καταναλωτικών οργανώσεων. Η κυβέρνηση υποστηρίζει το Εθνικό Καταναλωτικό Συμβούλιο το οποίο έχει σκοπό να προστατεύσει τα συμφέροντα των καταναλωτών σε ένα εύρος θεμάτων πολιτικής, αλλά δεν είναι η μόνη εθνική οργάνωση. Άλλες μη κυβερνητικές καταναλωτικές ενώσεις είναι ο Καταναλωτικός Σύνδεσμος, το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτή, η Ομάδα Τροφίμων Καταναλωτή (FoodAware) και η Εθνική Ομοσπονδία Καταναλωτή. Το Τμήμα Εμπορίου και Βιομηχανίας είναι υπεύθυνο για τη χρηματοδότηση του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτή, του Σκοτσέζικου Συμβουλίου του Καταναλωτή και του Ουαλικού Συμβουλίου του Καταναλωτή. Το Τμήμα Εμπορίου και Βιομηχανίας είναι υπεύθυνο για την προώθηση και υποστήριξη της εργασίας της υπηρεσίας του Συμβουλευτικού Γραφείου των Πολιτών μέσα από τη χρηματοδότηση της Συμβουλευτικής Πολιτών στην Αγγλία, στην Ουαλία και στην Σκωτία. Στην Ιρλανδία αυτό αποτελεί μια ανεξάρτητη οργάνωση.

2.2 Αμερική

Οι τροφογενείς ασθένειες είναι ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα στις ΗΠΑ αφού υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο συμβαίνουν 76.000.000 επεισόδια τροφιμογενών νοσημάτων, 325.000 άτομα εισάγονται σε νοσοκομεία και 5.000 θάνατοι προκαλούνται κάθε χρόνο από τροφιμογενή αίτια (Mead et al, EID, 1999, National Cattlemen's Beef Association, 2002).

Όσον αφορά τη γρίπη των πουλερικών, την σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και τις διοξίνες πρέπει να αναφερθεί ότι η σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια έχει εντοπιστεί πρόσφατα και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Για τις διοξίνες, το 1997 στο Άρκανσο των ΗΠΑ, 2.000 εργάτες πτηνοτροφείων χρειάστηκε να μείνουν στα σπίτια τους μέχρι να διαπιστωθεί αν τα επίπεδα διοξίνης στους χώρους δουλειάς τους ήταν κάτω από τα νέα όρια που θέσπισε η Αμερικανική Υπηρεσία Περιβάλλοντος (EPA). Όσον αφορά τον ιό πανδημίας του 1918 ήταν ένα ιδιαίτερο γεγονός αφού σκότωσε τουλάχιστον 40 εκατομμύρια ανθρώπους. Στις Η.Π.Α. η θνησιμότητα κατά τη διάρκεια αυτής της πανδημίας της γρίπης των πουλερικών ήταν περίπου 2.5%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα των ερευνών που έγιναν στις ΗΠΑ φάνηκε ότι οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την συνολική ποιότητα των канаδέζικων τροφίμων είναι πολύ θετικές. Τα τρόφιμα που παρήχθησαν στον Καναδά πήραν μεγάλες τιμές όσον αφορά σημαντικά στοιχεία της ποιότητας των τροφίμων, όπως το να είναι φρέσκα και γευστικά. Οι καταναλωτές που συμμετείχαν στην έρευνα δήλωσαν ότι νοιώθουν ότι ο Καναδάς έχει καλύτερα πρότυπα παραγωγής και πρακτικές από άλλες χώρες και περισσότερους κανόνες. Η έρευνα έδειξε ότι ένα σύστημα ανιχνευσιμότητας μπορεί να έχει μια θετική επίδραση στην εμπιστοσύνη του καταναλωτή για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ τα μέσα μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στην ενημέρωση του καταναλωτή (Ipsos-Reid Corporation, 2004).

Μια άλλη έρευνα, που έγινε στις ΗΠΑ, η οποία είχε στόχο να αποτιμήσει τις αντιλήψεις των κατοίκων του Οχάιο για διάφορους κινδύνους που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων έδειξε ότι τα κατάλοιπα μικροβιοκτόνων στα τρόφιμα και η μόλυνση του πόσιμου νερού έχουν τα υψηλότερα επίπεδα αντιλαμβανόμενης επικινδυνότητας ενώ η ασθένεια των τρελών αγελάδων και τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα τα χαμηλότερα επίπεδα αντιλαμβανόμενης επικινδυνότητας. Οι εφημερίδες, η τηλεόραση, οι ειδικοί γιατροί για την υγεία, οι φυσικοί και οι εκπαιδευτικοί επιστήμονες φάνηκε ότι είναι έμπιστες πηγές πληροφόρησης για θέματα τροφίμων ενώ οι φίλοι, η οικογένεια, η Αμερικανική Οργάνωση Προστασίας του Περιβάλλοντος και οι ομάδες συνηγόρων

των καταναλωτών αποτιμήθηκαν λιγότερο ευνοϊκά. Για τα θέματα βιοτεχνολογίας πάνω από τους μισούς ήταν αναποφάσιστοι για την επίδραση της βιοτεχνολογίας στην προσφορά των τροφίμων (Tucker et al, 2006).



2.2.1 Περίπτωση διαχείρισης διατροφικής κρίσης

Η περίπτωση της εταιρείας παραγωγής χυμών, της Odwalla, αποτελεί ένα καλό παράδειγμα εταιρείας τροφίμων που αντιμετωπίζει κρίση. Η εταιρεία αναπτυσσόταν με υψηλούς ρυθμούς με ετήσιες πωλήσεις που αυξάνονταν 30% κάθε χρόνο, είχε μια πολύ καλή φήμη και οι καταναλωτές την εμπιστεύονταν σε μεγάλο βαθμό. Όμως στις 30 Οκτωβρίου του 1996 όλα άλλαξαν. Οι υπάλληλοι υγείας στην Ουάσιγκτον πληροφόρησαν την εταιρεία ότι είχαν ανακαλύψει μια σχέση μεταξύ του βακτηρίου E. coli 0157:H7 και του φρέσκου χυμού μήλου που παρήγαγε η εταιρεία. Πράγματι αυτή η σχέση επιβεβαιώθηκε λίγες μέρες μετά. Καθώς η κρίση εξελισσόταν, ένα παιδί πέθανε και περισσότερα από 60 άτομα στις Δυτικές Ηνωμένες Πολιτείες και στον Καναδά αρρώστησαν μετά την πόση του χυμού. Οι πωλήσεις της εταιρείας έπεσαν κατακόρυφα στο 90%.

Η εταιρεία έδρασε αμέσως. Αν και το σημείο όπου πρωτοαναγνωρίστηκε η σχέση ήταν αβέβαιο, ο πρόεδρος της εταιρείας διέταξε μια πλήρης ανάκληση όλων των προϊόντων που περιείχαν χυμό μήλο ή καρότο. Αυτή η ανάκληση κάλυψε περίπου 4600 αγορές λιανεμπορίου σε 7 πολιτείες και κόστισε περίπου 6,5 εκατομμύρια δολάρια μέσα σε 48 ώρες. Αυτό που δεν έκανε η εταιρεία ήταν να αποφύγει την υπευθυνότητα. Σε όλες τις συνεντεύξεις των μέσων, ο πρόεδρος εξέφρασε τη συμπάθεια σε όλους όσους επηρεάστηκαν και υποσχέθηκε αμέσως ότι η εταιρεία θα πλήρωνε όλα τα ιατρικά έξοδα των παθόντων. Ο πρόεδρος της εταιρείας διεξήγαγε διασκέψεις σε καθημερινή βάση και πληροφόρησε τους υπαλλήλους της εταιρείας. Αυτή η προσέγγιση αποδείχθηκε σωτήρια για την επιβίωση της εταιρείας. Οι εξωτερικές επικοινωνίες ήταν εξίσου σημαντικές. Μέσα σε 24 ώρες, η εταιρεία δημιούργησε μια επεξηγηματική ιστοσελίδα που διάβασαν 20,000 άτομα και γενικά έγιναν όλες οι πιθανές προσπάθειες για την παροχή έγκυρης πληροφόρησης.

Το επόμενο βήμα της εταιρείας Odwalla ήταν να ασχοληθεί με το πρόβλημα της μόλυνσης. Η εταιρεία εφήρμοσε μια μέθοδο που ονομάστηκε «απαστράπτουσα παστερίωση» που θα εγγυόταν ότι το E-coli είχε καταστραφεί ενώ θα άφηνε την καλύτερη δυνατή γεύση στο χυμό και τον Δεκέμβριο του 2005 ξαναέβαλε τον χυμό μήλο στα προϊόντα της.

Η εταιρεία ανέκαμψε γρήγορα και επανέκτησε αρκετή από τη καλή της φήμη. Οι πωλήσεις επανήλθαν στα προηγούμενα επίπεδα σε σύντομο χρονικό διάστημα και σύντομα βελτιώθηκαν, αν και πλήρωσε ένα μεγάλο κόστος. Της επιβλήθηκε πρόστιμο 1,5 εκατομμυρίων δολαρίων από τον Οργανισμό Τροφίμων και Φαρμάκων των ΗΠΑ. Αν και υπάρχουν ακόμη κριτικές που αρνούνται να πιστώσουν την εταιρεία με οποιαδήποτε δικαιολογητικά για το συμβάν η Odwalla αποδείχθηκε ένα παράδειγμα καλύτερης πρακτικής που λίγα μπορούν να εντοπιστούν.

2.2.2 Εμπλεκόμενοι Φορείς με την Ασφάλεια Τροφίμων στις ΗΠΑ

Οι φορείς που ασχολούνται με τα θέματα τροφίμων και συνεπώς και με τις τροφογενείς ασθένειες στις ΗΠΑ είναι τα Κέντρα για τον Έλεγχο και την Παρεμπόδιση των Ασθενειών (CDC), ο Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων (FDA), το Εθνικό Σύστημα Υγείας, το Ινστιτούτο Ασφάλειας Τροφίμων της Αμερικής (FSIA), ο Αμερικανικός Ιατρικός Σύνδεσμος (AMA), οι Εκπαιδευτικοί συνεταιρισμοί για την ασφάλεια των τροφίμων, το Τμήμα Υγείας και Ανθρώπινων Υπηρεσιών, η Υπηρεσία Επίβλεψης και Ασφάλειας Τροφίμων (FSIS), το Υπουργείο Γεωργίας των ΗΠΑ και το Κέντρο πληροφοριών του Οργανισμού Τροφίμων και Φαρμάκων όπως και της Υπηρεσίας Επίβλεψης και Ασφάλειας Τροφίμων

Οι καταγγελίες για περιστατικά τροφιμογενών ασθενειών γίνονται στα Κέντρα Ελέγχου και Παρεμπόδισης των Ασθενειών (CDC) αλλά και σε κέντρα δηλητηριάσεων και νοσοκομεία. Η διάγνωση και η διαχείριση των τροφιμογενών ασθενειών όμως γίνεται από τον Αμερικανικό Ιατρικό Σύνδεσμο (AMA), την Υπηρεσία Επίβλεψης και Ασφάλειας Τροφίμων (FSIS), τον Οργανισμό Φαρμάκων και Τροφίμων (FDA) και από τα Κέντρα Ελέγχου και Παρεμπόδισης των Ασθενειών (CDC). Στην Υπηρεσία Επίβλεψης και Ασφάλειας Τροφίμων απευθύνονται όσοι θέλουν να καταγγείλουν ή να αναφέρουν περιπτώσεις που αφορούν κρέας, πουλερικά και προϊόντα αυγού. Στον Οργανισμό Φαρμάκων και Τροφίμων απευθύνονται όσοι επιθυμούν να αναφέρουν περιπτώσεις που αφορούν θαλασσινά, φρούτα, λαχανικά, μη κρεατικά προϊόντα αλλά και εμφιαλωμένου νερού.

Τα Κέντρα για τον Έλεγχο και την Παρεμπόδιση των Ασθενειών (CDC) συμβάλουν στις προσπάθειες του ομοσπονδιακού κράτους για τη συλλογή δεδομένων για τις τροφογενείς ασθένειες. Επίσης διεκπεραιώνουν έρευνες για τις τροφογενείς ασθένειες και τις κρίσεις και παρακολουθούν την αποτελεσματικότητα των μέτρων παρεμπόδισης των και των προσπαθειών ελέγχου. Αυτά τα κέντρα παίζουν κρίσιμο ρόλο στον καθορισμό των παρεμποδιστικών στρατηγικών όπως και στην

κατασκευή ενός εθνικού και τοπικού τμήματος υγείας επιδημιολογίας πράγματα τα οποία θα υποστηρίξουν την επίβλεψη των τροφιμογενών ασθενειών και τις αντιδράσεις σε μια κρίση.

Για την προστασία του κοινού από τις τροφογενείς ασθένειες η Υπηρεσία Επίβλεψης και Ασφάλειας Τροφίμων (Food Safety and Inspection Service - FSIS), μια συντονιστική οργάνωση για τη δημόσια υγεία του Τμήματος Γεωργίας των ΗΠΑ, προστατεύει τους καταναλωτές διαβεβαιώνοντας τους για την ασφάλεια του κρέατος, των πουλερικών, και των προϊόντων αυγού, όπως επίσης και για τη θρεπτικότητα και τη σωστή σήμανση τους.

Υπό την επίβλεψη της Ομοσπονδιακής Δράσης Επιθεώρησης Κρέατος, της Δράσης Επιθεώρησης Προϊόντων Πουλερικών και της Δράσης Επιθεώρησης Προϊόντων Αυγού, το FSIS επιθεωρεί όλα τα κρέατα, τα πουλερικά και τα προϊόντα αυγού που πουλήθηκαν στο διαπολιτειακό εμπόριο και επαναθεωρεί τα εισαγόμενα προϊόντα, για να διαβεβαιώσει ότι συμβαδίζουν με τα πρότυπα ασφάλειας των τροφίμων στην Αμερική.

Το FSIS ελέγχει τους μικροβιολογικούς, χημικούς και άλλους τύπους μόλυνσης και διεξάγει επιδημιολογικές έρευνες σε συνεργασία με τα Κέντρα Ελέγχου Ασθένειας και Παρεμπόδισης βασισμένο σε αναφορές των τροφιμογενών κινδύνων στην υγεία. Σε ετήσια βάση, το FSIS ανασκοπεί τα συστήματα επιθεώρησης σε όλες τις ξένες χώρες που εξάγουν νόμιμα κρέας και πουλερικά στις ΗΠΑ για να διαβεβαιώσει ότι είναι ισότιμα με εκείνα των νόμων στις ΗΠΑ. Η επαναθεώρηση όλων των εισαγόμενων κρεάτων και πουλερικών που εισάγονται στις ΗΠΑ επιβεβαιώνει ότι το σύστημα επιθεώρησης της χώρας λειτουργεί σωστά. Επίσης το FSIS είναι υπεύθυνο για την εκτίμηση των προγραμμάτων επιθεώρησης του κράτους και αξιοποιεί τη νέα γνώση και τεχνολογία για να αναπτύξει νέες μεθόδους επιθεώρησης για καλύτερη προστασία της δημόσιας υγείας. Οι πρόσφατες πρωτοβουλίες του FSIS είναι ότι εφαρμόζει ένα ευρύ και μακροπρόθεσμο επιστημονικό σχέδιο για να βελτιώσει την ασφάλεια των κρεάτων, των πουλερικών και των προϊόντων αυγού. Εφαρμόζει την προσέγγιση από το αγρόκτημα στο τραπέζι βελτιώνοντας την ασφάλεια αυτών των τροφίμων σε κάθε βήμα στην παραγωγή τροφίμων, στην επεξεργασία, στη διανομή και στην αλυσίδα προώθησης. Αυτά τα βήματα σχεδιάστηκαν για να εστιάσουν στο ρίσκο της μικροβιολογικής μόλυνσης – το πιο σημαντικό πρόβλημα ασφάλειας τροφίμων στις ΗΠΑ. Ο στόχος του FSIS είναι να μειώσει τα περιστατικά μόλυνσης όσο περισσότερο γίνεται.

Όχι μόνο εργάζεται για να βελτιώσει την ασφάλεια τροφίμων, το FSIS επίσης ασχολείται με τα προγράμματα εκπαίδευσης του καταναλωτή για πάνω από 20 χρόνια. Βασισμένο σε έρευνες για τα

ρίσκα στα τρόφιμα, τη συμπεριφορά του καταναλωτή και τις στρατηγικές μάρκετινγκ το FSIS αναπτύσσει και στοχεύει στα εκπαιδευτικά προγράμματα στο ευρύ κοινό όπως επίσης και σε άτομα που αντιμετωπίζουν αυξημένους κινδύνους από τροφογενείς ασθένειες – οι ηλικιωμένοι, οι έγκυες γυναίκες και τα μικρά παιδιά.

Το Ινστιτούτο Ασφάλειας Τροφίμων της Αμερικής (Food Safety Institute of the Americas - FSIA) αποτελεί μια καινοτομική ιδέα για την ανάπτυξη και διανομή πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων και την εκπαίδευση όλων των πολιτών στην Αμερική. Συντονίζει τα προγράμματα για να εστιάσει στις περιοχές με τις μεγαλύτερες ανάγκες, μοιράζει πόρους στα προγράμματα που ήδη υπάρχουν μέσα στην κοινότητα και προωθεί την ανάπτυξη των διεθνών προτύπων ασφάλειας τροφίμων.

Συνολικά το ινστιτούτο θα παρέχει ένα κύριο προχωρημένο πρόγραμμα για να εμπλουτίσει την ασφάλεια τροφίμων και τη δημόσια υγεία στους Αμερικανούς πολίτες. Θα παρέχει στην πολιτεία μεγαλύτερη πρόσβαση στις πληροφορίες ασφάλειας τροφίμων και τεχνική βοήθεια αναγκαία για να διαβεβαιώσει την ασφάλεια του εισαγόμενου και εξαγόμενου κρέατος, πουλερικών, και προϊόντων αυγού. Θα αυξήσει την πρόσβαση στα υπάρχοντα περιφερειακά προγράμματα ασφάλειας τροφίμων και θα υποστηρίξει την ανάπτυξη των επιστημονικών συμφωνιών και θα ενδυναμώσει την εθνική και τοπική οικονομία.

Όμως μόνο τρεις οργανισμοί απ' όσους αναφέρθηκαν παραπάνω είναι οι βασικοί και αυτοί που είναι υπεύθυνοι για τη ρύθμιση των θεμάτων για την ασφάλεια των τροφίμων και των συστατικών τους. Αυτοί είναι:

- **Υπηρεσία Ασφάλειας και Επιθεώρησης Τροφίμων** (FSIS) του Τμήματος Γεωργίας των ΗΠΑ η οποία διαβεβαιώνει την ασφάλεια όλων των ντόπιων και εισαγόμενων κρεάτων, πουλερικών και κάποιων προϊόντων αυγού στο διαπολιτειακό εμπόριο.
- **Οργανισμός Τροφίμων και Φαρμάκων** (FDA) του Τμήματος Υγείας και Ανθρώπινων Υπηρεσιών έχει σκοπό όλα τα ντόπια και εισαγόμενα τρόφιμα που αγοράζονται στο διαπολιτειακό εμπόριο (εκτός από τα κρέατα, τα πουλερικά και κάποια προϊόντα αυγού) όπως επίσης και το κρέας κυνηγιού, τα πρόσθετα τροφίμων, τις ζωοτροφές και τα κτηνιατρικά φάρμακα να είναι ασφαλή.
- **Οργάνωση Προστασίας Περιβάλλοντος** (EPA) η οποία εγκρίνει και βάζει μέγιστα επιτρεπτά όρια για τα μικροβιοκτόνα κατάλοιπα σε τρόφιμα και ζωοτροφές. Επίσης έχει

ρυθμιστικά και ερευνητικά προγράμματα σε σχέση με το νερό και τα τροφιμογενή τοξικά χημικά όπως οι διοξίνες.

Οι πιο πάνω οργανισμοί υποστηρίζονται από άλλες κυβερνητικές οργανώσεις και υπηρεσίες όπως είναι τα κέντρα ελέγχου και παρεμπόδισης των ασθενειών, η υπηρεσία έρευνας για τη γεωργία, η υπηρεσία εθνικής έρευνας, η υπηρεσία εκπαίδευσης και επέκτασης, η υπηρεσία οικονομικής έρευνας, η υπηρεσία επιθεώρησης της υγείας των φυτών και των ζώων, η εθνική υπηρεσία των θαλάσσιων ψαρότοπων και τα εθνικά ινστιτούτα υγείας.

Τα τελευταία χρόνια οι υπηρεσίες ασφάλειας τροφίμων της ομοσπονδιακής κυβέρνησης των ΗΠΑ διαμόρφωσαν μια ομάδα υπηρεσιών (και από άλλα επίπεδα κυβέρνησης) για το συντονισμό των θεμάτων για τα τρόφιμα. Αυτές είναι:

- ♦ ***Συμβούλιο του προέδρου για την ασφάλεια των τροφίμων***: στόχος του είναι να περιγράψει όλες τις πλευρές των ομοσπονδιακών προγραμμάτων για την ασφάλεια των τροφίμων.
- ♦ ***Συνεταιριστικό ινστιτούτο έρευνας για την ασφάλεια των τροφίμων***: δημιουργήθηκε με εντολή του προέδρου το 1998 για να συντονίζει το σχεδιασμό και να ρυθμίσει τις προτεραιότητες για την έρευνα ασφάλειας τροφίμων μεταξύ όλων των ομοσπονδιακών οργανώσεων, να εμπλουτίσει τους δημόσιους/ιδιωτικούς συνεταιρισμούς με γνώση και να εξετάσει αποτελεσματικά την πρακτική από το αγρόκτημα στο τραπέζι.
- ♦ ***Πολυεθνική εταιρεία αποτίμησης ρίσκου***: αποτελείται από ομοσπονδιακούς επιστήμονες από πολλές υπηρεσίες, με σκοπό τη βελτίωση της επιστήμης της αποτίμησης ρίσκου ενθαρρύνοντας την ανάπτυξη προβλεπτικών μοντέλων και άλλων εργαλείων.
- ♦ ***Ομάδα συντονιστικής ανταπόκρισης σε κρίση στον κλάδο τροφίμων***: σχεδιάστηκε για να βελτιώσει την προσέγγιση σε διαπολιτειακές κρίσεις στον κλάδο τροφίμων και να αναπτύξει ένα εθνικό, συντονισμένο σύστημα αντίδρασης σε μια κρίση.
- ♦ ***Συνεταιριστικό ινστιτούτο για την ασφάλεια τροφίμων και την εφαρμοσμένη διατροφή***: αποτελεί ένα πολυδιάστατο πρόγραμμα έρευνας και εκπαίδευσης που εγκαθιδρύθηκε το 1996 από τον Οργανισμό Τροφίμων και Φαρμάκων και το Πανεπιστήμιο Maryland.
- ♦ ***Εθνικό σύστημα ασφάλειας τροφίμων***: ιδρύθηκε το 1998 και σχεδιάστηκε για να δυναμώσει τις εργασιακές σχέσεις μεταξύ ομοσπονδιακής κυβέρνησης και εθνικών και τοπικών υπηρεσιών προστασίας υγείας.



Κεφάλαιο 3: Εμπειρία στην Ελλάδα σχετικά με τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων

Τα τελευταία χρόνια γινόμαστε μάρτυρες συνεχόμενων αποκαλύψεων για διατροφικά σκάνδαλα στην Ελλάδα. Τα χαλασμένα γιαούρτια μεγάλης βιομηχανίας του κλάδου, το μέλι με τα χημικά, η νέα έξαρση της γρίπης των πουλερικών, και η μαζική εισβολή των γενετικά τροποποιημένων οργανισμών στην Ελλάδα είναι κάποια από αυτά. Το παράδοξο είναι ότι στην εποχή που, στο δυτικό κόσμο, ενώ έχει επιτευχθεί το χαμηλότερο ποσοστό θνησιμότητας βρεφών και το μεγαλύτερο προσδόκιμο ζωής απ' όλες τις περιόδους της ανθρώπινης ιστορίας, γεγονός που οφείλεται σε ένα βαθμό και στην ποιότητα και ασφάλεια των τροφίμων, ο καταναλωτής συνεχίζει να ανησυχεί για την ποιότητα των τροφίμων.

3.1 Ασθένεια των τρελών αγελάδων

Αρχίζοντας από τη γνωστή ασθένεια των τρελών αγελάδων θα λέγαμε ότι τα περισσότερα κρούσματα άρρωστων ζώων εμφανίστηκαν στη Μεγάλη Βρετανία. Η νόσος των "τρελών αγελάδων" είχε μεγάλη έξαρση την τριετία 1991-1994. Στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, τα κρούσματα άρρωστων ζώων ήταν ελάχιστα, ενώ στην Ελλάδα μόνο ένα, αφού μετά από 15 χρόνια εμφάνισης της ασθένειας, μόνο μία αγελάδα⁷ βρέθηκε να έχει νοσήσει.

3.2 Ασθένεια Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ

Με την νόσο των τρελών αγελάδων στα βοοειδή, σχετίζεται η αποκαλούμενη νέα μορφή της ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ στον άνθρωπο. Η ασθένεια του Creutzfeldt- Jakob ήταν πολύ λίγο γνωστή πριν το 1995. Η νέα μορφή της ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ είναι εξαιρετικά σπάνια και ουσιαστικά άγνωστη στην Ελλάδα και αποτελεί μια παραλλαγή της γνωστής, εδώ και 100 χρόνια, ασθένειας Κρόιτςφελτ-Γιάκομπ. Ο υπεύθυνος παράγοντας για την μετάδοση της ασθένειας είναι μια παθολογική πρωτεΐνη το prion που στα Ελληνικά έχει ονομασθεί προΐος.

⁷ Η Ελλάδα είναι μια χώρα στην οποία, αν και έχουν αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό οι κλάδοι της γεωργίας, της κτηνοτροφίας και της πτηνοτροφίας, εξακολουθούν να εισάγονται μικρές έως και μεγάλες ποσότητες από το εξωτερικό. Συγκεκριμένα στην γεωργία και στην κτηνοτροφία εισάγεται πάνω από το 50% των συνολικών αναγκών με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σοβαρά προβλήματα στους Έλληνες γεωργούς και κτηνοτρόφους. Αντιθέτως τώρα, στην πτηνοτροφία τα πράγματα είναι πολύ καλύτερα. Οι εισαγωγές είναι μικρές, αφού εισάγονται λιγότερο από το 10% των συνολικών αναγκών. Όμως παρατηρείται μια προσπάθεια να πληγεί αυτός ο σημαντικός τομέας στην Ελλάδα και να αυξηθεί η εισαγωγή πουλερικών.

3.3 Γρίπη των πουλερικών

Όσον αφορά τη γρίπη των πουλερικών, οι Έλληνες πολίτες είχαν προειδοποιηθεί από τον οικολογικό χώρο, και για αυτό το διατροφικό σκάνδαλο, ότι υπεύθυνη είναι η βιομηχανική γεωργία, όπου για χάρη του κέρδους, τα πτηνά εκτρέφονται σε άθλιες συνθήκες, οπότε είναι πολύ εύάλωτα στις ασθένειες. Ωστόσο, οι κυβερνήσεις και τα ΜΜΕ στην Ελλάδα, δεν είχαν αναφέρει για αρκετό καιρό αυτή τη νέα διατροφική κρίση όπως επίσης δεν είχαν αναφέρει ότι δεν είχε παρατηρηθεί ούτε ένα κρούσμα στα βιολογικά πτηνά στην Ελλάδα. Θανατώθηκαν προληπτικά εκατομμύρια πτηνά και έκλεισαν τα σύνορα, ενώ οι τοποθετήσεις των μεγαλοεπιχειρηματιών πτηνοτρόφων, ότι τα πτηνά των βιομηχανικών εκμεταλλεύσεων είναι ασφαλή, παρουσιάστηκαν σαν επίσημες απόψεις της πολιτείας.

3.4 Μεταλλαγμένα

Τα τελευταία περιστατικά που ανησύχησαν περισσότερο τους Έλληνες καταναλωτές παρουσιάζονται παρακάτω. Η μαζική εισβολή των μεταλλαγμένων στην Ελλάδα ήταν ένα από αυτά. Το 2005 φαίνεται ότι συγκεκριμένες εταιρίες είχαν εισάγει στην Ελλάδα τουλάχιστον 500.000 τόνους μεταλλαγμένα προϊόντα ενώ στην Ευρώπη είχαν εισαχθεί εκατοντάδες εκατομμύρια τόνοι! Πρόκειται για επικίνδυνους για την υγεία και το περιβάλλον οργανισμούς, κατασκευασμένους στα εργαστήρια από την ανάμιξη τελείως διαφορετικών ειδών (π.χ ψάρι με ντομάτα), και η διαδικασία της απελευθέρωσής τους στο περιβάλλον δεν αναστρέφεται.

3.5 Διοξίνες

Όσον αφορά τις διοξίνες στα ελληνικά τρόφιμα, τον Αύγουστο του 1999, μετά το διατροφικό σκάνδαλο που ξέσπασε στο Βέλγιο, το υπουργείο Ανάπτυξης έστειλε για ανάλυση σε εξειδικευμένο γερμανικό εργαστήριο, δείγματα τροφίμων της ελληνικής αγοράς για να διαπιστωθεί κατά πόσο περιέχουν διοξίνες. Αποδείχθηκε ότι όλα τα δείγματα περιείχαν διοξίνες και αυτό δείχνει πως το πρόβλημα δεν είναι μόνο εισαγόμενο, αλλά και ότι υπάρχουν και εγχώριες πηγές διοξινών. Θετικό φάνηκε το γεγονός ότι στις περισσότερες περιπτώσεις τα επίπεδα διοξινών σε τρόφιμα ήταν μικρότερα από αντίστοιχα ευρωπαϊκά.

Ο παρακάτω πίνακας δείχνει τα επίπεδα διοξινών σε τρόφιμα της ελληνικής αγοράς. Οι τιμές δίνονται σε πικογραμμάρια (τρισεκατομμυριοστό του γραμμαρίου) διοξίνης ανά γραμμάριο λίπους του τροφίμου (pg/g).

Τρόφιμο	Συγκέντρωση διοξίνης (pg/g)
Γιαούρτι	1,09
Γάλα	0,70
Αυγό	0,36
Κοτόπουλο	0,18

Πηγή: ΥΠΑΝ

Για σύγκριση δίνονται τα συνήθη επίπεδα διοξινών σε κάποια τρόφιμα της ευρωπαϊκής αγοράς.

Τρόφιμο	Συγκέντρωση διοξίνης (pg/g)
Γιαούρτι	0,5-3,8
Γάλα	0,2-2,6
Αυγό	1,2-4,6
Κοτόπουλο	0,7-2,2

Υπάρχουν μερικά ενδεικτικά όρια διοξινών που ισχύουν σε διάφορες χώρες. Δεν πρόκειται για όρια ασφαλείας, αφού ο κανόνας είναι όσο λιγότερο τόσο καλύτερο, αλλά για κάποιες κατευθυντήριες οδηγίες για να μη κυκλοφορούν στην αγορά πολύ επιβαρυνμένα γάλατα. Στην Γερμανία υπάρχει το πιο σύνθετο και ολοκληρωμένο σύστημα. Υπάρχουν τρεις διαφορετικές κατευθυντήριες τιμές. Γάλατα με τιμές διοξινών πάνω από 5 pg TEQ⁸/g λίπους απαγορεύεται να κυκλοφορήσουν στην αγορά. Όταν οι διοξίνες ξεπερνούν τα 3 pg TEQ/g λίπους, τότε γίνεται έλεγχος για να ανιχνευθεί η πηγή διοξινών που επιβάρυνε το γάλα και το προϊόν χρησιμοποιείται αφού πρώτα αποβουτυρωθεί για να απομακρυνθούν τα λιπαρά. Το "επιθυμητό" είναι η συγκέντρωση διοξινών να είναι κάτω από τα 0,9 pg TEQ/g λίπους. Στο Βέλγιο η συγκέντρωση διοξινών στο γάλα δεν πρέπει να ξεπερνά τα 5 pg TEQ/g λίπους. Στην Ολλανδία η συγκέντρωση διοξινών στο γάλα δεν πρέπει να ξεπερνά τα 6 pg TEQ/g λίπους. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει κάποια πολιτική για την εξάλειψη των διοξινών. Ακόμη

⁸ I-TEQ = το ισοδύναμο διοξίνης TCDD, της "διοξίνης του Σεβέζο" που είναι η πιο τοξική.

και σήμερα δεν υπάρχουν στην Ελλάδα τα κατάλληλα εργαστήρια και φυσικά δεν πραγματοποιούνται οι σχετικοί έλεγχοι. Το μόνο σημείο βελτίωσης είναι ο εξοπλισμός δύο εργαστηρίων (στο Δημόκριτο και το Εθνικό Αστεροσκοπείο αντίστοιχα) τα οποία όμως δεν λειτουργούν ακόμη.

3.6 Άλλα διατροφικά σκάνδαλα

Η εφημερίδα «ΤΑ ΝΕΑ» (23/11/2005, αρ.φύλλου 18398) αναφέρει ότι βρέθηκε τοξική ουσία σε βρεφικό γάλα της Nestle. Από το τέλος Οκτωβρίου σταμάτησε να διατίθεται στην ελληνική αγορά το βρεφικό γάλα NAN 2 της εταιρείας Nestle, σε προϊόντα της οποίας, μέσω της συσκευασίας, «πέρασε» και ανιχνεύθηκε η τοξική ουσία ITX. Η εταιρεία Nestle Ελλάς απόδωσε την απόσυρση του στην αλλαγή της συσκευασίας και της συνταγής παρασκευής του. Ωστόσο δεν έγινε καμία ενημέρωση στους καταναλωτές για το πρόβλημα, παρά το γεγονός, όπως παραδέχθηκε ο εκπρόσωπος της μητρικής εταιρείας, ότι ήταν γνωστό «από το φθινόπωρο». Μάλιστα η εταιρεία υποστήριξε ότι η χημική ουσία ITX που ανιχνεύθηκε στην Ιταλία σχετίζεται με το υλικό εκτύπωσης της ετικέτας και δεν είναι τοξική. Από την 1η Νοεμβρίου 2005 η εταιρεία ξεκίνησε το λανσάρισμα νέου παρόμοιου προϊόντος, σε λευκή συσκευασία.

Ένα άλλο σοβαρό διατροφικό σκάνδαλο που ακολούθησε και ανησύχησε τους Έλληνες καταναλωτές ήταν η απόσυρση γιαουρτιών από την αγορά το 2006. Συγκεκριμένα η ΦΑΓΕ ανακάλεσε για προληπτικούς λόγους από την αγορά παρτίδα του γιαουρτιού Total 2%, συσκευασίας 200 γραμμαρίων, με ημερομηνία ανάλωσης 17 Ιουλίου. Σε ενημερωτική ανακοίνωση της εταιρείας αναφέρεται ότι η ανάκληση διενεργείται λόγω πιθανότητας εμφάνισης ζυμομυκήτων στην επιφάνεια του προϊόντος. Από μακροσκοπικούς ελέγχους που διενεργήθηκαν τόσο σε άλλες περιοχές όσο και σε άλλες συσκευασίες διαφόρων παρτίδων του ίδιου προϊόντος, δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη μυκήτων. Επιπλέον από επιτόπιο άμεσο έλεγχο στις εγκαταστάσεις της εταιρείας ΦΑΓΕ από κλιμάκιο του ΕΦΕΤ δεν προέκυψε κανένα σχετικό εύρημα και δεν διαπιστώθηκε η ύπαρξη κάποιου προβλήματος.

Στη συνέχεια, η ίδια εταιρεία, αποσύρει τα επιδόρπια γιαούρτια της λόγω πιθανής παρουσίας στο προϊόν θραυσμάτων κρυστάλλων. Η εταιρεία ΦΑΓΕ ανακάλεσε για προληπτικούς λόγους παρτίδες επιδόρπιων γιαουρτιού JUNIOR, με την υποψία ότι πιθανόν περιέχουν θραύσματα κρυστάλλου. Η εταιρεία απέσυρε από την αγορά 260 χιλιάδες JUNIOR, με γεύσεις μπανάνα, καραμέλα, κεράσι, πορτοκάλι και φράουλα, και εμπλουτισμένο με βιταμίνες A+D. Όσοι καταναλωτές είχαν τα

συγκεκριμένα προϊόντα, κλήθηκαν να μην τα καταναλώσουν και να επικοινωνήσουν με το Κέντρο Διατροφικής Ενημέρωσης της Εταιρείας, ώστε να αντικατασταθούν τα προϊόντα.

Μερικά άλλα διατροφικά σκάνδαλα που συνέβησαν στην Ελλάδα μέσα στο 2005 είναι τα παρακάτω:

- Ανιχνεύθηκαν νιτρώδη σε καπνιστό σολομό προέλευσης Νορβηγίας.
- Κατασχέθηκαν μεγάλες ποσότητες ακατάλληλου προς βρώση και κατανάλωση γάλακτος.
- Αποσύρθηκε γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας σε υγρή μορφή (UHT) της Nestle Ελλάδας.
- Αποσύρθηκε παρτίδα βιολογικού τυριού με την επωνυμία "Μανούρι Βιολογικό Νούσιας", στο οποίο εντοπίστηκε λιστέρια.
- Βραζιλιάνικος καφές με την εμπορική ονομασία "cocam spray dried instant cofee", απέσυρε ο ΕΦΕΤ διότι ανιχνεύθηκε ουσία ωχρατοξίνη Α.
- Εντοπίστηκαν σε κυλικείο σχολείου δύο τόνοι αλλοιωμένα προϊόντα σφολιάτας.
- Κατασχέθηκαν από τον ΕΦΕΤ σημαντικές ποσότητες από χαλβά, ταχίνι, υδρογονωμένο βαμβακέλαιο και πρώτη ύλη για παραγωγή χαλβά, ακατάλληλα για κατανάλωση.
- Κατασχέθηκαν 500 κιλά λευκού τυριού που δεν έφερε σήμα καταλληλότητας και αναφορά στην κατηγορία στην οποία ανήκει, όπως προβλέπεται από την εθνική και κοινοτική νομοθεσία, καθώς επίσης και ημερομηνία παραγωγής και λήξης.
- Εβδομήντα πέντε κιλά αλλοιωμένα αλλαντικά ακατάλληλα προς βρώση εντοπίστηκαν σε κυλικείο νοσοκομείου.
- Κατασχέθηκαν 17 τόνοι γαρίδες, ακατάλληλες, διότι ανιχνεύτηκε κάδμιο.
- Αποσύρθηκε παρτίδα από το νερό "Ζαγόρι" με αφορμή καταγγελίες καταναλωτών για δυσάρεστη οσμή στο φυσικό μεταλλικό νερό.
- Εντοπίστηκαν 8,5 τόνοι ακατάλληλων ποσοτήτων αλλαντικών που βρέθηκαν στις αποθήκες της εταιρείας Νίκας.
- Κατασχέθηκαν 300 αμνοερίφια ρουμανικής προέλευσης τα οποία "βαπτίσθηκαν" ελληνικά.
- Αποσύρθηκε καρκινογόνο μέλι γιατί περιείχε διχλωροβενζόλιο.
- Μεγάλη παρτίδα με γιαούρτια της εταιρίας ΦΑΓΕ διαπιστώθηκε ότι εμφάνιζαν επιφανειακή μούχλα.
- Αποσύρθηκαν επικίνδυνες σάλτσες περισσότερα από 7.800 κιλά σάλτσας Worcestershire, 50 κιλά σάλτσας seafood και 1.100 κιλά σάλτσας μουστάρδας Dijon.

Το επόμενο έτος, το 2006, αποκαλύφθηκαν τα εξής διατροφικά σκάνδαλα στην Ελλάδα:

- Ανακλήθηκαν 336 τεμ. των 100 γρ. σοκολάτες γάλακτος με σταφίδες και ξηρούς καρπούς, με διάφορες ημερομηνίες ανάλωσης, λόγω της ύπαρξης εντόμων σε διάφορα στάδια εξέλιξης.
- Ανακλήθηκαν από την ελληνική αγορά κονσέρβες βοδινού με εμπορική ονομασία DAKOR, διότι δεν συμμορφώνονται με τη νομοθεσία για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Κομμάτια γυαλιού σε αναψυκτικό Seven Up ανιχνεύθηκαν αλλά δεν υπήρξε λόγος ανησυχίας για τους Έλληνες καταναλωτές διότι η συγκεκριμένη παρτίδα στην οποία βρέθηκε το γυαλί, δεν είχε διανεμηθεί στην ελληνική αγορά.
- Υπήρξαν παράνομες ελληνοποιήσεις κρεάτων.
- Ανακλήθηκε από την ελληνική αγορά, με εντολή του Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων τυροσαλάτα, στην οποία εντοπίστηκαν ρινίσματα μετάλλου.
- Ο ΕΦΕΤ, μέσω του Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης για τα Τρόφιμα και τις Ζωοτροφές, ενημερώθηκε για τη διακίνηση γκοφρετών φρούτων με αμύγδαλα και κανέλα, στις οποίες ανιχνεύθηκε πολύ υψηλή ποσότητα κουμαρίνης.
- Κρούσμα με "προβληματικό" παιδικό γιαούρτι, εντοπίστηκε στην Λάρισα, μάλιστα από γιατρό η οποία το άνοιξε για να το δώσει στο παιδί της.
- Μη εγκεκριμένο, γενετικά τροποποιημένο, ρύζι εντοπίστηκε από τον ΕΦΕΤ.
- Κατασχέθηκαν κατεψυγμένα χοιρίδια από την Ιταλία βάρους ενός τόνου στα οποία ανιχνεύτηκαν φαρμακευτικά κατάλοιπα (κινολόνες).
- Απαγορεύτηκε η συγκομιδή, διακίνηση και διάθεση στην αγορά μυδιών από το μεγαλύτερο μέρος της θαλάσσιας περιοχής Αλεξανδρούπολης, εξαιτίας της ανίχνευσης στο νερό κυττάρων *Ostreopsis* και διαρροϊκής τοξίνης σε οστρακοειδή σε ιδιαιτέρως υψηλά επίπεδα.
- Εντοπίστηκε νοθευμένο λάδι στην αγορά.
- Εντοπίστηκαν πάνω από 90 τόνοι ακατάλληλα λεμόνια από την Αργεντινή.
- Ανακλήθηκε από την αγορά γάλα με την επωνυμία «Όλυμπος Επιλεγμένο ελαφρύ (1,5%) σε φιάλη PET των 2 λίτρων» διότι διαπιστώθηκε σε ορισμένες συσκευασίες να υπάρχουν ξένα σωματίδια.
- Μια γόπα από τσιγάρο βρήκε ένας καταναλωτής σε ψωμί που αγόρασε από αρτοποιείο.
- Αποσύρθηκαν τρόφιμα με διοξίνες. Την ανάκληση παρτίδας 240 τεμαχίων συκωτιού βακαλάου σε λάδι, το οποίο περιείχε αυξημένη συγκέντρωση διοξινών, απαίτησε ο ΕΦΕΤ.
- Διακόσια τριάντα τέσσερα κιλά προσυσκευασμένα φασόλια, ακατάλληλα για κατανάλωση, δεσμεύτηκαν από τις αρμόδιες υπηρεσίες κατά τη διάρκεια ελέγχων στην αγορά.
- Μεγάλη ποσότητα ακατάλληλου για κατανάλωση καφέ από το Βιετνάμ εντόπισαν ελεγκτές.

- Αποσύρθηκαν 19.800 κιλά καλαμάρια σε κονσέρβες με την ένδειξη Ocean Brand με κάδμιο σε ποσότητα ανώτερη από το επιτρεπτό όριο.
- Αποσύρθηκε από την αγορά ποσότητα 50 κιλών λευκού αμυγδάλου διότι ήταν χαλασμένα.

Το 2007, δηλαδή τα πιο πρόσφατα σκάνδαλα στον κλάδο τροφίμων και ποτών στην Ελλάδα υπήρξαν τα παρακάτω:

- Ο ΕΦΕΤ ενημερώθηκε από την εταιρεία «KNORR BESTFOODS HELLAS A.E.B.E.» σχετικά με την απόφασή της να ανακαλέσει από την εσωτερική αγορά συγκεκριμένης παρτίδας μαγιονέζας HELLMANN'S, στην οποία εντοπίστηκε θραύσμα γυαλιού.
- Περίπου πέντε τόνους κατεψυγμένα ψάρια, σε δείγμα από τα οποία ανιχνεύτηκαν υψηλά επίπεδα υδραργύρου.
- Ο ΕΦΕΤ ενημερώθηκε από την εταιρεία ELBISCO Ανώνυμος Βιομηχανική και Εμπορική Εταιρεία Τροφίμων σχετικά με την ανάκληση του προϊόντος «Σταρένιες Φρυγανιές Elite Classic», λόγω σφάλματος στη συσκευασία τους.
- Κατασχέθηκαν ακατάλληλα τρόφιμα συνολικού βάρους 2 τόνων και 39 κιλών.
- Έκλεισε εργαστήριο τεμαχισμού κρεάτων που λειτουργούσε χωρίς τις απαιτούμενες άδειες και κάτω από απαράδεκτες υγειονομικές συνθήκες.
- Την ανάκληση μη εγκεκριμένου γενετικά τροποποιημένου ρυζιού (LL RICE 62) ανακοίνωσε ο ΕΦΕΤ, μετά από ενημέρωση που είχε μέσω του Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης για τα Τρόφιμα και τις Ζωοτροφές.
- Ο ΕΦΕΤ, μέσω του Συστήματος Έγκαιρης Προειδοποίησης για τα Τρόφιμα και τις Ζωοτροφές, ενημερώθηκε για την ανεύρεση μεταλλικών συρμάτων από καταναλωτή στην Κύπρο σε γλειφιτζούρι κινεζικής προέλευσης που διακινήθηκε από την Ελλάδα στην Κύπρο.

3.7 Το κράτος ως φορέας προστασίας του καταναλωτή

3.7.1 Υπουργείο Ανάπτυξης

Η έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση των καταναλωτών είναι καθήκον της πολιτείας. Ο αρμόδιος κρατικός φορέας για την προστασία του καταναλωτή είναι το Υπουργείο Ανάπτυξης με τη Γενική Γραμματεία Καταναλωτή. Κύριο μέλημα του Υπ. Ανάπτυξης είναι να κάνει σαφές στους καταναλωτές, ότι στην Ελλάδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης μπορούν να αγοράζουν απλά με τη δύναμη της γνώσης και της σύγκρισης (Υπ. Ανάπτυξης, 1998).

Επίσης, το Υπουργείο Ανάπτυξης, έχοντας ως πρωταρχικό στόχο την προστασία και ενημέρωση του καταναλωτή, ανέλαβε από την 1^η Ιανουαρίου 2005 τη λειτουργία του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή στην Ελλάδα, υπό την αιγίδα της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή. Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή (European Consumer Center) αναπτύχθηκε μέσω προγράμματος και πρωτοβουλίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αποτελεί μέλος δικτύου αντίστοιχων κέντρων (ECC-Net) που λειτουργούν σε όλα τα Κράτη-Μέλη. Έως σήμερα υπάρχουν 23 κέντρα στην Ευρώπη, ενώ προγραμματίζεται η λειτουργία τεσσάρων ακόμα κέντρων έως το 2007. Το κέντρο δραστηριοποιείται με συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Ελληνικού Δημοσίου.

Το κέντρο ασχολείται αποκλειστικά και μόνο με καταγγελίες που αφορούν συναλλαγές ευρωπαίων καταναλωτών στη χώρα μας ή ελλήνων καταναλωτών σε Κράτος – Μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και αποσκοπεί στην παροχή βοήθειας για την εξωδικαστική επίλυση διαφορών μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών που είναι εγκατεστημένοι σε διαφορετικές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή δημιουργήθηκαν με τη συγχώνευση δύο δικτύων που προϋπήρχαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, στην υπηρεσία του καταναλωτικού κοινού: τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή (European Consumer Centers – «Euroguichets»), που στόχο είχαν την πληροφόρηση και παροχή βοήθειας στους καταναλωτές σε ζητήματα προστασίας καταναλωτή σε διασυνοριακές συναλλαγές και τα Ευρωπαϊκά Εξωδικαστικά Δίκτυα (EEJ NET), τα οποία παρείχαν στους καταναλωτές που κάνουν μια καταγγελία την δυνατότητα να προβούν στην εξωδικαστική και συναινετική επίλυση διαφορών, με τη διαμεσολάβηση του κέντρου. Στην περίπτωση που δεν υπάρχει συναινετική κατάληξη της υπόθεσης, οι καταναλωτές διατηρούν το δικαίωμα να προσφύγουν στη δικαιοσύνη.

Ο ρόλος του Ευρωπαϊκού Κέντρου Καταναλωτή είναι να ενημερώνει τους Έλληνες και Ευρωπαίους καταναλωτές για τη νομοθεσία προστασίας καταναλωτή και τα δικαιώματά τους στην ευρύτερη αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης και παράλληλα να προτρέπει τους καταναλωτές να τα διεκδικούν όταν αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα στις διασυνοριακές συναλλαγές σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τέλος, το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή ενημερώνει τους καταναλωτές για όλα όσα πρέπει να προσέχουν όταν αγοράζουν αγαθά ή υπηρεσίες μέσα στην Ενιαία Αγορά. Με τη δημιουργία του δικτύου αυτού, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει στόχο να παρέχει την αναγκαία ασφάλεια στους Ευρωπαίους Καταναλωτές, σε οποιοδήποτε Κράτος – Μέλος της Ένωσης και αν συναλλάσσονται.

Το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή αποτελεί συνδετικό κρίκο, προασπίζοντας τα δικαιώματα των Ελλήνων καταναλωτών και διασφαλίζοντας την επικοινωνία με τους προμηθευτές του εξωτερικού, ώστε να βρεθεί λύση προς ικανοποίηση των αιτημάτων των καταναλωτών, χωρίς κόστος σε χρόνο ή χρήμα.

Σύμφωνα με τις οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ο ρόλος που διαδραματίζει το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή σε κάθε χώρα είναι:

- ♦ Να πληροφορεί τους καταναλωτές σε θέματα που αφορούν την Ευρωπαϊκή Νομοθεσία προστασίας καταναλωτή.
- ♦ Να παρέχει στους καταναλωτές ενημερωτικό υλικό για τα δικαιώματα τους στην Ενιαία Αγορά.
- ♦ Να ενημερώνει τους καταναλωτές σχετικά με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις τους σε περιπτώσεις παραπόνων ή προβλημάτων σε διασυνοριακές αγορές, καθώς και σχετικά με τις επιλογές που υφίστανται και τις δυνατότητες ικανοποίησης των αιτημάτων τους.
- ♦ Να παρέχει βοήθεια στους καταναλωτές με στόχο την προάσπιση των δικαιωμάτων τους και την επίλυση των προβλημάτων σε διασυνοριακές αγορές.

3.7.2 Γενική Γραμματεία Καταναλωτή

Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή έχει καθήκον να εισηγείται την χάραξη και την εφαρμογή της κυβερνητικής πολιτικής στον τομέα της προστασίας του καταναλωτή και να μεριμνά για τον έλεγχο της εφαρμογής της νομοθεσίας που αφορά την προστασία του καταναλωτή και να φροντίζει για τα συμφέροντα των καταναλωτών εν γένει και ιδίως για την υγεία και την ασφάλεια των καταναλωτών, τα οικονομικά τους συμφέροντα, την οργάνωση τους σε ενώσεις καταναλωτών, το δικαίωμα ακρόασής τους σε θέματα που τους αφορούν και την πληροφόρηση και επιμόρφωση τους σε καταναλωτικά θέματα (Κυπαρισσία και Κατσούγκρη, 2001).

Στην Γενική Γραμματεία Καταναλωτή υπάγονται τρία τμήματα:

- ♦ Η Υπηρεσία Προστασίας και Ενημέρωσης Καταναλωτών (Υ.Π.Ε.Κ)
- ♦ Το Γραφείο Πολιτικής Καταναλωτή
- ♦ Το Γραφείο Τεχνικού Ελέγχου

Στο Υ.Π.Ε.Κ. δημιουργήθηκε πρόσφατα ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας για τον καταναλωτή, το 1720. Έχει ως σκοπό να ενισχύσει την πρόσβαση των καταναλωτών στην ποιότητα και την ενημέρωση. (Μαραγκού, Παπαδοπούλου, 1999).

1. Το 1720 πληροφορεί και ενημερώνει τους καταναλωτές για τα δικαιώματά τους στην αγορά:

- Για τη διασφάλιση ποιότητας σε αγαθά και υπηρεσίες.
- Για την εγγύηση της διαφάνειας σε εμπορικές συναλλαγές και συμφωνίες.

2. Το 1720 δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να καταγγείλει:

- Βλάβες από ελαττωματικά προϊόντα.
- Ακαταλληλότητα ή νοθεία προϊόντων.
- Παραπλανητικές διαφημίσεις.
- Υπερχρέωση προϊόντων και υπηρεσιών.
- Καταχρηστικούς φόρους συναλλαγών.

Επίσης στα πλαίσια της διοικητικής σύγκλισης σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης συστήθηκε με τον Ν. 3297/04 (ΦΕΚ 259/Α΄/23-12-04) ο θεσμός του «Συνήγορου του Καταναλωτή» που αποτελεί ανεξάρτητη αρχή επιφορτισμένη με το έργο της εξώδικης επίλυσης διαφορών που προκύπτουν μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών ή ενώσεων καταναλωτών και πρόθεσή του είναι η φιλική διευθέτηση διαφοράς και ο συμβιβασμός των εμπλεκομένων μερών. Η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή δεν δέχεται παράπονα από πολίτες που αντιμετωπίζουν πρόβλημα κατά τη συναλλαγή τους με κάποια ελληνική υπηρεσία του ευρύτερου δημόσιου τομέα στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό και για αυτό οι καταναλωτές που θεωρούν ότι παραβιάζονται τα δικαιώματά τους παραπέμπονται να απευθυνθούν στον Συνήγορο του Πολίτη ή στον Ευρωπαϊό Διαμεσολαβητή.

3.7.3 Εθνικό Συμβούλιο καταναλωτών

Στην Ελλάδα υπάρχει το Εθνικό Συμβούλιο Καταναλωτών το οποίο συστάθηκε με το άρθρο 12 του ν.2251/94, «Προστασία των καταναλωτών», όπως αυτός έχει τροποποιηθεί και ισχύει. Είναι συμβουλευτικό και γνωμοδοτικό όργανο του Υπουργού Ανάπτυξης. Το ΕΣΚ εκφράζει τις θέσεις των καταναλωτών για θέματα προστασίας των καταναλωτών, υποβάλλει προτάσεις για την προώθηση των συμφερόντων τους και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων τους και εκδίδει γνωμοδοτήσεις σε καταναλωτικά θέματα και ιδίως για όλα τα νομοσχέδια και τις διατάξεις που αφορούν τους καταναλωτές.

Αποτελείται από 19 μέλη που κυρίως εκπροσωπούν το καταναλωτικό και συνδικαλιστικό κίνημα καθώς επίσης και το χώρο του εμπορίου και της βιομηχανίας. Συμμετέχει επίσης και εκπρόσωπος της Διεύθυνσης της Πολιτικής Καταναλωτή του Υπουργείου Ανάπτυξης, η οποία είναι επίσης αρμόδια να παρέχει γραμματειακή υποστήριξη στη λειτουργία του ΕΣΚ.

3.7.4 Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων.



Η σύσταση του Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Φ.Ε.Τ.) έγινε το 1999 ο οποίος και ανέλαβε ένα σημαντικό μέρος του συστήματος ελέγχου των τροφίμων. Ωστόσο αρμόδιο για τα φυτικά και ζωικά προϊόντα στο στάδιο της πρώτης μεταποίησης εξακολουθεί να παραμένει το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Τα μέτρα που πήρε το ΥΠΑΝ που διασφαλίζουν την υγεία και την ποιότητα της διατροφής του Έλληνα καταναλωτή είναι η χρήση φυτικών ζωοτροφών⁹, ο συνεχής κτηνιατρικός έλεγχος των ζώων, ο συστηματικός έλεγχος των σφαγίων, η άμεση απομάκρυνση των οργάνων υψηλού κινδύνου από την κατανάλωση, η συνεχής ενημέρωση των καταναλωτών και κτηνοτρόφων, η συνεργασία με διεθνείς φορείς και όργανα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και η υλικοτεχνική υποδομή.

Αναλυτικότερα ο Ε.Φ.Ε.Τ., είναι ο αρμόδιος φορέας για την πιστοποίηση της ασφάλειας των τροφίμων, εποπτεύεται από το Υπουργείο Ανάπτυξης και αποτελεί Ν.Π.Δ.Δ. Με βάση το θεσμικό του πλαίσιο, μεταξύ των κυριότερων αρμοδιοτήτων του συγκαταλέγονται: α) ο καθορισμός των προδιαγραφών ποιότητας, β) ο καθορισμός των προτύπων στα οποία στηρίζεται η μελέτη και εφαρμογή των συστημάτων παραγωγής υγιεινών προϊόντων, γ) ο καθορισμός και η επικύρωση των κανόνων ορθής υγιεινής πρακτικής σύμφωνα με τις Κοινοτικές Οδηγίες και με κάθε άλλο συναφή κανόνα διεθνούς και κοινοτικού δικαίου, δ) η διενέργεια και ο συντονισμός των ελέγχων σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας μετά την πρωτογενή παραγωγή. Επίσης, ο Φορέας συμμετέχει στα αρμόδια για την ασφάλεια και υγιεινή των τροφίμων Όργανα της Ε.Ε. καθώς και στους αρμόδιους Κοινοτικούς και Διεθνείς Οργανισμούς.

Παράλληλα, και υποστηρικτικά προς τον Ε.Φ.Ε.Τ. λειτουργεί το Εθνικό Συμβούλιο Πολιτικής Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Σ.Π.Ε.Τ) και το Επιστημονικό Συμβούλιο Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Σ.Ε.Τ). Το (Ε.Σ.Π.Ε.Τ) γνωμοδοτεί για τις πολιτικές στον τομέα ελέγχου των τροφίμων και εισηγείται

⁹ Στην Ελλάδα, εφαρμόζεται ο παραδοσιακός τρόπος της διατροφής των βοοειδών, δηλαδή με ζωοτροφές φυτικής προέλευσης. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η κτηνοτροφία στην Ελλάδα δεν έχει την εντατική μορφή που έχει στις χώρες της Βορείου Ευρώπης καθώς και στη διαφορά των κλιματολογικών συνθηκών και των μεθόδων εκτροφής.

προγράμματα δράσης, ενώ το Ε.Σ.Ε.Τ έχει την επιστημονική ευθύνη θεμάτων της αρμοδιότητας του Ε.Φ.Ε.Τ. Είναι γενικά αποδεκτό ότι η δημιουργία του Ε.Φ.Ε.Τ. κατήργησε την πολυδιάσπαση των αρμοδιοτήτων και αποτέλεσε σημαντικό βήμα στη βελτίωση της διαδικασίας για την υγιεινή των τροφίμων.

Ένα παράδειγμα για τον τρόπο δράσης του Ε.Φ.Ε.Τ είναι η περίπτωση ρυζιού η οποία αφορούσε την πιθανή παρουσία ιχών μη εγκεκριμένου γενετικά τροποποιημένου μακρύκοκκου ρυζιού (LL 601) σε φορτία που εισήχθησαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση από τις ΗΠΑ το 2005. Ο ΕΦΕΤ στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων του προέβη στις εξής άμεσες ενέργειες:

1. Ζήτησε από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων να αποστείλει κατάλογο με τις εταιρείες που έχουν εισάγει από 1-9-2005 τα συγκεκριμένα προϊόντα μακρύκοκκου ρυζιού, που αναφέρονται στην Απόφαση 2006/601/ΕΚ, από τις ΗΠΑ.
2. Ενημέρωσε το Σύνδεσμο Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων για τις αποφάσεις 2006/578/ΕΚ & 2006/601/ΕΚ και για τα εργαστήρια τα οποία μπορούν να διενεργήσουν την εν λόγω ανάλυση, ζητώντας να προωθήσει τις πληροφορίες αυτές στα μέλη του. Παράλληλα επικοινωνήσε τηλεφωνικώς ενδεικτικά με κάποιες από τις επιχειρήσεις επεξεργασίας και συσκευασίας ρυζιού.
3. Επικοινωνήσε, τόσο με το Γενικό Χημείο του Κράτους, όσο και με ιδιωτικά εργαστήρια προκειμένου να διερευνηθεί η δυνατότητα εφαρμογής της επικυρωμένης επίσημης μεθόδου ανάλυσης και να προσδιορισθεί ο αριθμός των δειγμάτων που μπορούν να αναλυθούν.

Παρόλα αυτά ο ΕΦΕΤ, προκειμένου να επαληθεύσει την απουσία γενετικά τροποποιημένου ρυζιού LL 601 στην ελληνική αγορά, τροποποίησε το Πρόγραμμα Ελέγχου παρουσίας Γενετικά Τροποποιημένων Οργανισμών σε Τρόφιμα και συστατικά τροφίμων για το έτος 2006, ώστε να συμπεριληφθεί σε αυτό ο εν λόγω έλεγχος.

3.7.5 Εθνικά κλιμάκια ελέγχου Τροφίμων (Υπ.Γεωργίας)

Ο ρόλος τους είναι ν' ασκούν αιφνιδιαστικούς ελέγχους σε όλη την Ελλάδα, χωρίς να υποκαθιστούν όσους γίνονται μέχρι τώρα. Οι έλεγχοι αποσκοπούν στην προστασία του καταναλωτή από παρανομίες κάθε είδους (νοθεία, παραπλανητικά επισήμανση), οι οποίες έχουν επίπτωση στην ποιότητα του προϊόντος, επιβαρύνουν οικονομικά τον καταναλωτή και μπορεί να έχουν και αρνητικές επιπτώσεις στην υγεία του.

Οι έλεγχοι γίνονται στα εξής ευαίσθητα προϊόντα:

- ♦ γαλακτοκομικά
- ♦ ελαιόλαδο και χυμοί φρούτων
- ♦ συσκευασμένα προϊόντα κρέατος και κρεατοσκευάσματα

Μπορεί να γίνονται σε όλη την αλυσίδα μετά την παραγωγή, στη διακίνηση και διάθεση τροφίμων και στα εστιατόρια.

3.7.6 Επιτροπή προστασίας των καταναλωτών των δημόσιων επιχειρήσεων και οργανισμών

Η επιτροπή συγκροτείται με κοινή απόφαση των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας και Εμπορίου. Απαρτίζεται από πέντε μέλη και έναν εκπρόσωπο της δημόσιας επιχείρησης ή οργανισμού που αφορά το υπό συζήτηση θέμα, χωρίς όμως δικαίωμα ψήφου.

Η επιτροπή προβαίνει σε προτάσεις και υποδείξεις προς τις δημόσιες υπηρεσίες και οργανισμούς για τη βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών τους και τη διασφάλιση των δικαιωμάτων του καταναλωτή (άρθρο 13, Ν.2251/94).

3.7.7 Επιτροπή Φιλικού Διακανονισμού των Καταναλωτικών διαφορών

Η επιτροπή Φιλικού διακανονισμού συνιστάται από τον αρμόδιο νομάρχη σε κάθε νομαρχία, για την εξώδικη επίλυση των διαφορών ανάμεσα σε προμηθευτές και σε καταναλωτές ή ενώσεις καταναλωτών.

Η επιτροπή είναι τριμελής και αποτελείται από:

- ♦ ένα δικηγόρο, μέλος του οικείου δικηγορικού συλλόγου
- ♦ έναν εκπρόσωπο του τοπικού εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου
- ♦ έναν εκπρόσωπο των τοπικών ενώσεων καταναλωτών

Οι αποφάσεις της επιτροπής δεν είναι δεσμευτικές για τον προμηθευτή, όμως για το δικαστήριο λαμβάνονται ως «δικαστικά τεκμήρια» (άρθρο 11, Νόμος 2251/94).

3.7.8 Γενικό Χημείο του Κράτους

Σύμφωνα με τον ιδρυτικό νόμο του Γ.Χ.Κ. μία από τις πολλές αρμοδιότητες του είναι και η χημική, φυσική και άλλη εξέταση και μελέτη των τροφίμων και ποτών, με σκοπό την προστασία της υγείας του καταναλωτή, τον έλεγχο της ποιότητας, γνησιότητας και νόμιμης κυκλοφορίας τους.

Ο κώδικας Τροφίμων και Ποτών είναι αποτέλεσμα συλλογικής δουλειάς των χημικών του Γ.Χ.Κ και αποτελεί τη βασική εθνική μας νομοθεσία (ΦΕΚ 788/Β/87). Τα άρθρα που αναφέρονται στα βασικά – για τις διατροφικές συνήθειες του μέσου Έλληνα - Ελληνικά Τρόφιμα καθώς και σε εισαγόμενα προϊόντα, όπως ο καφές, το κακάο και τα προϊόντα του, το τσάι, τα διάφορα ροφήματα κ.λ.π. Οι οδηγίες της Ε.Ε. έχουν ενσωματωθεί στον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών και χαρακτηρίζεται από τους πιο συγκροτημένους της Ε.Ε. που μεριμνά για την προστασία του καταναλωτή, ενώ συγχρόνως συμβάλλει στην ανάπτυξη της βιομηχανίας τροφίμων.

Το Γ.Χ.Κ. ανταποκρίθηκε με επιτυχία στην ανάγκη δημιουργίας «διαπίστευσης εργαστηρίων» σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο EN 45001. Για να είναι δυνατή η διαπίστευση ενός εργαστηρίου, πρέπει να χαρακτηρίζεται από ένα σύστημα διασφάλισης της ποιότητας και από τεχνική επάρκεια. Και τα δύο είναι άρρηκτα συνδεδεμένα μεταξύ τους και η σωστή εφαρμογή του ενός προϋποθέτει την ύπαρξη του άλλου. Πιο αναλυτικά το σύστημα διασφάλισης ποιότητας περιλαμβάνει:

- ◆ την περιγραφή της Οργάνωσης και της Διοίκησης
- ◆ τις διαδικασίες εσωτερικής επιθεώρησης και ανασκόπησης του συστήματος
- ◆ τη διαχείριση δειγμάτων, εγγράφων, αρχείων, εκθέσεων δοκιμών
- ◆ το χειρισμό ανωμαλιών, παραπόνων καθώς και το γενικό πλαίσιο για τις εξωτερικές υπηρεσίες και τις προμήθειες.

Η τεχνική επάρκεια του εργαστηρίου προϋποθέτει:

- ◆ την τεχνική και επιστημονική επάρκεια του προσωπικού
- ◆ την εργαστηριακή υποδομή και το περιβάλλον του εργαστηρίου, τη σωστή χρήση του εξοπλισμού
- ◆ τις διαδικασίες μετρήσεων και δοκιμών
- ◆ την απόδοση του εργαστηρίου σε εξωτερικές αξιολογήσεις ικανότητας

3.8 Οργανώσεις προστασίας καταναλωτή στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα σύμφωνα με το άρθρο 10 του ν. 2251/94, όπως αυτός έχει τροποποιηθεί και ισχύει, ενώσεις καταναλωτών είναι σωματεία που έχουν αποκλειστικό σκοπό την προστασία των συμφερόντων του καταναλωτικού κοινού. Εκπροσωπούν τους καταναλωτές στα όργανα στα οποία προβλέπεται η εκπροσώπηση καταναλωτών, ενημερώνουν και συμβουλεύουν τους καταναλωτές, τους αντιπροσωπεύουν δικαστικά και εξώδικα και ασκούν συλλογικές αγωγές σύμφωνα με τις διατάξεις του νόμου. Οι καταναλωτικές ενώσεις αποτελούνται από νόμιμα σώματα και κυβερνούνται από διατάξεις του άρθρου 10 του νόμου 2251/1994 και από τον Αστικό Κώδικα.

Μέλη της ένωσης καταναλωτών είναι φυσικά πρόσωπα. Για να συσταθεί ένωση καταναλωτών χρειάζονται εκατό τουλάχιστον πρόσωπα. Σε δήμους ή κοινότητες με πληθυσμό μέχρι τριών χιλιάδων κατοίκων αρκούν είκοσι πρόσωπα. Κανείς δεν επιτρέπεται να συμμετέχει σε περισσότερες από μια ενώσεις καταναλωτών. Οι ενώσεις καταναλωτών ενισχύονται οικονομικά από συνδρομές των μελών τους, κρατικές επιχορηγήσεις, επιχορηγήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης και άλλους πόρους. Σε κάθε νομαρχία τηρείται μητρώο ενώσεων καταναλωτών του νομού, το οποίο είναι δημόσιο βιβλίο. Καθένας μπορεί να το συμβουλευτεί και να ζητήσει αντίγραφο ή πιστοποιητικό οποιασδήποτε εγγραφής τους. Στο Υπουργείο Ανάπτυξης τηρείται συγκεντρωτικό μητρώο για όλες τις ενώσεις καταναλωτών της χώρας.

Οι ενώσεις για τα δικαιώματα των καταναλωτών και των πολιτών που υπάρχουν στην Ελλάδα βρίσκονται στο Κιλκίς, στη Σύρο, στην Αρκαδία, στην Άρτα, στην Κέρκυρα, στα Δωδεκάνησα, στα Ιωάννινα, στη Λακωνία, στη Μακεδονία, στη Φωκίδα, στη Ρόδο, στη Θεσσαλία, στη Ξάνθη. Υπάρχουν σύνδεσμοι προστασίας του καταναλωτή στην Έδεσσα, κέντρα προστασίας του καταναλωτή στην Αθήνα, στη Φλώρινα, στη Χαλκιδική, στην Καβάλα, στην Κοζάνη, στη Νάουσα, στη Δυτική Ελλάδα, στον Έβρο, στον Πολύγυρο Χαλκιδικής, στο Κιλκίς, στις Σέρρες. Επίσης υπάρχουν ΚΕΠΚΑ στην Πρέβεζα και στη Θεσσαλονίκη. Στην Αλόνησο υπάρχει η ένωση προστασίας του καταναλωτή «Καλύτερη Ζωή». Υπάρχουν καταναλωτικές ενώσεις στη νομαρχία της Αιτωλοακαρνανίας, στην Αττική, στη Δράμα, στα Γρεβενά, στο Ηράκλειο Κρήτης, στην Καλλιθέα, στην Καρδίτσα, στην Καβάλα, στην Κεφαλονιά και Ιθάκη (ΕΝ.ΚΑ.ΚΙ), στη Λέσβο, στη Μεσσηνία (ΕΚΜΕ), στην Πάτρα, στη Ροδόπη, στα Ιόνια Μαγνησίας, στο Ρέθυμνο, στο Βόλο και στη Θεσσαλία, στον Πειραιά. Επίσης υπάρχει η καταναλωτική ένωση «Η ποιότητα Ζωής» (ΕΚ.ΠΟΙ.ΖΩ), οι Ελληνικές Καταναλωτικές Οργανώσεις «Εκατό Αθήνα» στην Αθήνα, στη Φλώρινα, στην Πελοπόννησο. Ινστιτούτα Καταναλωτών υπάρχουν στην Αργολίδα, στην Κόρινθο,

στην Κρήτη, στην Πιερία, στην Στερεά Ελλάδα. Υπάρχει η Ένωση Ενεργών Καταναλωτών (ΕΝ.Ε.ΚΑ), η Ένωση Πολιτών Γενικού Καταναλωτικού Συνδέσμου Ελλάδας, η Ένωση για τα δικαιώματα των πολιτών κ.ά.

Οι αποκλειστικές πηγές εσόδων των καταναλωτικών συνδέσμων στην Ελλάδα σύμφωνα με το νόμο 2251/1994 είναι οι συνεισφορές των μελών, οι συνεισφορές και άλλα έσοδα από την πώληση δημοσιευμένων εγγράφων από τις ενώσεις, έσοδα από δημόσιες εκδηλώσεις, κρατικές δωρεές ή δωρεές από τοπικές κρατικές ενώσεις και χρηματοδότηση από την ΕΕ, εθνικούς οργανισμούς και διεθνείς καταναλωτικές οργανώσεις.

3.8.1 ΕΚ.ΠΟΙ.ΖΩ

Η Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ - Ένωση Καταναλωτών "Η Ποιότητα της Ζωής" ιδρύθηκε το 1988 με στόχο την προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή και την βελτίωση της ποιότητας ζωής του. Είναι μη κυβερνητική οργάνωση, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, αναγνωρισμένη ως Ένωση Καταναλωτών από τη Νομαρχία Αθηνών (αριθμ. μητρώου 1), βάσει του νόμου 2251/94 "για την προστασία του καταναλωτή". Οι δραστηριότητές της υποστηρίζονται οικονομικά από τις συνδρομές των μελών της, από χρηματοδοτήσεις από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και άλλους συναφείς οργανισμούς.

Διοικείται από 7μελές Δ.Σ. το οποίο εκλέγεται κάθε δύο έτη από τη Γενική συνέλευση. Συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες οργανώσεις καταναλωτών της Ε.Ε. και είναι μέλος των διεθνών οργανισμών:

- BEUC (Γραφείο Ευρωπαϊκών Ενώσεων Καταναλωτών)
- IOCU (Διεθνής Οργανισμός Ενώσεων Καταναλωτών)
- IT (Διεθνής Οργανισμός Ερευνών και Δοκιμών για θέματα καταναλωτή)
- CCC (Συμβουλευτικό Συμβούλιο Καταναλωτών της Ε.Ε.)
- ANEC (Ευρωπαϊκή Οργάνωση Καταναλωτών για την Τυποποίηση)

Επίσης ανήκει στο Μεσογειακό Δίκτυο για Νομική Βοήθεια Τουριστών – καταναλωτών μαζί με την Ιταλία, Ισπανία και Πορτογαλία. Προσφέρουν συμβουλές και στηρίζουν νομικά τους τουρίστες – καταναλωτές. Προσφέρει στα μέλη της χωρίς καμία επιβάρυνση το Περιοδικό «Ποιότητα Ζωής» άλλα βιβλία και ενημερωτικά φυλλάδια, το Γραφείο Νομικής Προστασίας (Γ.Ν.Π.) για οποιαδήποτε πληροφορία και συμβουλή, μέχρι και εξώδικη εκπροσώπηση και το Γραφείο Προστασίας των

καταναλωτών Δ.Ε.Κ.Ο. Το γραφείο αυτό επιλαμβάνεται όλων των καταγγελιών που αφορούν τις Δ.Ε.Κ.Ο. (Μαραγκού, Παπαδοπούλου, 1999).

Στην Ελλάδα η Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ είναι ιδρυτικό μέλος του Ε.Γ.Ε.Κ (Ελληνικό Γραφείο Ενώσεων Καταναλωτών). Είναι μέλος του Εθνικού Συμβουλίου Καταναλωτών (ΕΣΚ). Μέλη της Ε.Κ.ΠΟΙ.ΖΩ συμμετέχουν ως εκπρόσωποι των καταναλωτών:

- ◆ στην Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΟΚΕ)
- ◆ στην Επιτροπή για τον Ανταγωνισμό
- ◆ στην Επιτροπή των ΔΕΚΟ (ΟΤΕ, ΔΕΗ, ΕΛΤΑ...)
- ◆ στις Επιτροπές Φιλικού διακανονισμού
- ◆ στις Τεχνικές Επιτροπές ΕΛΟΤ για τα τρόφιμα και τα παιχνίδια
- ◆ στο Ανώτατο Συμβούλιο Απονομής Οικολογικού σήματος
- ◆ στο Διοικητικό Συμβούλιο του Ταμείου Λαϊκών Αγορών

3.8.2 INKA

Το INKA είναι ένα δίκτυο «Ενώσεων Καταναλωτών», το οποίο λειτουργεί με βάση τις διεθνείς αρχές του καταναλωτικού κινήματος από το 1970. Το Δίκτυο Ενώσεων Καταναλωτών, με την επωνυμία «Ινστιτούτο Καταναλωτών» ή «INKA», λειτουργεί σε όλες σχεδόν τις πρωτεύουσες Περιφερειών και ή Νομών, π.χ. INKA Μακεδονίας, INKA Θεσσαλίας, INKA Δωδεκανήσου, INKA Κρήτης, INKA Ηπείρου, INKA Ιονίων Νήσων, INKA Πελοποννήσου, INKA Θράκης, INKA Αιγαίου, κ.λ.π. (Μαραγκού, Παπαδοπούλου, 1999).

Το INKA είναι η μεγαλύτερη ανομοιοεπαγγελματική κοινωνική οργάνωση της χώρας και η μεγαλύτερη ένωση καταναλωτών, στον Ευρωπαϊκό Νότο. Όπως όλες οι οργανώσεις – ενώσεις καταναλωτών, είναι ανοικτή σε κάθε πολίτη – καταναλωτή, ο οποίος θέλει να γίνει μέλος, συνδρομητής ή υποστηρικτής της, έχει αποκλειστικό σκοπό την ενημέρωση, εκπροσώπηση και προστασία του καταναλωτή – πέρα από πολιτικές σκοπιμότητες ή επιχειρηματικά συμφέροντα – και επιδιώκει την επίτευξη των σκοπών αυτών με:

- Κέντρα Πληροφοριών – Καταγγελιών – Νομικών Συμβούλων
- Κέντρα Διατροφικών Συμβούλων
- Συγκριτικά και εργαστηριακά τεστ προϊόντων
- Έρευνες, μελέτες, έρευνες γνώμης, κοινωνικές – οικονομικές - κ.λ.π. μελέτες

- Έκδοση περιοδικών (INKA - ΕΝΕΡΓΟΣ ΠΟΛΙΤΗΣ – ΤΙΜΑΡΙΘΜΟΣ - κ.ά.)
- Επικοινωνία μέσω των ΜΜΕ (Εκπομπές Ραδιοφώνου – Τηλεόρασης)
- Διανομή Δελτίων Τύπου και Ειδικές Σελίδες σε Εφημερίδες – Περιοδικά
- Συνέδρια – Ημερίδες – Ομιλίες – Σεμινάρια – Προβολές – κ.ά.
- Κινητά Γραφεία Πληροφοριών - Παραπόνων
- Έρευνες Τιμών (Γενικές – Πανελλήνιες – Ειδικές – Τοπικές)
- Υπηρεσία Προστασίας Τουριστών
- Εκπροσώπηση των Ελλήνων πολιτών – καταναλωτών σε διεθνή συνέδρια, σε επιτροπές, οργανισμούς, στο Εθνικό Συμβούλιο, κ.λ.π.
- Συμμετοχή στην επεξεργασία νομών κανονισμών, διατάξεων, προδιαγραφών τυποποίησης – πιστοποίησης κ.λ.π.
- Προσφυγή στη Δικαιοσύνη με Συλλογικές αγωγές & μηνυτήριες αναφορές (π.χ. ΟΤΕ – ΔΕΗ – SLIM – κ.λ.π) αλλά και σε όργανα Εθελοντικής Αυτοδέσμευσης (π.χ Επιτροπή Ελέγχου Διαφημίσεων, κ.ά).
- Προώθηση των συμφερόντων των καταναλωτών, μέσω Κοινοβουλίου, συνεργασία με το σύνολο των κοινωνικών εταίρων, κ.ά. αλλά και αποφασιστική συμβολή στην οργάνωση των πολιτών καταναλωτών, τόσο σε τοπικές οργανώσεις – ενώσεις – επιτροπές όσο και σε ειδικές (π.χ ενώσεις χρηστών υπηρεσιών ΔΕΚΟ, ενώσεις Ασφαλιζομένων, κ.λ.π). Κάθε πολίτης ο οποίος θέλει, μπορεί να γίνει μέλος, συνδρομητής, υποστηρικτής.

3.8.3 ΚΕ.Π.ΚΑ

Το Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών (ΚΕΠΚΑ) είναι μία μη κερδοσκοπική , μη κυβερνητική και ανεξάρτητη οργάνωση καταναλωτών. Το ΚΕΠΚΑ είναι η πρώτη (Α.Μ. 1) αναγνωρισμένη ένωση καταναλωτών σύμφωνα με το Ν. 2251/94 " για την προστασία των καταναλωτών." Αποτελείται από τους ίδιους τους καταναλωτές και είναι ανεξάρτητο από πολιτικά κρατικά ή επιχειρηματικά συμφέροντα. Το ΚΕΠΚΑ ιδρύθηκε το 1982 στη Θεσσαλονίκη με τη δημιουργία ενός πανελλαδικού δικτύου γραφείων ενημέρωσης καταναλωτή. Υπερασπίζεται τα δικαιώματα των καταναλωτών σε τοπικό , εθνικό , ακόμη και διεθνές επίπεδο, τους εκπροσωπεί σε όλα τα νομοθετημένα όργανα ή σώματα και ασκεί συλλογικές αγωγές υπέρ των καταναλωτών. Ο κάθε καταναλωτής μπορεί να γίνει ελεύθερα μέλος του ΚΕ.Π.ΚΑ. (Κυπαρισσία και Κατσούγκρη, 2001).

Βασικοί στόχοι του ΚΕ.Π.ΚΑ είναι:

- * Η προστασία των καταναλωτών
- * Η προστασία του περιβάλλοντος
- * Η βελτίωση της ποιότητας της ζωής

Το ΚΕ.Π.ΚΑ δεν συνδέεται με πολιτικά, επιχειρηματικά ή άλλα συμφέροντα. Η λειτουργία του στηρίζεται αποκλειστικά στις συνδρομές των μελών του, στα έσοδα από τις πωλήσεις των εκδόσεών του, στις δωρεές από μέλη και φίλους του και στις τυχόν επιχορηγήσεις από το Ελληνικό Δημόσιο και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Το ΚΕ.Π.ΚΑ προσφέρει:

- Το Γραφείο Πληροφοριών και Καταγγελιών, όπου μπορεί ο καταναλωτής ν' απευθυνθεί, για να καταγγείλει, να πληροφορηθεί, να ζητήσει μεσολάβηση ή βοήθεια, να συμμετάσχει, να επωφεληθεί.
- Ενημέρωση με ειδικές εκδόσεις για ενοίκια, παιχνίδια, διατροφή, θέρμανση, ηλεκτρικές συσκευές, κ.ά.
- Το περιοδικό «Καταναλωτικά Βήματα»
- Εκδηλώσεις και διαλέξεις με ειδικούς επιστήμονες για προβλήματα που αφορούν τον καταναλωτή
- INTERΠΟΛ καταναλωτών, ένα διεθνές σύστημα ανταλλαγής πληροφοριών για τα επικίνδυνα προϊόντα που κυκλοφορούν σε όλο τον κόσμο.
- Πρόσβαση σε εργαστήρια, έλεγχοι προϊόντων
- Διαμεσολάβηση σε κάθε πρόβλημα κ.ά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Βιβλιογραφικές έρευνες σχετικά με την αντίδραση και τη συμπεριφορά του καταναλωτή στους κινδύνους και στις κρίσεις που σχετίζονται με τα τρόφιμα.

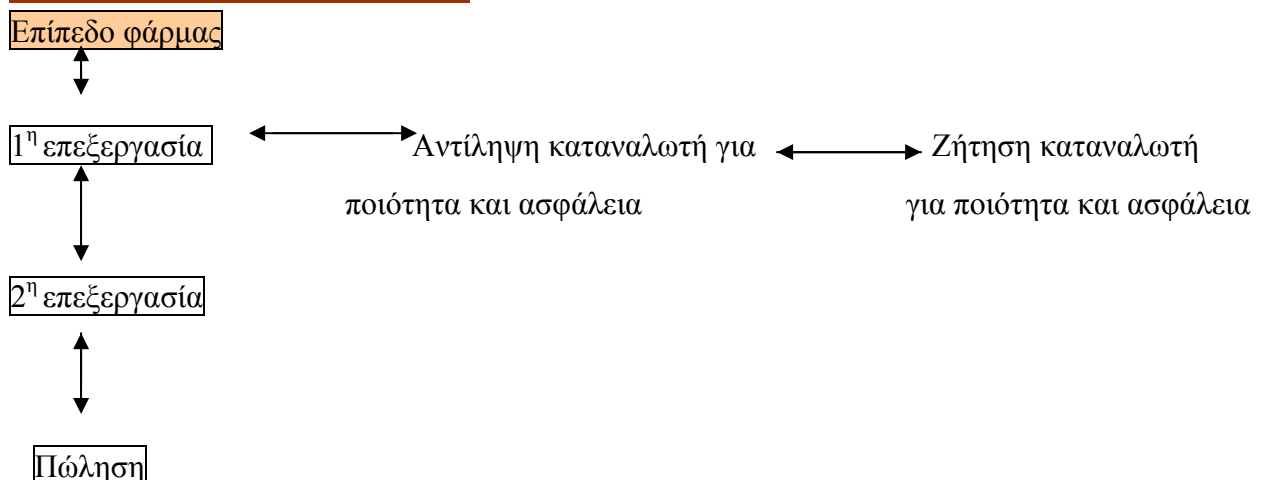
Αντίστοιχες μελέτες με αυτή που παρουσιάζουμε έχουν γίνει και σε άλλες χώρες, οι οποίες άλλοτε πραγματεύονται τις αντιδράσεις των καταναλωτών σε κρίσεις στον κλάδο τροφίμων ή επιμέρους τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά τους στους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα με στόχο πάντα την παρουσίαση το βαθμό στον οποίο οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται τις κρίσεις στον κλάδο τροφίμων, ποιους παράγοντες λαμβάνουν υπόψη κατά την επιλογή τροφίμων, αν εμπιστεύονται τις πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων, σε ποιο βαθμό και ποιοι παράγοντες επηρεάζουν το βαθμό στον οποίο αντιλαμβάνονται την αποτελεσματικότητα των πρακτικών διαχείρισης κρίσεων στον κλάδο τροφίμων.

4.1 Αντιλήψεις για τα χαρακτηριστικά των τροφίμων – Παράγοντες επιλογής κατά την αγορά

Οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την ποιότητα και την ασφάλεια στα τρόφιμα και πως αυτές οι αντιλήψεις μετατρέπονται σε ζήτηση απασχόλησε την έρευνα του Grunert, (2002). Η έρευνα επιχειρεί να δείξει μέσα από ένα Μοντέλο Ολικής Ποιότητας Τροφίμων τη διαδικασία ανάπτυξης της συμπεριφοράς των καταναλωτών όσον αφορά την ποιότητα και τον τρόπο που η τιμή επηρεάζει την επιλογή τροφίμων.

Υπάρχουν τρεις κύριες επικρατούσες απόψεις της έρευνας που ασχολούνται με τη ζήτηση του καταναλωτή για ποιότητα, για ασφάλεια και για την αντίληψη του για αυτά τα θέματα. Η σχέση μεταξύ των τριών παρουσιάζεται στο πιο κάτω σχήμα.

Παροχή ποιότητας και ασφάλειας



Η πρώτη επικρατούσα άποψη εξετάζει σε ποιο βαθμό η σταθερή ποιότητα και οι βελτιώσεις στην ασφάλεια ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις του καταναλωτή, με τη λογική ότι καταλήγουν στην προθυμία του να πληρώσει για επιπρόσθετη ποιότητα ή πιο ασφαλή χαρακτηριστικά στο προϊόν. Αυτή η προθυμία του μπορεί να αναλυθεί βασισμένη στην πραγματική ζήτηση του καταναλωτή και στις προκύπτουσες τιμές. Ενώ η πρώτη άποψη ασχολείται με την πλευρά της ζήτησης, η δεύτερη ασχολείται με την πλευρά της προσφοράς. Αυτές οι δύο επικρατούσες απόψεις της έρευνας συνθέτουν μαζί την παραδοσιακή οικονομική προσέγγιση για να αντιμετωπιστούν θέματα ποιότητας και ασφάλειας. Πρόσφατα μια τρίτη επικρατούσα άποψη έχει προστεθεί. Ασχολείται με το ερώτημα πως η ποιότητα και η ασφάλεια γίνονται αντιληπτά από τους καταναλωτές και πως αυτές οι αντιλήψεις επηρεάζουν τις αγοραστικές αποφάσεις του καταναλωτή.

Από αυτή την έρευνα συμπεραίνεται ότι η ποιότητα τροφίμων και η ασφάλεια είναι κεντρικά θέματα στα σύγχρονα οικονομικά των τροφίμων. Αν και η αγορά έχει αναπτυχθεί στην προσφορά τροφίμων και είναι πιο διαφοροποιημένη σε όρους ποιότητας και όρους ασφάλειας ίσως είναι και σαφές ότι οι σύνθετες διαδικασίες με τις οποίες οι καταναλωτές κρίνουν τα διαφοροποιημένα προϊόντα βάζουν σε πρόκληση τη λειτουργία τέτοιων αγορών. Η δημόσια πολιτική συχνά βασίζεται στην υπόθεση ότι η περισσότερη πληροφόρηση είναι καλύτερη στο να βελτιώσει την καθημερινή αγοραστική συμπεριφορά αλλά και σε καταστάσεις κρίσης. Αυτή η έρευνα όμως έδειξε ότι η περισσότερη πληροφόρηση όχι μόνο είναι αναποτελεσματική αλλά μπορεί και να προκαλέσει τη σύγχυση στον καταναλωτή.

Εντούτοις οι προκλήσεις δεν βρίσκονται μόνο στην πλευρά της ζήτησης. Η τοποθέτηση διαφοροποιημένων προϊόντων στην αγορά και η αναμονή των αντιδράσεων του καταναλωτή είναι μια δαπανηρή μέθοδος και μη αποδοτική για την εισαγωγή νέων προϊόντων για τους παραγωγούς. Οι καταναλωτές όμως ζητούν μερικά είδη διαφοροποιημένων προϊόντων που από τη φύση τους έχουν να κάνουν με το επίπεδο της φάρμας όπως η συνεχής ευημερία των ζώων ή η βιολογική παραγωγή. Η βελτίωση της τεχνολογίας δημιουργεί νέες πιθανότητες διαφοροποίησης και στη φυτική και στη ζωική παραγωγή. Και η διαφορετικότητα του προϊόντος σε επίπεδο επεξεργασίας επίσης περιλαμβάνει καθυστερήσεις αντιγραφής για τους ανταγωνιστές που είναι συνήθως βραχυπρόθεσμες ενώ η διαφορετικότητα που γίνεται στην πρωτοβάθμια παραγωγή προστατεύει καλύτερα από τις κινήσεις των ανταγωνιστών. Η διαφορετικότητα που αρχίζει στο επίπεδο της φάρμας απαιτεί διαχωρισμό και ανιχνευσιμότητα όπως και καλή επικοινωνία μεταξύ των μελών της αλυσίδας.

Μια άλλη έρευνα, αυτή που διεξήγαγε το Ipsos-Reid Corporation (2004), εξέτασε τις στάσεις και τις αντιλήψεις των καταναλωτών για την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων που παράγονται στον Καναδά. Η έρευνα έγινε την άνοιξη του 2004 με τη μέθοδο της τηλεφωνικής συνέντευξης χρησιμοποιώντας δείγμα 1600 ατόμων τα οποία ήταν υπεύθυνα για την αγορά τροφίμων μέσα στο νοικοκυριό. Επίσης εκτιμήθηκαν οι αντιλήψεις για την ποιότητα του φαγητού εκτός σπιτιού, το επίπεδο εμπιστοσύνης στην ασφάλεια των канаδέζικων τροφίμων, οι γνώσεις για την παραγωγή και ποιότητα των τροφίμων, οι αντιλήψεις για τις πηγές πληροφόρησης και η ανάγκη για επιπρόσθετη πληροφόρηση.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η «ποιότητα» είναι το πρώτο πράγμα που δήλωσαν οι συμμετέχοντες ότι έχουν σαν προτεραιότητα όταν αγοράζουν τρόφιμα, και μετά έπονται η «θρεπτικότητα» και η «τιμή». Τα στοιχεία «να είναι φρέσκο» και «θρεπτικό» αναφέρθηκαν πιο συχνά για τις αγορές τροφίμων για το νοικοκυριό, ενώ η «γεύση» αναφέρθηκε πιο συχνά όταν το σίτιση γίνεται εκτός σπιτιού. Άλλα στοιχεία που αναφέρθηκαν από τους συμμετέχοντες σαν χαρακτηριστικά ποιότητας ήταν ο χειρισμός του τροφίμου, η μεταχείριση των ζώων, η βιώσιμη παραγωγή και η προέλευση του τροφίμου. Αυτά τα χαρακτηριστικά σχετίζονται με το σύστημα τροφίμων αλλά δεν παίζουν άμεσο ρόλο κατά τη λήψη αποφάσεων για αγορές τροφίμων ή όταν η σίτιση γίνεται εκτός σπιτιού. Τα στοιχεία που φαίνεται να λαμβάνουν υπόψη οι συμμετέχοντες όταν αγοράζουν τρόφιμα για το νοικοκυριό είναι η θρεπτική αξία του τροφίμου, τα συστατικά, το όνομα της εταιρείας, και η ευκολία προετοιμασίας. Η ποιότητα και η τιμή είναι κάποια κοινά στοιχεία που λαμβάνουν υπόψη τα άτομα και στις δύο περιπτώσεις. Ενώ αυτοί που τρώνε εκτός σπιτιού λαμβάνουν υπόψη το μέγεθος της μερίδας, το εστιατόριο, την πιστοποίηση των τροφίμων και την εταιρεία που τα επεξεργάζεται.

Οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την ποιότητα των канаδέζικων τροφίμων είχαν υψηλές τιμές, με περίπου 9 στους 10 καταναλωτές βαθμολόγησαν την ποιότητα των канаδέζικων τροφίμων ως «καλή» ή «εξαιρετική». Οι καταναλωτές αντιλαμβάνονταν τη χώρα τους ότι έχει καλύτερα πρότυπα παραγωγής και πρακτικές από άλλες χώρες και συνεπώς τα τρόφιμα θεωρήθηκαν πιο φρέσκα από τα τρόφιμα άλλων χωρών. Γενικά οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι νοιώθουν εμπιστοσύνη στα συστήματα και τις ρυθμίσεις της αλυσίδας προμήθειας τροφίμων της χώρας. Εντούτοις οι καταναλωτές εξέφρασαν αβεβαιότητα για κάποια θέματα, και συγκεκριμένα για την ικανότητα του συστήματος να διαχειριστεί ενδεχόμενα προβλήματα στην ασφάλεια των τροφίμων που προκύπτουν από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα και τη χρήση ορμονών, αντιβιοτικών και

χημικών στα φυτά και στα ζώα. Επίσης οι καταναλωτές παραδέχθηκαν ότι αποδίδουν σχετικά λιγότερη σημασία στις φάρμες απ' όπου προέρχεται το τρόφιμο ή στην εταιρεία που επεξεργάζεται και συσκευάζει το τρόφιμο.

Όσον αφορά την αγοραστική συμπεριφορά μια μεγάλη πλειοψηφία δήλωσε ότι προσέχει τον τρόπο που αποθηκεύει και ετοιμάζει το φαγητό. Οι περισσότεροι Καναδέζοι πιστεύουν ότι έχουν μια αρκετά ισορροπημένη διαίτα και περίπου 1 στους 10 καταναλωτές θεωρεί τον εαυτό του χορτοφάγο. Επίσης λιγότερο από 1 στους 10 Καναδούς ακολουθεί διαίτα για χάσιμο βάρους. Όσον αφορά τη γνώση και την ανάγκη για πληροφόρηση οι καταναλωτές δήλωσαν ότι γνωρίζουν για τις πρακτικές ασφαλών τροφίμων μέσα στο σπίτι, ότι έχουν διαβάσει κάποιες πληροφορίες για θέματα ασφάλειας τροφίμων εντούτοις δήλωσαν ότι θα ήθελαν περισσότερες για διάφορα θέματα ασφάλειας τροφίμων. Τα MME, και περισσότερο οι εφημερίδες και η τηλεόραση, αποδείχθηκαν να είναι οι κύριες πηγές της πληροφόρησης για την ασφάλεια τροφίμων. Επιπρόσθετα οι καταναλωτές είπαν ότι η κυβέρνηση, και συγκεκριμένα η ομοσπονδιακή κυβέρνηση, πρέπει να παίζει ηγετικό ρόλο στην διαβεβαίωση για την ασφάλεια των τροφίμων και στην πληροφόρηση του κοινού γι' αυτό το θέμα όπως επίσης πρέπει να παρέχει ένα σύστημα ανιχνευσιμότητας. Το θέμα της ανιχνευσιμότητας φάνηκε να γνωρίζει μόνο το 1/3 των Καναδέζων ενώ 4 στους 10 δεν ήταν καθόλου εξοικειωμένοι με αυτό το θέμα. Αν και υπήρχε χαμηλή ενημερότητα για αυτό το θέμα οι Καναδέζοι το αντιλαμβάνονταν ως κάτι ωφέλιμο και αναγκαίο για την αύξηση της εμπιστοσύνης τους στο επίπεδο ασφάλειας των τροφίμων.

Η έρευνα στη συνέχεια βασίστηκε στις απόψεις και τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε θέματα τροφίμων για να εξάγει πέντε τμήματα καταναλωτών που ονομάστηκαν «ευσυνείδητοι καταναλωτές», «μη εμπλεκόμενες ευκολόπιστοι», «απασχολημένοι αγοραστές του νοικοκυριού», «κοινωνικοί ακτιβιστές», και «πληροφορημένα άτομα που αναλαμβάνουν δράση».

Οι ευσυνείδητοι καταναλωτές αποτελούσαν το 32% του δείγματος. Η ομάδα αυτή περιλάμβανε άτομα από όλες τις ηλικίες αλλά παρουσίασε και το μεγαλύτερο ποσοστό ατόμων ηλικίας 65 ετών και άνω. Επίσης σε αυτή την ομάδα είχε το χαμηλότερο επίπεδο μόρφωσης απ' όλα τα τμήματα και το χαμηλότερο ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Τα μέλη αυτού του τμήματος είχαν εξαρτώμενα παιδιά που ζούσαν στο σπίτι. Οι ευσυνείδητοι εμφανίστηκαν να είναι πολύ ικανοποιημένοι με την ποιότητα τροφίμων που παράγονται στον Καναδά και συνεπώς έδειξαν την υψηλότερη εμπιστοσύνη στα καναδέζικα τρόφιμα. Οι ευσυνείδητοι καταναλωτές δεν εμφανίστηκαν να είναι πολύ

δραστήριοι στην αντιμετώπιση θεμάτων που σχετίζονται με τρόφιμα. Ενώ ισχυρίζονταν να έχουν διαβάσει άρθρα ή άλλες πληροφορίες για την ασφάλεια τροφίμων το προηγούμενο έτος, λίγοι εμφανίστηκαν να αναλαμβάνουν δράση σε ειδικά θέματα.

Οι απασχολημένοι αγοραστές του νοικοκυριού αποτέλεσαν το 29% του δείγματος το οποίο περιλάμβανε τους πιο νέους στο δείγμα με 4 στους 10 να είναι ηλικίας κάτω των 35. Αυτό το τμήμα παρουσίασε το μικρότερο αριθμό ανύπαντρων και τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης. Η ασφάλεια των τροφίμων και τα θέματα ποιότητας ήταν σε χαμηλά επίπεδα προτεραιότητας για αυτή την ομάδα. Οι περισσότεροι δήλωσαν ότι ακολουθούν τις κατάλληλες πρακτικές χειρισμού των τροφίμων και ότι δεν ανησυχούν για την ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε. Επίσης εμφάνισαν ένα μέτριο επίπεδο γνώσης για τις πρακτικές ασφάλειας των τροφίμων. Οι πιο σημαντικοί παράγοντες για αυτή την ομάδα όταν αγοράζει τρόφιμα ή όταν τρώει εκτός σπιτιού είναι η θρεπτική αξία, η τιμή και η ποιότητα. Οι απασχολημένοι αγοραστές αντιλαμβάνονταν θετικά την ποιότητα των канаδέζικων τροφίμων ενώ δεν ήταν πολύ ενεργοί σε ερωτήσεις για την ασφάλεια των τροφίμων και σε θέματα ποιότητας.

Οι μη εμπλεκόμενοι ευκολόπιστοι αποτέλεσαν το 14% του δείγματος και εμφάνισαν να έχουν τα υψηλότερα επίπεδα εκπαίδευσης. Τα 2/3 αυτής της ομάδας δεν είχε παιδιά κάτω των 18 ετών μέσα στο σπίτι και δήλωσε να έχει μέτρια οικογενειακά εισοδήματα. Όπως και τα άλλα τμήματα και αυτό το τμήμα ανησυχεί για τη θρεπτική αξία του τροφίμου και λαμβάνει σοβαρά υπόψη την επωνυμία της εταιρείας. Σημαντικό είναι ότι αυτή η ομάδα εμπιστεύεται πιο εύκολα τα νέα και καινοτομικά τρόφιμα που εισάγονται στην αγορά όπως επίσης έχει τη μεγαλύτερη εμπιστοσύνη από όλα τα τμήματα στην ασφάλεια των τροφίμων που παρήχθησαν στο Καναδά ενώ παραδέχθηκαν ότι έχουν τα χαμηλότερα επίπεδα εξοικείωσης με τις πρακτικές ασφάλειας τροφίμων.

Οι κοινωνικοί ακτιβιστές αποτέλεσαν το 16% του δείγματος στο οποίο το 1/3 των ατόμων ήταν απόφοιτοι γυμνασίου και λιγότερο από τους μισούς απόφοιτοι πανεπιστημίου. Η ομάδα αυτή αποτελείτο από άγαμα άτομα, ζευγάρια ή μικρότερες οικογένειες. Οι κοινωνικοί ακτιβιστές εμφανίστηκαν να είναι αυτοδύναμοι όσον αφορά την ασφάλεια τροφίμων δηλαδή αναζητούσαν καλύτερες ημερομηνίες διάρκειας των προϊόντων. Αυτό το τμήμα ισχυρίστηκε να είναι ενήμερο για κάποιες πρακτικές ασφάλειας τροφίμων ενώ παραδέχθηκε έλλειψη γνώσης για άλλα θέματα. Οι κοινωνικοί ακτιβιστές παρουσίασαν τα χαμηλότερα επίπεδα εμπιστοσύνης στην ασφάλεια των τροφίμων που παρήχθησαν στον Καναδά. Επίσης ενώ τα μέλη αυτού του τμήματος ήταν λιγότερο

πιθανό να αναζητήσουν πληροφορίες για τις πρακτικές ασφάλειας των τροφίμων, εμφάνισαν τα υψηλότερα επίπεδα δράσης όπως η διακοπή των αγορών τροφίμων ή τομποϊκοτάρισμα.

Οι ενημερωμένοι που αναλαμβάνουν δράση αποτέλεσαν το 9% του δείγματος και είχε άτομα μεγαλύτερων ηλικιών από τα άλλα τμήματα. Τα άτομα αυτής της ομάδας θεωρήθηκαν ως ευαίσθητοι και που έχουν υψηλά πρότυπα για το καναδέζικο σύστημα ασφάλειας τροφίμων. Θέματα σημασίας γι' αυτή την ομάδα όταν αγοράζει τρόφιμα για το σπίτι ή όταν τρώει έξω είναι η διατροφή και η ποιότητα. Ήταν ενήμεροι για κάποιες πρακτικές ασφάλειας τροφίμων ενώ παραδέχθηκαν έλλειψη γνώσης σε άλλα θέματα. Ενώ αυτή η ομάδα ήταν ενημερωμένη, αμφέβαλε για την ικανότητα του συστήματος τροφίμων στον Καναδά να ανταποκριθεί σε κάποια θέματα. Επίσης δήλωσε ότι το προηγούμενο έτος είχε διακόψει τις αγορές κάποιων τροφίμων, είχε σταματήσει να τρώει σε ένα συγκεκριμένο εστιατόριο ή είχε σταματήσει να αγοράζει τρόφιμα από ένα συγκεκριμένο λιανοπωλητή.

Η έρευνα προτείνει ότι ένα σύστημα ανιχνευσιμότητας μπορεί να έχει μια θετική επίδραση στην εμπιστοσύνη του καταναλωτή στην ασφάλεια τροφίμων. Τα μέσα μπορούν να βοηθήσουν τους καταναλωτές στο να γίνουν ενήμεροι για τα συστήματα ελέγχου στο επίπεδο επεξεργασίας και συσκευασίας. Οι στρατηγικές επικοινωνίας θα πρέπει να σχεδιαστούν έτσι ώστε να ενισχύσουν τις θετικές εντυπώσεις για την ποιότητα των τροφίμων και τη γενική εμπιστοσύνη στην ασφάλεια τροφίμων.

Επιπρόσθετα, οι αντιλήψεις για τα χαρακτηριστικά του κρέατος αποτέλεσε το αντικείμενο της έρευνας του Verbeke, (2001) η οποία επιδίωκε να παρατηρήσει εάν υπήρξαν αλλαγές στις αντιλήψεις σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη. Η έρευνα εξέτασε τις πεποιθήσεις, τις στάσεις και τη συμπεριφορά του καταναλωτή στην κατανάλωση φρέσκου κρέατος στο Βέλγιο μετά την κρίση των διοξινών το 1999. Ο φόβος της διοξίνης στο κρέας αφορούσε τα πουλερικά και το χοιρινό.

Η έρευνα είχε σκοπό να εκτιμήσει τις αλλαγές στη συμπεριφορά του καταναλωτή και τις αντιλήψεις του γι' αυτό το θέμα χρησιμοποιώντας διαστρωματικά δεδομένα από δείγμα 205 καταναλωτών. Η συνιστώσα συμπεριφορά εκτιμήθηκε μέσα από την ισχυρυσθείσα κατανάλωση (σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος) και τις αγοραστικές προθέσεις για το επόμενο έτος. Η έρευνα εφάρμοσε ένα κλασσικό πλαίσιο εργασίας στάσης – συμπεριφοράς και εστίασε στις ενδεχόμενες αλληλεπιδράσεις μεταξύ καταναλωτών και του περιβάλλοντος στο οποίο ζούνε.

Ακολουθώντας την έρευνα που έγινε το 1998 (n=303), έγινε και μια δεύτερη διαστρωματική έρευνα για τις στάσεις και τις αντιλήψεις τους καταναλωτή του για το κρέας τον Απρίλιο του 2000 (n=205). Η μεθοδολογία και η συλλογή των δεδομένων αυτής της έρευνας συνδυάστηκαν απόλυτα με εκείνα της έρευνας του 1998. Όλοι όσοι συμμετείχαν στην έρευνα ήταν υπεύθυνοι για την αγορά κρέατος μέσα στο νοικοκυριό τους. Όσοι δεν κατανάλωναν κρέας αποκλείστηκαν από το δείγμα.

Συνοπτικά η έρευνα ζητούσε από τους ερωτώμενους να αναφέρουν αλλαγές στην κατανάλωση φρέσκου κρέατος σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, τις προθέσεις τους για την κατανάλωση κρέατος το επόμενο έτος, τα πέντε χαρακτηριστικά που θεωρούν πιο σημαντικά στο κρέας μέσα από μια λίστα δεκαέξι χαρακτηριστικών, την αντίληψη τους για το βοδινό κρέας, το χοιρινό και τα πουλερικά. Συνεπώς η παρουσίαση των εμπειρικών δεδομένων της έρευνας χωρίζεται σε πέντε στάδια, α) την ισχυρισθείσα συμπεριφορά, β) τη σημασία των χαρακτηριστικών, γ) τις αντιληπτικές αλλαγές και την επιμονή, δ) τις διαστάσεις της εικόνας και ε) τις σχέσεις στάσης – συμπεριφοράς. Κάθε τμήμα παρέχει μια σύγκριση δεδομένων των ερευνών του 1998 και του 2000 πριν και μετά την κρίση των διοξινών.

Όσον αφορά την ισχυρισθείσα συμπεριφορά και τις προθέσεις συμπεριφοράς υπήρξαν παρόμοια αποτελέσματα και στις δύο έρευνες. Το 27,3% ισχυρίζεται ότι έχει μειώσει την κατανάλωση φρέσκου κρέατος το 2000 ενώ το 1998 αυτό το ποσοστό ήταν 26,6%. Στην έρευνα του 2000, το 28,9% του δείγματος ανέφερε την πρόθεση του να μειώσει την συνολική κατανάλωση κρέατος του κατά τη διάρκεια του χρόνου.

Όσον αφορά τη σημασία των χαρακτηριστικών φρέσκου κρέατος δεν παρατηρήθηκε κάποια αλλαγή στη σύνθεση των πέντε πιο σημαντικών χαρακτηριστικών (το να είναι φρέσκο, ποιότητα, γεύση, το να είναι υγιεινό, και να μην έχει ορμόνες). Εντούτοις, μέσα στα 5 πρώτα χαρακτηριστικά του κρέατος το «να είναι υγιεινό» έγινε το πιο σημαντικό με 10,2% ανταπόκριση ταξινομώντας το ως το πιο σημαντικό για το 2000 έναντι του 5% το 1998. Η «γεύση» σαν χαρακτηριστικό έγινε το πιο σημαντικό για το 2000 με ανταπόκριση από το 19,5% έναντι του 11,2% το 1998.

Κατά την ανάλυση των δημογραφικών στοιχείων προέκυψε ότι οι άνδρες καταναλωτές βρέθηκαν να αποδίδουν σημαντικά περισσότερη σημασία σε χαρακτηριστικά όπως η γεύση ($\chi^2=3,37$, $P=0,04$) και η μαλακότητα ($\chi^2=10,24$, $P=0,001$), ενώ οι γυναίκες δίνουν σημασία στην «ισχνότητα» ($\chi^2=5,21$ και $P=0,02$) και την αξιοπιστία ($\chi^2=4,57$ και $P=0,03$). Οι πιο νέοι καταναλωτές κρέατος (<30 ετών) βρέθηκαν να δίνουν σημαντικά περισσότερη σημασία στη γεύση ($\chi^2=14,32$ και $P=0,003$) και

λιγότερη στο χαρακτηριστικό «να μην έχει ορμόνες» το κρέας ($\chi^2=8,05$ και $P=0,05$) απ' ότι οι πιο μεγάλοι σε ηλικία καταναλωτές.

Όσον αφορά τις αντιλήψεις για το κρέας παρατηρήθηκε ότι το χάσμα μεταξύ χειρότερου και καλύτερου ταξινομημένου κρέατος σε θέματα ασφάλειας έχει περιοριστεί. Σε όρους «ποιότητας» και «γεύσης», οι τιμές για το βοδινό και τα πουλερικά είναι σχεδόν παρόμοιες, και μαζί πολύ καλύτερες από του χοιρινού. Παρά την κρίση των διοξινών, τα πουλερικά θεωρούνται ως τα πιο ασφαλή από τα άλλα κρέατα. Σημαντικές είναι οι αλλαγές στην αντίληψη για το κρέας μεταξύ των δειγμάτων του 1998 ($n=303$) και του 2000 ($n=205$). Η αντίληψη για την μαλακότητα του βοδινού βελτιώθηκε όπως και η αντίληψη για την υγιεινότητα και την ασφάλεια του σε αντίθεση με την αντίληψη για την «ποιότητα», την «αξιοπιστία» και την «ασφάλεια» των πουλερικών η οποία έγινε σημαντικά χειρότερη μετά την κρίση των διοξινών.

Η παραγοντική ανάλυση των τιμών για την αντίληψη των χαρακτηριστικών καθόρισε τις βασικές διαστάσεις που συνθέτουν την εικόνα για το βοδινό, το χοιρινό και τα πουλερικά. Η ανάλυση παραγόντων εξήγαγε τον παράγοντα 1 που ονομάστηκε «ασφάλεια». Σημαντικό είναι ότι η «ποιότητα» επιφορτίζει υψηλά τον παράγοντα «ασφάλεια». Αυτό δείχνει ότι οι καταναλωτές κρίνουν συνολικά την ποιότητα κρέατος κυρίως από τις αντιλήψεις τους σε χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την ασφάλεια και την υγεία. Ο παράγοντας 2 ονομάστηκε «αισθητηριακός/ευκολία προετοιμασίας». Η σύνθεση του διαφέρει για τα πουλερικά, με επιπρόσθετη υψηλή επιφόρτιση για την ισχύτητα. Αυτό δείχνει ότι ο καταναλωτής συνδυάζει την ισχύτητα των πουλερικών με τη γεύση και την υγεία. Ο παράγοντας 3 ονομάστηκε «βοηθητικός».

Όσον αφορά τις συσχετίσεις στάσης – συμπεριφοράς βρέθηκε ότι ένας σημαντικά χαμηλότερος αριθμός καταναλωτών που υπέδειξε ότι μείωσε την κατανάλωση κρέατος το τελευταίο έτος συμπεριέλαβε τη «γεύση» μεταξύ των 5 πιο σημαντικών χαρακτηριστικών. Σε αντίθεση, οι περισσότεροι καταναλωτές επέλεξαν τα χαρακτηριστικά «να μην έχει καθόλου ορμόνες», την «ισχύτητα» και την «ασφάλεια» μεταξύ των πέντε πιο σημαντικών χαρακτηριστικών.

Πριν την κρίση των διοξινών, βρέθηκαν μη σημαντικές συσχετίσεις μεταξύ της ισχυρισθείσας μείωσης κατανάλωσης κρέατος και αντίληψης για τα πουλερικά. Ένα χρόνο μετά την κρίση, οι συμμετέχοντες που δήλωσαν ότι σταμάτησαν την κατανάλωση κρέατος βαθμολόγησαν τα πουλερικά ως σημαντικά χειρότερα λόγω της περιεκτικότητάς τους σε ορμόνες. Η έρευνα του 2000

έδειξε σχετικά λίγες συσχετίσεις μεταξύ προθέσεων συμπεριφοράς και αντίληψης για το βοδινό. Για τα πουλερικά, δεν βρέθηκαν συσχετίσεις μεταξύ αντίληψης και πρόθεσης κατανάλωσης κρέατος.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η αντίληψη για τα πουλερικά μετακινήθηκε σε χαμηλότερες τιμές ποιότητας, αξιοπιστίας και ασφάλειας. Σε αντίθεση, η αντίληψη για το βοδινό βελτιώθηκε στο θέμα των ορμονών. Το βοδινό επίσης έλαβε καλύτερες τιμές εκτίμησης για τη συμβολή στην υγεία, την ασφάλεια, την αξιοπιστία και την μαλακότητα του. Μετά την κρίση των διοξινών, η εικόνα για τα πουλερικά σύγκλινε σε μεγάλο βαθμό με εκείνη του βοδινού και του χοιρινού. Οι κύριες προοπτικές για την κατανάλωση κρέατος στο μέλλον συνεχίζουν να εξαρτώνται από την αντίληψη των καταναλωτών για την ασφάλεια, την αξιοπιστία και την υγιεινότητα του. Συγκεκριμένα, εκείνοι οι καταναλωτές που αποδίδουν σημασία στην ασφάλεια ή την υγεία, έχουν προθέσεις να σταματήσουν την κατανάλωση φρέσκου κρέατος το επόμενο έτος. Μια αξιοσημείωτη διαφορά με την προηγούμενη έρευνα αναφέρεται στην έλλειψη συσχετίσεων με την αντίληψη ευημερίας του ζώου.

Η μελλοντική έρευνα θα πρέπει να εστιάσει στην ανάλυση της πραγματικής συμπεριφοράς των ατόμων που έχουν προθέσεις μείωσης της κατανάλωσης, όπως επίσης και να εκτιμήσει τη σχέση υποτιθέμενης και πραγματικής συμπεριφοράς. Επίσης θα πρέπει να ερμηνευθεί περαιτέρω σε βαθμό κατανάλωσης η επίδραση της διαφήμισης και των μέσων στην αλλαγή της στάσης και των αντιλήψεων των ατόμων.

4.2 Επίπεδα γνώσης για την ασφάλεια και την επιστήμη των τροφίμων

Η έρευνα των McCarthy et al (2007) εξέτασε τα επίπεδα γνώσης για την ασφάλεια των τροφίμων και τις πρακτικές ασφάλειας τους, όπως και τα επίπεδα γνώσης για την επιστήμη των τροφίμων στον πληθυσμό (n=1025) ενός νησιού στην Ιρλανδία. Με βάση αυτές τις γνώσεις προσδιορίζονται κάποια τμήματα καταναλωτών και για αυτό η έρευνα αναζήτησε να προσδιορίσει εάν η εκτίμηση των ενδεχόμενων κινδύνων στα τρόφιμα διέφερε ανάμεσα σε αυτά τα τμήματα. Τα σημεία δειγματοληψίας για αυτή την έρευνα δημιουργήθηκαν τυχαία και τουλάχιστον 14 συμμετέχοντες εξετάστηκαν σε κάθε τοποθεσία δειγματοληψία (σύνολο 74 σημεία δειγματοληψίας).

Για την εκτίμηση της γνώσης για τα μέτρα καλύτερης πρακτικής το ερωτηματολόγιο περιείχε μια σειρά στοιχείων για τις πρακτικές ασφάλειας των τροφίμων, όπου οι συμμετέχοντες είχαν να υποδείξουν εάν η προτεινόμενη λύση σε ένα σενάριο τροφικού κινδύνου ήταν σωστή ή λάθος με στόχο να διαπιστωθεί σε ποιο βαθμό η άποψη ενός ατόμου παρέκκλινε από την καλύτερη πρακτική.

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες είχαν να κάνουν εκτιμήσεις για τους ενδεχόμενους κινδύνους που θα μπορούσαν να βιώσουν οι άνθρωποι στο νησί της Ιρλανδίας όπως η λιστέρια, η σαλμονέλα, οι ορμόνες, τα ΓΤΤ, τα πρόσθετα τροφίμων, κατάλοιπα μικροβιοκτόνων, ο αφθώδης πυρετός των ζώων, η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια κ.ά.

Η ανάλυση παραγόντων έδειξε ότι το 83% του δείγματος προσδιόρισε την καλύτερη πρακτική για την ασφάλεια των τροφίμων αλλά υπήρξαν και τα άτομα που θεώρησαν και κάποιες άλλες εναλλακτικές πρακτικές ως ασφαλείς. Για παράδειγμα μια μεγάλη πλειοψηφία (97%) είπε ότι το ξέπλυμα των χεριών με ζεστό σαπουνειδές νερό ήταν η καλύτερη πρακτική, εντούτοις πολλοί υπέδειξαν ότι και οι εναλλακτικές πρακτικές ήταν αποδεκτές. Για παράδειγμα το 25% είπε ότι το πλύσιμο των χεριών με κρύο νερό είναι ένας αποδεκτός τρόπος να καθαρίσουμε τα χέρια μετά τη μεταχείριση ωμών κρεάτων. Οι γνώσεις για την ασφάλεια των τροφίμων φαίνεται να είναι ανεπαρκείς στον πληθυσμό του νησιού αφού το 26% πιστεύει ότι όλα τα βακτήρια που βρίσκονται στα τρόφιμα είναι βλαβερά, το 21% πιστεύει ότι το να ταΐζεις τα κατοικίδια μέσα στην κουζίνα δεν ενέχει κάποιο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και το 44% πιστεύει ότι η ασφάλεια ενός τροφίμου μπορεί πάντα να κριθεί από την εμφάνιση και την οσμή του. Όσον αφορά τις εκτιμήσεις για τους ενδεχόμενους διατροφικούς κινδύνους φαίνεται ότι η σαλμονέλα και το E.coli θεωρούνται πιο πιθανοί να προκαλέσουν τροφικές ασθένειες στο νησί της Ιρλανδίας.

Η ανάλυση ομάδων που έγινε με σκοπό τον προσδιορισμό των τμημάτων με βάση τα επίπεδα γνώσης τους εξήγαγε τέσσερα τμήματα καταναλωτών που ονομάστηκαν «σε κίνδυνο», αυτοί που «ενδιαφέρονται για την ασφάλεια των τροφίμων» (FSC-Food Safety Conscious), αυτοί που έχουν «ανεπαρκή γνώση για την επιστήμη των τροφίμων» (FSKD-Food Safety Knowledge Deficient) και οι «ενημερωμένοι». Επίσης η ανάλυση παραγόντων καθόρισε τέσσερις βασικούς κινδύνους στα τρόφιμα οι οποίοι προέρχονταν από μικρόβια (λιστέρια, E.coli, σαλμονέλα, καμπυλοβακτήριο), από κινδύνους κατά τη διαδικασία παραγωγής ο οποίος ονομάστηκε τεχνολογικός (ορμόνες, ΓΤΤ, πρόσθετα, κατάλοιπα μικροβιοκτόνων και αντιβιοτικών), από τις πρακτικές χειρισμού (στο σπίτι και στα εστιατόρια) και από κινδύνους που προέρχονται από την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και τον αφθώδη πυρετό των ζώων, και ο οποίος ονομάστηκε αγροτικός.

Η ομάδα των καταναλωτών «σε κίνδυνο» αποτέλεσε το 13% του δείγματος. Αυτή η ομάδα έδειξε τις πιο ανεπαρκείς γνώσεις για τις πρακτικές ασφάλειας των τροφίμων και για την επιστήμη των τροφίμων σε σχέση με τα άλλα τρία τμήματα. Αυτή η ομάδα αντιλαμβάνονταν ότι ο κίνδυνος στα τρόφιμα συσχετιζόταν στο μικρότερο βαθμό με τις αγροτικές πρακτικές. Όσον αφορά τις

πρακτικές ασφάλειας τροφίμων ενώ το 91% του δείγματος του πληθυσμού είπε ότι δεν ήταν ασφαλές να βάλει ένα ζεστό κοτόπουλο στο ψυγείο, αυτό το ποσοστό μειώθηκε στο 72% για την ομάδα των καταναλωτών σε κίνδυνο. Το δημογραφικό προφίλ αυτής της ομάδας αποδείχθηκε ότι αποτελείται ή από άνδρες ηλικίας 18-24 ετών ή από άτομα ηλικίας 64 ετών και άνω ή από άτομα με ένα πρωτοβάθμιο επίπεδο μόρφωσης.

Το δεύτερο τμήμα περιλαμβάνει αυτούς που «ενδιαφέρονται για την ασφάλεια των τροφίμων» και αποτελεί το 24% του δείγματος. Αυτό το τμήμα ήταν πολύ ενήμερο για την ασφάλεια των τροφίμων. Παρόμοια με το εν ρίσκο τμήμα η εκτίμηση ρίσκου αυτής της ομάδας για τις αγροτικές πρακτικές ήταν σημαντικά χαμηλότερη απ' ότι για άλλους κινδύνους π.χ τους μικροβιολογικούς. Σε σύγκριση με τα άλλα τμήματα αυτό το τμήμα έδειξε τα χαμηλότερα επίπεδα γνώσης για την καλύτερη πρακτική ασφάλειας των τροφίμων ενώ οι γνώσεις τους για την επιστήμη των τροφίμων κατείχαν τη δεύτερη υψηλότερη θέση στην κατάταξη. Η ομάδα αυτή αποδείχθηκε ότι είναι πιο πιθανό να αποτελείται από γυναίκες, παντρεμένες, ημιαπασχολούμενες, ηλικίας μεταξύ 35-44 ετών ή και από φοιτητές.

Το τρίτο τμήμα έδειξε «ανεπαρκείς γνώσεις για την επιστήμη των τροφίμων» και αποτέλεσε το 33% του δείγματος. Ενώ αυτό το τμήμα έδειξε καλές γνώσεις για την ασφάλεια των τροφίμων και για τις πρακτικές, οι γνώσεις τους για την επιστήμη των τροφίμων ήταν φτωχές. Αυτό το τμήμα θεώρησε ότι οι κίνδυνοι στα τρόφιμα σχετίζονται περισσότερο με μικροβιολογικούς κινδύνους απ' ότι με τις αγροτικές πρακτικές και τους τεχνολογικούς κινδύνους. Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία σ' αυτό το τμήμα είχε περισσότερο οικογενειάρχες με ηλικία πάνω από 55 ετών ή άτομα απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Το «ενημερωμένο τμήμα» αποτέλεσε το 30% του δείγματος και ήταν πιο ενήμερο για την επιστήμη των τροφίμων απ' ότι τα άλλα τμήματα. Το ενημερωμένο τμήμα θεώρησε ότι οι κίνδυνοι στα τρόφιμα σχετίζονται λιγότερο με τις αγροτικές πρακτικές και συσχέτισαν το ρίσκο περισσότερο με τους μικροβιολογικούς κινδύνους και τους κινδύνους των πρακτικών χειρισμού. Σε αυτό το τμήμα ανήκαν άτομα υψηλής κοινωνικής τάξης, που απασχολούνταν πλήρως ηλικίας μεταξύ 25-34 ετών ή ανήκαν άτομα με προπτυχιακό επίπεδο γνώσης.

Τα ευρήματα δείχνουν ότι η πλειοψηφία του πληθυσμού της Ιρλανδίας γνωρίζει για την ασφάλεια των τροφίμων αλλά δεν γνωρίζει σε πολλές περιπτώσεις ποια είναι η καλύτερη πρακτική ασφάλειας τροφίμων και θεωρεί κάποιες λιγότερο από ιδανικές πρακτικές ως ασφαλείς. Εντούτοις το επίπεδο γνώσης για την επιστήμη των τροφίμων ήταν μάλλον χαμηλό. Η περαιτέρω ανάλυση προτείνεται

για να κατανοηθούν οι λόγοι που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν μη ιδανικές πρακτικές. Αυτό θα βοηθούσε εκείνους που αναμειγνύονται στην επικοινωνία και την προώθηση των τροφίμων να γνωρίσουν περισσότερα για την συμπεριφορά του καταναλωτή. Επίσης η περαιτέρω εξέταση είναι αναγκαία για να βοηθηθούν τα άτομα να ξεπεράσουν εμπόδια όπως η έλλειψη γνώσης, έλλειψη χρόνου, περιορισμένη πρόσβαση σε πηγές, περασμένες εμπειρίες και τα οποία εμποδίζουν τα άτομα να ακολουθήσουν καλύτερες πρακτικές.

4.3 Αντιλήψεις και στάσεις στους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα

Ο σκοπός της έρευνας του Wandel, (1994) ήταν να εξετάσει τα αποτελέσματα μερικών εμπειρικών ερευνών που ερευνήσαν τις ανησυχίες των ατόμων για τους κινδύνους που σχετίζονται με την υγεία και τα τρόφιμα. Η έρευνα προσπαθεί να κατανοήσει πως εκφράζεται η αυξανόμενη ανησυχία για τον κίνδυνο που σχετίζεται με την υγεία και τα τρόφιμα στις διάφορες ομάδες ανθρώπων, ποια είδη κινδύνων στα τρόφιμα ανησυχούν περισσότερο τους ανθρώπους και σε ποιο βαθμό αυτή η ανησυχία επηρεάζει τις αγορές τροφίμων και τη διατροφική τους συμπεριφορά. Τα ευρήματα των ερευνών που χρησιμοποιεί η έρευνα προέρχονται από τις ΗΠΑ, την Ιαπωνία και μερικές σκανδιναβικές χώρες. Με βάση το γεγονός ότι οι πολιτικές για τον καταναλωτή στη Νορβηγία και στη Σουηδία βάζουν σε προτεραιότητα την προστασία του καταναλωτή είναι ενδιαφέρον να εξεταστεί εάν οι άνθρωποι σε αυτές τις ευημερούσες πολιτείες αντιλαμβάνονται και συμπεριφέρονται διαφορετικά στον κίνδυνο που σχετίζεται με τα τρόφιμα και την υγεία.

Οι παράγοντες που έχουν βρεθεί ότι επηρεάζουν τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο είναι η εθελούσια έκθεση στον κίνδυνο, το είδος του κινδύνου (νέος/παλιός, άγνωστος/οικείος, ελέγξιμος/ανεξέλεγκτος, καταστροφικός/ήπιος). Γι' αυτό το λόγο η έρευνα εστιάζεται σε διαφορές που αφορούν τα είδη του κινδύνου και όχι σε διαφορές μεταξύ των πληθυσμιακών ομάδων.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η ανησυχία για τα τρόφιμα και τους κινδύνους που έχουν στην υγεία είναι ευρέως διαδεδομένα. Το ενδιαφέρον για αυτό το θέμα της ασφάλειας των τροφίμων ήταν εξαιρετικά υψηλό στις ΗΠΑ και στην Ιαπωνία. Τα αποτελέσματα από την Αμερική έδειξαν μια ανησυχία με αυξανόμενη τάση. Υπήρξε επίσης ένα μεγάλο ποσοστό καταναλωτών στις ευημερούσες πολιτείες, τη Σουηδία και τη Νορβηγία, το οποίο ανησυχούσε για αυτά τα θέματα. Αυτή η έρευνα από τη Νορβηγία έδειξε ότι σε αυτή τη χώρα όπου η νομοθεσία για τον καταναλωτή βάζει σε υψηλή προτεραιότητα τα θέματα ασφάλειας ένα μεγάλο μέρος των καταναλωτών (40%) δεν εμπιστεύεται την ικανότητα των αρχών να εμποδίσουν τα μολυσμένα τρόφιμα από τα να

εισέλθουν στην αγορά. Στην Ιαπωνία οι καταναλωτές είχαν αρχίσει να εκφράζουν την αγωνία τους για την ασφάλεια των τροφίμων με το να γίνουν μέλη καταναλωτικών ενώσεων. Ο λόγος που οι περισσότεροι έγιναν μέλη καταναλωτικών ενώσεων ήταν η επιθυμία τους να αγοράζουν ασφαλή τρόφιμα. Ως αποτέλεσμα η Γιαπωνέζικη καταναλωτική ένωση το 1986 είχε εννέα εκατομμύρια νοικοκυριά μέλη.

Οι ιθύνοντες για την επικοινωνία όσον αφορά τα τρόφιμα θα πρέπει να αυξήσουν τις γνώσεις τους όχι μόνο στο πεδίο της εκτίμησης του κινδύνου αλλά και σε θέματα που αφορούν διαφορετικές παραμέτρους του κινδύνου, θέματα που αφορούν τις διαδικασίες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τον κίνδυνο αλλά και στρατηγικές που αφορούν κινδύνους στην υγεία και τα τρόφιμα.

Οι Pennings et al (2002) εξέτασαν πως η συμπεριφορά διαφόρων τμημάτων καταναλωτών σε διάφορες χώρες επηρεάζεται από τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο και τις στάσεις σε αυτόν. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που λήφθηκαν υπόψη είναι η ακρίβεια της γνώσης και η πιθανότητα έκθεσης στον κίνδυνο. Τα δεδομένα της έρευνας προήλθαν από ένα ερωτηματολόγιο που είχε ανταπόκριση από 228 καταναλωτές στις Η.Π.Α, 298 καταναλωτές στη Γερμανία και 223 καταναλωτές στην Ολλανδία. Η έρευνα έγινε με τη μέθοδο της προσωπικής συνέντευξης τη στιγμή που οι καταναλωτές έκαναν τις αγορές τους την τελευταία εβδομάδα του Ιανουαρίου και την πρώτη εβδομάδα του Φεβρουαρίου το 2001.

Το πλαίσιο της εργασίας βασίστηκε στην υπόθεση ότι η συμπεριφορά διαχείρισης του κινδύνου εξαρτάται από τη στάση στον κίνδυνο, την αντίληψη για αυτόν και την αλληλεπίδραση των δύο. Σε πρώτη φάση η έρευνα εστίασε στις αντιλήψεις των ατόμων για τον κίνδυνο από την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια, τις στάσεις σε αυτόν και την κατανάλωση βοδινού. Η διαχείριση κινδύνου εκφράστηκε με το risk premium (π), μια συνάρτηση της στάσης στον κίνδυνο (αποστροφή στον κίνδυνο) r , τον πλούτο w και τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο ως πηγή επιπρόσθετου πλούτου e . Έτσι η διαχείριση κινδύνου καθορίζεται ως $EU(w+e)=U(w+e-\pi)$ δηλαδή εκεί που το risk premium αφήνει αδιάφορο αυτόν που αποφασίζει αν θα αποδεχθεί την αναμενόμενη χρησιμότητα (EU) ή αν θα κρατήσει τη μέση τιμή μείον το risk premium. Στο μοντέλο αναμενόμενης χρησιμότητας αυτό μεταφράζεται σε $EU(w+e) = U(w+e) \int f(e) de = u(w+ef(e)de-\pi)$ όπου $U(.)$ η κατά Neumann-Morgenstern χρησιμότητα και $f(.)$ η πιθανότητα πυκνότητας συνάρτησης επιπρόσθετου πλούτου e . Μπορεί να αποδειχθεί ότι το risk premium π είναι ίσον με $\pi=1/2e^2f(e)de-U''(w)/U'(w)$ το οποίο μπορεί να γραφτεί και ως $\pi=1/2\sigma^2r(w)$ όπου $r(w)=-U''(w)/U'(w)$ ο συντελεστής συσχέτισης Pratt-

Απώγ της απόλυτης αποστροφής στον κίνδυνο. Αυτό δείχνει ότι η συμπεριφορά διαχείρισης του κινδύνου εξαρτάται από τη στάση στον κίνδυνο $r(w)$, την αντίληψη για τον κίνδυνο σ^2 και την αλληλεπίδραση των δύο.

Η πρώτη υπόθεση της έρευνας ήταν ότι η αντίληψη για τον κίνδυνο είναι ο κύριος καθοδηγητής των αντιδράσεων των καταναλωτών υποδηλώνοντας έτσι ότι η πληροφόρηση είναι ένα ισχυρό εργαλείο για την αλλαγή της συμπεριφοράς. Η δεύτερη υπόθεση ήταν ότι η στάση στον κίνδυνο είναι ο πραγματικός παράγοντας που επηρεάζει τις αντιδράσεις των καταναλωτών. Σε αυτή την περίπτωση, ακόμη και αν οι πιθανότητες να εκτεθούμε στο κίνδυνο είναι μικρές, εντείνοντας αυτές τις πιθανότητες θα έχουν μικρή επίδραση στη συμπεριφορά του καταναλωτή.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι Ολλανδοί και οι Αμερικάνοι ενδιαφέρονται λιγότερο για την κατανάλωση βοδινού από ότι οι Γερμανοί και εκτιμούν λιγότερο την πιθανότητα αποφυγής της ασθένειας Creutzfeldt-Jakob. Οι αντιλήψεις για τον κίνδυνο αναγκάζουν τους Ολλανδούς να μειώσουν την κατανάλωση βοδινού, ενώ οι Αμερικάνοι αναγκάζονται να μειώσουν την κατανάλωση βοδινού από τις στάσεις τους στον κίνδυνο. Επίσης όταν είναι διαθέσιμες ακριβείς πληροφορίες η στάση στον κίνδυνο παραμένει ένας σημαντικός παράγοντας της κατανάλωσης βοδινού στις ΗΠΑ και στη Γερμανία, και γίνεται σημαντική στην Ολλανδία σε περιπτώσεις υψηλού κινδύνου. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η σχετική επίδραση της αντίληψης για τον κίνδυνο και η στάση σε αυτόν διαφέρει στις αντιδράσεις των καταναλωτών. Αυτή η αντίληψη εξαρτάται από την ακρίβεια της γνώσης και την πιθανότητα έκθεσης στον κίνδυνο.

Η ανάλυση έδειξε διάφορες ενδείξεις πολιτικής για διαφορετικές χώρες εκεί που η πιθανότητα αποφυγής της ασθένειας Creutzfeldt-Jakob δεν είναι ακριβώς γνωστή. Σε χώρες όπως οι ΗΠΑ απαιτούνται σκληρά μέτρα για να εμποδιστεί μια κρίση αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας διότι οι στάσεις στον κίνδυνο είναι αυτές που οδηγούν στην κατανάλωση και λίγα πράγματα μπορούν να γίνουν για να αλλάξουν αυτές οι στάσεις. Αυτό σημαίνει έλεγχος και σφαγή όλων των ύποπτων αγελάδων. Σε χώρες όπως η Γερμανία, και οι αντιλήψεις στον κίνδυνο και οι στάσεις σε αυτόν καθοδηγούν τη συμπεριφορά του καταναλωτή, εκφράζοντας όχι μόνο την ανάγκη για σκληρά μέτρα αλλά επίσης για εκτεταμένη και υπεύθυνη διοχέτευση της πληροφόρησης από την κυβέρνηση, τη βιομηχανία και τα ΜΜΕ. Σε αντίθεση με τις ΗΠΑ και τη Γερμανία, η συμπεριφορά του καταναλωτή στην Ολλανδία καθοδηγείται κυρίως από τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο. Σε αυτή την περίπτωση, η αληθινή και ειλικρινής επικοινωνία εκ μέρους της κυβέρνησης και της βιομηχανίας βοδινού θα είναι πιο αποτελεσματική απ' ότι μια μαζική σφαγή αγελάδων.

Η έρευνα των Rosati and Saba, (2004) εξέτασε από τη μια την αντίληψη των καταναλωτών για τους διατροφικούς κινδύνους και από την άλλη την αντίληψη για την αξιοπιστία διαφόρων πηγών πληροφόρησης για τα διατροφικά ρίσκα. Η εξαρτημένη μεταβλητή είναι η αντίληψη για το διατροφικό ρίσκο και οι ανεξάρτητες μεταβλητές είναι οι γνώσεις για τα ενδεχόμενα διατροφικά ρίσκα και οι αντιλήψεις για την αξιοπιστία διαφόρων πηγών πληροφόρησης για τους διατροφικούς κινδύνους. Η έρευνα βασίστηκε σε δείγμα 1000 ατόμων το οποίο είχε τελικά ανταπόκριση από 966 άτομα. Οι συμμετέχοντες επιλέχθηκαν τυχαία από διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές της Ιταλίας και είχαν να απαντήσουν ένα ερωτηματολόγιο με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων.

Η αντίληψη για τον κίνδυνο εξετάστηκε με ερωτήσεις τύπου πως αντιλαμβάνονται τα άτομα το προσωπικό διατροφικό ρίσκο, σε ποιο βαθμό πιστεύουν ότι γνωρίζουν τα ενδεχόμενα διατροφικά ρίσκα και πόσο ανησυχούν για αυτά. Οι κίνδυνοι στα τρόφιμα που λήφθηκαν υπόψη ήταν τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, τα τρόφιμα με ραδιενέργεια, τα τρόφιμα με υπολείμματα μικροβιοκτόνων και αυτά που προκαλούν αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια. Για την εκτίμηση της εμπιστοσύνης οι συμμετέχοντες είχαν να βαθμολογήσουν κάθε πηγή για την αξιοπιστία της. Οι συγγραφείς υπέθεσαν ότι η εμπιστοσύνη εξαρτώνταν από τρεις παράγοντες, την αντίληψη των καταναλωτών για την αξιοπιστία της γνώσης η οποία καθοδηγείται από τις πηγές για τα διατροφικά ρίσκα στην ανθρώπινη υγεία (εις το εξής «γνώση»), από την αντίληψη των καταναλωτών για την πληρότητα των πληροφοριών που παρείχαν οι πηγές (εις το εξής «ειλικρίνεια») και από την αντίληψη για το ενδιαφέρον που έδειξαν οι πηγές για να προστατέψουν την υγεία των πολιτών από πιθανούς κινδύνους που σχετίζονταν με τα τρόφιμα (εις το εξής «ενδιαφέρον»).

Τα ευρήματα έδειξαν ότι οι αντιλήψεις των καταναλωτών για τους διατροφικούς κινδύνους, τους ενδεχόμενους διατροφικούς κινδύνους και την αξιοπιστία διαφόρων πηγών πληροφόρησης διαφέρουν αρκετά. Όσον αφορά θέματα που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων βρέθηκε ότι το 49% δεν είχε ακούσει ποτέ για τέτοια θέματα, το 32% ισχυρίστηκε ότι δεν είχε ακούσει ποτέ για τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα αν και έγιναν πολλές δημόσιες συζητήσεις για αυτό το θέμα και το 12% δεν γνώριζε για τα πρόσθετα στα τρόφιμα. Όσον αφορά τις πηγές πληροφόρησης η τηλεόραση αποδείχθηκε να είναι η καλύτερη πηγή για αυτά τα θέματα. Οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την ασφάλεια διαφόρων τροφίμων έδειξαν ότι τα δημητριακά θεωρήθηκαν τα πιο ασφαλή. Η πλειοψηφία (63%) έκρινε ότι το κράτος είναι η πιο υπεύθυνη αρχή για την ασφάλεια τροφίμων και μετά η βιομηχανία των τροφίμων (71%) και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (64%).

Όσον αφορά την αξιοπιστία των πληροφοριών για τους κινδύνους στα τρόφιμα αυτή αποδείχθηκε να εξαρτάται από τρεις παράγοντες, την αντίληψη για τη γνώση, την αντίληψη για την ειλικρίνεια και την αντίληψη για το ενδιαφέρον των πηγών. Οι συμμετέχοντες υπέδειξαν ότι αξιόπιστες πηγές ήταν οι ενώσεις καταναλωτών ($M=4,13$), τα ερευνητικά ινστιτούτα ($M=4,07$) και οι μη κυβερνητικές περιβαλλοντικές οργανώσεις ($M=3,92$). Επίσης όλες οι τιμές των συσχετίσεων για κάθε πηγή πληροφόρησης ήταν στατιστικά σημαντικές. Οι υψηλότερες συσχετίσεις βρέθηκαν μεταξύ της ειλικρίνειας και του ενδιαφέροντος που σημαίνει ότι όσο περισσότερο το άτομο νοιώθει ότι οι πηγές πληροφόρησης προσπαθούν να τον προστατέψουν από τους διατροφικούς κινδύνους τόσο περισσότερο νοιώθει ότι οι πληροφορίες που του δίνουν είναι πλήρεις. Η βασική ερμηνευτική μεταβλητή ήταν το ενδιαφέρον, μετά η γνώση και λιγότερο η ειλικρίνεια.

Από τη δημογραφική ανάλυση εξήχθηκε ότι η μέση ηλικία του δείγματος ήταν 43 ετών, το 51% ήταν άντρες και το 49% γυναίκες. Το 43% ζούσε στη Β.Ιταλία, το 20% ζούσε στο κέντρο και το 37% ζούσε στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας. Όσον αφορά το επάγγελμα, το 47% εργάζονταν, το 18% ασχολούνταν με τα οικιακά, το 16% είχε αφυπηρετήσει, το 11% ήταν φοιτητές/τριες και το 8% ήταν άνεργοι.

Τελικά η έρευνα έδειξε ότι οι καταναλωτές ανησυχούσαν περισσότερο για εκείνους τους κινδύνους στα τρόφιμα που γνώριζαν και συνεπώς ανησυχούσαν λιγότερο για τους κινδύνους που γνώριζαν λιγότερο. Επίσης η έρευνα έδειξε ότι οι αντιλήψεις για τον προσωπικό κίνδυνο και οι γνώσεις των ατόμων για ενδεχόμενους διατροφικούς κινδύνους ήταν δύο ξεχωριστές διαστάσεις της αντίληψης του τροφικού ρίσκου. Βρέθηκε ότι η ολοκληρωμένη γνώση για τους διατροφικούς κινδύνους στην υγεία και η αξιοπιστία των πηγών πληροφόρησης ήταν δύο σημαντικοί παράγοντες της εμπιστοσύνης του καταναλωτή. Οι πιο σημαντικές παράμετροι της εμπιστοσύνης όμως ήταν η αντίληψη για το ενδιαφέρον των εταιρειών να προστατέψουν την υγεία από πιθανούς διατροφικούς κινδύνους και η αντίληψη για τη γνώση.

Σε μια άλλη έρευνα εξετάστηκαν οι στάσεις και οι αντιλήψεις των καταναλωτών για την εισαγωγή ακτινοβολίας σε αλεσμένο κρέας. Η έρευνα έγινε από το National Cattlemen's Beef Association (2002) και πήραν μέρος 475 καταναλωτές από το Denver και την Ατλάντα στις ΗΠΑ από τους οποίους το 80% προτιμούσε να τρώει άπαχο κρέας και το 20% προτιμούσε βοδινό κρέας με το λίπος. Οι καταναλωτές παρέλαβαν κατεψυγμένα πιτάκια για να τα ετοιμάσουν στο σπίτι. Τα 152 νοικοκυριά παρέλαβαν εικονικά μη-ακτινοβολημένα πιτάκια (δηλαδή είχαν ετικέτα ότι ήταν ακτινοβολημένα, αλλά στην πραγματικότητα δεν ήταν) και τα 323 νοικοκυριά παρέλαβαν και μη-

ακτινοβολημένα και ακτινοβολημένα πιτάκια (οι ετικέτες τους ήταν σωστά τοποθετημένες). Οι συμμετέχοντες είχαν να δώσουν τις απόψεις τους μέσα από ερωτηματολόγιο. Η έρευνα από τη μια σκόπευε να εκτιμήσει τη νοστιμάδα του αλεσμένου βοδινού το οποίο είχε χαμηλή δόση ακτινοβολίας και από την άλλη να καθορίσει έναν ευνοϊκότερο τρόπο επικοινωνίας με τους καταναλωτές για την ακτινοβολία.

Τα ευρήματα έδειξαν ότι ο κύριος παράγοντας που επηρεάζει την ικανοποίηση ήταν η προδιάθεση του καταναλωτή για την ακτινοβολία. Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι το μπιφτέκι με ακτινοβολία προτιμήθηκε από το εικονικό μπιφτέκι, πράγμα που έδειξε μια προκατελλημένη αντίληψη από μερικούς καταναλωτές όσον αφορά τα προϊόντα με ακτινοβολία. Οι τιμές για το άρωμα, τη χυμότητα και τη γεύση των κρεάτων με ακτινοβολία, των μη ακτινοβολημένων και των εικονικών πιτών δεν ήταν στατιστικά σημαντική.

Οι καταναλωτές τμηματοποιήθηκαν σε τέσσερα τμήματα με βάση τη στάση τους σε «ένθερμους αγοραστές», σε «ενδιαφερόμενους», σε «αυτούς που αμφιβάλλουν» και σε «αυτούς που απορρίπτουν». Οι ένθερμοι αγοραστές αποτέλεσαν το 27% του δείγματος. Καθόρισαν το μπιφτέκι με ακτινοβολία ως ένα ανώτερο προϊόν όσον αφορά τη γεύση, την αξία και την ασφάλεια. Αυτή η ομάδα είχε έντονες ανησυχίες για την ασφάλεια των τροφίμων και κινητοποιήθηκε με την προϋπόθεση ότι το ακτινοβολημένο αλεσμένο βοδινό θα προστατεύσει την υγεία. Επίσης θεώρησαν ότι το προϊόν είναι πιο νόστιμο και έδειξαν εμπιστοσύνη στην κυβέρνηση και στους δημόσιους οργανισμούς υγείας. Η ομάδα με τους «ενδιαφερόμενους» αποτέλεσαν το 34% του δείγματος και έδειξε αρέσκεια στην ακτινοβολία. Δήλωσαν ότι δεν ανησυχούσαν πολύ για την ασφάλεια των τροφίμων και ήθελαν να γνωρίζουν ότι η ακτινοβολία δεν θα επηρεάσει τη γεύση. Επίσης έδειξαν εμπιστοσύνη στους κρατικούς οργανισμούς. Η ομάδα με τα άτομα που «αμφιβάλλουν» αποτελούν το 24% του δείγματος. Έδειξαν αρέσκεια στο θέμα της ακτινοβολίας λόγω των θετικών επιδράσεων της στην υγεία εντούτοις δεν έδειξαν εμπιστοσύνη στο ακτινοβολημένο προϊόν της έρευνας. Προτίμησαν να παραμείνουν ουδέτεροι μέχρι να επιβεβαιωθεί η ασφάλεια και είχαν περισσότερες πιθανότητες να παραγγείλουν ακτινοβολημένο βοδινό σε ένα εστιατόριο απ' ό,τι να το αγοράσουν για οικιακή κατανάλωση. Η ομάδα αυτών που «απορρίπτουν» αποτέλεσε το 15% του δείγματος. Τα άτομα σε αυτή την ομάδα ήταν πιο ειλικρινή για τις στάσεις τους στην ακτινοβολία. Παρουσιάστηκαν αντίθετοι με κάθε όψη του θέματος ακτινοβολία, υποστήριζαν ότι η ακτινοβολία δεν έχει οφέλη στην υγεία και δήλωσαν υποψίες για μακροπρόθεσμες συνέπειες της ακτινοβολίας στην υγεία.

Συμπερασματικά οι ένθερμοι αγοραστές, οι ενδιαφερόμενοι και αυτοί που αμφιβάλλουν (σύνολο 85% του δείγματος) θα αποδεχόταν το ακτινοβολημένο βοδινό σε μεγαλύτερο βαθμό εάν γίνονταν κάποιες βελτιώσεις όπως το να αλλάξει η λέξη ακτινοβολία ώστε να ακούγεται λιγότερο σαν ακτινοβολία, να εξηγηθεί η διαδικασία ακτινοβολίας στους καταναλωτές, να δοθεί στους καταναλωτές η επιλογή μεταξύ ακτινοβολημένου και μη ακτινοβολημένου βοδινού στις υπεραγορές και να συνεχιστεί η έρευνα για να βελτιωθεί το προϊόν. Οι ένθερμοι αγοραστές ήταν η πιο η ευνοϊκή ομάδα απέναντι στην ακτινοβολία. Οι ενδιαφερόμενοι και οι ένθερμοι θα μπορούσαν να επηρεαστούν και να αυξήσουν τις αγορές τους για αλεσμένο βοδινό εάν το προϊόν γινόταν διαθέσιμο. Οι ένθερμοι αγοραστές, οι ενδιαφερόμενοι και οι αυτοί που αμφιβάλλουν θεώρησαν ότι το προϊόν θα πρέπει να προσφερθεί στους καταναλωτές ως μια επιλογή. Η ομάδα των ενδιαφερόντων θα υιοθετούσαν άμεσα το ακτινοβολημένο αλεσμένο βοδινό αν διαβεβαιώνονταν για τη γεύση και τη διαδικασία. Οι απορρίπτοντες είναι απίθανο να αγόραζαν ποτέ το ακτινοβολημένο βοδινό, παρόλο που γνωρίζουν ότι χρησιμοποιούν και άλλα ακτινοβολημένα προϊόντα όπως τα μπαχαρικά, τα φρούτα και τα λαχανικά. Συνολικά η επιβεβαίωση των καταναλωτών ότι η ακτινοβολία δεν επηρεάζει την ποιότητα του προϊόντος θα επηρεάσει θετικά την αποδοχή αυτής της τεχνολογίας.

Οι Gaivoronskaia and Hvinden (2004) εξέτασαν τις αντιλήψεις των καταναλωτών για συγκεκριμένο κίνδυνο στα τρόφιμα. Τα δεδομένα προήλθαν από μια έρευνα της εταιρείας NORFAKTA που έγινε 2003 από δείγμα 800 Νορβηγών που επιλέχθηκαν τυχαία για να απαντήσουν σε ένα ερωτηματολόγιο με βάση τη τηλεφωνική μέθοδο. Στην έρευνα συμμετείχαν άτομα που ήταν αλλεργικά σε κάποια τρόφιμα και άτομα τα οποία δεν παρουσίαζαν κάποια αλλεργία. Ο βαθμός ανταπόκρισης ήταν 63% για τα αλλεργικά άτομα και 59% για τα μη αλλεργικά.

Σαν ανεξάρτητες μεταβλητές χρησιμοποιήθηκαν η εμπειρία με κάποιο δυσάρεστο διατροφικό γεγονός το οποίο προκάλεσε αλλεργία, η παρουσία της ετικέτας στα τρόφιμα, η αντίληψη για την ευθύνη των παραγωγών για τους διατροφικούς κινδύνους, η αντίληψη για το ρίσκο από τα φυσικά υλικά που προκαλούν αλλεργία και από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα και η ενημερότητα.

Οι συμμετέχοντες είχαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις γενικά για τους κινδύνους στα τρόφιμα και να εκτιμήσουν ένα αριθμό συγκεκριμένων κινδύνων. Είχαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις τύπου εάν η ετικέτα στα τρόφιμα τους επιτρέπει να ελέγξουν τον κίνδυνο, σε ερωτήσεις που αφορούσαν το βαθμό προσωπικής ευθύνης, την ευθύνη των παραγωγών και των αρχών για κινδύνους των

τροφίμων και να υποδείξουν το βαθμό προθυμίας τους για την αγορά ενός τροποποιημένου προϊόντος, όπως η σόγια η οποία στους μισούς προκάλεσε αλλεργικά συμπτώματα.

Η ποιοτική και ποσοτική ανάλυση έδειξε ότι οι καταναλωτές με αλλεργία ή μη ανεκτικότητα στα τρόφιμα αντιλαμβάνονται τα τρόφιμα να συνδέονται γενικά με κάποιο κίνδυνο απ' ότι τα άτομα που δεν παρουσιάζουν κάποια αλλεργικά συμπτώματα στα τρόφιμα. Συγκεκριμένα το 66% των αλλεργικών καταναλωτών έναντι του 52% των μη αλλεργικών πιστεύουν ότι τα τρόφιμα είναι επικίνδυνα. Στην κατάταξη του ρίσκου φάνηκε ότι τα άτομα έλαβαν υπόψη τους κινδύνους που προέρχονται από φυσικά υλικά που προκαλούν αλλεργία και αυτούς από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα και κατέληξαν ότι έχουν μικρότερη επικινδυνότητα από τη σαλμονέλα ή τα μικροβιοκτόνα. Επίσης η πλειοψηφία (περίπου 70%) απήντησε ότι η παρουσία της ετικέτας στα τρόφιμα δεν τους βοηθά να ελέγξουν το ρίσκο όπως και το ότι την ευθύνη για τα φυσικά υλικά που προκαλούν αλλεργία την έχουν οι παραγωγοί τροφίμων. Τα άτομα με αλλεργία ήταν λιγότερο πεπεισμένα για την υπευθυνότητα των αρχών για τους κινδύνους των αλλεργιογόνων υλικών και ήταν πιο διατεθειμένα να αναλάβουν προσωπικές ευθύνες για αυτό το ρίσκο.

Αξίζει να σημειωθεί ότι οι παρατηρούμενες διαφορές μεταξύ αλλεργικών και μη αλλεργικών ατόμων όσον αφορά τις αντιλήψεις τους για τους κινδύνους στα τρόφιμα φαίνεται να οφείλονται στην προσωπική εμπειρία η οποία κάνει τον κίνδυνο πιο αξιοπρόσεκτο. Στην περίπτωση της έρευνας η εμπειρία με κάποια αλλεργική αντίδραση είναι πιθανόν ένας σημαντικός παράγοντας για την εκτίμηση του κινδύνου στα τρόφιμα. Συνεπώς τα αλλεργικά άτομα είναι πιο προσεκτικά όταν επιλέγουν τρόφιμα και υποκινούνται περισσότερο να ρωτήσουν περισσότερες πληροφορίες και να αναλύσουν τις ετικέτες στα τρόφιμα.

Διαπιστώνεται ότι οι καταναλωτές δεν μπορούν να αποφύγουν εντελώς τους διατροφικούς κινδύνους στηριζόμενοι στη συνεχή ενημέρωση επειδή επιδρούν και άλλοι παράγοντες όπως η συμπεριφορά των παραγωγών και των αρμόδιων αρχών. Προτείνεται στις καταναλωτικές οργανώσεις να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη αυτά τα θέματα περί της ασφάλειας των τροφίμων, να δραστηριοποιούνται περισσότερο και να ενημερώνουν τα άτομα μέσω της ετικέτας, και όχι μόνο, για αυτούς τους κινδύνους σε μερικά τρόφιμα. Θα πρέπει να ερευνηθούν περαιτέρω στο μέλλον οι αντιλήψεις των ατόμων για τους κινδύνους στα τρόφιμα και να εξειδικευτεί η πολιτική τροφίμων στην παροχή περισσότερων καναλιών πληροφόρησης σε όλους τους καταναλωτές αλλά και σε αυτούς που έχουν ανάγκη να αποφύγουν συγκεκριμένα συστατικά στα τρόφιμα.

Οι Starbird and Baker (2004) εξέτασαν την αντίληψη για τους κινδύνους στα τρόφιμα και συγκεκριμένα τους μικροβιολογικούς κινδύνους και αυτούς που προέρχονται από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα. Η έρευνα έγινε σε 2000 Αμερικάνους τυχαία επιλεγμένους από τους οποίους απήντησαν οι 433 με τη μέθοδο ταχυδρομικού ερωτηματολογίου και έχει δύο στόχους, πρώτον να προσδιορίσει τις βασικές διαστάσεις του κινδύνου στην ασφάλεια των τροφίμων και δεύτερον να καθορίσει την επίδραση αυτών των διαστάσεων στην αντίληψη των ατόμων για αυτούς τους κινδύνους.

Το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε ερωτήσεις για τις αντιλήψεις των ατόμων για την έκθεση σε τέσσερις διαφορετικούς τύπους κινδύνου. Αυτοί σχετίζονταν με την τρομοκρατία, με αυτοκινητιστικό δυστύχημα, με τρόφιμα μολυσμένα με μικρόβια τρόφιμα και με γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα.

Τα αποτελέσματα της ανάλυσης έδειξαν ότι συνολικά οι συμμετέχοντες έτειναν να πιστεύουν ότι η μικροβιολογική μόλυνση στα τρόφιμα μπορούσε να παρεμποδιστεί ακόμα πιο πολύ, ότι έχει μια πιο άμεση επίδραση και ότι προκαλεί πιο σοβαρή ζημιά απ' ό,τι τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα. Από την άλλη, τα άτομα αντιλαμβάνονταν τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα ως πιο νέα ρίσκα και που οφείλονται στην επέμβαση του ανθρώπου στη φύση απ' ό,τι η μικροβιολογική μόλυνση στα τρόφιμα. Υπήρξε μικρή διαφορά στην αντιληφθείσα συχνότητα της έκθεσης ή πιθανότητας θανάτου από τους δύο κινδύνους. Επίσης οι συμμετέχοντες δήλωσαν ότι τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα απαιτούν περισσότερες κρατικές ρυθμίσεις.

Για τον προσδιορισμό των διαστάσεων της αντίληψης για τον κίνδυνο που προκαλείται από μικρόβια και αυτόν που προκαλείται από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα χρησιμοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης έδειξαν δύο παράγοντες, τον παράγοντα «φόβος», επειδή οι μεταβλητές που επιφόρτισαν αυτόν τον παράγοντα έμοιαζαν να προκαλούν στα άτομα φόβο για τον κίνδυνο, και τον παράγοντα «έλεγχος» που ονομάστηκε έτσι επειδή οι μεταβλητές που τον επιφόρτισαν σχετίζονται με το βαθμό ελέγχου των ατόμων στον κίνδυνο. Με τον παράγοντα «φόβος» συσχετίστηκαν στοιχεία όπως η σοβαρότητα της ζημιάς, η πιθανότητα πρόκλησης θανάτου, η μονιμότητα της ζημιάς, η ευπάθεια των παιδιών, η συχνότητα της έκθεσης, το ενδεχόμενο ζημιάς πολλών ατόμων την ίδια χρονική περίοδο, η πεποίθηση ότι η ζημιά προκλήθηκε από την επέμβαση του ανθρώπου στη φύση ή ότι προέρχεται από τη μη ηθική συμπεριφορά των άλλων, τον κίνδυνο των γενετικά τροποποιημένων τροφίμων και τη δραστικότητα της ζημιάς. Οι μεταβλητές που επιφόρτισαν τον παράγοντα «έλεγχος» ήταν η ικανότητα

παρεμπόδισης στην έκθεση, η ικανότητα αποφυγής της έκθεσης, η κατανόηση του κινδύνου και η γνώση για την έκθεση.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι παράγοντες φόβος και έλεγχος επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για τον κίνδυνο. Αυτοί οι δύο παράγοντες βρέθηκαν να είναι σημαντικοί δείκτες των προσωπικών απόψεων όσον αφορά το φόβο για τους δύο κινδύνους και την επάρκεια των συστημάτων της κυβέρνησης για αυτούς.

Οι Setbon et al, (2005) ασχολήθηκαν με τις αντιλήψεις των Γάλλων για τον κίνδυνο της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας που εμφανίστηκε στη Βρετανία το 1996 για πρώτη φορά και συνδέθηκε με μια νευρολογική ασθένεια την Creutzfeldt-Jacob.

Για αυτό το θέμα διεξήχθησαν δύο έρευνες σε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα ενηλίκων. Η πρώτη έρευνα έγινε τον Ιανουάριο του 2001 κατά τη διάρκεια της κρίσης και η δεύτερη έγινε 14 μήνες μετά, το Μάρτιο του 2002. Η βασική υπόθεση που έγινε ήταν ότι οι αλλαγές στην κατανάλωση βοδινού σχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο από την ασθένεια των τρελών αγελάδων. Το αντικείμενο της έρευνας ήταν να εξετάσει τις παραμέτρους και τις συνέπειες αυτού του αντιλαμβανόμενου κινδύνου και να τις συγκρίνει σε διαφορετικά κοινωνικο-πολιτικά περιβάλλοντα.

Η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε είναι αυτή των τηλεφωνικών συνεντεύξεων. Οι συμμετέχοντες και στις δύο έρευνες επιλέκθηκαν τυχαία με διαδικασία αναλογίας δείγματος με βάση τον πληθυσμό. Οι αναλογικές μεταβλητές ήταν το φύλο, η ηλικία, η κοινωνικο-οικονομική κατάσταση, το μέγεθος της περιοχής και η κατανομή της περιφέρειας. Στο σύνολο η διαδικασία τυχαίας αναλογικής επιλογής του δείγματος δημιούργησε 5000 τηλεφωνικές επαφές το 2001 και 5300 επαφές το 2002 από τις οποίες βρήκαν ανταπόκριση οι 917 και 901 συνεντεύξεις αντίστοιχα.

Το ερωτηματολόγιο κάλυψε ένα μεγάλο εύρος μεταβλητών σχετικά με τις στάσεις απέναντι στα τρόφιμα και τις αντιλήψεις για τους κινδύνους από την ασθένεια των τρελών αγελάδων και από την ασθένεια Creutzfeldt-Jacob. Οι αντιλήψεις για το ρίσκο ανασυντάχθηκαν σε οκτώ άξονες που περιείχαν το αντιλαμβανόμενο ρίσκο, τις προσωπικές γνώσεις για την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και το ρίσκο συστολής της ασθένειας Creutzfeldt-Jacob, το αίσθημα προσβολής από τις ασθένειες, την κοινωνική εμπιστοσύνη στις δημόσιες αρχές, τις στάσεις και τις πεποιθήσεις όσον αφορά την ασθένεια των τρελών αγελάδων σε σχέση με τους κινδύνους, τις αναφερθείσες

αλλαγές στην κατανάλωση βοδινού, στην προτίμηση για το κόκκινο κρέας και τις κοινωνικο-δημογραφικές μεταβλητές.

Η αντίληψη για τον κίνδυνο από την ασθένεια των τρελών αγελάδων ορίστηκε ως «η ατομική γνωστική και συναισθηματική αντίδραση στην πιθανότητα περιορισμού της ασθένειας των τρελών αγελάδων». Οι ερευνητές υπέθεσαν ότι αυτές οι δύο διαστάσεις είναι οι εκτιμήτριες για την πρόβλεψη του κινδύνου και του βαθμού ανησυχίας που εξεφράστηκε από τα άτομα για την ασθένεια. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι η εκτίμηση πρόβλεψης του ρίσκου έχει μειωθεί σημαντικά στις δύο έρευνες. Η δεύτερη διάσταση του αντιλαμβανόμενου ρίσκου, δηλαδή ο βαθμός της προσωπικής ανησυχίας, υπολογίστηκε μέσα από ένα μοντέλο δεκαπέντε κινδύνων για την υγεία, συμπεριλαμβανομένου και του ρίσκου από την ασθένεια των τρελών αγελάδων. Οι συμμετέχοντες ζητήθηκαν να κατατάξουν το βαθμό ανησυχίας τους. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι δεν υπήρχε ουσιώδης αλλαγή από την πρώτη έρευνα στη δεύτερη όσον αφορά στην κατάταξη των δεκαπέντε κινδύνων υγείας.

Φαίνεται ότι η δημόσια ανησυχία για την ασθένεια των τρελών αγελάδων έχει μειωθεί σημαντικά κατά τη διάρκεια του χρόνου. Επίσης οι συμμετέχοντες στην πρώτη έρευνα έτειναν να δίνουν υψηλότερη βαθμολογία για τα ρίσκα που σχετίζονται με την ασθένεια των τρελών αγελάδων (μέση τιμή=11,2) από τους συμμετέχοντες της δεύτερης έρευνας (μέση τιμή=9,9). Σημαντικές διαφορές βρέθηκαν στις εκφραζόμενες ανησυχίες για το ρίσκο της ασθένειας των τρελών αγελάδων και σε λιγότερο ο εμβολιασμός για την ηπατίτιδα Β, την εκπομπή ακτινοβολίας από τα κινητά τηλέφωνα ($p<0,01$) και τις τροφικές αλλεργίες ($p<0,05$).

Το επίπεδο γνώσης για τους κινδύνους των ασθενειών της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας και της Creutzfeldt-Jacob (vCJ) υπολογίστηκε από τις θετικές ή αρνητικές απαντήσεις που έδωσαν οι συμμετέχοντες. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι το επίπεδο γνώσης και για τις δύο ασθένειες έχει μειωθεί σημαντικά και στις δύο έρευνες (μέσες τιμές = 4,96 έναντι 4,84, $p=0,004$).

Όσον αφορά το αίσθημα της προσβολής οι συμμετέχοντες ερωτήθηκαν για το βαθμό συμφωνίας τους με μερικές καταστάσεις που σχετίζονται με την προσβολή. Όπως αποδείχθηκε «το αίσθημα προσβολής» έχει μειωθεί σημαντικά στις δύο έρευνες. Επίσης η κοινωνική εμπιστοσύνη στις δημόσιες αρχές σύμφωνα με τα αποτελέσματα φαίνεται να έχει αυξηθεί σημαντικά κατά τη διάρκεια του χρόνου (μέσες τιμές = 2,11 έναντι 2,35, $p<0,001$).

Οι στάσεις και πεποιθήσεις όσον αφορά την ασθένεια των τρελών αγελάδων και του σχετικού ρίσκου εκτιμήθηκαν σύμφωνα με το βαθμό συμφωνίας των συμμετεχόντων με αρκετές δηλώσεις για το ρίσκο που σχετίζεται με την ασθένεια. Στη δήλωση ότι η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια μπορεί να αποφευχθεί με προσωπικές προφυλάξεις παρατηρήθηκε μια ελαφρά διαφορά στην κατανομή των απαντήσεων σε αντίθεση με τη δήλωση ότι η καλύτερη εγγύηση κατά της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας είναι να μην τρώμε καθόλου βοδινό, όπου παρατηρήθηκε μια σημαντική διαφορά στην κατανομή των απαντήσεων. Στη δήλωση το να μειώσει κάποιος την κατανάλωση βοδινού είναι δικαιολογημένος μιας και δεν υπάρχει ολοκληρωμένη πληροφορία παρατηρήθηκε μια σημαντική διαφορά στην κατανομή απαντήσεων. Επίσης εκτιμήθηκε και η προτίμηση για βοδινό (κόκκινο κρέας) όπου βρέθηκε μια μη στατιστική σημαντική διαφορά και στις δύο έρευνες σε αυτή την προτίμηση για κόκκινο κρέας ($\rho=0,22$).

Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των κοινωνικο-δημογραφικών παραγόντων έδειξαν ότι οι πιο πολλοί από τους παράγοντες που συνήθως διαμορφώνουν την άποψη των ατόμων για την ανησυχία τείνουν να εξαφανιστούν σε μια περίοδο κρίσης. Στην ανάλυση μόνο δύο από αυτές τις πέντε σημαντικές παραμέτρους παρέμειναν ανεξάρτητα σημαντικές και αυτές είναι το φύλο και το επίπεδο μόρφωσης. Οι γυναίκες και τα λιγότερο μορφωμένα άτομα εκφράζουν μεγαλύτερη ανησυχία για την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια.

Τα αποτελέσματα από τη διμεταβλητή και πολυμεταβλητή ανάλυση δείχνουν α) ότι η κατανομή των περισσότερων μεταβλητών συσχετιζόταν σημαντικά με την αντίληψη για το ρίσκο, που αναγνωρίστηκε στην πρώτη έρευνα και είχε αλλάξει στην δεύτερη έρευνα, με τη μείωση της ανησυχίας και τη συνέχιση της κατανάλωσης βοδινού στη Γαλλία, β) η τάση αυτοπροστασίας μέσω της αποφυγής ή της παύσης κατανάλωσης βοδινού συσχετιζόταν περισσότερο με τα αισθήματα ανησυχίας απ' ό,τι με τις υποκειμενικές εκτιμήσεις του κινδύνου της ασθένειας Creutzfeldt-Jacob και γ) η κύρια παράμετρος της μειωμένης αποφυγής των προϊόντων βοδινού ήταν η προτίμηση για το βοδινό κάτι που αναγνωρίστηκε προτού εμφανιστεί το ρίσκο της ασθένειας των τρελών αγελάδων και παρέμεινε αμετάβλητο για διάφορα κοινωνικο-πολιτικά περιβάλλοντα.

Το Νοέμβριο του 2000 ανιχνεύθηκε η πρώτη περίπτωση αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας στην Γερμανία. Με αυτό το κίνητρο οι συγγραφείς αυτής της μελέτης, Roosen et al, (2005) αποφάσισαν να εξετάσουν τις αλλαγές στις αντιλήψεις των Γερμανών καταναλωτών για τους κινδύνους στα τρόφιμα για την περίοδο 1992-2002 όπως και τις στάσεις απέναντι σε αυτούς.

Χρησιμοποιήθηκε μια σειρά από διαστρωματικά δεδομένα για Γερμανούς καταναλωτές τα οποία εξήγαγε το Ομοσπονδιακό Κέντρο Έρευνας για την Διατροφή στη Γερμανία σε μια έρευνα από 1900-2500 νοικοκυριά. Η συγκεκριμένη έρευνα όμως βασίζει την ανάλυση της στα έτη 1992, 1995-1996, 1998 και 2000-2002.

Για την επίτευξη του σκοπού της μελέτης διηχήχθηκε ανάλυση ομάδων η οποία έδωσε ένα τυπολόγιο καταναλωτών σύμφωνα με τις αντιλήψεις τους για τους διατροφικούς κινδύνους. Προσδιορίστηκαν τέσσερεις ομάδες καταναλωτών: α) η ομάδα που ανησυχεί για τους φυσικούς κινδύνους στα τρόφιμα, β) η ομάδα που δεν ανησυχεί για οποιαδήποτε είδη τροφικών κινδύνων, γ) η ομάδα που ανησυχεί για τους τεχνικούς κινδύνους στα τρόφιμα και δ) η ομάδα που ανησυχεί για όλους τους κινδύνους στα τρόφιμα.

Χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο στο οποίο οι καταναλωτές είχαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με την εκτίμηση τους για τους περιβαλλοντικούς κινδύνους και για τα ρίσκα υγείας. Είχαν να βαθμολογήσουν την σημασία που αποδίδουν σε ειδικούς διατροφικούς κινδύνους όπως είναι η παθογενής μόλυνση, τα κατάλοιπα, η κατανάλωση τροφίμων, η κατανάλωση αλκοόλ, η γενετική τροποποίηση και η βιοτεχνολογία και τέλος εξετάστηκαν για τις γνώσεις τους σε διάφορους κινδύνους στα τρόφιμα.

Σε ένα δεύτερο στάδιο, εκτιμάται ένα πολυωνυμικό μοντέλο για τον προσδιορισμό των παραμέτρων των αντιλήψεων των τροφικών κινδύνων. Οι ομάδες των καταναλωτών αποδίδονται σύμφωνα με τις τροφικές τους αντιλήψεις ως $j=0,1,2,3$. Το μοντέλο υπολογίζει την πιθανότητα τα άτομα i να ανήκουν σε ομάδα j ως:

$$\Pr(Y_i=j) = e^{b_{jxi}} / \sum_{k=0}^3 e^{b_{kxi}}$$

Οι οριακές επιδράσεις κάθε επεξηγηματικής μεταβλητής εκτιμώνται ως:

$$\delta_j = \delta \Pr_j / \delta x = \Pr_j (\beta_j - \beta) \quad \text{όπου } \beta = \sum_{j=0}^3 \Pr_j \beta_j$$

Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των ομάδων όσον αφορά την κατηγοριοποίηση των περιβαλλοντικών κινδύνων δείχνουν ότι το 55,7% των Γερμανών καταναλωτών ανησυχεί σημαντικά ακόμη για τη ραδιενέργεια. Στην πρώτη ομάδα, η ραδιενέργεια ξεχωρίζει ως το πιο σημαντικό ρίσκο. Στην τρίτη ομάδα η ραδιενέργεια όχι μόνο εμφανίζεται υψηλή ανησυχία, αλλά

και το εργασιακό άγχος, το ρίσκο από το κάπνισμα και ο θόρυβος. Όσον αφορά τις εκτιμήσεις των τροφικών κινδύνων φαίνεται ότι στην πρώτη ομάδα οι επιδράσεις είναι υψηλές και γι' αυτό ονομάζεται ως η ομάδα που ανησυχεί για φυσικούς κινδύνους στα τρόφιμα. Η δεύτερη ομάδα αποτελείται από άτομα που δεν ανησυχούν για κάποιο συγκεκριμένο τύπο ρίσκου. Στη τρίτη ομάδα τα άτομα ανησυχούν σε μεγάλο βαθμό για τα μικροβιοκτόνα (100%), τις αυξητικές ορμόνες (50,2%) και για τα πρόσθετα στα τρόφιμα (26,4%) και τη γενετική τροποποίηση (25,3%). Αυτή η ομάδα μπορεί να ερμηνευθεί ως η ομάδα που ανησυχεί για τεχνικά ρίσκα στην παραγωγή τροφίμων. Η τέταρτη ομάδα ανησυχεί για όλους τους τύπους κινδύνων στα τρόφιμα.

Η ανάλυση του πολυωνυμικού μοντέλου έδειξε ότι οι γυναίκες που συμμετείχαν στην έρευνα είναι πιο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα των καταναλωτών που ανησυχούν για φυσικούς κινδύνους στα τρόφιμα. Οι πιο ηλικιωμένοι άνθρωποι είναι λιγότερο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα που ανησυχεί για τους τεχνικούς κινδύνους στα τρόφιμα. Τα νοικοκυριά που ζούνε στην Ανατολική Γερμανία φάνηκε ότι είναι πιο πιθανό να ανησυχούν για όλους τους διατροφικούς κινδύνους ή και για τους φυσικούς ενώ είναι λιγότερο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα των ατόμων που ανησυχούν για τους τεχνικούς κινδύνους στα τρόφιμα. Τα άτομα που ζούνε σε μεγαλύτερες πόλεις είναι πιο πιθανό να ανησυχούν για τεχνικά φυσικά ρίσκα αλλά είναι λιγότερο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα των ατόμων που ανησυχούν για όλους τους τύπους τροφικών ρίσκων ή φυσικών τροφικών ρίσκων. Παρομοίως οι συμμετέχοντες που είναι υπεύθυνοι για τη διατήρηση του νοικοκυριού είναι λιγότερο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα αυτών που ανησυχούν για τα φυσικά τροφικά ρίσκα και είναι πιο πιθανό να ανησυχούν για τεχνολογικά τροφικά ρίσκα. Επίσης λιγότερο πιθανό να ανήκουν στην ομάδα που ανησυχούν για τους φυσικούς κινδύνους στα τρόφιμα είναι και τα άτομα με υψηλότερο εισόδημα και μόρφωση.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η μερίδα των καταναλωτών που ανησυχεί για όλα τα είδη τροφικών κινδύνων έχει μειωθεί διαχρονικά. Φαίνεται ότι οι άνθρωποι έχουν γίνει πιο οξυδερκείς μόνο για τους κινδύνους που τους ενδιαφέρουν. Αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι η μεταβλητή γνώση παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην ερμηνευση της συμπεριφοράς των ομάδων και ότι ο ρόλος της έχει αλλάξει διαχρονικά. Επίσης ο αριθμός των καταναλωτών που ανησυχεί για τους τεχνικούς κινδύνους στα τρόφιμα έχει αυξηθεί διαχρονικά. Εκείνοι που ανησυχούν για όλους τους διατροφικούς κινδύνους συσχετίζονται σε μεγάλο βαθμό με εκείνους που ενδιαφέρονται για όλους τους περιβαλλοντικούς κινδύνους. Για εκείνους τους καταναλωτές που ανησυχούν για τους τεχνικούς κινδύνους στα τρόφιμα, προτείνεται η τοποθέτηση ειδικής ετικέτας και της

διαφοροποίησης των προϊόντων. Βοηθώντας τους καταναλωτές να εκφράσουν αυτή την επιλογή μπορεί να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα των αγορών και η ικανοποίηση που τα άτομα έχουν κάνοντας επιλογές στις οποίες νοιώθουν ότι έχουν τον έλεγχο.

Οι McCarthy and Henson, (2005) εξέτασαν το επίπεδο και τη φύση της αντίληψης για τον κίνδυνο που σχετίζεται με την αγορά βοδινού από καταναλωτές στην Ιρλανδία. Προσπαθεί να προσδιορίσει τους κύριους παράγοντες του αντιλαμβανόμενου κινδύνου στο βοδινό, τις διαφορές σε αυτούς τους παράγοντες ανάμεσα στις ομάδες των Ιρλανδών καταναλωτών και να εκτιμήσει τις διαφορετικές χρήσεις εναλλακτικών στρατηγικών για τη μείωση του κινδύνου.

Η έρευνα έγινε το 2001 στην Ιρλανδία (n=510) με τυχαία δειγματοληψία με τη μεθοδολογία των συνεντεύξεων. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εξετάστηκαν για την επίδραση τους στον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο είναι η ικανότητα αντίληψης των καταναλωτών, η ανάμιξη τους σε θέματα μαγειρικής, το ενδιαφέρον τους για το βοδινό, η αντίληψη τους για το αποτέλεσμα του προϊόντος, η εμπιστοσύνη στον πωλητή και η εμπειρία. Επίσης προσδιορίστηκαν δέκα στοιχεία για τη μείωση του κινδύνου που σχετίζονται με την επιλογή βοδινού τη στιγμή της αγοράς τα οποία είναι η τοποθεσία, το χρώμα, το λίπος, η υφή, η οσμή, η ετικέτα, η χώρα προέλευσης, η σημασία ποιότητας, η τιμή και οι συστάσεις του κρεοπώλη.

Η ανάλυση ομάδων που έγινε δείχνει την ύπαρξη τριών ομάδων καταναλωτών που σχετίζονται με το βοδινό. Οι καταναλωτές τμηματοποιήθηκαν με βάση το τρόπο που αντιλαμβάνονται τον κίνδυνο στο βοδινό. Στην πρώτη ομάδα περιλαμβάνονται οι «σκεπτικιστές», στην δεύτερη οι «καταναλωτές που ανησυχούν και ενδιαφέρονται» και στην τρίτη οι «αισιόδοξοι».

Αρχικά αντιλαμβανόμενος κίνδυνος εκτιμήθηκε στο δισδιάστατο μοντέλο: Συνολικός κίνδυνος = $const + b_1Z_{social} + b_2Z_{financial} + b_3Z_{performance} + b_4Z_{health} + b_5Z_{safety} + b_6Z_{psychological} + U$. Όπου const ο σταθερός όρος, $Z = PXI$, $W = P + I$, όπου P η πιθανότητα απώλειας και όπου I η σημασία της απώλειας, b_1 ως b_6 είναι οι συντελεστές συσχέτισης των μεταβλητών και U ο τυχαίος διαταρακτικός όρος. Οι άλλες μεταβλητές αποτελούν τις προσωπικές απόψεις για το τρόφιμο, όπως την κοινωνική, την οικονομική, τις προσδοκίες για τη γεύση, την υγεία, την ασφάλεια και τη ψυχολογική. Στην συνέχεια για την εξέταση της σχέσης της εξαρτημένης μεταβλητής με τις ανεξάρτητες χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο Συνολικός Κίνδυνος = $const + b_1ability + b_2cookinterest + b_3beef\ interest + b_4\ consistency + b_5\ confidence + b_6\ experience + U$.

Τα αποτελέσματα για την ομάδα των σκεπτικιστών έδειξαν ότι αυτό που ανησυχούσε περισσότερο την ομάδα ήταν το οικονομικό ρίσκο και μετά το ψυχολογικό και το εκτελεστικό ρίσκο. Αν και το κοινωνικό ρίσκο τους απασχόλησε στο μικρότερο βαθμό αυτή η ομάδα έδειξε να ενδιαφέρεται στον ίδιο βαθμό με τις άλλες ομάδες για τους κινδύνους στην ασφάλεια και την υγεία. Η πιθανότητα απώλειας κινδύνου ήταν σημαντικά υψηλή για τους σκεπτικιστές σε σχέση με τα άλλα δύο τμήματα. Έδειξαν σημαντικά λιγότερο ενδιαφέρον για το βοδινό ($p < 0,001$), χαμηλότερη αντιληφθείσα ικανότητα στην επιλογή του ($p < 0,001$), πίστευαν ότι το βοδινό ήταν λιγότερο αποτελεσματικό ($p \leq 0,067$) και ήταν λιγότερο ικανοποιημένοι με την ποιότητα του ($p < 0,001$). Επιπρόσθετα η πρόθεση τους να καταναλώσουν βοδινό μια βδομάδα μετά ήταν σημαντικά χαμηλότερη από τα άλλα δύο τμήματα ($p \leq 0,013$).

Όπως και η προηγούμενη ομάδα έτσι και η ομάδα των καταναλωτών που ενδιαφέρεται φάνηκε να ανησυχεί περισσότερο για το οικονομικό ρίσκο. Εντούτοις ενδιαφέρονταν λιγότερο για το κοινωνικό ρίσκο και εξίσου για την υγεία και τους ψυχολογικούς κινδύνους. Αυτή η ομάδα αντιλαμβάνονταν σημαντικά χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου απ' ότι οι σκεπτικιστές και σημαντικά υψηλότερα επίπεδα από τους αισιόδοξους. Αυτή η ομάδα έδειξε σημαντικά μεγαλύτερο ενδιαφέρον για το βοδινό ($p < 0,001$), αντιλαμβάνονταν μια μεγαλύτερη ικανότητα στο να το επιλέξουν ($p < 0,001$), πίστευε ότι είναι πιο αποτελεσματικό ($p = 0,070$) και ήταν πιο ικανοποιημένη με την ποιότητα του απ' ότι οι σκεπτικιστές ($p < 0,001$).

Η ομάδα των αισιόδοξων ανησυχούσε περισσότερο για τα οικονομικά και τα εκτελεστικά ρίσκα. Αυτή η ομάδα αντιλαμβάνονταν χαμηλότερα επίπεδα ρίσκου, πολύ χαμηλά επίπεδα κοινωνικού και ψυχολογικού ρίσκου και δεν εμφάνισε μεγάλο ενδιαφέρον για την ασφάλεια και τα ρίσκα υγείας. Οι αισιόδοξοι καταναλωτές ενδιαφέρθηκαν σημαντικά για το βοδινό ($p \leq 0,019$), είχαν μεγαλύτερη ικανότητα στο να το επιλέξουν ($p \leq 0,037$) πίστευαν ότι είναι πιο αποτελεσματικό ($p \leq 0,034$) και ήταν πιο ικανοποιημένοι με την ποιότητα του ($p \leq 0,068$) απ' ότι τα άλλα δύο τμήματα. Επιπρόσθετα η πρόθεση τους να καταναλώσουν βοδινό την επόμενη βδομάδα ήταν σημαντικά υψηλότερη απ' ότι των σκεπτικιστών.

Όσον αφορά τη χρήση στρατηγικών για τη μείωση του κινδύνου η τοποθεσία της αγοράς ήταν η μόνη που χρησιμοποιήθηκε σαν υποκατάστατο ρίσκου, και μετά το χρώμα του κρέατος, η χώρα προέλευσης και τα στοιχεία ποιότητας. Η τοποθεσία χρησιμοποιήθηκε πιο συχνά και σε περισσότερες φάσεις του ρίσκου ενώ το χρώμα και η χώρα προέλευσης χρησιμοποιήθηκαν λιγότερο. Υπήρξαν σημαντικές διαφορές στη χρήση τους από τις 3 ομάδες. Οι σκεπτικιστές

βασίζονταν περισσότερο στους εξωτερικούς υποκαταστάτες ρίσκου σε αντίθεση με τους ενδιαφερόμενους καταναλωτές και τους αισιόδοξους.

Οι σκεπτικιστές έτειναν να βασίζονται σε πληροφορίες από τον κρεοπώλη ($p \leq 0,001$), σε πληροφορίες από την ετικέτα ($p \leq 0,001$), στη χώρα προέλευσης ($p \leq 0,03$), στα στοιχεία ποιότητας ($p \leq 0,001$), στην τιμή ($p \leq 0,001$), στην υφή ($p \leq 0,001$) και στην οσμή ($p \leq 0,001$) σε μεγαλύτερο βαθμό απ' ό τι οι αισιόδοξοι και οι ενδιαφερόμενοι καταναλωτές. Οι αισιόδοξοι έτειναν να χρησιμοποιούν το χρώμα ($p \leq 0,022$) και το λίπος ($p \leq 0,084$) λιγότερο συχνά απ ό τι τα άλλα δύο τμήματα.

Συνοπτικά τα συμπεράσματα δείχνουν μια αρνητική σχέση μεταξύ της αντίληψης για τον κίνδυνο στο βοδινό και των παραμέτρων α) αντίληψη για το αποτέλεσμα του προϊόντος, β) ανησυχία για το βοδινό, γ) ικανότητα, δ) εμπειρία και ε) εμπιστοσύνη στον κρεοπώλη της περιοχής. Επίσης ενώ το επίπεδο αντίληψης για τον κίνδυνο στο βοδινό δεν ήταν ασυνήθιστα υψηλό τα μεγαλύτερα ρίσκα τα οποία αντιλαμβάνονταν οι ερωτώμενοι ήταν τα οικονομικά. Το ψυχολογικό και το κοινωνικό ρίσκο επίσης συνέβαλε σημαντικά στην συνολική αντίληψη για τον κίνδυνο. Τελικά οι διαφορές ανάμεσα στις τρεις ομάδες φάνηκαν και μέσα από τις στρατηγικές που χρησιμοποιούσαν για αποφυγή του κινδύνου. Η εμπιστοσύνη στον ανεξάρτητο κρεοπώλη όμως, ήταν ευρέως διαδεδομένη και χρησιμοποιήθηκε από πολλούς συμμετέχοντες.

Η έρευνα των Hornibrook et al, (2005) έγινε με στόχο να εξετάσει τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο από την κατανάλωση προ-συσκευασμένου βοδινού και τις στρατηγικές μείωσης του που υιοθετήθηκαν από τους αγοραστές του συγκεκριμένου τροφίμου. Χρησιμοποιήθηκε η μεθοδολογία των προσωπικών συνεντεύξεων με τους συγκεκριμένους καταναλωτές. Η έρευνα έγινε το 2003 στην Ιρλανδία και είχε ανταπόκριση από 687 αγοραστές προ-συσκευασμένου βοδινού από τρεις συγκεκριμένες υπεραγορές στην περιοχή Muster της Ιρλανδίας.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που λήφθηκαν υπόψη ήταν το οικονομικό κόστος, το χρονικό και το ψυχολογικό κόστος. Επίσης εξετάστηκαν οι παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη κατά τη διάρκεια της αγοράς βοδινού όπως η γεύση, η μαλακότητα, η ασφάλεια του, το λίπος, η προέλευση και η ιστορία του ζώου, η μέθοδος παραγωγής, το επίπεδο ευημερίας του ζώου, οι σχέσεις μεταξύ πωλητή και προμηθευτή, η τιμή, ο χρόνος προετοιμασίας, η ποιότητα και το χρώμα.

Η ανάλυση κυρίων παραγόντων εξήγαγε τρεις παράγοντες. Ο πρώτος αποτελείται από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος, ο δεύτερος από θέματα εφοδιαστικής αλυσίδας και ο τρίτος από άλλα χαρακτηριστικά του προϊόντος. Τα επιθυμητά χαρακτηριστικά του προϊόντος μπορούν να θεωρηθούν ως οι στόχοι της αγοράς. Τα υπό εξέταση άτομα είχαν να δείξουν τη σημασία κάθε χαρακτηριστικού δηλαδή εκείνους τους στόχους αγοράς που προσδιορίστηκαν από προηγούμενες ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες που είναι σημαντικοί για τους αγοραστές φρέσκου βοδινού.

Τα αποτελέσματα δείχνουν για τους αγοραστές προ-συσκευασμένου κρέατος η ασφάλεια και τα χαρακτηριστικά που σχετίζονται με την υγεία εξακολουθούν να τους απασχολούν σημαντικά. Εντούτοις, οι αντιλήψεις για τον κίνδυνο μειώθηκαν μέσα από την εμπιστοσύνη στις υπεραγορές. Η πλειοψηφία των έδειξε να έχει εμπιστοσύνη στους τρεις λιανοπωλητές (δηλαδή στις τρεις συγκεκριμένες υπεραγορές).

Οι καταναλωτές βοδινού είχαν να βαθμολογήσουν μια σειρά χαρακτηριστικών του προϊόντος μέσα από ερωτηματολόγιο. Η ασφάλεια των τροφίμων ήταν το χαρακτηριστικό με την υψηλότερη βαθμολογία ακολουθούμενο από τη γεύση και τη μαλακότητα. Το τρίτο χαρακτηριστικό με την υψηλότερη βαθμολογία αποδείχθηκε να είναι το χρηματικό κόστος. Ως λιγότερο σημαντικά χαρακτηριστικά θεωρήθηκαν η περιεκτικότητα σε λίπος και το χρώμα ενώ οι απόψεις ήταν διαχωρισμένες όσον αφορά τη σημασία των άλλων χαρακτηριστικών όπως οι ειλικρινείς σχέσεις μεταξύ λιανοπωλητή και προμηθευτή, η ευκολία προετοιμασίας, η ιστορία και η προέλευση του ζώου.

Επίσης μέσα από την ανάλυση παραγόντων τα αποτελέσματα έδειξαν μια αρνητική σχέση μεταξύ των χαρακτηριστικών του προϊόντος και των χαρακτηριστικών της διαδικασίας. Τα χαρακτηριστικά προϊόντος σχετίζονται με τα φυσικά χαρακτηριστικά ενώ τα χαρακτηριστικά διαδικασίας αποτελούν μέρος της παραγωγικής διαδικασίας. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ο παράγοντας δύο (θέματα εφοδιαστικής αλυσίδας) σχετίζεται αρνητικά με τους άλλους δύο (χαρακτηριστικά του προϊόντος). Αυτό δείχνει ότι οι απόψεις των ερωτηθέντων για την εφοδιαστική αλυσίδα και τα θέματα παραγωγής, την ιστορία, την προέλευση και την ευημερία του ζώου σχετίζονται αρνητικά με τα φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος.

Η ανάλυση των κοινωνικο-δημογραφικών χαρακτηριστικών έδειξε ότι οι συμμετέχοντες με ηλικία άνω των 60 έδειξαν λιγότερο ενδιαφέρον για την ευημερία του ζώου ($p \leq 0,01$). Η σημασία της αποφυγής σπατάλης χρόνου καθώς η ηλικία αυξάνεται δείχνει ότι οι πιο ηλικιωμένοι καταναλωτές

μπορεί να είναι πιο πρόθυμοι να αφιερώσουν χρόνο για τις αγορές και την προετοιμασία του φαγητού. Οι φυσικές απώλειες θεωρούνται ως οι πιο σημαντικές στο να αποφευχθούν, ακολουθούμενες από το οικονομικό κόστος, την παρουσίαση (προσδοκίες γεύσης), το ψυχολογικό και το χρονικό κόστος. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι ο κίνδυνος που σχετίζονται με την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και τα θέματα υγείας βρίσκονται ακόμη στην πρώτη γραμμή των ανησυχιών του καταναλωτή όσον αφορά το βοδινό.

Τα ευρήματα από το διαχωρισμό των ατόμων σε δύο ομάδες, αυτούς που είχαν παιδιά και αυτούς που δεν είχαν, έδειξαν ότι εκείνοι που είχαν παιδιά αντιλαμβάνονταν τις αρνητικές συνέπειες της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας και της τροφικής δηλητηρίασης ως να είναι οι πιο σημαντικές για να αποφευχθούν απ' ότι οι άλλοι ερωτηθέντες (χωρίς παιδιά). Περαιτέρω ανάλυση αποκάλυψε διαφορές στις χρονικές απώλειες σύμφωνα με το φύλο. Οι άνδρες ένοιωθαν ότι ήταν πιο σημαντικό να αποφύγουν τις χρονικές απώλειες που σχετίζονταν με την αναζήτηση, την προετοιμασία και το μαγείρεμα του βοδινού απ' ότι οι γυναίκες οι οποίες ήταν πιο έτοιμες να επενδύσουν χρόνο για την ανάληψη τέτοιων θεμάτων.

Όσον αφορά τις πηγές πληροφόρησης σύμφωνα με τη θεωρία ο αντιλαμβανόμενος κίνδυνος μπορεί να μειωθεί μέσα από αριθμό στρατηγικών αναζήτησης πληροφοριών. Οι ερωτηθέντες θεωρούν ως κύρια πηγή πληροφόρησης την προηγούμενη εμπειρία με το βοδινό, ακολουθούμενη από τις συστάσεις της οικογένειας και των φίλων. Οι γυναίκες αποτίμησαν τα ραδιοφωνικά και τηλεοπτικά προγράμματα μαγειρικής ως να είναι οι πιο χρήσιμες πηγές πληροφόρησης σε αντίθεση με τους άνδρες.

Οι Green et al, (2005) εξέτασαν τις αντιλήψεις των καταναλωτών στη Φινλανδία, στη Γερμανία, στην Ιταλία και στο Ηνωμένο Βασίλειο για τους κινδύνους στα τρόφιμα και συγκεκριμένα εκείνους που προκύπτουν από την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια. Οι στόχοι της έρευνας ήταν να προσδιοριστούν οι πηγές πληροφόρησης που εμπιστεύθηκαν οι καταναλωτές και να εξετάσει τον τρόπο που οι απόψεις των συμμετεχόντων μπορούν να αξιοποιηθούν στην πολιτική πληροφόρησης για τη δημόσια υγεία. Το πλαίσιο εργασίας έγινε την περίοδο 1999-2000, μερικά χρόνια μετά την κρίση της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας στην Αγγλία. Τα δεδομένα προήλθαν από τριανταέξι συνεντεύξεις ομάδων με κοινή μέθοδο και στις τέσσερις χώρες και περιλάμβανε άτομα και από τα τέσσερα στάδια του κύκλου ζωής. Σε κάθε χώρα η έρευνα καθόρισε και άλλες μεταβλητές που θεωρητικά επηρεάζουν τις στάσεις στον κίνδυνο από τα τρόφιμα, όπως η κοινωνική τάξη, η γεωγραφική τοποθεσία και ο τύπος της κατοικίας (αγροτική ή αστική).

Τα ευρήματα έδειξαν ότι όσον αφορά την εκτίμηση του κινδύνου οι συμμετέχοντες σε όλες τις χώρες θεώρησαν την ασφάλεια των τροφίμων ως ένα σύνθετο και πολυδιάστατο θέμα. Όταν η ανησυχία για την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια είχε μειωθεί στην Αγγλία οι συμμετέχοντες σε όλες τις χώρες και σε όλα τα στάδια κύκλου ζωής ανέφεραν ότι άλλα θέματα ποιότητας τροφίμων ή κινδύνου ήταν σε πιο περίοπτη θέση από την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια. Στη Φινλανδία οι συμμετέχοντες ανησυχούσαν για το θέμα των προσθέτων στα τρόφιμα ενώ στην Ιταλία ανησυχούσαν περισσότερο για την αγνότητα και τη γεύση.

Γενικά οι συμμετέχοντες σε όλες τις ομάδες και χώρες δεν ανέφεραν την ασφάλεια στα τρόφιμα ως μια βασική ανησυχία. Ίσως επειδή κάποιες άλλες όψεις των τροφίμων, ειδικά το κόστος, υπερέχει για πολλούς συμμετέχοντες. Σε εγχώριο επίπεδο, πολλοί συμμετέχοντες σε όλες τις χώρες σημείωσαν ότι θα προτιμούσαν τα οργανικά τρόφιμα λόγω ποιότητας αλλά δεν μπορούν να το κάνουν λόγω του κόστους που έχουν αυτά και έτσι αναγκαστικά αγοράζουν πιο οικονομικά κομμάτια κρέατος που υποκαθιστούν την ασφάλεια έναντι στο κόστος. Ένας άλλος λόγος που η ασφάλεια τροφίμων δεν θεωρήθηκε ως μια βασική ανησυχία είναι ότι οι συμμετέχοντες προτιμούσαν να συζητούν για άλλα θέματα σχετικά με τα τρόφιμα όπως είναι η απόλαυση ή η θρέψη.

Επιπρόσθετα, οι έφηβοι και οι πιο ηλικιωμένοι δεν ανησυχούσαν σε γενικές γραμμές για τον κίνδυνο και την ασφάλεια των τροφίμων. Οι έφηβοι μεν επειδή είχαν λίγες πιθανότητες να συμμετάσχουν στις αποφάσεις αγοράς τροφίμων του νοικοκυριού, και οι πιο ηλικιωμένοι δε επειδή θεωρούσαν τους εαυτούς τους ως επιτυχείς βιοποριστές και ότι δεν είχαν ανάγκη να ανησυχούν για κινδύνους όπως η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια η οποία έχει βραχυπρόθεσμες συνέπειες. Οι βασικές ομάδες που ανησυχούσαν για την ασφάλεια των τροφίμων ήταν οι αγοραστές τροφίμων του νοικοκυριού, διότι οι ίδιοι παρείχαν την τροφή στα παιδιά τους και έτσι ένοιωθαν υπεύθυνοι για την ασφάλεια τους.

Αν και οι συμμετέχοντες δεν κατηγοριοποίησαν την ασφάλεια τροφίμων ως πρώτη και βασική ανησυχία, υπήρξαν κάποια στοιχεία που χρησιμοποίησαν για να εκτιμήσουν τους κινδύνους στα τρόφιμα όπως η γεύση, η οσμή ή η εμφάνιση όπως και οι εκτιμήσεις για την καθαριότητα των λιανοπωλητών. Εντούτοις σπάνια αναφέρθηκαν οι επίσημες ή επιστημονικές πηγές ως εκτιμήσεις για τους διατροφικούς κινδύνους. Όσον αφορά το θέμα της προέλευσης των τροφίμων οι συμμετέχοντες σε όλες τις ομάδες εξέφρασαν υψηλότερη πεποίθηση για τα τρόφιμα που

προέρχονταν από γνωστές περιοχές, γεγονός που εξήγησε γιατί τα τρόφιμα που προέρχονται από ντόπιους παραγωγούς αναγνωρίστηκαν ως πιο ασφαλή.

Όσον αφορά την εμπιστοσύνη των συμμετεχόντων στις πηγές πληροφόρησης φαίνεται ότι υπάρχουν συγκεκριμένες πηγές που οι συμμετέχοντες εμπιστεύονται είτε για την παροχή ασφαλών τροφίμων είτε για την παροχή αξιόπιστων πληροφοριών για τα τρόφιμα. Σε όλες τις χώρες εκτός από τη Φινλανδία, όπου οι συμμετέχοντες εξέφρασαν ένα υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης στο κράτος και στα συστήματά του, οι συμμετέχοντες έκαναν σχόλια ρουτίνας για την έλλειψη αξιοπιστίας των πολιτικών και τη δραστηριοποίηση τους πρώτα με βάση δικά τους συμφέροντα. Οι πηγές αξιόπιστων πληροφοριών ήταν δύο ειδών: πρώτον ο ντόπιος κρεοπώλης στον οποίο τα άτομα μπορούσαν να βασιστούν για την παροχή καλής ποιότητας και ασφαλών τροφίμων και δεύτερον οι διεθνείς κανονισμοί. Στην Φινλανδία οι συμμετέχοντες έδειξαν ένα υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης στα εθνικά ρυθμιστικά συστήματα. Στη Γερμανία, υπήρξε περισσότερη εμπιστοσύνη στα εθνικά απ' ότι στα διεθνή συστήματα, και στις δύο χώρες όμως οι συμμετέχοντες εξέφρασαν την άποψη ότι οι διεθνείς κανονισμοί θα εξασθενήσουν τα εθνικά συστήματα. Σε αντίθεση στην Αγγλία και στην Ιταλία οι συμμετέχοντες σε πολλές ομάδες (ειδικά οι νέοι) εξέφρασαν περισσότερη εμπιστοσύνη στα ρυθμιστικά συστήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης απ' ότι στα υπάρχοντα εθνικά.

Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι η έρευνα απέδειξε ότι οι αντιδράσεις στις πληροφορίες για τον κίνδυνο σε μια κρίση είναι βραχυπρόθεσμες, σε σχέση με τα αρνητικά συναισθήματα απάτης που νοιώθουν τα άτομα διαρκούν περισσότερο. Οι καταναλωτές στις τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες δεν ανησυχούσαν μέχρι το 1999 για τους συγκεκριμένους κινδύνους από την αγελαδινή σπογγώδη εγκεφαλοπάθεια και τα προϊόντα βοδινού. Αυτό δείχνει ότι μια στρατηγική πληροφόρησης που είναι ολοκληρωμένη για τις αβεβαιότητες του κινδύνου μπορεί μακροπρόθεσμα να είναι πιο αποτελεσματική. Επίσης, προτείνεται οι πληροφορίες να στοχεύουν σε διαφορετικές ομάδες πληθυσμού και οι στρατηγικές επικοινωνίας κινδύνου να συμβαδίζουν με τα δημόσια συμφέροντα και την κουλτούρα του κοινού.

Επιπρόσθετα η European Commission (2006) εξέτασε τις αντιλήψεις των Ευρωπαίων καταναλωτών για τους κινδύνους στα τρόφιμα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν είναι η θεώρηση του τροφίμου (γεύση, ευχαρίστηση, συμβολή στην υγεία), τα κριτήρια αγοράς του τροφίμου (ποιότητα, τιμή κ.ά.), η περί ασφάλεια των τροφίμων και η αποτελεσματικότητα των Εθνικών Αρχών και τα M.M.E.

Η έρευνα βασίστηκε σε δεδομένα που προήλθαν από προσωπικές συνεντεύξεις και διηγήθηκε σε 25 χώρες της Ε.Ε κατά το χρονικό διάστημα 2 Σεπτεμβρίου ως 6 Οκτωβρίου 2005. Η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε έγινε σύμφωνα με τα πρότυπα σφυγμομέτρησης του Ευρωβαρόμετρου που διαχειρίστηκε η Διεύθυνση – Γενικού Τύπου και Επικοινωνίας. Το βασικό δείγμα εφαρμόστηκε σε όλα τα κράτη με τυχειότητα πιθανοτήτων. Σε κάθε χώρα, σχεδιάστηκε ένας αριθμός δειγματοληπτικών σημείων με πιθανότητα αναλογίας σύμφωνα με το μέγεθος και την πυκνότητα του πληθυσμού για να είναι το δείγμα αντιπροσωπευτικό.

Τα κύρια συμπεράσματα της έρευνας που συμβάλλουν στην κατανόηση της συμπεριφοράς και των αντιλήψεων του μέσου Ευρωπαίου καταναλωτή είναι:

- * όσον αφορά τη θεώρηση του τροφίμου, οι Ευρωπαίοι πολίτες συνδέουν την έννοια του τροφίμου κατά βάση με θετικές αισθήσεις όπως η γεύση (31%) και η ευχαρίστηση (29%). Αντιθέτως η σύνδεση του τροφίμου με τη διατήρηση της υγείας και την εμφάνιση συγκεκριμένων ασθενειών έπεται σε ποσοστό περίπου 20%.
- * όσον αφορά τα κριτήρια αγοράς των τροφίμων, περίπου 2 στους 5 Ευρωπαίους βασίζουν την αγοραστική τους επιλογή στην ποιότητα και την τιμή του τροφίμου (42 και 40% αντίστοιχα) και ακολουθούν οι παράγοντες όπως η εμφάνιση του, η γεύση και οι οικογενειακές προτιμήσεις. Η βελτίωση της υγείας μέσα από τη βελτίωση των διατροφικών συνηθειών δεν αποτελεί προτεραιότητα για τους Ευρωπαίους αφού μόλις το 10% θεωρεί μια τέτοια επιλογή ως βασικό αγοραστικό κριτήριο.
- * σημαντική είναι η ανησυχία των Ευρωπαίων για την παρουσία φυτοφαρμάκων κυρίως σε διάφορα είδη φρούτων και λαχανικών σε ποσοστό μεγαλύτερο από 60%.
- * όσον αφορά την ανεξάρτητη μεταβλητή «περί ασφάλειας των τροφίμων και αποτελεσματικότητας των Εθνικών Αρχών» η μεγάλη πλειοψηφία (>80%) ήταν ενημερωμένη για την ύπαρξη νέων ευρωπαϊκών κανονισμών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα δικαιώματα του καταναλωτή.
- * σε ποσοστό 60% συμφωνούν με την άποψη ότι το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα αυστηρό και σχεδόν οι μισοί Ευρωπαίοι πιστεύουν ότι οι Εθνικές Αρχές αν και γενικά ενεργούν προς τη σωστή κατεύθυνση ενδεχομένως αποδίδουν μεγαλύτερη σημασία στην προστασία οικονομικών συμφερόντων από ότι στην προάσπιση της υγείας και των συμφερόντων του καταναλωτή.
- * Τέλος, όσον αφορά τα τρόφιμα και τα ΜΜΕ περισσότεροι από τους μισούς απάντησαν ότι πρόσφατα πληροφορήθηκαν από τα ΜΜΕ για θέματα όπως το κάπνισμα, η παχυσαρκία, ο

αλκοολισμός και οι μεταδοτικές ασθένειες. Είναι ενδιαφέρον ότι το 50% δήλωσε ότι ενδέχεται να αλλάξει διατροφικές συνήθειες μετά από τον τρόπο δημοσιογραφικής κάλυψης συγκεκριμένων διατροφικών προβλημάτων.

Η έρευνα αποκάλυψε ότι σε μια λίστα πιθανών κινδύνων, η περιβαλλοντική μόλυνση και τα αυτοκινητιστικά δυστυχήματα είναι εκείνα που η μεγαλύτερη αναλογία του πληθυσμού (61% και 51% αντίστοιχα) θεωρεί πιθανό να τους συμβεί σε προσωπικό επίπεδο. Εντούτοις περισσότερο από το 40% πιστεύει ότι η υγεία τους θα μπορούσε να επηρεαστεί αρνητικά από το φαγητό που επιλέγουν ή από άλλα καταναλωτικά αγαθά. Κάποιοι από τους κινδύνους που υπέδειξαν οι συμμετέχοντες ότι ανησυχούν πιο συχνά είναι η τροφική δηλητηρίαση (16%), τα χημικά στα τρόφιμα (14%) και η παχυσαρκία (13%).

Το κύριο εύρημα είναι ότι οι αντιλήψεις των ατόμων για τους διάφορους τύπους κινδύνων δεν διαφέρουν αρκετά μεταξύ τους. Είναι πιο πιθανό να ανησυχούν για κινδύνους που προκλήθηκαν από εξωτερικούς παράγοντες (όπως κατάλοιπα μικροβιοκτόνων, νέοι ιοί, κατάλοιπα στα κρέατα, βακτήρια στα τρόφιμα) και στους οποίους δεν έχουν έλεγχο ενώ εμφανίζονται να ανησυχούν λιγότερο για προσωπικούς παράγοντες (όπως η ατομική ευπάθεια σε τροφικές αλλεργίες) ή άλλους παράγοντες που συνδέονται με την συμπεριφορά τους. Η ανησυχία αποδείχθηκε ότι είναι μια σημαντική παράμετρος για την στάση των ατόμων στην ασφάλεια των τροφίμων και συγκεκριμένα στον τρόπο που αντιδρούν στις πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων.

Τα κατάλοιπα μικροβιοκτόνων στα φρούτα, στα λαχανικά ή στα δημητριακά έρχονται στην πρώτη σειρά κατάταξης για 9 μέλη της ΕΕ όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Σλοβενία και η Φινλανδία. Μια ισάξια υψηλή αναλογία Ελλήνων (87%) εξέφρασε την ανησυχία για τα κατάλοιπα στα κρέατα όπως και το 88% των Κυπρίων. Η γρίπη των πουλερικών φαίνεται να ανησυχεί περισσότερο τη Μάλτα, τη Λετονία και την Ολλανδία. Ενώ η μόλυνση από βακτήρια όπως η σαλμονέλα στα αυγά ή η λιστέρια στο τυρί είναι η πιο διαδεδομένη ανησυχία για τους πολίτες της Δημοκρατίας της Τσεχοσλοβακίας, του Λουξεμβούργου και της Σλοβακίας, με πάνω από 7 στους 10 να δηλώνουν ότι ανησυχούν. Οι ανθυγιεινές συνθήκες κατά το χειρισμό των τροφίμων εκτός σπιτιού ανησυχεί περισσότερο την Ιρλανδία, το Η.Β, τη Δανία, τη Πολωνία και την Ισπανία. Τα πρόσθετα στα τρόφιμα ή στα ποτά ανησυχούν πολύ δύο από τα κράτη της Βαλτικής. Κοντά στους 7 από τους 10 Αυστριακούς ανησυχούν για τη χρήση των γενετικά τροποποιημένων προϊόντων στα τρόφιμα ή ποτά. Η ευημερία των ζώων στη φάρμα είναι η

μεγαλύτερη πηγή ανησυχίας για τους Δανούς και τους Σουηδούς. Τέλος, 2 στους 3 Βέλγους καταναλωτές φαίνεται να ανησυχούν πολύ για τη διοξίνη στα κοτόπουλα.

Όσον αφορά τα δημογραφικά στοιχεία, η ηλικία και το επάγγελμα φαίνεται να μην επηρεάζουν σημαντικά τις αντιδράσεις των καταναλωτών σε κινδύνους στα τρόφιμα. Το 1/3 των συμμετεχόντων διαμόρφωσε μια ομάδα που θα μπορούσε να ονομαστεί αυτοί «που ανησυχούν πολύ» ενώ αυτοί που «δεν ανησυχούν πολύ» υπολογίστηκαν να καλύπτουν το 1/5 του πληθυσμού.

Το επίπεδο εμπιστοσύνης στις δημόσιες αρχές για το χειρισμό θεμάτων υγείας αποδείχθηκε ισχυρό, το 54% πιστεύει ότι οι ανησυχίες τους για την υγεία λαμβάνονται σοβαρά υπόψη από την Ε.Ε και το 55% πιστεύει ότι οι αρχές δρουν άμεσα. Ενδιαφέρον είναι ότι 1 στους 2 Ευρωπαίους πολίτες επιδοκιμάζει τις δημόσιες αρχές για την παροχή πληροφοριών για τους κινδύνους στα τρόφιμα. Συνολικά, κοντά στους μισούς καταναλωτές που εξετάστηκαν συμφωνούν ότι οι δημόσιες αρχές της Ευρωπαϊκής Ένωσης κάνουν αρκετά για τα ρίσκα ασφάλειας των τροφίμων, ενώ το 1/3 θα ήθελε να κάνουν περισσότερα.

Τελικά, η έρευνα δείχνει ότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν μια ευρεία κατηγορία κινδύνων στα τρόφιμα και τείνουν να ανησυχούν περισσότερο για εκείνους τους παράγοντες που δεν μπορούν να ελέγξουν. Σαν βασικό συμπέρασμα αποδείχθηκε το γεγονός ότι η ανησυχία είναι μια σημαντική παράμετρος για τις στάσεις των ατόμων στην ασφάλεια των τροφίμων και στις αντιδράσεις τους σε πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων. Προτείνεται ο σχεδιασμός μιας ειδικής επικοινωνίας για τους κινδύνους για την κάλυψη ειδικών αναγκών συγκεκριμένου κοινού.

Ο Kutttschreuter, (2006) εξέτασε τις ψυχολογικές παραμέτρους της αντίδρασης των καταναλωτών στους κινδύνους των τροφίμων και συγκεκριμένα σε μια κρίση μόλυνσης του κοτόπουλου από σαλμονέλα και διοξίνες. Η έρευνα διηχρήχθη στην Ολλανδία με διαστρωματικά δεδομένα τον Ιανουάριο του 2000 σε τυχαίο δείγμα 280 ατόμων με τη μέθοδο ταχυδρόμησης ερωτηματολογίου.

Ως ανεξάρτητες μεταβλητές λήφθηκαν υπόψη η αντίληψη για τον κίνδυνο, η συναισθηματική αντίδραση, η αντιληφθείσα ευπάθεια στην ασθένεια που προκαλείται από το τρόφιμο, η αυτοδύναμη (αντιληφθείσα δύναμη για την λήψη μέτρων για επίλυση του προβλήματος), η προσδοκία για το αποτέλεσμα, η εμπιστοσύνη στην ασφάλεια τροφίμων, η εμπειρία με τροφική ασθένεια και η ανάγκη για πληροφόρηση. Αυτές οι μεταβλητές ενσωματώθηκαν σε ένα μοντέλο που σχεδιάστηκε για να ερμηνεύσει την αναζήτηση πληροφοριών και την αποφυγή του κινδύνου ως

μια αντίδραση σε μια ενδεχόμενη μικροβιολογική μόλυνση (σαλμονέλα) και σε μια ενδεχόμενη χημική μόλυνση (διοξίνες) στο κοτόπουλο.

Τα αποτελέσματα έδειξαν όσον αφορά την αποφυγή του κινδύνου ότι τα περισσότερα άτομα ήταν διατεθειμένα να σταματήσουν να καταναλώνουν κοτόπουλο για λίγο. Από αυτούς που ήδη είχαν αγοράσει κοτόπουλο, οι περισσότεροι δεν θα το έτρωγαν πλέον. Όσον αφορά στη μελλοντική αγορά κοτόπουλου οι περισσότεροι είπαν ότι θα ήταν πιο προσεκτικοί στην αγορά του. Μόνο μια μειοψηφία σχεδίαζε να μην αγοράσει κοτόπουλο ποτέ ξανά. Η ανάγκη για περισσότερη πληροφόρηση ήταν μέτρια. Η αντίληψη για τον κίνδυνο από την κατανάλωση κοτόπουλου με σαλμονέλα και με διοξίνες ήταν υψηλή. Η πλειοψηφία των ατόμων που σκέφτηκαν σοβαρά να φάνε τέτοιο κοτόπουλο το βρήκαν προσωπικά επικίνδυνο (70%). Οι μισοί από αυτούς συμφώνησαν ότι υπήρχε μια ισχυρή πιθανότητα να αρρωστήσουν ως αποτέλεσμα της σίτισης με αυτό το κοτόπουλο (48%). Παρόμοια αποτελέσματα παρατηρήθηκαν όσον αφορά το κοτόπουλο με διοξίνες. Τα περισσότερα άτομα αντιλαμβάνονταν την κατανάλωση με αυτό το κοτόπουλο ως επικίνδυνο (66%) και θεώρησαν ότι υπήρχε μια μεγάλη πιθανότητα να αρρωστήσουν από την κατανάλωση του (54%).

Όσον αφορά τη συναισθηματική αντίδραση τα άτομα τείνουν να ανησυχούν περισσότερο καταναλώνοντας κοτόπουλο με διοξίνη απ' ότι κοτόπουλο με σαλμονέλα. Όσον αφορά τη σαλμονέλα, το 63% θεώρησε ότι δεν υπήρχε ανάγκη ανησυχίας υπό τον όρο ότι το κοτόπουλο ήταν καλά μαγειρεμένο ενώ για τη διοξίνη το ποσοστό αυτό ήταν 32%. Για τις προσδοκίες αποτελέσματος υπήρξε μια μεγάλη διαφορά στην αντίληψη για την επάρκεια των διαθέσιμων στρατηγικών παρεμπόδισης. Ενώ η πλειοψηφία έλαβε σοβαρά υπόψη τις διαθέσιμες στρατηγικές για την παρεμπόδιση της ασθένειας από μια μόλυνση με σαλμονέλα (60%) λιγότεροι από τα μισά άτομα έκαναν το ίδιο στην περίπτωση της διοξίνης (46%). Όσον αφορά την αυτοδύναμη επίσης υπήρξε μια μεγάλη διαφορά στην αντιληφθείσα δυνατότητα λήψης κατάλληλων μέτρων για την παρεμπόδιση της ασθένειας από την κατανάλωση μολυσμένου κοτόπουλου ενώ το 63% θεώρησε τον εαυτό του ικανό να λάβει αποτελεσματικά μέτρα για να παρεμποδίσει την ασθένεια από τη σαλμονέλα ενώ μόνο το 46% έκανε το ίδιο στην περίπτωση των διοξινών. Όσον αφορά την αντιληφθείσα ευπάθεια από τις τροφικές ασθένειες τα άτομα είπαν ότι είχαν μικρή πιθανότητα να αρρωστήσουν από την κατανάλωση κρέατος (82%) ή κοτόπουλου (73%).

Όσον αφορά την εμπιστοσύνη στην ασφάλεια των τροφίμων τα άτομα εξέφρασαν ένα υψηλό επίπεδο εμπιστοσύνης για τον ασφαλή χειρισμό των τροφίμων. Τα περισσότερα άτομα (62%) δήλωσαν ότι τα προϊόντα που πουλήθηκαν στα Ολλανδικά καταστήματα ήταν ασφαλή και το 65%

πίστευε ότι έχουν γίνει αρκετά στην Ολλανδία για να εγγυηθεί η ασφάλεια τροφίμων. Παρόλα αυτά τα άτομα είπαν ότι η παραγωγή τροφίμων θα έπρεπε να είναι ακόμα πιο σχολαστική (87%). Το επίπεδο εμπιστοσύνης για την επικοινωνία ασφάλειας αποδείχθηκε να εξαρτάται από την πηγή της επικοινωνίας. Η εμπιστοσύνη στις δηλώσεις που προέρχονταν από εμπορικούς οργανισμούς οι οποίοι υποστήριζαν την ασφάλεια στα προϊόντα ήταν μάλλον χαμηλή. Μόνο το 44% πίστευε τις δηλώσεις των κατασκευαστών τροφίμων και μόνο το 38% πίστευε εκείνες που ειπώθηκαν από λιανοπωλητές. Οι δηλώσεις από την Ολλανδική Αρχή Τροφίμων έγιναν πιστευτές κατά 70% ενώ το 18% έδειξε δυσπιστία σε αυτές. Όσον αφορά την εμπειρία με μια τροφική ασθένεια μόνο το 10% των ατόμων είχε αρρωστήσει από την κατανάλωση κοτόπουλου ή κρέατος ενώ το 20% γνώριζε στενούς συγγενείς που είχαν βιώσει μια τέτοια εμπειρία.

Η αποφυγή του κινδύνου και η αναζήτηση πληροφοριών βρέθηκαν να αλληλοσχετίζονται σημαντικά ($r=0,47$). Εκείνα τα άτομα που αποφεύγουν τον τροφικό κίνδυνο θα αναζητούσαν περισσότερες πληροφορίες. Αυτό δείχνει ότι μερικά άτομα θα λάμβαναν σοβαρά υπόψη μια προειδοποίηση τροφικού κινδύνου με κάποια αντίδραση στη συμπεριφορά, ενώ κάποια άλλα άτομα δεν αναγνώρισαν την ενδεχόμενη απειλητική κατάσταση ως σοβαρή ή αρκετά σοβαρή ώστε να αντιδράσουν. Επίσης βρέθηκε ότι η αποφυγή του κινδύνου σχετιζόταν σημαντικά με τις περισσότερες ψυχολογικές παραμέτρους. Υπήρξαν μεγάλες συσχετίσεις με την αντίληψη του κινδύνου ($r=0,64$), τη συναισθηματική αντίδραση ($r=0,42$), την ανάγκη για πληροφόρηση ($r=0,42$), την αντιληφθείσα ευαισθησία στις τροφικές ασθένειες ($r=0,35$) και την εμπιστοσύνη στην ασφάλεια τροφίμων ($r=-0,31$). Υπήρξαν μικρότερες, σημαντικές συσχετίσεις με την προσδοκία αποτελέσματος ($r=-0,18$) και την αυτοδύναμη ($r=-0,14$).

Επίσης η αναζήτηση πληροφοριών σχετιζόταν σημαντικά με έξι από τις παραμέτρους, την αντίληψη για τον κίνδυνο ($r=0,37$), την ανάγκη πληροφόρησης ($r=0,27$), τη συναισθηματική αντίδραση ($r=0,20$), την αντιληφθείσα ευαισθησία στις τροφικές ασθένειες ($r=0,19$), την εμπιστοσύνη στην ασφάλεια τροφίμων ($r=-0,16$) και την εμπειρία ($r=0,14$). Οι περισσότερες συσχετίσεις μεταξύ των παραμέτρων ήταν σημαντικές. Πολύ υψηλή αποδείχθηκε η συσχέτιση μεταξύ προσδοκίας αποτελέσματος και αυτοδύναμης ($r=0,86$).

Όσον αφορά τις κοινωνικο-δημογραφικές μεταβλητές αυτές βρέθηκαν να σχετίζονται σημαντικά με την αποφυγή του κινδύνου, την αναζήτηση πληροφοριών και τους ψυχολογικούς παράγοντες. Ειδικά στην περίπτωση της ηλικίας, η οποία όχι μόνο συσχετιζόταν σημαντικά με την αποφυγή κινδύνου ($r=0,23$) και την αναζήτηση πληροφοριών ($r=0,33$) αλλά επίσης και με μερικές από τις

ψυχολογικές παραμέτρους όπως η εμπιστοσύνη στην ασφάλεια των τροφίμων ($r=0,20$), η αντίληψη κινδύνου ($r=0,18$) και η προσδοκία αποτελέσματος ($r=0,14$). Όσον αφορά την εκπαίδευση βρέθηκε ότι τα άτομα με υψηλότερη μόρφωση ανησυχούσαν περισσότερο ($r=0,33$), ένοιωθαν λιγότερη αυτοπεποίθηση για την αποτελεσματικότητα των δικών τους μέτρων παρεμπόδισης από το να ασθενήσουν ($r=-0,32$) και είχαν ένα χαμηλότερο επίπεδο εμπιστοσύνης στην ασφάλεια τροφίμων ($r=-0,21$). Υπήρξαν μικρές σημαντικές συσχετίσεις με το φύλο. Οι γυναίκες έτειναν περισσότερο να αποφύγουν τα τροφικά ρίσκα ($r=0,16$) και ένοιωθαν πιο ικανές να παρεμποδίσουν τους εαυτούς τους από το να αρρωστήσουν ($r=0,13$).

Στη συνέχεια, οι Tucker et al, (2006) εξέτασαν τις αντιλήψεις των κατοίκων του Οχάιο για διάφορους κινδύνους που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων και δεύτερον να προσδιορίσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο. Η έρευνα έγινε το 2002 μέσω ταχυδρομικού ερωτηματολογίου βασίστηκε σε δεδομένα από 4014 άτομα και είχε βαθμό ανταπόκρισης 56%. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που λήφθηκαν υπόψη ήταν η αντίληψη για τον έλεγχο που γίνεται από τις αρχές, η εμπειρία με μια τροφική δηλητηρίαση, τα κοινωνικοδημογραφικά και οικονομικά στοιχεία, ποιος έχει την ευθύνη για την προετοιμασία του φαγητού στο νοικοκυριό, η αντίληψη του ρόλου της βιοτεχνολογίας, η τοποθεσία της πατρικής κατοικίας και η εξάρτηση από τα Μ.Μ.Ε. Οι κίνδυνοι στα τρόφιμα που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα ήταν η βακτηριακή μόλυνση, η μόλυνση του πόσιμου νερού, τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα, η ασθένεια των τρελών αγελάδων, τα κατάλοιπα μικροβιοκτόνων στο φαγητό, οι αυξητικές ορμόνες στο κρέας ή στο γάλα και οι βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συμμετέχοντες αντιλαμβάνονταν μέτρια επίπεδα κινδύνου για όλα τα στοιχεία που αναφέρθηκαν. Τα κατάλοιπα μικροβιοκτόνων στο φαγητό και η μόλυνση του πόσιμου νερού δημιούργησαν τα υψηλότερα επίπεδα αντιλαμβανόμενης επικινδυνότητας ενώ η ασθένεια των τρελών αγελάδων και τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα δημιούργησαν τα χαμηλότερα επίπεδα αντιλαμβανόμενης επικινδυνότητας. Τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης έδειξαν ότι η στάση απέναντι στην τεχνολογία ήταν ο πιο ισχυρός δείκτης του αντιλαμβανόμενου κινδύνου ακολουθούμενη από τις αντιλήψεις για την εξάρτηση στα Μ.Μ.Ε.

Τα δεδομένα που αφορούσαν την αντίληψη για την εμπιστοσύνη στις διάφορες πηγές πληροφόρησης έδειξαν σχεδόν μέτρια επίπεδα αντιλαμβανόμενης εμπιστοσύνης για όλες τις πηγές. Οι ειδικοί για την υγεία, οι φυσικοί και οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες εκτιμήθηκαν πιο ευνοϊκά ενώ

οι φίλοι, η οικογένεια, η Αμερικάνικη Οργάνωση Προστασίας του Περιβάλλοντος και οι ενώσεις καταναλωτών εκτιμήθηκαν λιγότερο ευνοϊκά. Όσον αφορά το αντιλαμβανόμενο επίπεδο ασφάλειας των τροφίμων περίπου το 40% υπέδειξε ότι είχε λίγο ή καθόλου έλεγχο για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 18% ήταν αναποφάσιστο για αυτό το θέμα. Για θέματα βιοτεχνολογίας πάνω από τους μισούς ήταν αναποφάσιστοι για την επίδραση της βιοτεχνολογίας στην προσφορά των τροφίμων. Περίπου το 20% συμφώνησε με την πρόταση ότι η βιοτεχνολογία έχει αρνητική επίδραση στην ασφάλεια των τροφίμων.

Όσον αφορά τις συσχετίσεις των ανεξάρτητων μεταβλητών βρέθηκε ότι το μικτό εισόδημα του νοικοκυριού και η μόρφωση συσχετίζονται σε μέτριο βαθμό. Η πολυμεταβλητή πολλαπλή παλινδρόμηση έδειξε ότι η αντιλαμβανόμενη επίδραση της βιοτεχνολογίας στην προσφορά τροφίμων ήταν ο καλύτερος δείκτης, ακολουθούμενη από την εξάρτηση στα ΜΜΕ, το επίπεδο μόρφωσης, την καταγωγή, την παρουσία παιδιών στο νοικοκυριό και την εμπειρία με ένα περιστατικό τροφικής δηλητηρίασης. Όταν οι ερωτηθέντες εξέφραζαν τις εκτιμήσεις τους για την βιοτεχνολογία αντιλαμβάνονταν υψηλότερα επίπεδα κινδύνου για την ασφάλεια των τροφίμων, όπως και εκείνοι που εξέφραζαν υψηλότερα επίπεδα εξάρτησης στα μέσα. Οι ερωτηθέντες με υψηλότερα επίπεδα μόρφωσης έτειναν να αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου όπως έκαναν οι λευκοί ερωτηθέντες και εκείνοι που δήλωσαν τουλάχιστον ένα άτομο στο νοικοκυριό κάτω των 18 ετών. Οι ερωτηθέντες που ανέφεραν τροφική δηλητηρίαση κάποιου ατόμου στο νοικοκυριό έτειναν να αναφέρουν υψηλότερα επίπεδα κινδύνου στα τρόφιμα. Γενικά η ανάλυση θεωρίας κινδύνου ήταν επιτυχής στις υποθέσεις της ότι οι αντιλήψεις για τη βιοτεχνολογία, τα ποικίλα δημογραφικά χαρακτηριστικά και η εμπειρία με καταστάσεις που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων σχετίζονται θετικά με τον αντιλαμβανόμενο κίνδυνο.

Μια πρόκληση για μελλοντική έρευνα είναι να εξεταστούν και άλλες μεταβλητές για να ερμηνευτεί η ανεξήγητη διακύμανση στις αντιλήψεις των καταναλωτών για τον κίνδυνο στα τρόφιμα. Το τρέχων μοντέλο θα μπορούσε να βελτιωθεί εστιάζοντας στην εξαρτημένη μεταβλητή σε έναν πιο ειδικό κίνδυνο ασφάλειας των τροφίμων, αντί αυτού που χρησιμοποιήθηκε. Επίσης θα μπορούσε να εξηγηθεί επιπρόσθετη διακύμανση εάν η έρευνα επικεντρωνόταν ειδικά στους καταναλωτές που εμπιστεύονται ενεργά πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα ασφάλειας των τροφίμων.

Η έρευνα των Lobb et al, (2007), προσπάθησε να εξηγήσει πως οι προθέσεις αγοράς κοτόπουλου επηρεάζονται από τις αντιλήψεις των καταναλωτών για τον κίνδυνο στα τρόφιμα και από την εμπιστοσύνη στις διάφορες πληροφορίες σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων. Σε αυτή την

περίπτωση έρευνας η υπόθεση βασίζεται στο ότι η κρίση που προκαλείται στον κλάδο του κοτόπουλου προέρχεται από διαπίστωση κρουσμάτων σαλμονέλας.

Τα δεδομένα προήλθαν από μια αντιπροσωπευτική έρευνα που έγινε στο Ηνωμένο Βασίλειο με θέμα τη συμπεριφορά των ατόμων κατά την αγορά τροφίμων, με δείγμα 533 συμμετέχοντες και με τη μέθοδο των προσωπικών συνεντεύξεων. Στην έρευνα συμμετείχαν μόνο τα άτομα που ήταν υπεύθυνα για την αγορά τροφίμων μέσα στο νοικοκυριό. Συγκεκριμένα οι δύο βασικοί στόχοι της έρευνας είναι η κατανόηση της ζήτησης, της στάσης, της αντίληψης για τον κίνδυνο και της εμπιστοσύνης στην αλυσίδα τροφίμων των καταναλωτών και η ανάπτυξη καλύτερων στρατηγικών επικοινωνίας και διαχείρισης ρίσκου.

Η εργασία βασίστηκε στο μοντέλο της θεωρίας σχεδιασμένης συμπεριφοράς (TPB – Theory of Planned Behaviour), όπου η πρόθεση του καταναλωτή να αγοράσει κοτόπουλο σχεδιάζεται κάτω από μη κανονικές καταστάσεις ακολουθώντας μια υποθετική κρίση στα τρόφιμα. Χρησιμοποιήθηκε το μοντέλο SPARTA στο οποίο ενοποιούνται δύο μεταβλητές, η αντίληψη του κινδύνου και η εμπιστοσύνη, με βάση το μοντέλο της θεωρίας σχεδιασμένης συμπεριφοράς. Το ακρωνύμιο SPARTA προέρχεται από τα αρχικά των γενικών μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν για να εξηγήσουν τις προθέσεις συμπεριφοράς:

S – subjective norm (προσωπικό μοντέλο)

P- Perceived behavioural control (αντιλαμβανόμενος έλεγχος συμπεριφοράς)

A – attitudes (Στάσεις)

R – Risk perception (Αντίληψη ρίσκου)

T – trust (εμπιστοσύνη)

Alia - άλλες μεταβλητές, κοινωνικοδημογραφικές στην παρούσα έρευνα, οι οποίες μπορεί να οδηγήσουν σε αλλαγές στην στάθμιση των πιο πάνω γενικών μεταβλητών (A_L).

Η εξέταση της αλληλεπίδρασης των γενικών μεταβλητών έγινε λαμβάνοντας υπόψη ότι η αντίληψη ρίσκου και η εμπιστοσύνη θα μπορούσαν να προσδιορίζονται ενδογενώς στις άλλες συνιστώσες. Για το σχεδιασμό αυτών των ενδογενών σχέσεων σχεδιάστηκε η εξίσωση $S=f(A,T_z)$, $R=f(T_z)$, $T=f(S)$, $A=f(R)$. Η στρατηγική σχεδιασμού βασίστηκε σε μια διαδικασία τριών επιπέδων, η οποία υπολογίζει ενδογενείς σχέσεις μεταξύ των συμπεριφοριστικών παραμέτρων και του ρόλου που έπαιξε από διαφορετικά κοινωνικο - δημογραφικά χαρακτηριστικά. Αυτή η εξίσωση δείχνει ότι το προσωπικό μοντέλο S επηρεάζει το συνολικό επίπεδο της εμπιστοσύνης στις πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων (T) και επηρεάζεται από την εμπιστοσύνη και τις στάσεις, ενώ η αντίληψη

ρίσκου R επηρεάζει τη στάση απέναντι στο προϊόν A και καθορίζεται από την κατανομή της εμπιστοσύνης μεταξύ των διαφορετικών πηγών T_z. Καθώς ο συνολικός βαθμός εμπιστοσύνης T είναι ενδογενής, τα ειδικά επίπεδα εμπιστοσύνης απέναντι στην πληροφόρηση από διάφορες πηγές T_z υποθέτονται να είναι εξωγενείς και παρουσιάζουν ένα πιθανό εργαλείο πολιτικής να απευθύνεται μέσα από στρατηγικές επικοινωνίας ρίσκου.

Για τη μελέτη της πρόθεσης στη συμπεριφορά και των κοινωνικο – δημογραφικών παραγόντων σχεδιάστηκε η γραμμική συνάρτηση των γενικών μεταβλητών

$$I_B = \beta_0 + \beta_1 S + \beta_2 P + \beta_3 A + \beta_4 R + \sum_{z=1}^Z \lambda_z T_z$$

Σε αυτή την έρευνα οι κοινωνικο-δημογραφικές μεταβλητές (D) υποθέτονται να παίζουν σημαντικό ρόλο, όπως και άλλες μεταβλητές όπως ο τρόπος ζωής ή οι ψυχογραφικές μεταβλητές. Εάν οι κοινωνικο-δημογραφικές διαφορές υποθέτονται να επηρεάζουν όλες τις συνιστώσες μέσα στο μοντέλο SPARTA η παραπάνω εξίσωση γίνεται

$$I_B = (\beta_0 + \sum_{i=1}^d \gamma_{0i} D_i) + (\beta_1 + \sum_{i=1}^d \gamma_{1i} D_i) S + (\beta_2 + \sum_{i=1}^d \gamma_{2i} D_i) P + (\beta_3 + \sum_{i=1}^d \gamma_{3i} D_i) A + (\beta_4 + \sum_{i=1}^d \gamma_{4i} D_i) R + \sum_{z=1}^Z (\lambda_z + \sum_{i=1}^d \gamma_{gi} D_i) T_z$$

όπου D_i η i κοινωνικοδημογραφική μεταβλητή και συγκεκριμένα η ηλικία του συμμετέχοντα (D1), το επίπεδο εκπαίδευσης (D2), η παρουσία παιδιών κάτω των 16 ετών (D3) και το επίπεδο εισοδήματος (D4). Όπου R η αντίληψη ρίσκου και όπου T_z = Σ α_{zs} t_s (z=1,2,...,Z) t_s είναι οι ειδικές παράμετροι της εμπιστοσύνης.

Τα αποτελέσματα του δείγματος δείχνουν μια μεγάλη επικράτεια των γυναικών (88%), πράγμα που δείχνει ότι οι γυναίκες παραμένουν οι κύριοι αγοραστές τροφίμων μέσα στο νοικοκυριό. Το 51.6% των συμμετεχόντων ήταν παντρεμένοι και ένα σχετικά χαμηλό ποσοστό (41%) είχαν παιδιά κάτω των 16 ετών.

Η στρατηγική σχεδιασμού του μοντέλου SPARTA έδειξε ότι η πρόθεση για αγορά κοτόπουλου σε μια σταθερή κατάσταση καθοδηγείται κυρίως από την στάση αλλά και από τον αντιλαμβανόμενο έλεγχο της συμπεριφοράς. Τα κύρια ευρήματα δείχνουν ότι η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες για την ασφάλεια τροφίμων όπως τις παρείχαν τα MME, οι εναλλακτικές πηγές και οι ανεξάρτητες αρχές μειώνουν σημαντικά την πιθανότητα αγοράς. Η ηλικία και το εισόδημα ενισχύουν την στάση

και τις αρνητικές συνέπειες της εμπιστοσύνης σε εναλλακτικές πηγές, ενώ η εκπαίδευση μετριάζει τις αρνητικές συνέπειες της εμπιστοσύνης σε ανεξάρτητες πηγές όπως οι γιατροί και οι επιστήμονες. Η μέση πιθανότητα να αγοράσει κάποιος κοτόπουλο μειώνεται όταν το εισόδημα του αυξάνεται. Η εκπαίδευση συσχετίστηκε αρνητικά με τη μέση πιθανότητα αγοράς και αύξησε την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρείχαν οι δημόσιες αρχές.

Στο σενάριο κρίσης της σαλμονέλλας, η στάση παρέμεινε η κύρια παράμετρος της πρόθεσης αγοράς κοτόπουλου. Οι στάσεις απέναντι στο προϊόν επηρεάζονται αρνητικά από την αντίληψη για τον κίνδυνο και το ατομικό πρότυπο. Από την προοπτική της πολιτικής είναι ενδιαφέρον να δούμε πως η αντίληψη ρίσκου διασυνδέθηκε με την εμπιστοσύνη σε διαφορετικές πηγές πληροφοριών για την ασφάλεια τροφίμων. Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρείχαν τα μέσα όπως και η εμπιστοσύνη στις εναλλακτικές πηγές (καταναλωτικές και περιβαλλοντικές οργανώσεις) αυξάνουν την αντίληψη για τον κίνδυνο σε αντίθεση με την εμπιστοσύνη στις δημόσιες αρχές.

Η μελλοντική έρευνα χρειάζεται να έχει περισσότερη θεωρητική βάση στο πλαίσιο της θεωρίας σχεδιασμένης συμπεριφοράς για την ενοποίηση της αντίληψης του ρίσκου και της εμπιστοσύνης στις πληροφορίες για την ασφάλεια τροφίμων. Θα πρέπει να εξεταστεί περαιτέρω το θέμα της διάκρισης μεταξύ πηγής πληροφοριών και του περιεχομένου της πηγής όπως η θετική και η αρνητική κατεύθυνση των πληροφοριών.

4.4 Αντιδράσεις κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων – Στάση και συμπεριφορά

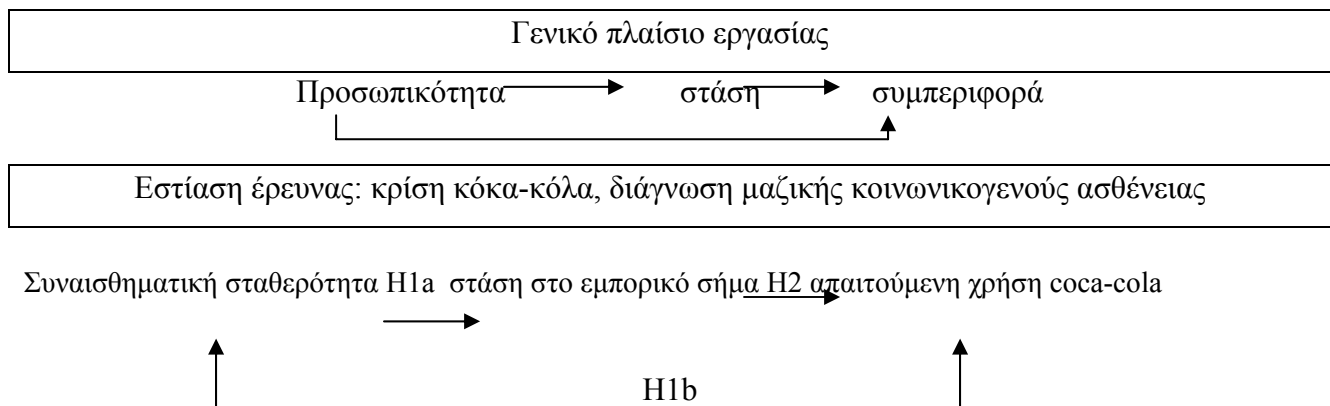
Οι αντιδράσεις των καταναλωτών κατά τη διάρκεια της κρίσης της Coca-Cola στις 8 Ιουνίου 1999 στο Βέλγιο, δύο βδομάδες μετά την κρίση των διοξινών στο κρέας, ήταν το αντικείμενο της έρευνας των Verbeke and Kenhove, (2002). Η κρίση πήρε διαστάσεις μετά από παράπονα παιδιών ότι ένοιωθαν γενική αδιαθεσία, ναυτία, πονοκέφαλο και πόνο στο στομάχι μετά από πόση εμφιαλωμένης coca-cola. Τις επόμενες μέρες η εταιρεία ανακάλεσε όλα τα ύποπτα προϊόντα.

Η έρευνα βασίστηκε σε διαστρωματικά δεδομένα από δείγμα ατόμων ηλικίας 19-22 ετών για να μελετήσει τις αντιδράσεις των καταναλωτών κατά τη διάρκεια κρίσης της Coca-Cola τον Ιούνιο του 1999 στο Βέλγιο. Το ερωτηματολόγιο δόθηκε το Φεβρουάριο του 2000 σε 272 προπτυχιακούς φοιτητές το οποίο αποτελείτο από πέντε μέρη.

Δόθηκε ερωτηματολόγιο το οποίο αποτελείτο από πέντε μέρη. Αρχικά οι ερωτηθέντες είχαν να αναφέρουν τη συμπεριφορά τους πριν, κατά τη διάρκεια, αμέσως μετά την κρίση και την στιγμή της έρευνας. Δεύτερον είχαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις για τα γνωρίσματα της προσωπικότητας τους. Τρίτον είχαν να απαντήσουν για τις στάσεις τους απέναντι στην εταιρεία Coca-Cola, για την πληροφόρηση που παρείχε η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης και τέλος υπήρχαν ερωτήσεις για τα κοινωνικο-δημογραφικά στοιχεία.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εξετάστηκαν είναι η συναισθηματική σταθερότητα, η στάση απέναντι στο εμπορικό σήμα και η ισχυρισθείσα συμπεριφορά. Αυτό το άρθρο ελέγχει τη σχέση μεταξύ του γνωρίσματος της προσωπικότητας «συναισθηματική σταθερότητα», της στάσης του καταναλωτή και τη συμπεριφορά του απέναντι στην εταιρεία.

Κάποιος μπορεί να υποθέσει ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας δεν θα επηρεάσουν άμεσα την αντίδραση στη συμπεριφορά, αλλά θα μεσολαβήσουν μέσα από τη στάση στο εμπορικό σήμα. Για αυτό το λόγο το άρθρο επικεντρώνεται στη στάση απέναντι στο εμπορικό σήμα ως ένας πιθανός μεσολαβητής μεταξύ του γνωρίσματος της προσωπικότητας «συναισθηματική σταθερότητα» και της συμπεριφοράς. Οι δύο υποθέσεις που έγιναν στην έρευνα αφορούσαν τις σχέσεις μεταξύ των 3 συνιστωσών του βασικού μοντέλου. Το βασικό μοντέλο περιλαμβάνει τη συναισθηματική σταθερότητα, τη στάση και τη συμπεριφορά κατά τη διάρκεια της κρίσης της κόκα-κόλα. Η έρευνα εστιάζεται σε αυτή την κρίση και στη διάγνωση μαζικής κοινωνικογενούς ασθένειας και απεικονίζεται ως εξής:



Όπου H1a είναι η «συναισθηματική σταθερότητα» που επηρεάζει την αντίδραση στη συμπεριφορά, αλλά αυτή η επίδραση είναι έμμεση αφού μεσολαβεί μέσα από τη στάση απέναντι στο εμπορικό σήμα. Άρα αυτή η υπόθεση δείχνει μια έμμεση σχέση μεταξύ της προσωπικότητας και της

συμπεριφοράς. Στο H1b υποθέσαμε ότι δεν υπάρχει σημαντική άμεση επίδραση της «συναισθηματικής σταθερότητας» στη συμπεριφοριστική αντίδραση ενώ στο H2 υποθέσαμε ότι υπάρχει άμεση και θετική επίδραση της στάσης στο εμπορικό σήμα στην αντίδραση της συμπεριφοράς.

Επίσης εξετάστηκε και μια τρίτη υπόθεση που δεν συνδέθηκε άμεσα με το τυπικό πλαίσιο της έρευνας. Αυτή η υπόθεση έχει σχέση με την αντίληψη για την πληροφόρηση που παρείχε η εταιρεία Coca-cola κατά την περίοδο της κρίσης. Θα αναμενόταν ότι η συναισθηματική σταθερότητα θα σχετίζεται με τη διαδικασία πληροφόρησης εντούτοις υπάρχουν διαφορές στην αντίληψη για τις πληροφορίες και τη σημασία που αποδόθηκε σε αυτές από τους ερωτώμενους που έδειξαν υψηλές τιμές συναισθηματικής σταθερότητας έναντι σε αυτούς με χαμηλές τιμές.

Για την εξέταση των τριών πρώτων υποθέσεων (H1a, H1β και H2) αναπτύχθηκε ένα εξισωτικό μοντέλο όπου οι τέσσερις ερωτήσεις για την ισχυρισθείσα συμπεριφορά μετασχηματίστηκαν σε δύο νέες μεταβλητές. Για όλες τις περιπτώσεις και οι δύο μεταβλητές είχαν θετικά πρόσημα. Μια υψηλή τιμή στη μεταβλητή συμπεριφορά μετά και κατά την διάρκεια της κρίσης δείχνει μια γρήγορη αποκατάσταση της κατανάλωσης του γνωστού αναψυκτικού μετά την κρίση ενώ μια υψηλή τιμή στη συμπεριφορά τώρα και μετά την κρίση δείχνει ότι η εμπιστοσύνη και η κατανάλωση επανήλθαν μόνο μετά από αρκετούς μήνες.

Τα ευρήματα της έρευνας ήταν τριπλά. Πρώτον βρέθηκε άμεση και θετική επίδραση της στάσης απέναντι στο σήμα στην καταναλωτική συμπεριφορά. Δεύτερον βρέθηκε μια άμεση επίδραση της συναισθηματικής σταθερότητας στη συμπεριφορά. Η συναισθηματική σταθερότητα συσχετίστηκε θετικά με τη στάση η οποία διαδοχικά συσχετίστηκε με μια ταχύτερη αποκατάσταση της κατανάλωσης κόκα-κόλα. Τρίτον, βρέθηκαν διαφορές στην αντίληψη και στη σημασία της πληροφορίας ανάμεσα στους καταναλωτές με χαμηλή συναισθηματική σταθερότητα έναντι σε αυτούς με υψηλή συναισθηματική σταθερότητα. Μια χαμηλότερη συναισθηματική σταθερότητα συσχετίστηκε με μια υψηλότερη ανάγκη για πληροφόρηση ή επικοινωνία και αποδόθηκε υψηλότερη σημασία στην πληροφόρηση κατά τη διάρκεια αυτής της αντιληφθείσας κρίσης στην ασφάλεια τροφίμων. Επομένως αυτοί οι καταναλωτές με χαμηλότερη συναισθηματική σταθερότητα απαιτούν ειδική προσοχή σε μελλοντικά θέματα επικοινωνίας.

Το κύριο συμπέρασμα της έρευνας αναφέρεται στο ρίσκο της επικοινωνίας. Η γρήγορη πρόβλεψη, η αξιόπιστη και η επαρκής πληροφόρηση στους καταναλωτές είναι κρίσιμα θέματα σε τέτοιες

περιόδους κρίσης. Για τις μελλοντικές έρευνες θα πρέπει να προσδιοριστεί ο ρόλος της στάσης απέναντι στην επωνυμία ως μεσολαβητής στις επιδράσεις της προσωπικότητας στη συμπεριφορά τουλάχιστον στην περίπτωση των προϊόντων με εμπορική επωνυμία υψηλής φήμης.

Επιπρόσθετα, και η έρευνα του Bocker, (2002) εξέτασε τις αντιδράσεις των καταναλωτών σε μια κρίση στον κλάδο τροφίμων και συγκεκριμένα τις αντιδράσεις στα βακτήρια λιστέριας που εντοπίστηκαν σε εκλεκτό τυρί ξεχωριστής ποιότητας. Αυτή η αντίδραση μετρήθηκε ως μια εξαρτημένη μεταβλητή η οποία είχε ως παραμέτρους τη διαφορετικότητα στην αξιοπιστία των προμηθευτών, το φύλο, την προσωπική εμπειρία με μια τροφική δηλητηρίαση και την αντίληψη του ατόμου για την αυθεντικότητα των πληροφοριών που δόθηκαν στην έρευνα. Βασικά το κύριο αντικείμενο της έρευνας είναι να αποδείξει εάν οι διαφορές στην αξιοπιστία διαφόρων προμηθευτών έχουν την προβλεπόμενη επίδραση στην αντίδραση του καταναλωτή.

Η έρευνα έγινε σε 5 τμήματα του πανεπιστημίου JIESSEN στη Γερμανία με 20 άτομα στο κάθε τμήμα στις 15 Δεκεμβρίου του 2000 με βάση τη μέθοδο ερωτηματολογίου. Οι συμμετέχοντες πήραν λεπτομερείς πληροφορίες για τη λιστερίωση στο τυρί.

Η οικονομική ανάλυση για την αντίδραση των ατόμων σε θέματα ασφάλειας τροφίμων υποθέτει ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν συναθροιστικές πληροφορίες για την πιθανότητα κινδύνου στις αγοραστικές τους αποφάσεις. Για την εκτίμηση της επίδρασης της διαφοράς της αξιοπιστίας στην αντίδραση του καταναλωτή όπως και της εμπιστοσύνης σε ένα συγκεκριμένο προμηθευτή χρησιμοποιήθηκαν οι πιο κάτω υποθέσεις.

Έστω ένας καταναλωτής K διαχωρίζει τους προμηθευτές ενός αγαθού X σε δύο ομάδες. Την ομάδα B την αντιλαμβάνεται να είναι λιγότερο αξιόπιστη από την A για αυτό το λόγο ο K κρίνει ότι η πιθανότητα $P(H/A)$ να αγοράσει μια επικίνδυνη μονάδα X από έναν τύπο προμηθευτών A είναι μικρότερη από την αντίστοιχη πιθανότητα $P(H/B)$ που προσδιορίστηκε στο B. Ο K αγοράζει πάντα απ' τον προμηθευτή J τον οποίο πιστεύει ότι είναι τύπου A. Αλλά καθώς ο K δεν είναι πλήρως πληροφορημένος η εμπιστοσύνη του στην αξιοπιστία του J μπορεί να παρουσιαστεί από την πιθανότητα ότι ο J είναι τύπου A (P_J) αφήνοντας μια πιθανότητα $(1 - P_J)$ ότι ο J ανήκει στην ομάδα B. Η πιθανότητα (P_H) αγοράς μη ασφαλούς μονάδας απ τον J είναι $P_H = P_J P(H/A) + (1 - P_J) P(H/B)$. Για αυτό το λόγο το P_H αυξάνεται όταν όλα τα άλλα παραμένουν σταθερά καθώς αυξάνεται η $P(H/A)$ ή η $P(H/B)$ και καθώς η εμπιστοσύνη του καταναλωτή P_J στον προμηθευτή J μειώνεται καθώς $P(H/A) < P(H/B)$. Η αναμενόμενη συνάρτηση χρησιμότητας από την κατανάλωση μιας

μονάδας αγαθού X καθώς είναι $EU_x = U_x^+ (1-P_x) + U_x^- P_H$. Η αναμενόμενη χρησιμότητα μειώνεται όταν όλα τα άλλα στοιχεία παραμένουν σταθερά καθώς η U_x^+ μειώνεται, η U_x^- μειώνεται και το αντιλαμβανόμενο ρίσκο P_H αυξάνεται.

Μια τελική υπόθεση είναι ότι μετά τη λήψη αρνητικών πληροφοριών για την ασφάλεια του αγαθού X (που πουλήθηκε από τον J) ο K αναθεωρεί την πρώτη του πεποίθηση για την αξιοπιστία του J σύμφωνα με τον κανόνα του BAYE. Υποθέτουμε ότι ο K λαμβάνει νέα για μια κρίση στα τρόφιμα στην οποία ο J είναι αναμειγμένος και έτσι προκύπτει η πιθανότητα P_{PJ} αποτελεσμάτων. Αυτή η υποθετική πιθανότητα ότι ο «ο J είναι τύπου A » μετά από παρατήρηση «το X που πουλήθηκε απ' τον J είναι μη ασφαλές» και μπορεί να ερμηνευθεί ως $P_{PJ} = P_J (H/A) / P_J (H/A) + (1 - P_J) P (H/B) = P_J / P_J + U (1 - P_J)$. Οι μεταβλητές της εμπιστοσύνης του καταναλωτή σε P_j και P_{pj} μετρήθηκαν μέσα από τη μεταβλητή RELIEF.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι στο πείραμα συμμετείχαν 42 άντρες και 58 γυναίκες από τους οποίους οι 94 ήταν φοιτητές. Οι ηλικίες είχαν μέσο όρο 24 και οι περισσότεροι ήταν φοιτητές του Τμήματος Οικιακής Οικονομίας και του Τμήματος Διαιτολογίας. Ενδιαφέρον δείχνει το γεγονός ότι 25 άτομα δήλωσαν ότι είχαν βιώσει μια τροφική δηλητηρίαση και 22 άτομα ότι είχαν μια τέτοια εμπειρία ένας φίλος ή ένα μέλος στην οικογένεια. Στο σύνολο υπήρχαν 41 άτομα που επηρεάστηκαν άμεσα ή έμμεσα από ένα γεγονός τροφικής δηλητηρίασης.

Το επόμενο βήμα της έρευνας ήταν η εξέταση των παραμέτρων της κοινωνικής αντίδρασης εκτός του θεωρητικού μοντέλου σε μια παλινδρόμηση με επιπρόσθετες εξωτερικές μεταβλητές. Στη βάση του μοντέλου η συμπεριφορά του καταναλωτή καθορίστηκε από το επίπεδο εμπιστοσύνης πριν από την κρίση P_j και του λόγου αξιοπιστίας u . Η μεταβλητή K εισήχθη για να διαφοροποιήσει τις δύο ομάδες στόχους και τις διαφορές στο περιεχόμενο και είδος των πληροφοριών που τους δόθηκαν. Για αυτό το λόγο το μοντέλο είναι $D = \alpha + \beta_1 P_j + \beta_2 u + \beta_3 K + \mu$. Στη συνέχεια εισάγονται στο μοντέλο δύο ψευδομεταβλητές, το φύλο (SEX) και η εμπειρία με μια τροφική δηλητηρίαση (POIS) όπως και η μεταβλητή MADE-UP που δείχνει κατά πόσο τα άτομα συμφώνησαν ότι οι πληροφορίες που πήραν είναι πλήρεις. Έτσι το μοντέλο παλινδρομήθηκε ως $D = \alpha + \beta_1 P_j + \beta_2 u K + \beta_3 K + \beta_4 \text{SEX} + \beta_5 \text{POIS} + \beta_6 \text{MADE-UP} + \mu$.

Με τη σύγκριση των συντελεστών B και των επιπέδων σημαντικότητας των ανεξάρτητων μεταβλητών η αντίδραση των καταναλωτών προσδιορίζεται κυρίως εκ των προτέρων από το επίπεδο της μεταβλητής εμπιστοσύνης P_j RELIEF. Αποδείχθηκε ότι όσο υψηλότερο είναι το

επίπεδο εμπιστοσύνης πριν την κρίση στα τρόφιμα τόσο μεγαλύτερο είναι το ενδεχόμενο απώλειας της. Τα χαμηλά επίπεδα σημαντικότητας και οι συντελεστές B δείχνουν ότι το θεωρητικό μοντέλο δεν εξηγεί πλήρως την αντίδραση του καταναλωτή σε μια κρίση στον κλάδο τροφίμων. Το φύλο και η εμπειρία με μια τροφική δηλητηρίαση συμβάλλουν σημαντικά στην εξήγηση της αντίδρασης των καταναλωτών. Τελικά η επίδραση της μεταβλητής MADE-UP είναι πολύ σημαντική. Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι το βασικό θεωρητικό μοντέλο δείχνει ότι η αυξανόμενη διαφορετικότητα μεγαλώνει την απώλεια της εμπιστοσύνης σε ένα συγκεκριμένο προμηθευτή που έχει σχέση με μια κρίση στον κλάδο τροφίμων.

4.5 Αντιλήψεις για την αποτελεσματικότητα των πρακτικών διαχείρισης κρίσεων στον κλάδο τροφίμων

Οι Houghton et al, (2006) εξέτασαν τις αντιλήψεις των καταναλωτών όσον αφορά στην αποτελεσματικότητα των σύγχρονων πρακτικών διαχείρισης κρίσεων στον κλάδο τροφίμων σε τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες, τη Δανία, τη Γερμανία, την Ελλάδα και την Αγγλία (n=40). Ως ανεξάρτητες μεταβλητές θεωρήθηκαν η ύπαρξη αναγνωρίσιμων συστημάτων ελέγχου που ανταποκρίνονται γρήγορα στον έλεγχο του ρίσκου, η εξέταση προληπτικών μέτρων και η διαθεσιμότητα των πληροφοριών η οποία προσφέρει στα άτομα τη δυνατότητα να εξασκήσουν κάποια επιλογή έχοντας πρώτα ενημερωθεί.

Η έρευνα έγινε με βάση ένα ερωτηματολόγιο το οποίο περιείχε ερωτήσεις που αφορούσαν την επιλογή τροφίμων στο καθημερινό περιβάλλον, τους βασικούς κινδύνους των τροφίμων, τις αντιλήψεις για τη διαχείριση κρίσεων στα τρόφιμα, τον έλεγχο των τροφικών κινδύνων, την αξιοπιστία των ατόμων που διαχειρίζονται τις κρίσεις και άλλα θέματα ασφάλειας στα τρόφιμα. Η έρευνα βασίστηκε σε δεδομένα από προσωπικές συνεντεύξεις διαφόρων ομάδων στόχων και έγινε τον Ιούνιο και Ιούλιο του 2004. Βρέθηκαν τέσσερις ομάδες καταναλωτών, μια σε κάθε χώρα.

Υπήρξαν μερικές σημαντικές εθνικές διαφορές στη σύνθεση των ομάδων που πρέπει να αναφερθούν. Συγκεκριμένα, οι Έλληνες συμμετέχοντες είχαν γενικά καλό μορφωτικό επίπεδο και ήταν όλοι κάτοικοι πόλεων. Η ομάδα των Γερμανών είχε υψηλότερο ποσοστό ανδρών και πάλι οι συμμετέχοντες ήταν καλά μορφωμένοι. Η ομάδα των Άγγλων δεν είχε συμμετέχοντες παιδιά κάτω των 12 ετών.

Όσον αφορά τα ευρήματα της έρευνας για την ασφάλεια των τροφίμων ως ένα θέμα αυξανόμενου ενδιαφέροντος αποδείχθηκε ότι δεν ήτανε κατ' ανάγκην κάτι που έπαιζε σημαντικό ρόλο κατά την επιλογή του τροφίμου. Η καθημερινή επιλογή των τροφίμων φάνηκε ότι καθοδηγείται από το καθημερινό πρόγραμμα, από την ευκολία προετοιμασίας και τις κοινωνικές πλευρές όπως επίσης και από τη τιμή και την ποιότητα. Οι συμμετέχοντες που εργάζονταν αρκετές ώρες βρέθηκε ότι δυσκολεύονται να προβούν στην αγορά και στην προετοιμασία των τροφίμων ενώ μερικοί συμμετέχοντες αναφέρουν ότι οι διατροφικές τους συνήθειες τις καθημερινές διαφέρουν από αυτές του σαββατοκύριακου. Περιγράφοντας τις κοινωνικές πλευρές του φαγητού οι συμμετέχοντες ανέφεραν τη σημασία που έχει μια πρόσκληση για φαγητό όπως και ο προορισμός της.

Για μερικούς η διατροφική επιλογή επηρεάζεται από την περιβαλλοντική πλευρά της παραγωγής τροφίμων αλλά και από το θέμα της εξάρτησης σε αυτό. Όσον αφορά στους κινδύνους στην υγεία φάνηκε ότι η διατροφή ήταν κάτι περισσότερο από σχετική σε σχέση με άλλα θέματα ασφάλειας. Μερικοί συμμετέχοντες αντιμετώπιζαν άμεσα προβλήματα υγείας (διαβήτη) ή αλλεργικές αντιδράσεις σε κάποια τρόφιμα (φιστίκια) ενώ για άλλους η προσοχή εστιαζόταν στο χαμηλό λίπος, στις χαμηλές θερμίδες ή στην υγιεινότητα του τροφίμου. Πολλοί συμμετέχοντες είχαν την άποψη ότι «με το να σκέφτεσαι πάρα πολύ τα θέματα ασφάλειας τροφίμων σε αρρωσταίνει». Για τον Έλληνα συμμετέχοντα η ψύχωση που οφείλεται στην αδικαιολόγητη ανησυχία για τους φόβους στα τρόφιμα ήταν ένα μεγαλύτερο πρόβλημα απ' ότι για τους ίδιους τους κινδύνους στα τρόφιμα. Τα μέλη της ομάδας από την Αγγλία εξέφρασαν το συναίσθημα ότι με το να είναι κάποιος τόσο σχολαστικά καθαρός είναι ένα ρίσκο από μόνο του αν λάβουμε υπόψη ότι έτσι εξασθενούν τα ανοσολογικά συστήματα του οργανισμού.

Όσον αφορά στις στρατηγικές ασφαλείας οι συμμετέχοντες είπαν ότι η κατανάλωση μέτριων ποσοτήτων τροφίμων ή μια ισορροπημένη διατροφή μπορεί να ελέγξει τον κίνδυνο. Άλλη μια στρατηγική είναι η διαφοροποίηση όταν κάποιος έρχεται σε επαφή με πηγές τροφίμων ή κατά την προμήθεια τους από έμπιστες πηγές. Η πιο έμπιστη πηγή αποδείχθηκε «η πίσω αυλή στο σπίτι» ή το φαγητό που προέρχεται από την οικογένεια ή από φίλους. Σύμφωνα με αυτά για μερικούς συμμετέχοντες ήταν σημαντικό να αγοράζουν τρόφιμα από πηγές όπου υπάρχει πιο άμεση επαφή με τον παραγωγό ή το να αγοράζουν ντόπια τρόφιμα. Άλλη μια στρατηγική αυτοπροστασίας ήταν ο έλεγχος της εμφάνισης και της συσκευασίας του τροφίμου, το σχολαστικό πλύσιμο των φρούτων και των λαχανικών, ο έλεγχος της ημερομηνίας λήξης, οι αγορές από την λαϊκή και η καλή αποθήκευση του τροφίμου.

Τα ευρήματα που αφορούν τις παραχωρήσεις της γεύσης για την ασφάλεια δείχνουν ότι για μερικούς συμμετέχοντες η ικανότητα να κάνουν ασφαλείς επιλογές ήταν περιορισμένη σε θέματα κόστους, χρόνου και άνεσης. Το κόστος των βιολογικών τροφίμων σημαίνει ότι είναι πολύ ακριβά για μερικούς να το αγοράζουν σε κανονική βάση. Οι αντιλήψεις για τη διαχείριση των κινδύνων στα τρόφιμα στη Δανία δείχνουν ότι η ασθένεια των τρελών αγελάδων, οι ακατάλληλες διατροφικές συνήθειες και η τροφική δηλητηρίαση θεωρήθηκαν ως καλά ελεγχόμενοι κίνδυνοι ενώ οι φυσικές τοξίνες βαθμολογήθηκαν ως οι λιγότερο καλά ελεγχόμενες. Στην Ελλάδα η ασθένεια της τρελής αγελάδας επίσης αναγνωρίστηκε ως ο πιο καλά ελεγχόμενος κίνδυνος μαζί με την τροφική δηλητηρίαση και τις αλλεργίες. Οι φυσικές τοξίνες εκτιμήθηκαν να είναι σχετικά καλά ελεγχόμενες σε σχέση με τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα. Στην Αγγλία η τροφική δηλητηρίαση θεωρήθηκε ως ο καλύτερος ελεγχόμενος κίνδυνος ενώ η ασθένεια των τρελών αγελάδων, τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα και τα μικροβιοκτόνα θεωρήθηκαν σχετικά ως καλά ελεγχόμενα θέματα. Κρίνεται αναγκαία η περαιτέρω έρευνα για να επιβεβαιωθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν τον τρόπο αντίληψης του καταναλωτή για τη διαχείριση των κινδύνων στα τρόφιμα.

Τέλος, η έρευνα των Kleef et al, (2006) είχε ως αντικείμενο τον προσδιορισμό των ομοιοτήτων και των διαφορών στις αντιλήψεις των καταναλωτών και των ειδικών για τις στρατηγικές διαχείρισης των κινδύνων στα τρόφιμα. Οι ομάδες στόχοι επιλέχθηκαν από πέντε ευρωπαϊκές χώρες, τη Δανία (n=10), τη Γερμανία (n=10), την Ελλάδα(n=10), τη Σλοβενία (n=7) και το Ηνωμένο Βασίλειο (n=9), με βάση τις πολιτιστικές τους διαφορές. Η έρευνα έγινε τον Οκτώβριο και Νοέμβριο του 2004. Οι ειδικοί που συμμετείχαν ήταν στο σύνολο 62 και συμμετείχαν σε 15 συζητήσεις των ομάδων στόχων (2 στη Γερμανία, 4 στη Σλοβενία, 3 στις άλλες χώρες).

Αρχικά προσδιορίστηκαν κάποιοι κοινοί παράγοντες που φαίνεται να επηρεάζουν τις αντιλήψεις καταναλωτών και ειδικών στα τρόφιμα και οι οποίοι αποτελούνται από τις προσπάθειες που έγιναν από τις υπεύθυνες αρχές για την διαχείριση των ρίσκων στα τρόφιμα, από την υπευθυνότητα για τη διαχείριση των τροφικών ρίσκων, τον τρόπο κατηγοριοποίησης των προτεραιοτήτων στο ρυθμιστικό σύστημα, από την επιστημονική πρόοδο και τις εφαρμογές της για τη διαχείριση των τροφικών κινδύνων και τέλος από την προσοχή των ΜΜΕ στα γεγονότα ασφάλειας τροφίμων.

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε ζητούσε από τους συμμετέχοντες να γράψουν όλες τις λέξεις ή φράσεις που τους έρχονταν στο μυαλό όταν σκέφτονταν τους τρόπους με τους οποίους οι καταναλωτές προστατεύονται από τους διατροφικούς κινδύνους, είχαν να βάλουν σε προτεραιότητα

μια ομάδα τροφικών κινδύνων σύμφωνα με την αντίληψη τους για το πόσο καλά αυτοί ελέγχονται από τις αρμόδιες αρχές όπως επίσης και να εκτιμήσουν την αξιοπιστία των ατόμων που είναι αναμειγμένη στη διαχείριση των τροφικών κινδύνων.

Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι ειδικοί ήταν πιο ομοιογενείς στις απόψεις τους σε αντίθεση με τους καταναλωτές. Οι ειδικοί έτειναν να εκφράζουν την ίδια άποψη ανεξάρτητα από τις πολιτιστικές προελεύσεις τους, ενώ οι γνώμες των καταναλωτών διέφεραν μεταξύ των χωρών. Ενδιαφέρον δείχνει το γεγονός ότι και οι δύο εκφράζουν παρόμοιες απόψεις για το τι είναι σημαντικό στη διαχείριση των κινδύνων στα τρόφιμα.

Όσον αφορά τις αντιλήψεις για τις προσπάθειες που έγιναν από τις υπεύθυνες αρχές για τη διαχείριση των κινδύνων αυτές συσχετίστηκαν με τα συστήματα ελέγχου, τα παρεμποδιστικά μέτρα, τις πληροφορίες και την εκπαίδευση. Οι ειδικοί εξέφρασαν μια πιο θετική άποψη για την δυναμική των πρακτικών διαχείρισης τροφικών κινδύνων απ' ότι οι καταναλωτές δηλώνοντας ότι τα συστήματα ελέγχου του κινδύνου είναι και αποτελεσματικά και επαρκή. Αν και οι ειδικοί πίστευαν οι κίνδυνοι ελέγχονται σωστά, γνώριζαν επίσης ότι τα συστήματα ελέγχου δεν είναι πάντα τέλεια.

Όσον αφορά τα παρεμποδιστικά μέτρα στη Γερμανία, οι καταναλωτές εξέφρασαν την άποψη ότι η δυναμική των παρεμποδιστικών μέτρων περιορίστηκε από την ανικανότητα πρόβλεψης την πιθανότητας κάποιου κινδύνου στα τρόφιμα. Οι Έλληνες ειδικοί που συμμετείχαν συζήτησαν σε μεγάλο βαθμό τις προσπάθειες που έγιναν για τη διαχείριση της τροφικής κρίσης και συγκεκριμένα για την κρίση της αγελαδινής σπογγώδους εγκεφαλοπάθειας. Επίσης, το επίπεδο των διαθέσιμων πληροφοριών και η αντιληφθείσα προσπάθεια είχαν πιο θετικές εκτιμήσεις από τους καταναλωτές και τους ειδικούς για τη διαχείριση των κινδύνων στα τρόφιμα. Στην Γερμανία, οι συμμετέχοντες θεώρησαν την ετικέτα στα προϊόντα τροφίμων ως συμβολική. Άλλοι τη θεώρησαν ως μια προαπαιτούμενη επιλογή του καταναλωτή σε σχέση με την ασφάλεια τροφίμων. Οι ειδικοί έδωσαν έμφαση στην ποιότητα των παρεχόμενων πληροφοριών.

Όσον αφορά την υπευθυνότητα οι καταναλωτές εξέφρασαν ότι οι ίδιοι είχαν την ευθύνη και την ικανότητα να αντιμετωπίσουν τους διατροφικούς κινδύνους. Οι ειδικοί, εντούτοις, έτειναν να εμπιστεύονται την δύναμη των ελεγκτικών οργανισμών. Ειδικά οι καταναλωτές είπαν ότι η αλλεργία από τα τρόφιμα και οι ακατάλληλες διατροφικές επιλογές είναι προσωπική ευθύνη του καθενός. Σε αντίθεση, η τροφική δηλητηρίαση, οι φυσικές τοξίνες και τα μικροβιοκτόνα

θεωρήθηκαν να αποτελούν εν μέρει προσωπική ευθύνη, και εν μέρει ως ευθύνη των άλλων. Επίσης η ευθύνη για αυτοπροστασία θεωρήθηκε αναγκαία λόγω της επιστημονικής αβεβαιότητας, της επιρροής των οικονομικών συμφερόντων και η έλλειψη πλήρους πληροφόρησης, όπως π.χ στην περίπτωση των γενετικά τροποποιημένων οργανισμών.

Όσον αφορά τον τρόπο επιλογής των προτεραιοτήτων στα ρυθμιστικά συστήματα μερικοί συμμετέχοντες, και καταναλωτές και ειδικοί, συμφώνησαν ότι τα κύρια κίνητρα των πολιτικών καθοδηγούνται από οικονομικά συμφέροντα. Για την επιστημονική πρόοδο μερικοί καταναλωτές είπαν ότι αυτή λύνει μερικά προβλήματα ενώ δημιουργεί κάποια άλλα. Οι Έλληνες συμμετέχοντες συμφώνησαν ότι η επιστημονική γνώση και πρόοδος μπορούν να επιδράσουν θετικά στο σύστημα συνολικής διαχείρισης των κινδύνων. Το θέμα της προσοχής από τα ΜΜΕ θεωρείται ότι έχει και αρνητικές και θετικές συνέπειες στη διαχείριση των τροφικών κινδύνων. Η πεποίθηση ότι το ρίσκο στα τρόφιμα είναι καλά ελεγχόμενο όταν ελκύει σε μεγάλο βαθμό την προσοχή των μέσων εξεφράστηκε και από καταναλωτές και από ειδικούς. Τα μέσα θεωρήθηκαν από τους ειδικούς να αφυπνίζουν τους καταναλωτές εστιάζοντας σε αρνητικά παρά σε θετικά γεγονότα.

Τελικά, η ανάλυση των αντιλήψεων των καταναλωτών για την αξιοπιστία των διαχειριστών της ασφάλειας των τροφίμων έδειξε ότι οι ενώσεις καταναλωτών και οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες θεωρούνται ως οι δύο πιο έμπιστες πηγές. Ως λιγότερο έμπιστες πηγές θεωρούνται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι επιστήμονες που εργάζονται για τη βιομηχανία, οι λιανοπωλητές τροφίμων και η βιομηχανία τροφίμων. Όσον αφορά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή οι συμμετέχοντες την αντιλαμβάνονταν ως λιγότερο αξιόπιστη καθώς έχει να αντιμετωπίσει ένα εύρος θεμάτων και προτεραιοτήτων.

Β' ΜΕΡΟΣ: ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Μεθοδολογική προσέγγιση

Η παρούσα εργασία πραγματοποιείται με σκοπό να διερευνηθεί η αντίληψη και η συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στους κινδύνους που ενέχουν τα τρόφιμα. Αρχικά επιχειρείται να κατανοηθεί η αντίληψη των ατόμων γενικά για τον κίνδυνο (ρίσκο) και στη συνέχεια για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα και ποτά, όπως και να ερευνηθεί η εμπιστοσύνη στις διάφορες πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό υπευθυνότητας των φορέων που εμπλέκονται με τον κλάδο τροφίμων. Η διερεύνηση του πλέγματος των παραμέτρων που διαμορφώνουν τη συμπεριφορά του ατόμου απέναντι στους διατροφικούς κινδύνους επιχειρήθηκε με την πραγματοποίηση δειγματοληπτικής έρευνας στην περιφέρεια της Αττικής.

Προκειμένου να επιτευχθεί ο πιο πάνω σκοπός, πραγματοποιήθηκε η απαραίτητη έρευνα με τη βοήθεια ερωτηματολογίου. Η συλλογή των απαραίτητων πληροφοριών πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα 6/6/2007 έως 22/6/2007. Το ερωτηματολόγιο της έρευνας δόθηκε σε τυχαίο δείγμα 338 ατόμων, κατοίκων 4 διαφορετικών περιοχών της Αττικής. Στην περιοχή της Καλλιθέας (Νότια) δόθηκαν 100 ερωτηματολόγια, στην περιοχή του δήμου Αθηναίων 85 ερωτηματολόγια, στην περιοχή Ζωγράφου (Ανατολικά) δόθηκαν 80 ερωτηματολόγια και στην περιοχή του Αμαρουσίου (Βόρεια) 73 ερωτηματολόγια.

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο περιείχε 20 ερωτήσεις ως επί το πλείστον κλειστού τύπου και το οποίο χαρακτηρίστηκε από τους ερωτώμενους ως εύκολο και με σχετική λογική ακολουθία. Η κάθε ερώτηση περιλάμβανε αρκετές υποκατηγορίες στοιχείων ως απαντήσεις και έτσι το σύνολο των μεταβλητών έφθασε τις 109.

Ειδικότερα το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από 5 ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλάμβανε ερωτήσεις σχετικές με τα προσωπικά στοιχεία του ατόμου, όπως για παράδειγμα το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση. Επίσης σε αυτή την ενότητα συμπεριελήφθησαν τα οικονομικά στοιχεία του ατόμου όπως για παράδειγμα τα μέλη της οικογένειας, ο αριθμός των παιδιών και οι ηλικίες των μικρότερων παιδιών, το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα και το ποσό των εβδομαδιαίων δαπανών για την αγορά τροφίμων. Η γνώση των πιο πάνω παραμέτρων βοηθά στη σκιαγράφηση του προφίλ των καταναλωτών.

Στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου, το ενδιαφέρον επικεντρώθηκε στους παράγοντες επιλογής τροφίμων δηλαδή πόσο λαμβάνουν υπόψη οι καταναλωτές κάποιους παράγοντες κατά τη διάρκεια αγοράς τροφίμων. Οι ερωτώμενοι κατέταξαν τους παράγοντες σε κλίμακα κλίμακα ισοδιαστήματος (interval scale) 5 απαντήσεων (5-point interval scale) όπου 1 σημαίνει καθόλου και 5 πάρα πολύ. Σύμφωνα με τους Hornibrook et al, (2005), οι παράγοντες που λαμβάνουν υπόψη οι καταναλωτές κατά την διάρκεια αγοράς βοδινού είναι η γεύση και η μαλακότητα του, η ασφάλεια, η χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος, η σιγουριά για την αυθεντικότητα του, να είναι οικολογικό, βιολογικό, η προέλευση και η ιστορία του ζώου, η μέθοδος παραγωγής, το επίπεδο ευημερίας του ζώου, η σταθερή ποσότητα στη συσκευασία, η τιμή, το χρώμα, η ποιότητα, οι τίμιες σχέσεις πωλητή και προμηθευτή, ο χρόνος προετοιμασίας. Με βάση την έρευνα του Ipsos-Reid Corporation (2004) λήφθηκαν υπόψη οι παράγοντες που αναφέρονται στη θρεπτικότητα, τη γεύση, τη βιώσιμη παραγωγή, το χειρισμό του τροφίμου, την προέλευσή του, την ευκολία προετοιμασίας, το όνομα της εταιρείας, τα συστατικά, την ποιότητα και την ασφάλεια ενώ οι McCarthy and Henson, (2005) σε έρευνα τους για το βοδινό έλαβαν υπόψη τη χώρα προέλευσης, την υφή, την οσμή, τη περιεκτικότητα σε λίπος, το χρώμα, την τοποθεσία, τη τιμή, την ετικέτα, τις συστάσεις του κρεοπώλη και την ποιότητα. Στην παρούσα εργασία ελήφθησαν υπόψη και οι παράγοντες όπως το να είναι φρέσκο (Verbeke, 2001), να είναι πάντα διαθέσιμο και να συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις (European Commission, 2006).

Η τρίτη ενότητα περιλάμβανε ερωτήσεις που αφορούσαν τις αντιλήψεις για τον κίνδυνο (ρίσκο). Σύμφωνα με τους Roosen et al, (2005) η αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο μπορεί να μετρηθεί με ερωτήσεις τύπου σε ποιο βαθμό μπορούν να βλάψουν την υγεία η ραδιενέργεια, το κάπνισμα, ο αέρας, το κλίμα, τα ναρκωτικά, το νερό, ο θόρυβος, τα τρόφιμα και ποτά, το άγχος και το κυκλοφοριακό. Στη συνέχεια της ίδιας ενότητας οι ερωτήσεις εξειδικεύονταν σε ειδικές κατηγορίες τροφίμων και ποτών και συγκεκριμένα πόσο επικίνδυνα είναι το κρέας, τα φρούτα και λαχανικά, τα αυγά, τα δημητριακά, το γάλα, το γιαούρτι και τυρί, τα ψάρια και θαλασσινά και τα ποτά.

Επίσης, η τρίτη ενότητα περιλάμβανε ερωτήσεις στις οποίες παραθέτονταν κάποιοι κίνδυνοι στα τρόφιμα που έπρεπε να βαθμολογηθούν για το επίπεδο ρίσκου που έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων. Σύμφωνα με την έρευνα των Rosati and Saba, (2004) οι πιο σημαντικοί κίνδυνοι στα τρόφιμα είναι η γενετική τροποποίηση, η ραδιενέργεια και τα μικροβιοκτόνα κατάλοιπα ενώ η έρευνα των Gaivoronskaia and Hvinden, (2004) εξέτασε το επίπεδο ρίσκου της σαλμονέλας και των

υλικών που προκαλούν αλλεργία. Άλλες πηγές κινδύνων που λήφθηκαν υπόψη στην έρευνα είναι η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια (Setbon et al, 2005), η παρουσία φυτοφαρμάκων δηλαδή γεωργικών χημικών στα τρόφιμα (European Commission, 2006), η μόλυνση του πόσιμου νερού, οι αυξητικές ορμόνες, οι βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων (Tucker et al, 2006), η βακτηριακή μόλυνση (Tucker et al, 2006, Roosen et al, 2005), η λιστέρια, τα πρόσθετα, ο αφθώδης πυρετός των ζώων κ.ά (McCarthy et al, 2007).

Στη συνέχεια οι συμμετέχοντες είχαν να απαντήσουν στην ερώτηση αν η κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια, την υγιεινή, τη φιλικότητα στο περιβάλλον, τη νοστιμιά και την ακρίβεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει, παρέμεινε η ίδια ή έχει βελτιωθεί. Η τελευταία ερώτηση της ενότητας αφορούσε τον βαθμό ελέγχου που οι καταναλωτές πιστεύουν ότι έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι και που τρώνε στα εστιατόρια.

Η τέταρτη ενότητα του ερωτηματολογίου επικεντρώθηκε στις πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων και στην αξιοπιστία τους. Η πρώτη ερώτηση της ενότητας ζητούσε από τους ερωτώμενους να δώσουν την άποψη τους για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν η τηλεόραση (Rosati and Saba, 2004), τα περιοδικά, οι εφημερίδες (Ipsos-Reid Corporation, 2004), το ραδιόφωνο, το διαδίκτυο, ο προσωπικός ιατρός, οι φίλοι και συγγενείς για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Οι ίδιες πηγές πληροφόρησης συμπεριλήφθηκαν και στην δεύτερη ερώτηση της ενότητας η οποία αφορούσε την εμπιστοσύνη των ατόμων σε αυτές τις πηγές για τα θέματα ασφάλειας τροφίμων. Άλλες πηγές που ελήφθησαν υπόψη είναι τα σουπερμάρκετ, τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, τα εξειδικευμένα καταστήματα, οι αγρότες/παραγωγοί, η ετικέτα του προϊόντος, οι πληροφορίες από την ίδια την εταιρεία, τα εστιατόρια, οι εξειδικευμένες αρχές, οι κυβερνητικές υπηρεσίες και η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (Green, 2005), οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι γιατροί/ειδικοί, οι φίλοι/οικογένεια (Hornibrook et al, 2005), οι ενώσεις καταναλωτών (Rosati and Saba, 2004) και οι περιβαλλοντικές οργανώσεις (Tucker et al, 2006).

Η προτελευταία ερώτηση ζητούσε από τους ερωτώμενους να δηλώσουν πως αντιλαμβάνονται τις πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά το βαθμό ολοκλήρωσης, σαφήνειας, ειλικρίνειας, επάρκειας και σημαντικότητας τους και

πάλι σε πεντάβαθμη κλίμακα όπου 1 σημαίνει καθόλου και 5 σημαίνει πάρα πολύ (Verbeke and Kenhove, 2002).

Η τελευταία ερώτηση του ερωτηματολογίου, που αποτελεί την πέμπτη ενότητα, ζητούσε από τους ερωτώμενους να δηλώσουν το βαθμό που πιστεύουν ότι κράτος, αγρότες, βιομηχανία τροφίμων, πωλητές, καταναλωτές και Ευρωπαϊκή Ένωση είναι υπεύθυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων στοιχεία τα οποία συμπεριελήφθησαν και στις έρευνες των Rosati and Saba, (2004), Gaivoronskaia and Hvinden, (2004), Ipsos-Reid Corporation (2004), Kleef et al, (2006).

Μετά τη συγκέντρωση των ερωτηματολογίων ακολούθησε το στάδιο της επεξεργασίας τους. Στο στάδιο αυτό πραγματοποιήθηκε αρχικά έλεγχος όλων των ερωτηματολογίων προκειμένου να διασφαλιστεί ότι δεν δόθηκαν ασαφείς ή ελλιπείς απαντήσεις. Διαπιστώθηκε ότι ενώ αρχικά μοιράστηκαν 360 ερωτηματολόγια στο τέλος συγκεντρώθηκαν 338 ερωτηματολόγια και τα οποία συμπληρώθηκαν πλήρως.

Έτσι, ακολούθησε η κωδικοποίηση των απαντήσεων και η καταγραφή τους σε στατιστικούς πίνακες. Η επεξεργασία αυτών των μεταβλητών, οι οποίες στην συντριπτική πλειοψηφία τους ήταν ποιοτικές πραγματοποιήθηκε με το λογισμικό SPSS 13.0 for Windows (Statistical Package for Social Sciences) και περιελάμβανε την εξαγωγή αποτελεσμάτων των μέτρων κεντρικής τάσης, των συσχετίσεων, των πινάκων διπλής εισόδου για όλες τις μεταβλητές προκειμένου να εξακριβωθεί η ορθή κωδικογράφηση τους. Αυτά τα αποτελέσματα παρατίθενται στα Παραρτήματα Γ', Δ' και Ε' της συγκεκριμένης μελέτης.

Εν συνεχεία, πραγματοποιήθηκαν κατανομές συχνοτήτων για το σύνολο των 109 μεταβλητών του ερωτηματολογίου, ενώ διεξήχθησαν ελέγχοι υποθέσεων και πίνακες διπλής εισόδου και φυσικά εκτιμήσεις πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις συγκεκριμένες στατιστικές πράξεις καθώς και τα εξειδικευμένα συμπεράσματα που προκύπτουν από αυτές αναλύονται στα επόμενα κεφάλαια της συγκεκριμένης μελέτης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Εμπειρικές κατανομές συχνοτήτων (Περιγραφική στατιστική ανάλυση)

Στο παρόν κεφάλαιο σχολιάζονται αναλυτικά και παρατίθενται υπό μορφή πινάκων τα αποτελέσματα των εμπειρικών κατανομών συχνοτήτων, (συχνότητες, σχετικές συχνότητες, αθροιστικές συχνότητες και τα αντίστοιχα ποσοστά τους), όπως προέκυψαν από την επεξεργασία του ερωτηματολογίου. Η ανάλυση ακολουθεί την ίδια ροή με τη σειρά των ερωτήσεων στο ερωτηματολόγιο.

6.1 Ανάλυση και σχολιασμός των εμπειρικών κατανομών συχνοτήτων της έρευνας

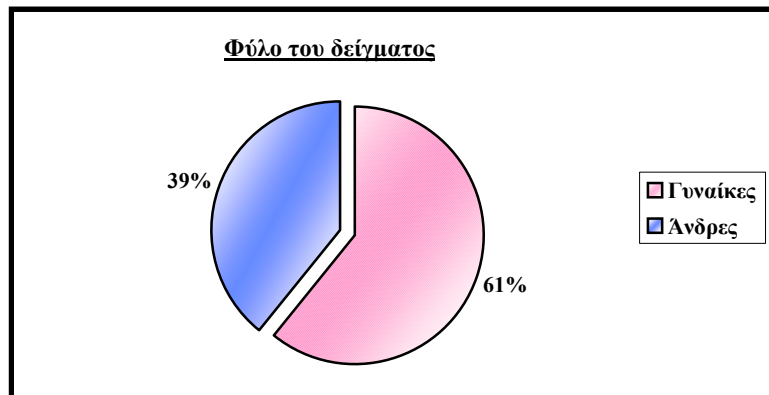
A. Προσωπικά στοιχεία του δείγματος

Το 60,7% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες ενώ το 39,3% ήταν άνδρες (πίνακας 6.2.1). Η κατανομή των ηλικιών των ερωτηθέντων διαμορφώνεται ως εξής: το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν ηλικίας μεταξύ 20-34 ετών (40,2%), η ομάδα των ατόμων ηλικίας 35-50 ετών έπεται με ποσοστό 33,7%, η ομάδα των ατόμων μέχρι 19 ετών συγκέντρωσε ποσοστό 14,8%, τα άτομα ηλικίας 51-65 συμμετείχαν κατά 8% στην έρευνα ενώ τα άτομα ηλικίας πάνω από 65 ετών συμμετείχαν με ποσοστό μόλις 3% (πίνακας 6.2.2, διάγραμμα 6.2.2).

Πίνακας 6.2.1: Κατανομή φύλου του δείγματος.

Φύλο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Γυναίκα	205	60,7	60,7
Άνδρας	133	39,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

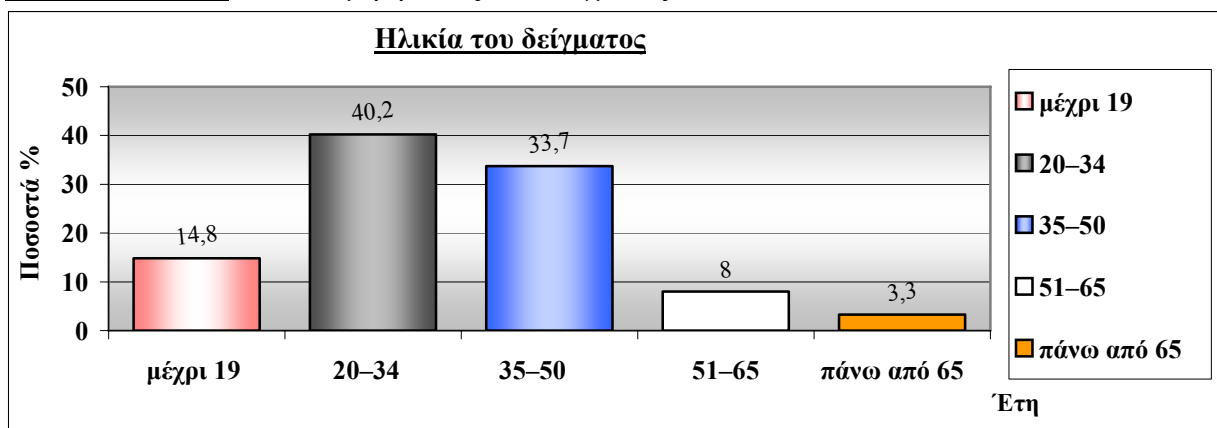
Διάγραμμα 6.2.1: Κατανομή φύλου του δείγματος.



Πίνακας 6.2.2: Κατανομή ηλικίας του δείγματος.

Ηλικία	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
μέχρι 19 ετών	50	14,8	14,8
20 – 34 ετών	136	40,2	55,0
35 – 50 ετών	114	33,7	88,8
51 – 65 ετών	27	8,0	96,7
πάνω από 65	11	3,3	100,0
Σύνολο	338	100	

Διάγραμμα 6.2.2: Κατανομή ηλικίας του δείγματος.

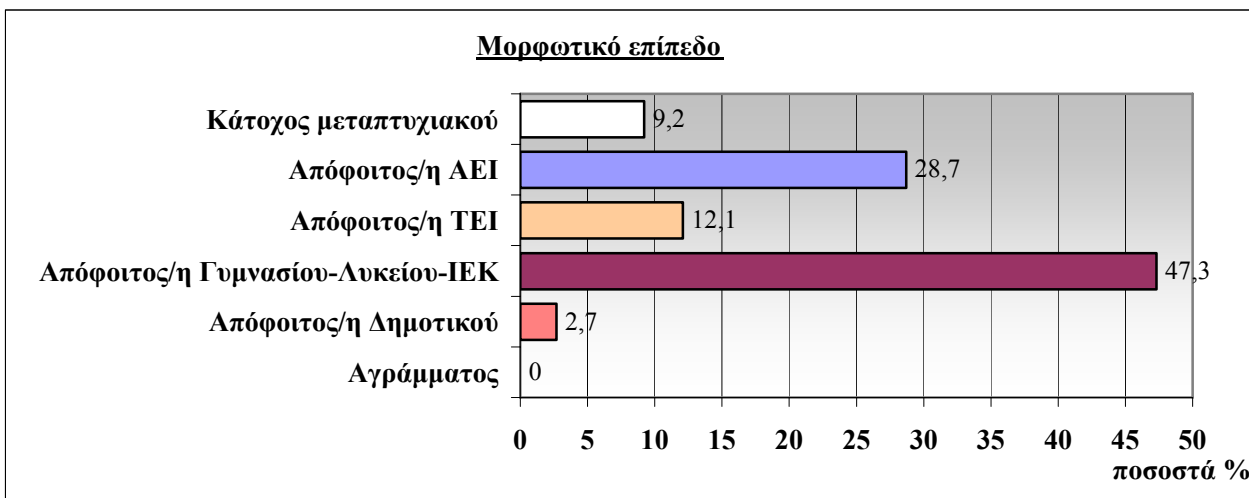


Στον πίνακα 6.2.3 παρουσιάζεται το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων που έλαβαν μέρος στην έρευνα. Όπως βλέπουμε σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες του δείγματος (47,3%) ήταν απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ. Σημαντικό είναι ότι δεν υπήρχαν καθόλου αγράμματοι στο δείγμα (0%) και ότι οι απόφοιτοι δημοτικού συγκέντρωναν μικρό ποσοστό (2,7%). Το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό ανήκει στους απόφοιτους ΑΕΙ με 28,7% ενώ αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των αποφοίτων ΤΕΙ το οποίο ανέρχεται στο 12,1%. Τέλος οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συγκεντρώνουν ποσοστό 9,2% των ερωτηθέντων (πίνακας 6.2.3, διάγραμμα 6.2.3).

Πίνακας 6.2.3: Μορφωτικό επίπεδο του δείγματος.

Μόρφωση	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Σχετική αθροιστική συχνότητα %
Αγράμματος	0	0	0
Απόφοιτος/η Δημοτικού	9	2,7	2,7
Απόφοιτος/η Γυμνασίου-Λυκείου- ΙΕΚ	160	47,3	50,0
Απόφοιτος/η ΤΕΙ	41	12,1	62,1
Απόφοιτος/η ΑΕΙ	97	28,7	90,8
Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου	31	9,2	100,0
Σύνολο	338	100	

Διάγραμμα 6.2.3: Μορφωτικό επίπεδο του δείγματος.

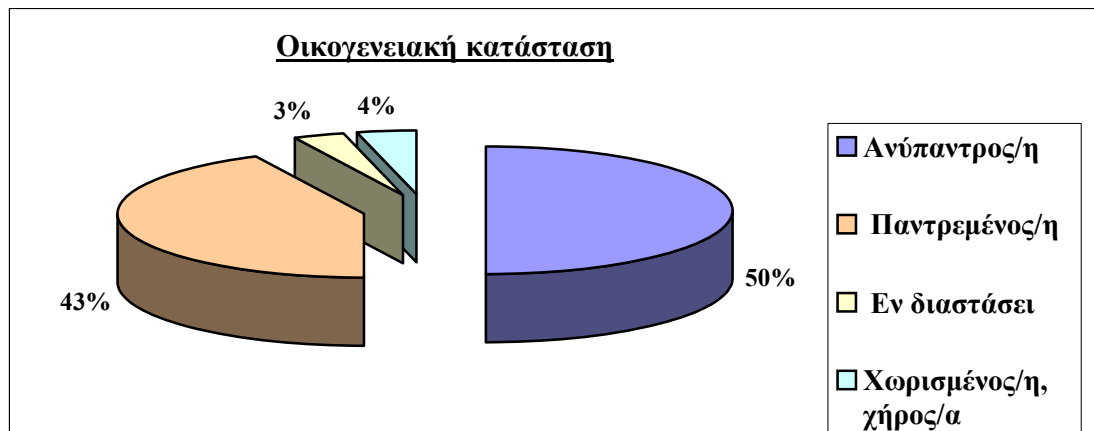


Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτηθέντων, όπως προκύπτει και από τον πίνακα 6.2.4, οι μισοί από τους ερωτηθέντες είναι ανύπαντροι (50%), ενώ το 42,9% των ερωτηθέντων είναι παντρεμένοι. Μόλις το 3,3% των ατόμων δήλωσαν εν διαστάσει ενώ ακόμη το 3,8% δήλωσε ότι είναι χωρισμένος/η ή χήρος/α (διάγραμμα 6.2.4).

Πίνακας 6.2.4: Οικογενειακή κατάσταση του δείγματος.

Οικογενειακή κατάσταση	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Σχετική αθροιστική συχνότητα %
Ανύπαντρος/η	169	50,0	50,0
Παντρεμένος/η	145	42,9	92,9
Εν διαστάσει	11	3,3	96,2
Χωρισμένος/η, χήρος/α	13	3,8	100,0
Σύνολο	338	100	

Διάγραμμα 6.2.4: Οικογενειακή κατάσταση του δείγματος.



Ο αριθμός των μελών των οικογενειών κυμαίνεται από 1 έως 8 άτομα, με μεγαλύτερο ποσοστό να εμφανίζεται εκείνο των τετραμελών οικογενειών (37,6%). Οι ολιγομελείς οικογένειες του ενός και των δύο ατόμων συγκεντρώνουν το 19,8% του δείγματος, ποσοστό ιδιαίτερα σημαντικό, ενώ οι οικογένειες που αριθμούν από 5 μέλη και άνω είναι 66, ποσοστό 19,6% επί του συνόλου των ερωτηθέντων, εκ των οποίων μόνο το 4,5% αριθμούν 6, 7 και 8 άτομα (πίνακας 6.2.5, διάγραμμα 6.2.5).

Πίνακας 6.2.5: Αριθμός μελών της οικογένειας του δείγματος.

Αριθμός μελών οικογένειας	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Σχετική αθροιστική συχνότητα %
1	29	8,6	8,6
2	38	11,2	19,8
3	78	23,1	42,9
4	127	37,6	80,5
5	51	15,1	95,6
6	11	3,3	98,8
7	3	0,9	99,7
8	1	0,3	100,0
Σύνολο	338	100	

Διάγραμμα 6.2.5: Αριθμός μελών της οικογένειας του δείγματος.



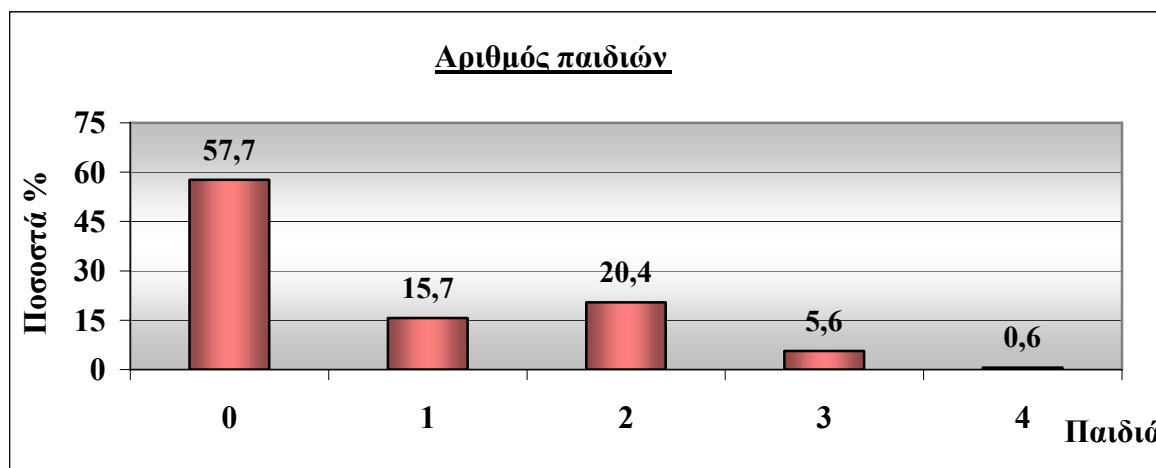
Μάλιστα, όπως προκύπτει από τον πίνακα 6.2.6, το ποσοστό των έγγαμων (42,9%), υπερέχει του ποσοστού αυτών που έχουν παιδιά (ποσοστό 41,7%), γεγονός που αποδεικνύει την ύπαρξη άτεκνων ζευγαριών, ενώ το σύνολο εκείνων που δήλωσαν ότι η οικογένεια τους αποτελείται από 7 και πλέον άτομα , ποσοστό 1,2%, δεν αποδεικνύει ταυτόχρονα την ύπαρξη πολύτεκνων οικογενειών, αφού ο μέγιστος αριθμός παιδιών είναι τέσσερα (0,6%), αλλά υποδηλώνει τη συγκατοίκηση με τα ηλικιωμένα άτομα της οικογένειας.

Πάντως, από τους ερωτηθέντες που δήλωσαν ότι έχουν παιδιά, το 20,4% έχει δύο παιδιά, το 15,7% έχει ένα παιδί, ενώ μόλις το 5,6% έχει τρία παιδιά, γεγονός το οποίο επαληθεύει τον ολιγομελή χαρακτήρα της αστικής οικογένειας (πίνακας 6.2.6, διάγραμμα 6.2.6).

Πίνακας 6.2.6: Αριθμός παιδιών του δείγματος.

<u>Αριθμός παιδιών</u>	<u>Συχνότητα</u>	<u>Σχετική συχνότητα %</u>	<u>Αθροιστική συχνότητα %</u>
0	195	57,7	57,7
1	53	15,7	73,4
2	69	20,4	93,8
3	19	5,6	99,4
4	2	0,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Διάγραμμα 6.2.6: Αριθμός παιδιών του δείγματος.



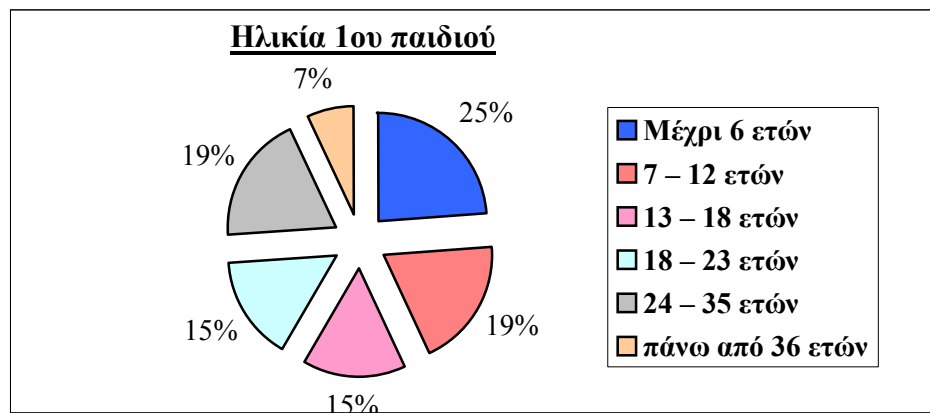
Οι ηλικίες των τριών μικρότερων παιδιών των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι είχαν παιδιά παρουσιάζονται στους πίνακες 6.2.7.1, 6.2.7.2 και 6.2.7.3. Από τον πρώτο πίνακα προκύπτει ότι η ηλικία του πρώτου μικρότερου παιδιού του 10,2% των ερωτώμενων είναι μέχρι 6 ετών, του 8,1% μεταξύ 7 και 12 ετών ενώ το ίδιο ποσοστό δηλώνει και ηλικίες από 24 μέχρι 35 ετών. Επίσης το

6,6% δηλώνει ότι το πρώτο μικρότερο παιδί έχει ηλικία μεταξύ 13 και 18 ετών ενώ το ίδιο ποσοστό δηλώνει και ηλικίες μεταξύ 19 και 23 ετών. Μόλις το 3% έχει μικρότερο παιδί άνω της ηλικίας των 36 ετών.

Πίνακας 6.2.7.1: Ηλικία 1^{ου} παιδιού του δείγματος.

Ηλικία 1^{ου} παιδιού	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Μέχρι 6 ετών	34	10,2	23,9
7 – 12 ετών	27	8,1	43,0
13 – 18 ετών	22	6,6	58,5
19 – 23 ετών	22	6,6	73,9
24 – 35 ετών	27	8,1	93
πάνω από 36 ετών	10	3	100
Σύνολο	142	42,6	

Διάγραμμα 6.2.7.1: Ηλικία 1^{ου} παιδιού του δείγματος.

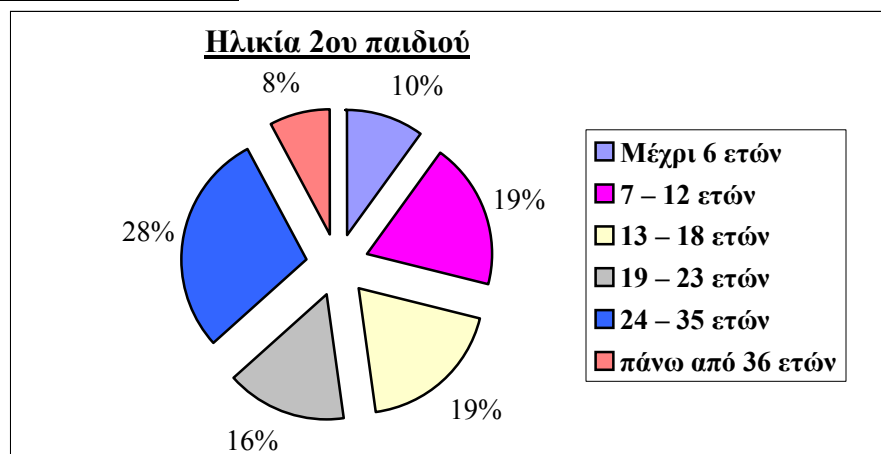


Η ηλικία του 2^{ου} μικρότερου παιδιού παρουσιάζεται στον πίνακα 6.2.7.2. Όπως βλέπουμε το μεγαλύτερο ποσοστό είναι το 7,8% των ερωτώμενων το οποίο δηλώνει ότι η ηλικία του δεύτερου μικρότερου παιδιού του είναι μεταξύ 24 και 35 ετών. Το 5,1% του δείγματος έχει 2^ο μικρότερο παιδί ηλικίας 7 με 12 ετών ενώ το ίδιο ποσοστό δηλώνει και ηλικία μεταξύ 13 με 18 ετών. Η ηλικία του δεύτερου μικρότερου παιδιού του 4,2% είναι από 19 μέχρι 23 ετών, του 2,7% μέχρι 6 ετών ενώ μόνο το 2,1% δηλώνει ηλικία πάνω από 36 ετών.

Πίνακας 6.2.7.2: Ηλικία 2^{ου} παιδιού του δείγματος.

Ηλικία 2^{ου} παιδιού	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Μέχρι 6 ετών	9	2,7	10
7 – 12 ετών	17	5,1	28,9
13 – 18 ετών	17	5,1	47,8
19 – 23 ετών	14	4,2	63,3
24 – 35 ετών	26	7,8	92,2
πάνω από 36 ετών	7	2,1	100
Σύνολο	90	26,6	

Διάγραμμα 6.2.7.2: Ηλικία 2^{ου} παιδιού του δείγματος.

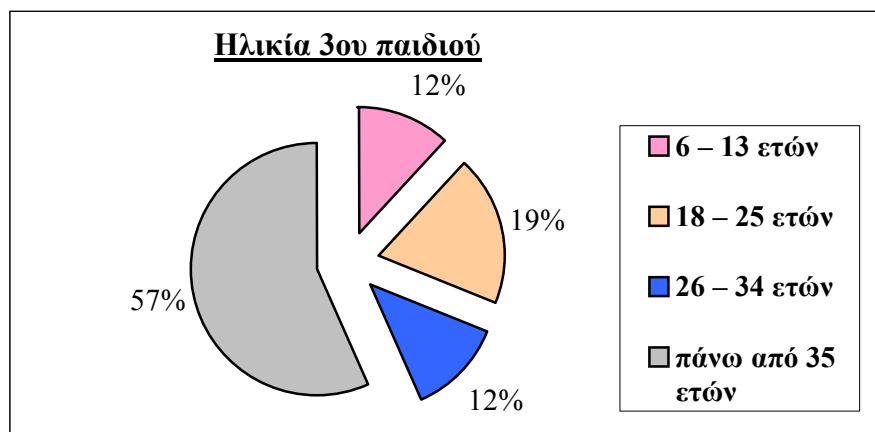


Η ηλικία του 3^{ου} μικρότερου παιδιού παρουσιάζεται στον πίνακα 6.2.7.3. Όπως βλέπουμε το 3^ο μικρότερο παιδί του 7,1% των ερωτώμενων έχει ηλικία πάνω από 35 ετών ενώ το 2,4% δηλώνει ηλικίες από 18 μέχρι 25 ετών για το 3^ο μικρότερο παιδί.

Πίνακας 6.2.7.3: Ηλικία 3^{ου} παιδιού του δείγματος.

Ηλικία 3^{ου} παιδιού	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
6 – 13 ετών	5	1,5	23,8
13-17 ετών	0	0	23,8
18 – 25 ετών	8	2,4	61,9
26 – 34 ετών	5	1,5	85,7
πάνω από 35 ετών	3	7,1	100
Σύνολο	21	12,5	

Διάγραμμα 6.2.7.3: Ηλικία 3^{ου} παιδιού του δείγματος.

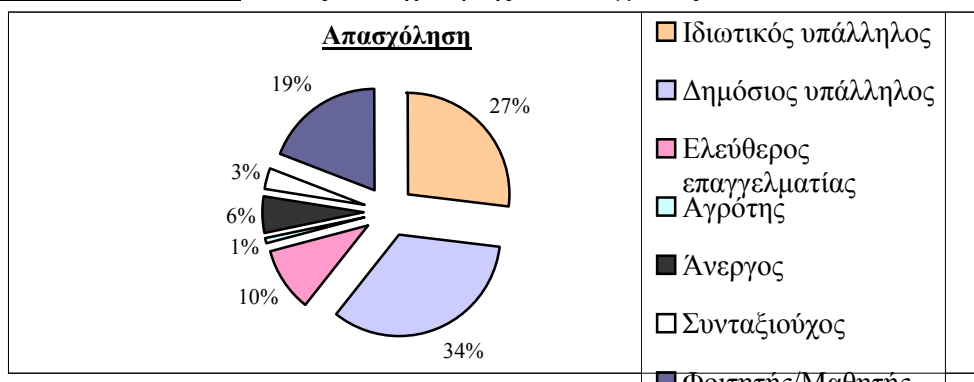


Ο πίνακας 6.2.8.1 δείχνει την απασχόληση των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα. Παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απασχολείται στο δημόσιο τομέα (33,7%) ενώ το αμέσως υψηλότερο ποσοστό συγκεντρώνουν αυτοί που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (26,9%). Ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα (19,2%) είναι φοιτητές ή μαθητές ενώ οι αγρότες άγγιξαν μόλις το 0,9%. Οι άνεργοι και οι συνταξιούχοι συγκεντρώσαν το 9,2% του δείγματος.

Πίνακας 6.2.8.1: Είδος απασχόλησης του δείγματος.

Απασχόληση	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Ιδιωτικός υπάλληλος	91	26,9	26,9
Δημόσιος υπάλληλος	114	33,7	60,7
Ελεύθερος επαγ/τίας	34	10,1	70,7
Αγρότης	3	0,9	71,6
Άνεργος	20	5,9	77,5
Συνταξιούχος	11	3,3	80,8
Φοιτητής/Μαθητής	65	19,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

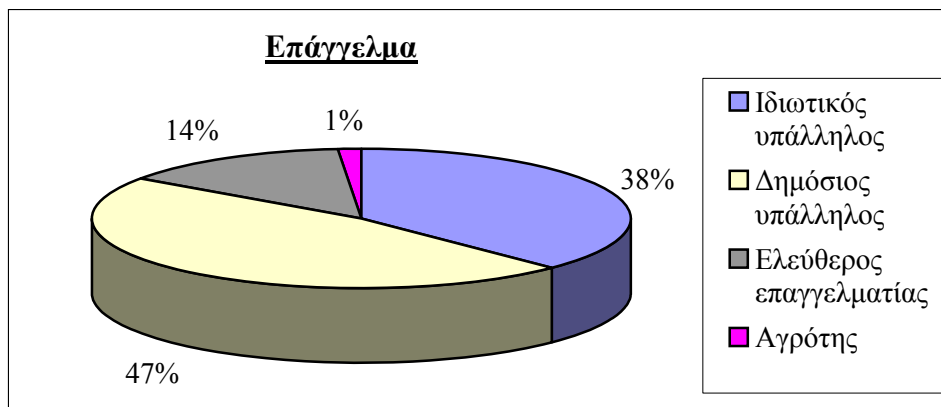
Διάγραμμα 6.2.8.1: Είδος απασχόλησης του δείγματος.



Πίνακας 6.2.8.2: Επάγγελμα του δείγματος.

<u>Επάγγελμα</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Ιδιωτικός υπάλληλος	91	26,9	37,6
Δημόσιος υπάλληλος	114	33,7	84,7
Ελεύθερος επαγ/τίας	34	10,1	98,8
Αγρότης	3	0,9	100,0
Σύνολο	242	100	

Διάγραμμα 6.2.8.2: Επάγγελμα του δείγματος.

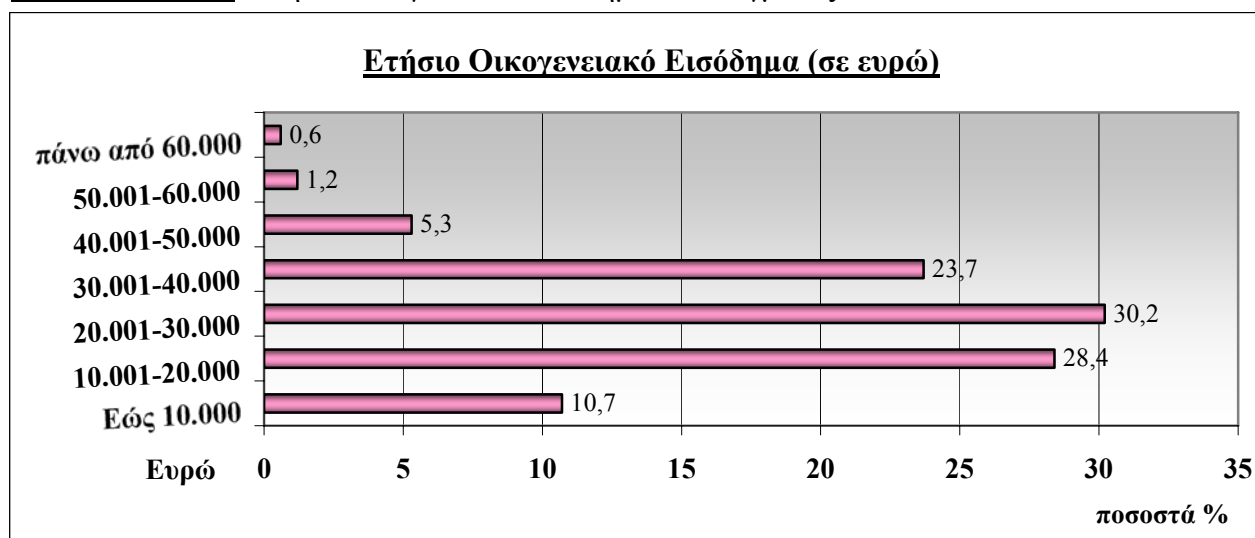


Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα της πλειοψηφίας των ερωτηθέντων κυμαίνεται από 20.000 έως 30.000 ευρώ (30,2%), ενώ το 28,4% των ερωτηθέντων διαθέτει οικογενειακό εισόδημα κάτω των 20.000 ευρώ. Αρκετά χαμηλό εισόδημα διαθέτει το 10,7% των ατόμων με ποσό έως 10.000 ετησίως. Ενώ αρκετά υψηλό εισόδημα φαίνεται να απολαμβάνει το 23,7% των ατόμων με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 30.000 έως 40.000 ευρώ. Άνω των 40.000 ευρώ ετήσιο οικογενειακό εισόδημα συγκεντρώνει μόλις το 7,1% των ερωτηθέντων (πίνακας 6.2.9, διάγραμμα 6.2.9).

Πίνακας 6.2.9: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του δείγματος.

Ετήσιο Οικογενειακό Εισόδημα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Εώς 10.000 ευρώ	36	10,7	10,7
10.001-20.000 ευρώ	96	28,4	39,1
20.001-30.000 ευρώ	102	30,2	69,2
30.001-40.000 ευρώ	80	23,7	92,9
40.001-50.000 ευρώ	18	5,3	98,2
50.001-60.000 ευρώ	4	1,2	99,4
πάνω από 60.000	2	0,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Διάγραμμα 6.2.9: Ετήσιο οικογενειακό εισόδημα του δείγματος.

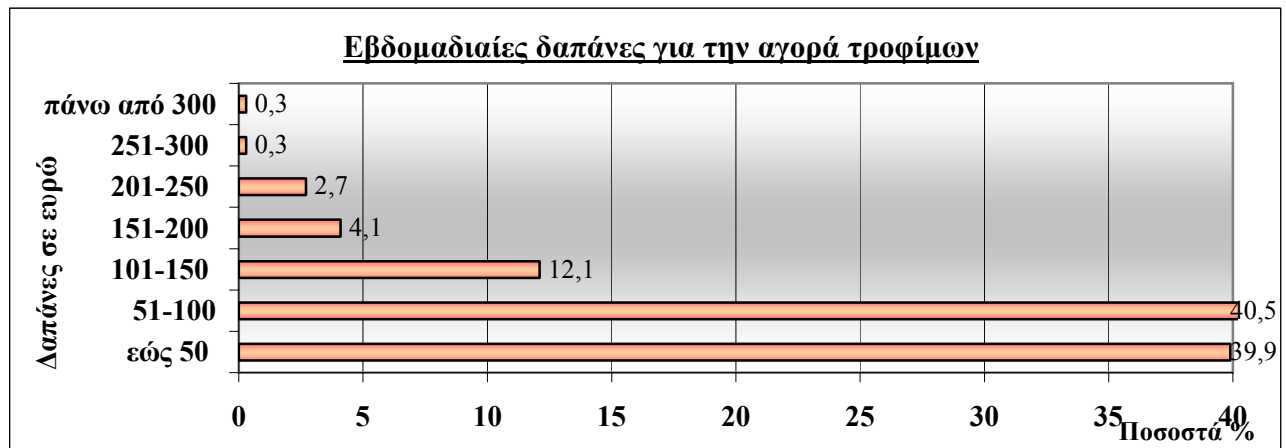


Οι δαπάνες σε τρόφιμα του 40,5% των ερωτηθέντων αγγίζουν τα 51 έως 100 ευρώ την εβδομάδα ενώ το 39,9% ξοδεύει έως 50 ευρώ. Το 12,1% των ερωτηθέντων ξοδεύει από 101 έως 150 ευρώ την εβδομάδα για να αγοράσει τρόφιμα ενώ πολύ μικρά ποσοστά ατόμων ξοδεύουν πάνω από 150 ευρώ (πίνακας 6.2.10).

Πίνακας 6.2.10: Εβδομαδιαίες δαπάνες σε τρόφιμα του δείγματος.

Εβδομαδιαίες δαπάνες για αγορά τροφίμων	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
εώς 50 ευρώ	135	39,9	39,9
51 – 100 ευρώ	137	40,5	80,5
101 – 150 ευρώ	41	12,1	92,6
151 – 200 ευρώ	14	4,1	96,7
201 – 250 ευρώ	9	2,7	99,4
251 – 300	1	0,3	99,7
πάνω από 300 ευρώ	1	0,3	100,0

Διάγραμμα 6.2.10: Εβδομαδιαίες δαπάνες σε τρόφιμα του δείγματος.



B. Παράγοντες επιλογής τροφίμων

Οι καταναλωτές επιλέγουν τα τρόφιμα με βάση κάποια στοιχεία και χαρακτηριστικά που έχουν αυτά. Άλλοτε τα επιλέγουν για την ωραία γεύση και νοστιμιά, άλλοτε για την θρεπτικότητα τους, άλλοτε για την εμφάνιση τους και για τόσα άλλα στοιχεία. Η τελική απόφαση αγοράς διαμορφώνεται από όλα αυτά τα στοιχεία αλλά πόσο τα λαμβάνουν υπόψη και πόσο επηρεάζονται από αυτά είναι κάτι που θα το δούμε παρακάτω.

Η νοστιμιά και η γεύση που έχει ένα τρόφιμο απασχολεί πάρα πολύ το 45,6% των ερωτηθέντων ενώ πολύ φαίνεται να απασχολεί το 45,6%. Μόνο το 0,6% δήλωσε ότι δεν ενδιαφέρεται καθόλου για τον παράγοντα νοστιμιά – γεύση ενώ λίγο έως μέτρια δήλωσε το 16,9% του δείγματος (πίνακας 6.2.11).

Πίνακας 6.2.11.1: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η νοστιμιά και η γεύση κατά την αγορά τροφίμων.

Να είναι νόστιμο – γευστικό τρόφιμο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	2	0,6	0,6
Λίγο	6	1,8	2,4
Μέτρια	51	15,1	17,5
Πολύ	125	37,0	54,4
Πάρα πολύ	154	45,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Όμως πάνω από τη γεύση φαίνεται να απασχολεί πρώτιστα η ασφάλεια ενός τροφίμου αφού το 59,8% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ανησυχεί πάρα πολύ για το αν είναι ασφαλές το τρόφιμο που πρόκειται να αγοράσει. Το 26,3% δήλωσε ότι ανησυχεί πολύ για τον παράγοντα ασφάλεια ενώ μόλις το 13,9% ανησυχεί λίγο έως μέτρια. Σημαντικό αλλά όχι εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι κανένας από τους ερωτηθέντες δεν ανησυχεί καθόλου για την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζει (πίνακας 6.2.11.2).

Πίνακας 6.2.11.2: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η ασφάλεια κατά την αγορά τροφίμων.

Να είναι ασφαλές	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	0	0	0
Λίγο	7	2,1	2,1
Μέτρια	40	11,8	13,9
Πολύ	89	26,3	40,2
Πάρα πολύ	202	59,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το να είναι φρέσκο ένα τρόφιμο απασχολεί πάρα πολύ το 66,9% των ερωτηθέντων ενώ το 23,7% δηλώνει ότι λαμβάνει υπόψη πολύ αυτό το στοιχείο. Από καθόλου έως μέτρια ανησυχεί μόλις το 9,5% των ερωτηθέντων η φρεσκότητα του τροφίμου (πίνακας 6.2.11.3).

Πίνακας 6.2.11.3 Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη ο παράγοντας να είναι φρέσκο ένα τρόφιμο κατά την αγορά.

Να είναι φρέσκο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	3	0,9	,9
Λίγο	0	0	0
Μέτρια	29	8,6	9,5
Πολύ	80	23,7	33,1
Πάρα πολύ	226	66,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Στον πίνακα 6.2.11.4 φαίνεται ότι δεν απασχολεί πολύ το στοιχείο να είναι βιολογικό ένα τρόφιμο αφού το 30,5% των ερωτηθέντων λαμβάνει λίγο υπόψη για τον αν το τρόφιμο είναι βιολογικό ενώ το 29,3% δήλωσε ότι ενδιαφέρεται μέτρια για τη βιολογικότητα του.

Πίνακας 6.2.11.4: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη ο παράγοντας να είναι βιολογικό ένα τρόφιμο κατά την αγορά.

Να είναι βιολογικό	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	42	12,4	12,4
Λίγο	103	30,5	42,9
Μέτρια	99	29,3	72,2
Πολύ	53	15,7	87,9
Πάρα πολύ	41	12,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Για τον αν είναι οικολογικό ένα τρόφιμο απασχολεί μέτρια το 32% των ερωτηθέντων ενώ λίγο φαίνεται να ανησυχεί το 29,6%. Το 16% του δείγματος λαμβάνει πολύ υπόψη την οικολογικότητα του τροφίμου ενώ μόλις το 12,1% λαμβάνει πάρα πολύ υπόψη αυτόν τον παράγοντα (πίνακας 6.2.11.5).

Πίνακας 6.2.11.5: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη ο παράγοντας να είναι οικολογικό ένα τρόφιμο κατά την αγορά.

Να είναι είναι οικολογικό	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	35	10,4	10,4
Λίγο	100	29,6	39,9
Μέτρια	108	32,0	71,9
Πολύ	54	16,0	87,9
Πάρα πολύ	41	12,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η χώρα προέλευσης είναι κάτι που απασχολεί πολύ το 31,7% των ερωτηθέντων. Το 21,9% δήλωσε ότι λαμβάνει μέτρια υπόψη τη χώρα προέλευσης ενώ το 18% δήλωσε ότι την λαμβάνει πάρα πολύ υπόψη. Η χώρα προέλευσης του τροφίμου ανησυχεί καθόλου έως λίγο το 28,4% του δείγματος, ένα μέτρια σημαντικό ποσοστό.

Πίνακας 6.2.11.6: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η χώρα προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων.

Χώρα προέλευσης	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	31	9,2	9,2
Λίγο	65	19,2	28,4
Μέτρια	74	21,9	50,3
Πολύ	107	31,7	82,0
Πάρα πολύ	61	18,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η περιοχή προέλευσης φαίνεται είναι κάτι που απασχολεί μέτρια τους καταναλωτές αφού το 24% δήλωσε ότι λαμβάνει μέτρια υπόψη αυτόν τον παράγοντα, το 26,3% ενδιαφέρεται λίγο και το 25,1% πολύ. Δηλαδή περίπου το 75% του δείγματος ανησυχεί λίγο έως πολύ για την περιοχή προέλευσης του τροφίμου (πίνακας 6.2.11.7).

Πίνακας 6.2.11.7: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η περιοχή προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων.

Περιοχή προέλευσης	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	36	10,7	10,7
Λίγο	89	26,3	37,0
Μέτρια	81	24,0	60,9
Πολύ	85	25,1	86,1
Πάρα πολύ	47	13,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η επωνυμία του τροφίμου είναι ένας παράγοντας κατά την επιλογή τροφίμων που απασχολεί μέτρια το 30,5 % των ερωτηθέντων. Το 27,2% λαμβάνει πολύ υπόψη αυτό το στοιχείο ενώ το μόνο το 15,4% λαμβάνει πάρα πολύ υπόψη την επωνυμία που έχει το τρόφιμο.

Πίνακας 6.2.11.8: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η επωνυμία κατά την αγορά τροφίμων.

Η επωνυμία	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	22	6,5	6,5
Λίγο	69	20,4	26,9
Μέτρια	103	30,5	57,4
Πολύ	92	27,2	84,6
Πάρα πολύ	52	15,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η σταθερή ποσότητα συσκευασίας είναι κάτι που απασχολεί λίγο το 34,6% των ερωτηθέντων και μέτρια το 28,1%. Μόλις το 11,2% λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ τη σταθερή ποσότητα συσκευασίας στα τρόφιμα ενώ το 8,3% δεν ανησυχεί καθόλου για αυτόν τον παράγοντα κατά την επιλογή τροφίμων.

Πίνακας 6.2.11.9: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η σταθερή ποσότητα στη συσκευασία κατά την αγορά τροφίμων.

Σταθερή ποσότητα συσκευασίας	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	28	8,3	8,3
Λίγο	117	34,6	42,9
Μέτρια	95	28,1	71,0
Πολύ	60	17,8	88,8
Πάρα πολύ	38	11,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής ενδιαφέρει μέτρια το 33,4% των ερωτηθέντων ενώ λίγο ενδιαφέρει το 22,5% των ερωτηθέντων. Το 20,7%, περίπου 1 στους 5 συμμετέχοντες δήλωσε ότι λαμβάνει υπόψη πολύ την παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής ενός τροφίμου.

Πίνακας 6.2.11.10: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής κατά την αγορά τροφίμων.

Παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	39	11,5	11,5
Λίγο	76	22,5	34,0
Μέτρια	113	33,4	67,5
Πολύ	70	20,7	88,2
Πάρα πολύ	40	11,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η συνεπής διαθεσιμότητα του τροφίμου φαίνεται να απασχολεί το 31,7% των ερωτηθέντων μέτρια ενώ το 20,5% ανησυχεί πολύ για αυτόν τον παράγοντα. Μόλις το 6,2% δεν ανησυχεί καθόλου για το αν είναι πάντα διαθέσιμο ένα τρόφιμο.

Πίνακας 6.2.11.11: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη το να είναι πάντα διαθέσιμο το τρόφιμο.

Να είναι πάντα διαθέσιμο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	21	6,2	6,2
Λίγο	52	15,4	21,6
Μέτρια	107	31,7	53,3
Πολύ	103	30,5	83,7
Πάρα πολύ	55	16,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η λογικότητα στη τιμή των τροφίμων είναι κάτι που απασχολεί πάρα πολύ το 43,2% των ερωτηθέντων έως πολύ για το 36,4%. Μόλις το 0,6% δεν ανησυχεί καθόλου για το αν είναι λογική η τιμή ενώ κάπου στο 19% ανησυχεί λίγο έως μέτρια.

Πίνακας 6.2.11.12: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η λογικότητα στη τιμή κατά την αγορά τροφίμων.

Να είναι λογική η τιμή	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	2	0,6	,6
Λίγο	13	3,8	4,4
Μέτρια	54	16,0	20,4
Πολύ	123	36,4	56,8
Πάρα πολύ	146	43,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η ευκολία στην προετοιμασία του τροφίμου ενδιαφέρει μέτρια το 28,1% έως πάρα πολύ το 27,5%. Το 23,4% λαμβάνει πολύ υπόψη την ευκολία προετοιμασίας ενός τροφίμου ενώ μόλις το 16,6% λαμβάνει λίγο υπόψη αυτόν τον παράγοντα.

Πίνακας 6.2.11.13: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η ευκολία προετοιμασίας του τροφίμου κατά την αγορά.

Να είναι εύκολο στην προετοιμασία	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	15	4,4	4,4
Λίγο	56	16,6	21,0
Μέτρια	95	28,1	49,1
Πολύ	79	23,4	72,5
Πάρα πολύ	93	27,5	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 34,6% των ερωτηθέντων λαμβάνει πολύ υπόψη αν ένα τρόφιμο συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις ενώ το 52,3% δήλωσε ότι λαμβάνει υπόψη μέτρια και πάρα πολύ αυτό το στοιχείο στα τρόφιμα.

Πίνακας 6.2.11.14: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη το γεγονός να συνάδει το τρόφιμο με τις οικογενειακές προτιμήσεις κατά την αγορά.

Να συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	12	3,6	3,6
Λίγο	32	9,5	13,0
Μέτρια	89	26,3	39,3
Πολύ	117	34,6	74,0
Πάρα πολύ	88	26,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η θρεπτικότητα του τροφίμου είναι κάτι που απασχολεί πολύ το 38,5% των ερωτηθέντων και πάρα πολύ το 32,2%. Ενώ το 21,3% δήλωσε ότι ενδιαφέρεται μέτρια για αυτό το στοιχείο στα τρόφιμα μόλις το 8% δήλωσε ότι το λαμβάνει υπόψη από λίγο έως καθόλου.

Πίνακας 6.2.11.15: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη το να είναι θρεπτικό ένα τρόφιμο κατά την αγορά.

Να είναι θρεπτικό	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	1	0,3	,3
Λίγο	26	7,7	8,0
Μέτρια	72	21,3	29,3
Πολύ	130	38,5	67,8
Πάρα πολύ	109	32,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η χαμηλή ποσότητα λίπους είναι ένα χαρακτηριστικό στα τρόφιμα που ενδιαφέρει πάρα πολύ το 32% (δηλαδή σχεδόν 1 στους 3) των ερωτηθέντων. Το 27,5% λαμβάνει μέτρια υπόψη τη χαμηλή ποσότητα σε λίπος στα τρόφιμα ενώ το 25,1% πολύ.

Πίνακας 6.2.11.16: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος κατά την αγορά τροφίμων.

Να έχει χαμηλή ποσότητα λίπους	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	19	5,6	5,6
Λίγο	33	9,8	15,4
Μέτρια	93	27,5	42,9
Πολύ	85	25,1	68,0
Πάρα πολύ	108	32,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η σιγουριά για την αυθεντικότητα του τροφίμου είναι ένας παράγοντας κατά την επιλογή τροφίμων που ενδιαφέρει πάρα πολύ το 28,7% των ερωτηθέντων. Το 24,3% του δείγματος δήλωσε ότι λαμβάνει πολύ υπόψη αυτό το στοιχείο ενώ το 28,1% μέτρια.

Πίνακας 6.2.11.1: Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η σιγουριά για την αυθεντικότητα του τροφίμου κατά την αγορά.

Να είμαι σίγουρος / η για την αυθεντικότητα του	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	13	3,8	3,8
Λίγο	51	15,1	18,9
Μέτρια	95	28,1	47,0
Πολύ	82	24,3	71,3
Πάρα πολύ	97	28,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι καλές σχέσεις με το κατάστημα ενδιαφέρει λίγο το 24,9% και καθόλου το 20,1% (δηλαδή 1 στους 5) των ερωτηθέντων. Αυτός ο παράγοντας ενδιαφέρει πολύ το 19,8% ενώ πάρα πολύ ενδιαφέρει μόλις το 10,7% του δείγματος.

Πίνακας 6.2.11.18: Ο βαθμός που λαμβάνονται υπόψη οι καλές σχέσεις με το κατάστημα κατά την αγορά τροφίμων.

Οι καλές σχέσεις με το κατάστημα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	68	20,1	20,1
Λίγο	84	24,9	45,0
Μέτρια	83	24,6	69,5
Πολύ	67	19,8	89,3
Πάρα πολύ	36	10,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων που αφορά τις επιλογές τροφίμων κρεάτων και κρεατοσκευασμάτων ενδιαφέρει μέτρια το 29,3% έως λίγο το 27,8% των ερωτηθέντων. Πολύ έως πάρα πολύ φαίνεται να λαμβάνει υπόψη τις καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων το 19,5% και το 14,5% αντίστοιχα ενώ το 8,9% δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη αυτόν τον παράγοντα.

Πίνακας 6.2.11.19: Ο βαθμός που λαμβάνονται υπόψη οι καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων κατά την αγορά τροφίμων.

Καλές συνθήκες διαβίωσης ζώων	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	30	8,9	8,9
Λίγο	94	27,8	36,7
Μέτρια	99	29,3	66,0
Πολύ	66	19,5	85,5
Πάρα πολύ	49	14,5	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Συμπερασματικά, παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.11.20 θα λέγαμε ότι *τα τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά με σειρά προτεραιότητας που ενδιαφέρουν πολύ και πάρα πολύ τους καταναλωτές είναι πρώτον το να είναι φρέσκο (90,6%), ασφαλές (86,1%), νόστιμο (82,6%) και να είναι λογική η τιμή του (79,6%)*. Αυτά τα τέσσερα χαρακτηριστικά θα λέγαμε ότι αποτελούν τους στόχους των ερωτώμενων κατά τη διάρκεια της αγοράς τροφίμων. Στην συνέχεια τα στοιχεία που λαμβάνουν υπόψη λίγο έως καθόλου οι καταναλωτές φαίνεται να είναι οι καλές σχέσεις με το κατάστημα (45%), αν το τρόφιμο είναι βιολογικό (42,9%), η σταθερή ποσότητα στη συσκευασία (42,9%) και το αν είναι οικολογικό (40%).

Πίνακας 6.2.11.20: Οι παράγοντες επιλογής τροφίμων που λαμβάνονται υπόψη πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου κατά την αγορά τροφίμων.

Παράγοντες επιλογής τροφίμων	Πάρα πολύ - Πολύ	Λίγο - Καθόλου
1. Να είναι νόστιμο – γευστικό	82,6%	2,4%
2. Να είναι ασφαλές	86,1%	2,1%
3. Να είναι φρέσκο	90,6%	0,9%
4. Να είναι βιολογικό	27,8%	42,9%
5. Να είναι οικολογικό	28,1%	40%
6. Χώρα προέλευσης	49,7%	28,4%
7. Περιοχή προέλευσης	39%	28,4%
8. Η επωνυμία του	42,6%	26,9%
9. Σταθερή ποσότητα στη συσκευασία	29%	42,9%
10. Παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής	32,5%	34%
11. Να είναι πάντα διαθέσιμο	46,8%	21,6%
12. Να είναι λογική η τιμή του	79,6%	4,4%
13. Να είναι εύκολο στην προετοιμασία	50,9%	21%
14. Να συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις	60,6%	13,1%
15. Να είναι θρεπτικό	70,7%	8%
16. Να έχει χαμηλή ποσότητα σε λίπος	57,1%	15,4%
17. Να είμαι σίγουρος για την αυθεντικότητα του	53%	18,9%
18. Οι καλές σχέσεις που έχω με το κατάστημα	30,5%	45%
19. Καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων	34%	36,7%

Γ. Αντιλήψεις για τον κίνδυνο (ρίσκο)

Η ραδιενέργεια θεωρείται ότι μπορεί να βλάψει πάρα πολύ την υγεία από το 45% των ερωτηθέντων ενώ το 22,5% πιστεύει ότι μπορεί να την βλάψει πολύ.

Πίνακας 6.2.12.1: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί η ραδιενέργεια να βλάψει την υγεία.

Ραδιενέργεια	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	13	3,8	3,8
Λίγο	39	11,5	15,4
Μέτρια	58	17,2	32,5
Πολύ	76	22,5	55,0
Πάρα πολύ	152	45,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 49,1% των ερωτηθέντων, σχεδόν οι μισοί, θεωρούν το κάπνισμα πάρα πολύ βλαπτικό για την υγεία ενώ το 29% το θεωρεί πολύ επικίνδυνο.

Πίνακας 6.2.12.2: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί το κάπνισμα να βλάψει την υγεία.

Κάπνισμα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	10	3,0	3,0
Λίγο	15	4,4	7,4
Μέτρια	49	14,5	21,9
Πολύ	98	29,0	50,9
Πάρα πολύ	166	49,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το κυκλοφοριακό θεωρείται ότι βλάπτει πολύ την υγεία από το 33,1% των ερωτηθέντων. Το 26,9% θεωρεί ότι βλάπτει μέτρια την υγεία ενώ το 25,4% θεωρεί ότι την βλάπτει πάρα πολύ. Μόλις το 5,3% πιστεύει ότι το κυκλοφοριακό δεν βλάπτει καθόλου την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.3: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί το κυκλοφοριακό να βλάψει την υγεία.

Κυκλοφοριακό	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	18	5,3	5,3
Λίγο	31	9,2	14,5
Μέτρια	91	26,9	41,4
Πολύ	112	33,1	74,6
Πάρα πολύ	86	25,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Ο αέρας θεωρείται από το 32,5% των ερωτηθέντων ότι βλάπτει πολύ την υγεία σε σχέση με το 24,9% που θεωρεί ότι την βλάπτει πάρα πολύ. Ακολουθεί το 23,7% που πιστεύει ότι ο αέρας βλάπτει μέτρια την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.4: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί ο αέρας να βλάψει την υγεία.

Αέρας	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	13	3,8	3,8
Λίγο	51	15,1	18,9
Μέτρια	80	23,7	42,6
Πολύ	110	32,5	75,1
Πάρα πολύ	84	24,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 33,7% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το κλίμα βλάπτει πολύ την υγεία ενώ το 24% πιστεύει ότι ο κίνδυνος για την υγεία είναι αρκετός. Μόλις το 5,9% πιστεύει ότι το κλίμα δεν μπορεί να βλάψει καθόλου την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.5: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί το κλίμα να βλάψει την υγεία.

Κλίμα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	20	5,9	5,9
Λίγο	68	20,1	26,0
Μέτρια	81	24,0	50,0
Πολύ	114	33,7	83,7
Πάρα πολύ	55	16,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα τρόφιμα και ποτά θεωρούνται ότι ενέχουν πάρα πολύ μεγάλο κίνδυνο για την υγεία από το 29,9% των ερωτηθέντων ενώ παρόμοιο ποσοστό (29,6%) υποστηρίζει ότι μπορούν να βλάψουν πολύ την υγεία. Μόλις το 0,9% πιστεύει ότι τα τρόφιμα δεν μπορούν να βλάψουν καθόλου την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.6: Αντίληψη για το βαθμό που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία.

Τρόφιμα και ποτά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	3	0,9	0,9
Λίγο	31	9,2	10,1
Μέτρια	103	30,5	40,5
Πολύ	100	29,6	70,1
Πάρα πολύ	101	29,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το εργασιακό άγχος θεωρείται πάρα πολύ βλαπτικό για την υγεία από το 35,5% των ερωτηθέντων ενώ το 30,8% το θεωρεί ότι μπορεί να βλάψει πολύ την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.7: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί το εργασιακό άγχος να βλάψει την υγεία.

Εργασιακό άγχος	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	17	5,0	5,0
Λίγο	26	7,7	12,7
Μέτρια	71	21,0	33,7
Πολύ	104	30,8	64,5
Πάρα πολύ	120	35,5	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Ο θόρυβος (ηχορύπανση) θεωρείται ότι είναι πολύ βλαπτικός για την υγεία από το 31,4% των ερωτηθέντων ενώ το 23,7% θεωρεί ότι είναι μέτρια επικίνδυνος.

Πίνακας 6.2.12.8: Αντίληψη για το βαθμό που μπορεί ο θόρυβος να βλάψει την υγεία.

Θόρυβος	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	26	7,7	7,7
Λίγο	76	22,5	30,2
Μέτρια	80	23,7	53,8
Πολύ	106	31,4	85,2
Πάρα πολύ	50	14,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 62,7% των ερωτηθέντων θεωρεί τα ναρκωτικά πάρα πολύ βλαπτικά για την υγεία και μόλις το 11,8% τα θεωρεί πολύ βλαπτικά. Το 8,3% των ερωτηθέντων δεν θεωρεί ότι τα ναρκωτικά μπορούν να βλάψουν την υγεία.

Πίνακας 6.2.12.9: Αντίληψη για το βαθμό που τα ναρκωτικά μπορούν να βλάψουν την υγεία.

Ναρκωτικά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	28	8,3	8,3
Λίγο	35	10,4	18,6
Μέτρια	23	6,8	25,4
Πολύ	40	11,8	37,3
Πάρα πολύ	212	62,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 26,9% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι το νερό μπορεί να βλάψει πολύ την υγεία και το 24,6% ότι αυτό μπορεί να την βλάψει πάρα πολύ.

Πίνακας 6.2.12.10: Αντίληψη για το βαθμό που το νερό μπορεί να βλάψει την υγεία.

Νερό	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	55	16,3	16,3
Λίγο	41	12,1	28,4
Μέτρια	68	20,1	48,5
Πολύ	91	26,9	75,4
Πάρα πολύ	83	24,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Συνοπτικά παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.12.11 θα λέγαμε ότι *οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι τα στοιχεία που ενέχουν μεγάλο έως πολύ μεγάλο κίνδυνο για την υγεία είναι το κάπνισμα (78,1%), τα ναρκωτικά (74,5%), η ραδιενέργεια (67,5%), το εργασιακό άγχος (66,3%) και μετά τα τρόφιμα και ποτά (59,5%)*. Ενώ οι ερωτώμενοι αντιλαμβάνονται ότι τα στοιχεία που ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο για την υγεία είναι ο θόρυβος (30,2%), το νερό (28,4%), το κλίμα (26%) και ο αέρας (18,9%).

Πίνακας 6.2.12.11: Αντίληψη για τα στοιχεία που μπορούν να βλάψουν πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου την υγεία.

Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα παρακάτω μπορούν να βλάψουν την υγεία σας;	Πάρα πολύ – Πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
1. Ραδιενέργεια	67,5	15,3
2. Κάπνισμα	78,1	7,4
3. Κυκλοφοριακό	58,5	14,5
4. Αέρας	57,4	18,9
5. Κλίμα	50	26
6. Τρόφιμα και ποτά	59,5	10,1
7. Εργασιακό άγχος	66,3	12,7
8. Θόρυβος	46,2	30,2
9. Ναρκωτικά	74,5	18,7
10. Νερό	51,5	28,4

Το κρέας θεωρείται ότι βλάπτει μέτρια την υγεία από το 31,7% των ερωτηθέντων ενώ το 31,1% θεωρεί ότι το κρέας ενέχει μεγάλο κίνδυνο. Το 23,7% πιστεύει ότι ο κίνδυνος από τη σίτιση με κρέας είναι μικρός ενώ το 5,6% τον θεωρούν ανύπαρκτο.

Πίνακας 6.2.13.1: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχει το κρέας.

Κρέας	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	19	5,6	5,6
Λίγο	80	23,7	29,3
Μέτρια	107	31,7	60,9
Πολύ	105	31,1	92,0
Πάρα πολύ	27	8,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Περίπου 1 στους 5 ερωτηθέντες (περίπου 21%) θεωρεί ότι τα φρούτα και τα λαχανικά ενέχουν λίγο κίνδυνο ενώ με το ίδιο ποσοστό πιστεύεται ότι έχουν αρκετό και μεγάλο κίνδυνο. Σημαντικό είναι ότι το 31,1% των ερωτηθέντων δεν θεωρεί ότι τα φρούτα και τα λαχανικά ενέχουν κάποιο κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.2: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά.

Φρούτα και λαχανικά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	105	31,1	31,1
Λίγο	74	21,9	53,0
Μέτρια	72	21,3	74,3
Πολύ	74	21,9	96,2
Πάρα πολύ	13	3,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα αυγά από
περισσότερους

τους
ερωτηθέντες

(34,6%) θεωρούνται ότι ενέχουν μικρό κίνδυνο ενώ το 25,1% θεωρεί ότι ενέχουν αρκετό. Μόλις το 2,7% πιστεύει ότι τα αυγά ενέχουν μεγάλο κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.3: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα αυγά.

Αυγά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	43	12,7	12,7
Λίγο	117	34,6	47,3
Μέτρια	85	25,1	72,5
Πολύ	84	24,9	97,3
Πάρα πολύ	9	2,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα δημητριακά θεωρούνται σχεδόν ακίνδυνα από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (40,2%). Το 23,7% θεωρεί ότι ενέχουν μικρό κίνδυνο ενώ το 22,2% πιστεύει ότι έχουν αρκετό κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.4: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα δημητριακά.

Δημητριακά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	136	40,2	40,2
Λίγο	80	23,7	63,9
Μέτρια	75	22,2	86,1
Πολύ	39	11,5	97,6
Πάρα πολύ	8	2,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί θεωρούνται ότι δεν ενέχουν κάποιο κίνδυνο για την υγεία από το 26,6% σε αντίθεση με το 22,8% που πιστεύει ότι ενέχουν μεγάλο κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.5: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.

Γάλα, γιαούρτι και τυρί	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	90	26,6	26,6
Λίγο	84	24,9	51,5
Μέτρια	62	18,3	69,8
Πολύ	77	22,8	92,6
Πάρα πολύ	25	7,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα ψάρια και τα θαλασσινά θεωρούνται ότι δεν ενέχουν καθόλου κίνδυνο για την υγεία από το 28,1% των ερωτηθέντων σε σχέση με το 24,6% που πιστεύει ότι ενέχουν μεγάλο κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.6: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα ψάρια και θαλασσινά.

Ψάρια και θαλασσινά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	95	28,1	28,1
Λίγο	65	19,2	47,3
Μέτρια	72	21,3	68,6
Πολύ	83	24,6	93,2
Πάρα πολύ	23	6,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα ποτά θεωρούνται ότι ενέχουν αρκετό κίνδυνο από το 42,5% των ερωτηθέντων ενώ το 25,4% πιστεύει ότι ενέχουν πολύ μεγάλο κίνδυνο. Μόλις το 4,1% θεωρεί ότι τα ποτά δεν ενέχουν καθόλου κίνδυνο.

Πίνακας 6.2.13.7: Αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα ποτά.

Ποτά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	14	4,1	4,1
Λίγο	42	12,4	16,6
Μέτρια	52	15,4	32,0
Πολύ	144	42,6	74,6
Πάρα πολύ	86	25,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.13.8 θα λέγαμε συμπερασματικά ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων (68%) πιστεύει ότι τα ποτά είναι πολύ έως πάρα πολύ επικίνδυνα ενώ το κρέας ακολουθεί ως δεύτερο πιο επικίνδυνο με ποσοστό 39,1%. Όσον αφορά τα τρόφιμα που θεωρούνται λίγο έως καθόλου επικίνδυνα αυτά είναι τα δημητριακά (63,9%), τα φρούτα και λαχανικά (53%), τα γαλακτοκομικά (51,5%), τα ψάρια και θαλασσινά (47,3%) και τα αυγά (45,3%).

Πίνακα 6.2.13.8: Αντίληψη για τα τρόφιμα και ποτά που θεωρούνται ότι ενέχουν πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου κίνδυνο.

Πόσο επικίνδυνα πιστεύετε ότι είναι τα παρακάτω;	Πάρα πολύ – Πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
1.Κρέας	39,1	29,3
2.Φρούτα και λαχανικά	25,7	53
3.Αυγά	27,6	45,3
4.Δημητριακά	13,9	63,9
5.Γάλα, γιαούρτι και τυρί	30,2	51,5
6.Ψάρια και θαλασσινά	31,4	47,3
7.Ποτά	68,0	16,5

Το επίπεδο ρίσκου των πρόσθετων και των συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων θεωρείται από την πλειοψηφία (41,1%) μεγάλο ενώ το 28% θεωρεί ότι είναι πολύ μεγάλο. Μόλις το 1,2% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι τα πρόσθετα/συντηρητικά δεν έχουν κάποιο επίπεδο ρίσκου.

Πίνακας 6.2.14.1: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων.

Πρόσθετα / Συντηρητικά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	4	1,2	1,2
Μικρό	22	6,5	7,7
Μέτριο	78	23,1	30,8
Μεγάλο	139	41,1	71,9
Υψηλό	95	28,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα γεωργικά χημικά θεωρούνται ότι έχουν υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων από το 55,6% των ερωτηθέντων ενώ το 28,4% θεωρεί ότι αυτά έχουν μεγάλο επίπεδο ρίσκου. Σημαντικό είναι ότι κανένας από τους ερωτηθέντες δεν δήλωσε ότι τα γεωργικά χημικά είναι εντελώς ακίνδυνα.

Πίνακας 6.2.14.2: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα γεωργικά χημικά στην ασφάλεια των τροφίμων.

Γεωργικά Χημικά	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	0	0	0
Μικρό	11	3,3	3,3
Μέτριο	43	12,7	16,0
Μεγάλο	96	28,4	44,4
Υψηλό	188	55,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά) θεωρούνται και αυτά ότι έχουν υψηλό επίπεδο ρίσκου (66,9%) ενώ μόλις το 23,4% θεωρεί ότι το επίπεδο ρίσκου είναι απλά μεγάλο.

Πίνακας 6.2.14.3: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά) στην ασφάλεια των τροφίμων.

Κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά)	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	1	0,3	0,3
Μικρό	9	2,7	3,0
Μέτριο	23	6,8	9,8
Μεγάλο	79	23,4	33,1
Υψηλό	226	66,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Σχεδόν οι μισοί από τους ερωτηθέντες (46,7%) θεωρούν ότι οι αυξητικές ορμόνες έχουν υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων και το 34% πιστεύει ότι έχουν μεγάλο επίπεδο ρίσκου.

Πίνακας 6.2.14.4: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν οι αυξητικές ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων.

Αυξητικές ορμόνες	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	0	0	0
Μικρό	19	5,6	5,6
Μέτριο	46	13,6	19,2
Μεγάλο	115	34,0	53,3
Υψηλό	158	46,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η βακτηριακή μόλυνση θεωρείται από το 60,4% ότι έχει υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 26% το θεωρεί απλά μεγάλο. Μόλις το 0,6% πιστεύει ότι δεν έχουν καθόλου ρίσκο.

Πίνακας 6.2.14.5: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων.

Βακτηριακή Μόλυνση	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	2	0,6	0,6
Μικρό	6	1,8	2,4
Μέτριο	38	11,2	13,6
Μεγάλο	88	26,0	39,6
Υψηλό	204	60,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι διοξίνες θεωρούνται ότι έχουν υψηλό επίπεδο ρίσκου (48,2%) ενώ το 30,5% το θεωρεί απλά μεγάλο. Το 16,3% πιστεύει ότι το επίπεδο ρίσκου από τις διοξίνες είναι μέτριο.

Πίνακας 6.2.14.6: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν οι διοξίνες στην ασφάλεια των τροφίμων.

Διοξίνες	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	1	0,3	,3
Μικρό	16	4,7	5,0
Μέτριο	55	16,3	21,3
Μεγάλο	103	30,5	51,8
Υψηλό	163	48,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων από τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα θεωρείται υψηλό από το 52,7% των ερωτηθέντων ενώ το 20,7% το θεωρεί απλά μεγάλο.

Πίνακας 6.2.14.7: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η γενετική τροποποίηση στην ασφάλεια των τροφίμων.

Γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	2	0,6	,6
Μικρό	26	7,7	8,3
Μέτριο	62	18,3	26,6
Μεγάλο	70	20,7	47,3
Υψηλό	178	52,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η μόλυνση του πόσιμου νερού θεωρείται από το 62,1% των ερωτηθέντων ότι ενέχει υψηλό επίπεδο ρίσκου ενώ το 21,9% θεωρεί αυτό το επίπεδο μεγάλο. Μόλις το 0,9% πιστεύει ότι η μόλυνση του πόσιμου νερού δεν ενέχει καθόλου ρίσκο.

Πίνακας 6.2.14.8: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η μόλυνση του πόσιμου νερού στην ασφάλεια των τροφίμων.

Μόλυνση του πόσιμου νερού	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	3	,9	,9
Μικρό	16	4,7	5,6
Μέτριο	35	10,4	16,0
Μεγάλο	74	21,9	37,9
Υψηλό	210	62,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η ασθένεια των τρελών αγελάδων θεωρείται από το 70,4% των ερωτηθέντων ότι έχει υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων ενώ μόλις το 18,9% πιστεύει ότι αυτό το επίπεδο είναι απλώς μεγάλο.

Πίνακας 6.2.14.9: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων.

Ασθένεια τρελών αγελάδων	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	3	0,9	0,9
Μικρό	13	3,8	4,7
Μέτριο	20	5,9	10,7
Μεγάλο	64	18,9	29,6
Υψηλό	238	70,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες (49,4%) θεωρούν ότι ο αφθώδης πυρετός των ζώων έχει υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων, το 28,4% θεωρεί ότι αυτό το επίπεδο είναι μεγάλο ενώ το 13,9% το θεωρεί μέτριο.

Πίνακας 6.2.14.10: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει ο αφθώδης πυρετός των ζώων στην ασφάλεια των τροφίμων.

Αφθώδης πυρετός των ζώων	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	3	0,9	,9
Μικρό	25	7,4	8,3
Μέτριο	47	13,9	22,2
Μεγάλο	96	28,4	50,6
Υψηλό	167	49,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα υλικά συσκευασίας θεωρούνται από το 34,9% των ερωτηθέντων ότι έχουν επίπεδο ρίσκου σε μέτρια επίπεδα σε σχέση με το 24% που πιστεύει ότι έχουν μεγάλο επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων. Σημαντικό είναι ότι περίπου 1 στους 5 ερωτηθέντες (20,1%) θεωρεί ότι τα υλικά συσκευασίας έχουν μικρό επίπεδο ρίσκου.

Πίνακας 6.2.14.11: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων.

Υλικά συσκευασίας	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	7	2,1	2,1
Μικρό	68	20,1	22,2
Μέτριο	118	34,9	57,1
Μεγάλο	81	24,0	81,1
Υψηλό	64	18,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων θεωρούνται από το 29,9% ότι έχουν μέτριο επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων, το 24% πιστεύει ότι έχουν υψηλό επίπεδο ρίσκου ενώ το 21,9% θεωρεί αυτό το επίπεδο μεγάλο.

Πίνακας 6.2.14.12: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν οι βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά των τροφίμων.

Βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	17	5,0	5,0
Μικρό	65	19,2	24,3
Μέτριο	101	29,9	54,1
Μεγάλο	74	21,9	76,0
Υψηλό	81	24,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Ο πίνακας 6.2.14.13 δείχνει ότι οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι θεωρούνται από τους περισσότερους (33,4%) ότι έχουν μικρό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 28,1% πιστεύει ότι το επίπεδο ρίσκου είναι μέτριο και μόνο το 8,3% το θεωρεί υψηλό. Το 13% πιστεύει ότι οι πρακτικές στο σπίτι δεν έχουν καθόλου επίπεδο ρίσκου.

Πίνακας 6.2.14.13: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι.

Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	44	13,0	13,0
Μικρό	113	33,4	46,4
Μέτριο	95	28,1	74,6
Μεγάλο	58	17,2	91,7
Υψηλό	28	8,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στα εστιατόρια (πίνακας 6.2.14.14) θεωρούνται ότι έχουν μεγάλο επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (40,8%) ενώ το 29,3% θεωρεί ότι αυτό το επίπεδο είναι υψηλό. Μόλις το 0,9 % θεωρεί ότι αυτές οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στα εστιατόρια δεν έχουν κανένα επίπεδο ρίσκου.

Πίνακας 6.2.14.14: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στα εστιατόρια.

Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στα εστιατόρια	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	3	0,9	0,9
Μικρό	24	7,1	8,0
Μέτριο	74	21,9	29,9
Μεγάλο	138	40,8	70,7
Υψηλό	99	29,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια θεωρείται από τους περισσότερους (40,8%) ότι έχουν μεγάλο επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 32% θεωρεί αυτό το επίπεδο υψηλό. Μόλις το 6,2% στο σύνολο θεωρεί αυτό το επίπεδο ρίσκου μικρό έως και ανύπαρκτο.

Πίνακας 6.2.14.15: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η ποιότητα υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων.

Ποιότητα υλικών στα εστιατόρια	<u>Συχνότητα</u>	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Κανένα	4	1,2	1,2
Μικρό	17	5,0	6,2
Μέτριο	71	21,0	27,2
Μεγάλο	138	40,8	68,0
Υψηλό	108	32,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.14.16 μπορούμε να πούμε συμπερασματικά ότι *τα στοιχεία που θεωρούνται από την πλειοψηφία ότι έχουν μεγάλο έως υψηλό επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων είναι τα κατάλοιπα (90,3%), η ασθένεια των τρελών αγελάδων (89,3%), η βακτηριακή μόλυνση (86,4%), τα γεωργικά χημικά (84%), η μόλυνση του πόσιμου νερού (84%)*. Γενικά παρατηρούμε ότι όλα τα πιο κάτω στοιχεία θεωρούνται από τους ερωτώμενους ότι ενέχουν μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και μόνο το 46,4% θεωρεί ότι οι πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι έχουν μικρό έως μηδενικό ρίσκο.

Πίνακας 6.2.14.16: Αντίληψη για τα στοιχεία που ενέχουν υψηλό έως μεγάλο και μικρό έως κανένα επίπεδο ρίσκου στην ασφάλεια των τροφίμων.

Ποιο πιστεύετε ότι είναι το επίπεδο ρίσκου των παρακάτω στην ασφάλεια των τροφίμων;	Υψηλό – Μεγάλο (%)	Μικρό – Κανένα (%)
1. Πρόσθετα / Συντηρητικά	69,2	7,7
2.Γεωργικά Χημικά	84,0	3,3
3. Κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα κ.ά)	90,3	3,0
4. Αυξητικές ορμόνες	80,7	5,6
5.Βακτηριακή Μόλυνση	86,4	2,4
6.Διοξίνες	78,7	5,0
7. Γενετικά τροποποιημένα	73,4	8,3
8. Μόλυνση του πόσιμου νερού	84	5,6
9. Ασθένεια τρελών αγελάδων	89,3	4,7
10. Αφθώδης πυρετός των ζώων	77,8	8,3
11. Υλικά συσκευασίας	42,9	22,2
12. Βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων	45,9	24,2
13. Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι	25,5	46,4
14. Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στα εστιατόρια	70,1	8,0
15. Ποιότητα υλικών στα εστιατόρια	72,8	6,2

Όσον αφορά τις αντιλήψεις των ερωτηθέντων για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν αυτές παρουσιάζονται στους παρακάτω πίνακες. Φαίνεται ότι το 45% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει, το 34,3% θεωρεί ότι έχει βελτιωθεί ενώ το 20,7% θεωρεί ότι η ασφάλεια των τροφίμων είναι η ίδια σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Πίνακας 6.2.15.1: Αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Ασφάλεια τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	<u>Αθροιστική συχνότητα %</u>
Έχει χειροτερέψει	152	45,0	45,0
Ίδια κατάσταση	70	20,7	65,7
Έχει βελτιωθεί	116	34,3	100,0
Σύνολο	338	100	

Η υγιεινή των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν θεωρείται από το 39,1% του δείγματος ότι έχει χειροτερέψει. Το 37,6% πιστεύει ότι έχει βελτιωθεί ενώ το 23,4% την αντιλαμβάνεται στα ίδια επίπεδα με μια δεκαετία πριν.

Πίνακας 6.2.15.2: Αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Υγιεινή τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Έχει χειροτερέψει	132	39,1	39,1
Ίδια κατάσταση	79	23,4	62,4
Έχει βελτιωθεί	127	37,6	100,0
Σύνολο	338	100	

Η φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν θεωρείται σχεδόν από τους μισούς (45%) ότι έχει βελτιωθεί ενώ το 30,8% πιστεύει ότι έχει χειροτερέψει (πίνακας 6.2.15.3).

Πίνακας 6.2.15.3: Αντίληψη για τη φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Έχει χειροτερέψει	104	30,8	30,8
Ίδια κατάσταση	81	24,0	54,7
Έχει βελτιωθεί	153	45,3	100,0
Σύνολο	338	100	

Το 37,9% των ερωτηθέντων αντιλαμβάνονται ότι η νοστιμιά των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έμεινε στην ίδια κατάσταση ενώ το 36,4% πιστεύει ότι έχει βελτιωθεί.

Πίνακας 6.2.15.4: Αντίληψη για τη νοστιμιά των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Νοστιμιά τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	<u>Αθροιστική συχνότητα %</u>
Έχει χειροτερέψει	87	25,7	25,7
Ίδια κατάσταση	128	37,9	63,6
Έχει βελτιωθεί	123	36,4	100,0
Σύνολο	338	100	

Η ακρίβεια των τροφίμων θεωρείται από την πλειοψηφία (76%) ότι έχει χειροτερέψει σε σχέση με 10 χρόνια πριν ενώ μόλις το 11,8% πιστεύει ότι έχει βελτιωθεί.

Πίνακας 6.2.15.5: Αντίληψη για την ακρίβεια στα τρόφιμα σε σχέση με 10 χρόνια πριν.

Ακρίβεια τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	<u>Αθροιστική συχνότητα %</u>
Έχει χειροτερέψει	257	76,0	76,0
Ίδια κατάσταση	41	12,1	88,2
Έχει βελτιωθεί	40	11,8	100,0
Σύνολο	338	100	

Συμπερασματικά θα λέγαμε παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.15.6 ότι *η συντριπτική πλειοψηφία (76%) των ερωτώμενων πιστεύει ότι η ακρίβεια στα τρόφιμα έχει αυξηθεί, σχεδόν οι μισοί από τους ερωτώμενους (45%) θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει όπως και η υγιεινή (39,1%)*. Ενώ τα μοναδικά στοιχεία που θεωρούνται από τους περισσότερους ερωτώμενους ότι έχουν βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν είναι η φιλικότητα στο περιβάλλον (45,3%) και η νοστιμιά (36,4%).

Πίνακας 6.2.15.6: Αντίληψη για το ποια στοιχεία στον κλάδο τροφίμων έχουν βελτιωθεί και ποια έχουν χειροτερέψει.

Η κατάσταση στον κλάδο τροφίμων έχει αλλάξει σε σχέση με 10 χρόνια πριν	Έχει βελτιωθεί (%)	Έχει χειροτερέψει (%)
Ασφάλεια	34,3	45
Υγιεινή	37,6	39,1
Φιλικότητα στο περιβάλλον	45,3	30,8
Νοστιμιά	36,4	25,7
Ακρίβεια	11,8	76

Το 38,8% των ερωτηθέντων φαίνεται να θεωρεί ότι έχει μέτριο έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζει για το σπίτι ενώ το 20,7% θεωρεί αυτό τον έλεγχο μεγάλο. Το 29,3% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι έχει μικρό έλεγχο ενώ το 6,8% θεωρεί ότι δεν μπορεί να ελέγξει την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζει για το σπίτι.

Πίνακας 6.2.16.1: Αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.

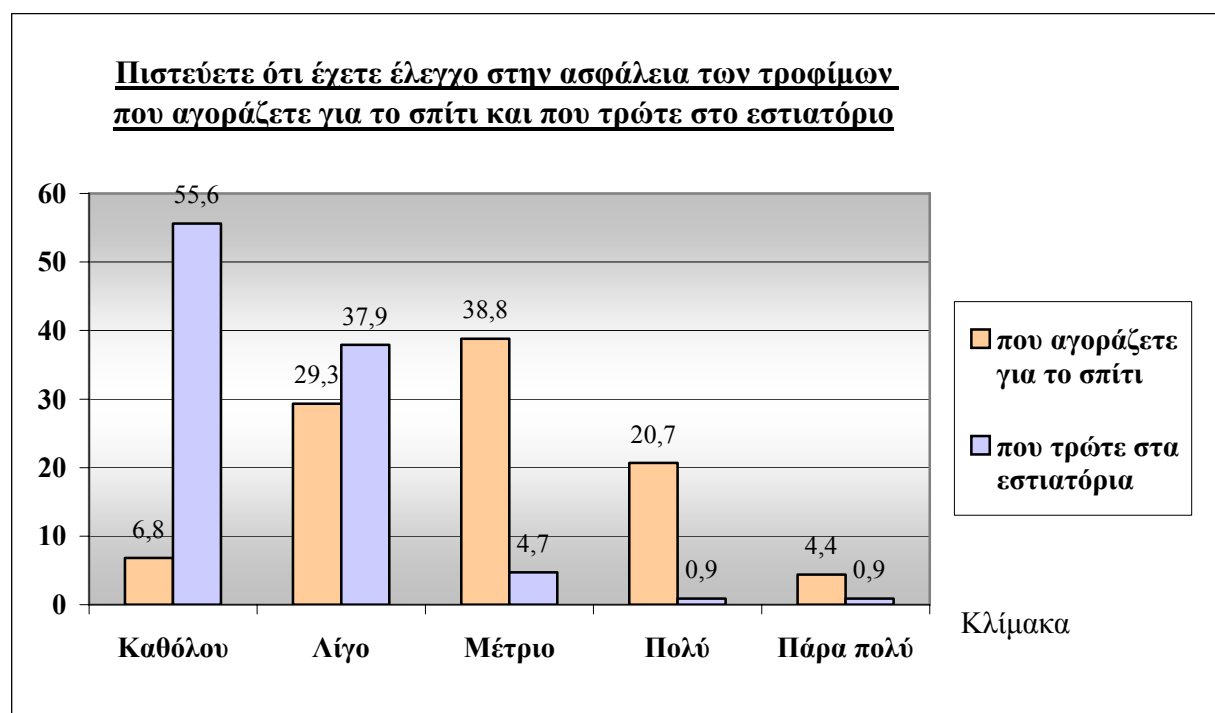
Έλεγχος ασφάλειας τροφίμων που αγοράζετε για το σπίτι	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	23	6,8	6,8
Λίγο	99	29,3	36,1
Μέτριο	131	38,8	74,9
Πολύ	70	20,7	95,6
Πάρα πολύ	15	4,4	100,0
Σύνολο	338	100	

Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους (55,6%) *πιστεύουν ότι δεν έχουν κανένα έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια* ενώ το 37,9% θεωρεί ότι αυτός ο έλεγχος είναι σε μικρά επίπεδα.

Πίνακας 6.2.16.2: Αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται στα εστιατόρια.

Έλεγχος ασφάλειας τροφίμων που τρώτε στα εστιατόρια	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	188	55,6	55,6
Λίγο	128	37,9	93,5
Μέτριο	16	4,7	98,2
Πολύ	3	0,9	99,1
Πάρα πολύ	3	0,9	100,0
Σύνολο	338	100	

Διάγραμμα 6.2.16: Αντίληψη για το βαθμό ελέγχου στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι και που αγοράζονται στα εστιατόρια.



Δ. Πηγές πληροφόρησης και αξιοπιστία

Στην ερώτηση πόσο επαρκής είναι η ποσότητα πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων το 40,2% των ερωτώμενων πιστεύει ότι είναι μέτρια ενώ το 29% τη θεωρεί μικρή. Σημαντικό είναι ότι το 16,6% θεωρεί ότι δεν υπάρχει καθόλου επάρκεια στην ποσότητα των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.17.1: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Τηλεόραση	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	56	16,6	16,6
Λίγο	98	29,0	45,6
Μέτρια	136	40,2	85,8
Πολύ	42	12,4	98,2
Πάρα πολύ	6	1,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα περιοδικά φαίνεται να παρέχουν και αυτά μέτρια ποσότητα πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων από το 42% των ερωτώμενων ενώ το 30,2% θεωρεί ότι αυτή η ποσότητα είναι μικρή.

Πίνακας 6.2.17.2: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Περιοδικά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	47	13,9	13,9
Λίγο	102	30,2	44,1
Μέτρια	142	42,0	86,1
Πολύ	44	13,0	99,1
Πάρα πολύ	3	0,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Και οι εφημερίδες ως πηγή πληροφόρησης θεωρείται σχεδόν από τους μισούς ερωτώμενους (47%) ότι παρέχει σε μέτρια επίπεδα πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 20,7% πιστεύει ότι αυτή η ποσότητα κυμαίνεται σε μικρά επίπεδα.

Πίνακας 6.2.17.3: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Εφημερίδες	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	37	10,9	10,9
Λίγο	70	20,7	31,7
Μέτρια	159	47,0	78,7
Πολύ	65	19,2	97,9
Πάρα πολύ	7	2,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το ραδιόφωνο φαίνεται να παρέχει και αυτό ως μέσο μέτρια ποσότητα πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 27,5% τη θεωρεί μικρή. Σημαντικό είναι ότι το 23,1% πιστεύει ότι το ραδιόφωνο έχει μηδενική επάρκεια πληροφοριών για αυτό το θέμα.

Πίνακας 6.2.17.4: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει το ραδιόφωνο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ραδιόφωνο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	78	23,1	23,1
Λίγο	93	27,5	50,6
Μέτρια	119	35,2	85,8
Πολύ	42	12,4	98,2
Πάρα πολύ	6	1,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το διαδίκτυο φαίνεται να παρέχει μεγαλύτερες ποσότητες πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων απ' ότι η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και οι εφημερίδες αφού το 38,8% των ερωτώμενων θεωρεί ότι η επάρκεια πληροφοριών από το διαδίκτυο για αυτό το θέμα είναι μεγάλη ενώ το 29,3% τη θεωρεί μέτρια.

Πίνακας 6.2.17.5: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Διαδίκτυο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	28	8,3	8,3
Λίγο	31	9,2	17,5
Μέτρια	99	29,3	46,7
Πολύ	131	38,8	85,5
Πάρα πολύ	49	14,5	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Ο προσωπικός ιατρός θεωρείται από το 30,2% των ερωτώμενων ως μια πηγή που παρέχει μεγάλη επάρκεια πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 22,8% και το 21,6% τη θεωρεί μέτρια έως και πολύ μεγάλη αντίστοιχα.

Πίνακας 6.2.17.6: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει ο προσωπικός ιατρός για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Προσωπικός ιατρός	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	24	7,1	7,1
Λίγο	62	18,3	25,4
Μέτρια	77	22,8	48,2
Πολύ	102	30,2	78,4
Πάρα πολύ	73	21,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι φίλοι και οι συγγενείς θεωρούνται ως μια πηγή που παρέχει μέτρια επάρκεια πληροφοριών για την ασφάλεια των τροφίμων (33,1%) ενώ το 25,4% πιστεύει ότι η ποσότητα πληροφοριών από φίλους και συγγενείς είναι μεγάλη.

Πίνακας 6.2.17.7: Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν φίλοι και συγγενείς για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Φίλοι & συγγενείς	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	32	9,5	9,5
Λίγο	79	23,4	32,8
Μέτρια	112	33,1	66,0
Πολύ	86	25,4	91,4
Πάρα πολύ	29	8,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Συνεπώς παρατηρούμε στον πίνακα 6.2.17.8 ότι **το 53,3% των ερωτώμενων πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων είναι πάρα πολύ επαρκείς** όπως και ο προσωπικός ιατρός (51,8%) και ακολουθούν φίλοι και συγγενείς με 34%. Ενώ το ραδιόφωνο, η τηλεόραση και τα περιοδικά θεωρούνται ως πηγές με μικρή έως καθόλου επάρκεια πληροφοριών για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πίνακας 6.2.17.8: Αντίληψη για τις πηγές πληροφόρησης που παρέχουν πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου ποσότητα πληροφοριών για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πόσο επαρκής πιστεύετε ότι είναι η ποσότητα πληροφοριών που παρέχουν οι παρακάτω πηγές για την ασφάλεια των τροφίμων;	Πάρα πολύ – Πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
Τηλεόραση	14,2	45,6
Περιοδικά	13,9	44,1
Εφημερίδες	21,3	31,6
Ραδιόφωνο	14,2	50,6
Διαδίκτυο	53,3	17,5
Προσωπικός ιατρός	51,8	25,4
Φίλοι & συγγενείς	34	32,9

Στην ερώτηση πόσο εμπιστεύονται τα άτομα γενικά τα καταστήματα και τα σούπερμαρκετ τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων φαίνεται ότι το 42,6% τα εμπιστεύεται λίγο ενώ το 27,5% δεν τα εμπιστεύεται καθόλου.

Πίνακας 6.2.18.1: Βαθμός εμπιστοσύνης στα καταστήματα και σουπερμάρκετ για τις πληροφορίες που παρέχουν για την ασφάλεια τροφίμων.

Γενικά κατασ/τα & σούπερμαρκετ	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	93	27,5	27,5
Λίγο	144	42,6	70,1
Μέτρια	68	20,1	90,2
Πολύ	31	9,2	99,4
Πάρα πολύ	2	0,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα βιολογικά καταστήματα φαίνεται να μην απολαμβάνουν και αυτά μεγάλη εμπιστοσύνη από το κοινό για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων αφού το 32,2% των ερωτώμενων τα εμπιστεύεται μέτρια ενώ το 30,8% λίγο.

Πίνακας 6.2.18.2: Βαθμός εμπιστοσύνης στα βιολογικά καταστήματα για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Βιολογικά καταστήματα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	35	10,4	10,4
Λίγο	104	30,8	41,1
Μέτρια	109	32,2	73,4
Πολύ	66	19,5	92,9
Πάρα πολύ	24	7,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα εξειδικευμένα καταστήματα (όπως μανάβικο, κρεοπωλείο, κ.ά) για θέματα ασφάλειας τροφίμων φαίνεται να κυμαίνεται σε μέτρια επίπεδο όπως δήλωσε το 36,1% των ερωτώμενων ενώ το 27,8% τα εμπιστεύεται λίγο.

Πίνακας 6.2.18.3: Βαθμός εμπιστοσύνης στα εξειδικευμένα καταστήματα για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Εξειδικευμένα καταστήματα	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	47	13,9	13,9
Λίγο	94	27,8	41,7
Μέτρια	122	36,1	77,8
Πολύ	67	19,8	97,6
Πάρα πολύ	8	2,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι γιατροί και άλλοι ειδικοί απολαμβάνουν μεγαλύτερη εμπιστοσύνη από το κοινό για τις πληροφορίες που παρέχουν για αυτό το θέμα αφού το 37% τους εμπιστεύεται πολύ και το 26% τους εμπιστεύεται πάρα πολύ.

Πίνακας 6.2.18.4: Βαθμός εμπιστοσύνης στους γιατρούς/ειδικούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Γιατροί/Ειδικοί	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	10	3,0	3,0
Λίγο	26	7,7	10,7
Μέτρια	89	26,3	37,0
Πολύ	125	37,0	74,0
Πάρα πολύ	88	26,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες αποδεικνύονται πολύ έως πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές από το 68% στο σύνολο των ερωτώμενων ενώ το 22,5% τους θεωρεί μέτρια έμπιστες πηγές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πίνακας 6.2.18.5: Βαθμός εμπιστοσύνης στους ακαδημαϊκούς επιστήμονες για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ακαδημαϊκοί επιστήμονες	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	3	0,9	0,9
Λίγο	29	8,6	9,5
Μέτρια	76	22,5	32,0
Πολύ	115	34,0	66,0
Πάρα πολύ	115	34,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι αγρότες και οι παραγωγοί δεν φαίνονται να είναι πολύ έμπιστες πηγές αλλά μάλλον αρκετά έως λίγο αξιόπιστες πηγές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων αφού το 32% τις θεωρεί μέτρια αξιόπιστες και το 37,3% λίγο αξιόπιστες πηγές.

Πίνακας 6.2.18.6: Βαθμός εμπιστοσύνης στους αγρότες/παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Αγρότες/ παραγωγοί	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	46	13,6	13,6
Λίγο	126	37,3	50,9
Μέτρια	108	32,0	82,8
Πολύ	43	12,7	95,6
Πάρα πολύ	15	4,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Την ετικέτα του προϊόντος φαίνεται να την εμπιστεύεται μέτρια το 42,6% των ερωτώμενων ενώ το 31,7% την εμπιστεύεται λίγο για τις πληροφορίες που παρέχει για την ασφάλεια των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.18.7: Βαθμός εμπιστοσύνης στην ετικέτα προϊόντος για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ετικέτα προϊόντος	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	32	9,5	9,5
Λίγο	107	31,7	41,1
Μέτρια	144	42,6	83,7
Πολύ	43	12,7	96,4
Πάρα πολύ	12	3,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι πληροφορίες από την εταιρεία φαίνεται να απολαμβάνουν μικρή έως μέτρια εμπιστοσύνη από το 39,1% και το 32% των ερωτώμενων αντίστοιχα ενώ το 15,1% δεν τις εμπιστεύεται καθόλου.

Πίνακας 6.2.18.8: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πληροφορίες από την εταιρεία	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	51	15,1	15,1
Λίγο	132	39,1	54,1
Μέτρια	108	32,0	86,1
Πολύ	38	11,2	97,3
Πάρα πολύ	9	2,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το 33,4% των ερωτώμενων θεωρεί φίλους και οικογένεια ως μέτρια αξιόπιστες πηγές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων ενώ το 29,6% θεωρεί τους φίλους και την οικογένεια πολύ αξιόπιστες πηγές.

Πίνακας 6.2.18.9: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν φίλοι/οικογένεια για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Φίλοι/οικογένεια	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	22	6,5	6,5
Λίγο	77	22,8	29,3
Μέτρια	113	33,4	62,7
Πολύ	100	29,6	92,3
Πάρα πολύ	26	7,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα εστιατόρια φαίνεται να θεωρούνται ως πηγές με μικρή έως και καθόλου αξιοπιστία για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων αφού το 40,5% των ερωτώμενων τις θεωρεί αναξιόπιστες και το 38,8% ως πηγές με μικρή αξιοπιστία για αυτό το θέμα.

Πίνακας 6.2.18.10: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν τα εστιατόρια για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Εστιατόρια	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	137	40,5	40,5
Λίγο	131	38,8	79,3
Μέτρια	51	15,1	94,4
Πολύ	17	5,0	99,4
Πάρα πολύ	2	0,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι περιβαλλοντικές οργανώσεις όπως φαίνεται στον πίνακα 6.2.18.11 θεωρούνται ως πηγές με μέτρια έως μεγάλη αξιοπιστία αφού το 36,7% των ερωτώμενων τις εμπιστεύεται μέτρια ενώ το 36,1% τις εμπιστεύεται πολύ για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.18.11: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι περιβαλλοντικές οργανώσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Περιβαλλοντικές οργανώσεις	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	12	3,6	3,6
Λίγο	45	13,3	16,9
Μέτρια	124	36,7	53,6
Πολύ	122	36,1	89,6
Πάρα πολύ	35	10,4	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι κυβερνητικές υπηρεσίες (Υπουργεία Γεωργίας, Ανάπτυξης) θεωρούνται από το 34,6% των ερωτώμενων ότι παρέχουν πολύ αξιόπιστες πληροφορίες για θέματα ασφάλειας τροφίμων ενώ το 31,4% τις θεωρεί μέτρια αξιόπιστες. Μόλις το 7,4% δεν τις εμπιστεύεται καθόλου.

Πίνακας 6.2.18.12: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι κυβερνητικές υπηρεσίες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Κυβερνητικές υπηρεσίες	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	25	7,4	7,4
Λίγο	54	16,0	23,4
Μέτρια	106	31,4	54,7
Πολύ	117	34,6	89,3
Πάρα πολύ	36	10,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Εξειδικευμένες αρχές όπως ο ΕΦΕΤ και η Γενική Γραμματεία Καταναλωτή απολαμβάνουν μεγάλη εμπιστοσύνη από το 44,4% των ερωτώμενων για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων ενώ το 28,4% τις εμπιστεύεται μέτρια.

Πίνακας 6.2.18.13: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι εξειδικευμένες αρχές για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Εξειδικευμένες αρχές	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	11	3,3	3,3
Λίγο	28	8,3	11,5
Μέτρια	96	28,4	39,9
Πολύ	150	44,4	84,3
Πάρα πολύ	53	15,7	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι ενώσεις καταναλωτών θεωρούνται ως πολύ αξιόπιστες πηγές από το 41,1% των ερωτώμενων ενώ το 26,3% τις εμπιστεύεται μέτρια. Πάρα πολύ μεγάλη εμπιστοσύνη φαίνεται να απολαμβάνουν από το 18,6% του δείγματος.

Πίνακας 6.2.18.14: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι ενώσεις καταναλωτών για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ενώσεις καταναλωτών	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	8	2,4	2,4
Λίγο	39	11,5	13,9
Μέτρια	89	26,3	40,2
Πολύ	139	41,1	81,4
Πάρα πολύ	63	18,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων θεωρείται μια πολύ έως μέτρια αξιόπιστη πηγή για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων αφού το 42,3% και το 23,1% των ερωτώμενων τη θεωρεί πολύ και μέτρια αξιόπιστη αντίστοιχα.

Πίνακας 6.2.18.15: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	6	1,8	1,8
Λίγο	34	10,1	11,8
Μέτρια	78	23,1	34,9
Πολύ	143	42,3	77,2
Πάρα πολύ	77	22,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι τηλεοπτικές ειδήσεις όπως δείχνει ο πίνακας 6.2.18.16 θεωρούνται μέτρια αξιόπιστες πηγές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων ενώ το 22,5% τις εμπιστεύεται λίγο.

Πίνακας 6.2.18.16: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Τηλεοπτικές ειδήσεις	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	36	10,7	10,7
Λίγο	76	22,5	33,1
Μέτρια	136	40,2	73,4
Πολύ	67	19,8	93,2
Πάρα πολύ	23	6,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το ραδιόφωνο ως πηγή πληροφόρησης απολαμβάνει μέτρια έως και μικρή εμπιστοσύνη αφού το 41,1% το εμπιστεύεται μέτρια και το 30,8% το εμπιστεύεται λίγο για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων ενώ το 10,4% δεν το εμπιστεύεται καθόλου.

Πίνακας 6.2.18.17: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχει το ραδιόφωνο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Ραδιόφωνο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	35	10,4	10,4
Λίγο	104	30,8	41,1
Μέτρια	139	41,1	82,2
Πολύ	50	14,8	97,0
Πάρα πολύ	10	3,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Τα περιοδικά θεωρούνται και αυτά ως μέτρια έως λίγο αξιόπιστες πηγές για τις πληροφορίες σε θέματα ασφάλειας τροφίμων που παρέχουν αφού το 40,8% τα θεωρεί μέτρια αξιόπιστα και το 30,5% λίγο αξιόπιστα ενώ το 8,9% δεν τα εμπιστεύεται καθόλου.

Πίνακας 6.2.18.18: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Περιοδικά	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	30	8,9	8,9
Λίγο	103	30,5	39,3
Μέτρια	138	40,8	80,2
Πολύ	56	16,6	96,7
Πάρα πολύ	11	3,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Το διαδίκτυο θεωρείται μέτρια αξιόπιστο από το 42,6% των ερωτώμενων για τις πληροφορίες σε θέματα ασφάλειας τροφίμων που παρέχει ενώ το 24,9% (δηλαδή 1 στους 5) το θεωρεί πολύ αξιόπιστο. Το 22,2% το εμπιστεύεται λίγο ενώ το 4,1% το βρίσκει εντελώς αναξιόπιστο.

Πίνακας 6.2.18.19: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Οι	Διαδίκτυο	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %	εφημερίδες
	Καθόλου	14	4,1	4,1	
	Λίγο	75	22,2	26,3	
	Μέτρια	144	42,6	68,9	
	Πολύ	84	24,9	93,8	
	Πάρα πολύ	21	6,2	100,0	
	Σύνολο	338	100,0		

απολαμβάνουν μέτρια εμπιστοσύνη από το 38,5% των ερωτώμενων ενώ από το 26,3% απολαμβάνουν μικρή εμπιστοσύνη όσον αφορά τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Ενώ το 24,6% τις εμπιστεύεται σε πολύ μεγάλο βαθμό.

Πίνακας 6.2.18.20: Βαθμός εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Εφημερίδες	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	17	5,0	5,0
Λίγο	89	26,3	31,4
Μέτρια	130	38,5	69,8
Πολύ	83	24,6	94,4
Πάρα πολύ	19	5,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.18.21 θα λέγαμε συμπερασματικά ότι οι πηγές που απολαμβάνουν πολύ έως πάρα πολύ μεγάλη εμπιστοσύνη από τους ερωτώμενους για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων είναι οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες (68%), η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (65,1%) οι γιατροί και οι ειδικοί (63%), οι εξειδικευμένες αρχές (ΕΦΕΤ, Γενική Γραμματεία Καταναλωτή) με 60,1% και οι ενώσεις καταναλωτών (59,7%). Ενώ λιγότερο ως καθόλου αξιόπιστες πηγές φαίνεται να είναι τα εστιατόρια (79,3%), γενικά καταστήματα και σούπερμαρκετ (70,1%), οι πληροφορίες από την εταιρεία (54,2%) και οι αγρότες / παραγωγοί (50,9%).

Πίνακας 6.2.18.21: Οι πηγές πληροφόρησης που θεωρούνται πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου αξιόπιστες για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πόσο εμπιστεύεστε τις παρακάτω πηγές πληροφόρησης για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων;	Πάρα πολύ – Πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
Γενικά καταστήματα & σούπερμαρκετ	9,8	70,1
Βιολογικά καταστήματα	26,6	41,2
Εξειδικευμένα καταστήματα	22,2	41,7
Γιατροί/Ειδικοί	63	10,7
Ακαδημαϊκοί επιστήμονες	68	9,5
Αγρότες/ παραγωγοί	17,1	50,9
Ετικέτα προϊόντος	16,3	41,2
Πληροφορίες από την εταιρεία	13,9	54,2
Φίλοι/οικογένεια	37,3	29,3
Εστιατόρια	5,6	79,3
Περιβαλλοντικές οργανώσεις	46,5	16,9
Κυβερνητικές υπηρεσίες	45,3	23,4
Εξειδικευμένες αρχές	60,1	11,6
Ενώσεις καταναλωτών	59,7	13,9
Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων	65,1	11,9
Τηλεοπτικές ειδήσεις	26,6	33,2
Ραδιόφωνο	17,8	41,2
Περιοδικά	19,9	39,4
Διαδίκτυο	31,1	26,3
Εφημερίδες	30,2	31,3

Τα αποτελέσματα από την ανάλυση των δεδομένων από την ερώτηση πόσο ολοκληρωμένες, σαφείς, ειλικρινείς, επαρκείς και σημαντικές ήταν οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι απαντήσεις παρουσιάζονται στους πιο κάτω πίνακες (6.2.19.1-5).

Πίνακας 6.2.19.1: Αντίληψη για το πόσο ολοκληρωμένες ήταν οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Ολοκληρωμένες	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	93	27,5	27,5
Λίγο	123	36,4	63,9
Μέτρια	106	31,4	95,3
Πολύ	13	3,8	99,1
Πάρα πολύ	3	,9	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Πίνακας 6.2.19.2: Αντίληψη για το πόσο σαφείς ήταν οι πληροφορίες

που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Σαφείς	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	77	22,8	22,8
Λίγο	133	39,3	62,1
Μέτρια	92	27,2	89,3
Πολύ	30	8,9	98,2
Πάρα πολύ	6	1,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Πίνακας 6.2.19.3: Αντίληψη για το πόσο ειλικρινείς ήταν οι πληροφορίες
που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Ειλικρινείς	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	98	29,0	29,0
Λίγο	146	43,2	72,2
Μέτρια	64	18,9	91,1
Πολύ	26	7,7	98,8
Πάρα πολύ	4	1,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Πίνακας 6.2.19.4: Αντίληψη για το πόσο επαρκείς ήταν οι πληροφορίες
που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Επαρκείς	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	100	29,6	29,6
Λίγο	143	42,3	71,9
Μέτρια	81	24,0	95,9
Πολύ	13	3,8	99,7
Πάρα πολύ	1	0,3	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Πίνακας 6.2.19.5: Αντίληψη για το πόσο σημαντικές ήταν οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Σημαντικές	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	74	21,9	21,9
Λίγο	146	43,2	65,1
Μέτρια	76	22,5	87,6
Πολύ	32	9,5	97,0
Πάρα πολύ	10	3,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Συμπερασματικά θα λέγαμε παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.19.6 ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων θεωρεί ότι κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία ήταν λίγο έως καθόλου ολοκληρωμένες (63,9%), λίγο έως καθόλου σαφείς (62,1%), λίγο έως καθόλου ειλικρινείς (72,2%), λίγο έως καθόλου επαρκείς (71,9%) και λίγο έως καθόλου σημαντικές (65,1%).

Πίνακας 6.2.19.6: Αντίληψη για τις πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία ήταν:	Πάρα πολύ – Πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
Ολοκληρωμένες	4,7	63,9
Σαφείς	10,7	62,1
Ειλικρινείς	8,9	72,2
Επαρκείς	4,1	71,9
Σημαντικές	12,5	65,1

Ε. Υπεύθυνες αρχές για την ασφάλεια των τροφίμων

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (71%) θεωρούν ότι το κράτος είναι ο φορέας που ευθύνεται σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό για την ασφάλεια των τροφίμων που παράγονται στη χώρα. Το 22,8% απήντησε ότι είναι πολύ υπεύθυνο ενώ μόλις το 6,3% των ερωτηθέντων δήλωσαν ότι ευθύνεται από μέτρια έως καθόλου.

Πίνακας 6.2.20.1: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης του κράτους στην ασφάλεια των τροφίμων.

<u>Το κράτος</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	2	0,6	0,6
Λίγο	8	2,4	3,0
Μέτρια	11	3,3	6,2
Πολύ	77	22,8	29,0
Πάρα πολύ	240	71,0	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι αγρότες θεωρούνται από το 40,8% των ερωτηθέντων ότι τους αναλογεί αρκετή ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 33,1% δήλωσε ότι έχουν πολύ μεγάλη ευθύνη. Μόλις το 3% απήντησε ότι δεν έχουν καθόλου ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.20.2: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης των αγροτών στην ασφάλεια των τροφίμων.

<u>Οι αγρότες</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	10	3,0	3,0
Λίγο	16	4,7	7,7
Μέτρια	62	18,3	26,0
Πολύ	138	40,8	66,9
Πάρα πολύ	112	33,1	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η βιομηχανία τροφίμων θεωρείται από το 64,8% ότι έχει πολύ μεγάλη ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων ενώ το 22,5% πιστεύει ότι της αναλογεί αρκετή ευθύνη.

Πίνακας 6.2.20.3: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης της βιομηχανίας τροφίμων στην ασφάλεια των τροφίμων.

<u>Η βιομηχανία τροφίμων</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	6	1,8	1,8
Λίγο	12	3,6	5,3
Μέτρια	25	7,4	12,7
Πολύ	76	22,5	35,2
Πάρα πολύ	219	64,8	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι πωλητές θεωρούνται ότι έχουν αρκετή ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων από το 35,8% των ερωτηθέντων ενώ το 27,5% θεωρεί ότι έχουν μέτρια ευθύνη. Σημαντικό είναι ότι το 8,9% πιστεύει ότι οι πωλητές δεν έχουν καμία ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.20.4: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης των πωλητών στην ασφάλεια των τροφίμων.

<u>Οι πωλητές</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	30	8,9	8,9
Λίγο	55	16,3	25,1
Μέτρια	93	27,5	52,7
Πολύ	121	35,8	88,5
Πάρα πολύ	39	11,5	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Οι ίδιοι οι καταναλωτές θεωρούν ότι ευθύνονται πολύ για την ασφάλεια των τροφίμων σε ποσοστό 41,7% ενώ το 22,2% δηλώνει ότι ευθύνονται πάρα πολύ. Μόλις το 3% δηλώνει ότι δεν φέρει καμία ευθύνη για την ασφάλεια των τροφίμων.

Πίνακας 6.2.20.5: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης των καταναλωτών στην ασφάλεια των τροφίμων.

<u>Οι καταναλωτές</u>	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	10	3,0	3,0
Λίγο	43	12,7	15,7
Μέτρια	69	20,4	36,1
Πολύ	141	41,7	77,8
Πάρα πολύ	75	22,2	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρείται από το 50,6% των ερωτηθέντων ότι ευθύνεται πάρα πολύ για την ασφάλεια των τροφίμων. Το 32,2% πιστεύει ότι ευθύνεται πολύ και το 17% θεωρεί ότι ευθύνεται μέτρια έως και καθόλου.

Πίνακας 6.2.20.6: Αντίληψη για το βαθμό ευθύνης της Ευρωπαϊκής Ένωσης στην ασφάλεια των τροφίμων.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση	Συχνότητα	Σχετική συχνότητα %	Αθροιστική συχνότητα %
Καθόλου	3	0,9	0,9
Λίγο	16	4,7	5,6
Μέτρια	39	11,5	17,2
Πολύ	109	32,2	49,4
Πάρα πολύ	171	50,6	100,0
Σύνολο	338	100,0	

Συμπερασματικά, παρατηρώντας τον πίνακα 6.2.20.7 θα λέγαμε ότι οι ερωτώμενοι θεωρούν υπεύθυνους όλους τους φορείς που έχουν δοθεί στο ερωτηματολόγιο για την ασφάλεια των τροφίμων. Συγκεκριμένα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων θεωρεί υπεύθυνους φορείς για την ασφάλεια των τροφίμων πρώτιστα το κράτος (93,8%), δεύτερη την βιομηχανία τροφίμων (87,3%), την Ευρωπαϊκή Ένωση (82,8%), τους αγρότες (73,9%), τους καταναλωτές (63,9%) και τέλος τους πωλητές (47,3%).

Πίνακας 6.2.20.7: Αντίληψη για τους φορείς που είναι πάρα πολύ έως πολύ και λίγο έως καθόλου υπεύθυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων.

Σε ποιο βαθμό θεωρείτε είναι υπεύθυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων:	Πάρα πολύ – πολύ (%)	Λίγο – Καθόλου (%)
Το κράτος	93,8	3,0
Οι αγρότες	73,9	7,7
Η βιομηχανία τροφίμων	87,3	5,4
Οι πωλητές	47,3	25,2
Οι καταναλωτές	63,9	15,7
Η Ευρωπαϊκή Ένωση	82,8	5,6

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Έλεγχοι υποθέσεων και πίνακες διπλής εισόδου

Σε αυτό το κεφάλαιο σχολιάζονται αναλυτικά και παρατίθενται υπό μορφή πινάκων διπλής εισόδου τα αποτελέσματα όπως προέκυψαν από τα δεδομένα του ερωτηματολογίου. Ο έλεγχος ανεξαρτησίας δύο μεταβλητών γίνεται με το στατιστικό χ^2 , το οποίο ακολουθεί την κατανομή χ^2 με $(\kappa-1) \cdot (\lambda-1)$ (δηλαδή το γινόμενο των γραμμών του πίνακα μείον 1 επί των στηλών του πίνακα μείον 1) βαθμούς ελευθερίας και $\alpha\%$ επίπεδο σημαντικότητας. Συγκεκριμένα, πραγματοποιείται έλεγχος υποθέσεων για να καθοριστεί αν η συσχέτιση μεταξύ των δύο μεταβλητών είναι θετική ή αρνητική, να διευκρινιστεί δηλαδή αν οι μεταβλητές συσχετίζονται ή όχι.

Η τιμή της χ^2 συγκρίνεται με την πιθανότητα παρατήρησης της τιμής αυτής (p-value) και οδηγεί στα ακόλουθα συμπεράσματα:

- ➡ $p\text{-value} > 0,10 \Rightarrow$ αποδεχόμαστε τη μηδενική υπόθεση, δηλαδή οι μεταβλητές είναι ανεξάρτητες.
- ➡ $p\text{-value} < 0,10 \Rightarrow$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση, δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 90%.
- ➡ $p\text{-value} < 0,05 \Rightarrow$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση, δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 95%.
- ➡ $p\text{-value} < 0,01 \Rightarrow$ αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση, δηλαδή οι μεταβλητές συσχετίζονται και το επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας είναι 99%.

Έχοντας υπόψη τον κανόνα απόρριψης της μηδενικής υπόθεσης και δεδομένου ότι πάντα ο ερευνητής ορίζει το επίπεδο σημαντικότητας για τον περιορισμό του σφάλματος, είναι εξίσου εύκολο να ορισθεί μια εναλλακτική στατιστική ποσότητα η οποία να είναι συγκρίσιμη με το επίπεδο σημαντικότητας. Αυτή η ποσότητα ονομάζεται p-value και αντιπροσωπεύει τη μικρότερη τιμή του επιπέδου σημαντικότητας α για την οποία η μηδενική υπόθεση H_0 απορρίπτεται. Στην παρούσα μελέτη το επίπεδο σημαντικότητας για τους ελέγχους υποθέσεων θα είναι πάντοτε ίσο με 5%, οπότε p-value μικρότερη από 5% συνιστά ένδειξη για απόρριψη της μηδενικής υπόθεσης.

7.1 Ανάλυση και σχολιασμός των ελέγχων υποθέσεων και των πινάκων διπλής εισόδου της έρευνας

Στον συγκεκριμένο έλεγχο υπόθεσης εξετάζεται αν η αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για τον βαθμό που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία επηρεάζεται από το βαθμό εμπιστοσύνης τους στις πληροφορίες που παρέχουν οι εξειδικευμένες αρχές για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 16,239 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,436 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία *ο βαθμός εμπιστοσύνης στις εξειδικευμένες αρχές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων επηρεάζει την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία τους*, δηλαδή είναι δύο στοιχεία που είναι εξηρημένα.

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.1 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (9,2%) των ατόμων που πιστεύουν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν λίγο την υγεία, το 3,6% εμπιστεύεται πολύ τις πληροφορίες που παρέχουν οι εξειδικευμένες αρχές για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Επιπλέον, το 30,5% των καταναλωτών που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία σε μέτριο βαθμό το 13,3% εμπιστεύεται πολύ τις πληροφορίες που παρέχουν οι εξειδικευμένες αρχές για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.1: Βαθμός εμπιστοσύνης στις εξειδικευμένες αρχές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία (Trust.govern.service by Damage.foodrinks).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0%	0 0,0%	6 1,8%	1 0,3%	4 1,2%	11 3,3%
Λίγο	0 0,0%	2 0,6%	8 2,4%	13 3,8%	5 1,5%	28 8,3%
Μέτρια	2 0,6%	11 3,3%	25 7,4%	26 7,7%	32 9,5%	96 28,4%
Πολύ	1 0,3%	12 3,6%	45 13,3%	43 12,7%	49 14,5%	150 44,4%
Πάρα πολύ	0 0,0%	6 1,8%	19 5,6%	17 5,0%	11 3,3%	53 15,7%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	3 0,9%	31 9,2%	103 30,5%	100 29,6%	101 29,9%	338 100,0%

Εξετάζοντας την υπόθεση, αν η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το κρέας είναι επικίνδυνο επηρεάζεται από την ηλικία, η τιμή της X^2 βρέθηκε 27,649 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,035 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό μας επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία **η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το κρέας είναι επικίνδυνο επηρεάζεται από την ηλικία.**

Από τον ακόλουθο πίνακα διπλής εισόδου (πίνακας 7.2.2) επιβεβαιώνεται το παραπάνω συμπέρασμα. Ειδικότερα, από το 23,7% του συνόλου των ατόμων που θεωρεί ότι το κρέας είναι λίγο επικίνδυνο για την υγεία, το 8,3% είναι άτομα ηλικίας 35-50 ετών. Επιπλέον, αποδείχθηκε ότι από το σύνολο (31,1%) των ατόμων που θεωρούν το κρέας πολύ επικίνδυνο, το 10,9% είναι άτομα ηλικίας 20-34 ετών. Συμπερασματικά θα λέγαμε ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες (+35 ετών) θεωρούν το κρέας λιγότερο επικίνδυνο σε σχέση με τις μικρότερες ηλικίες (μέχρι 34 ετών) που πιστεύουν ότι είναι πιο επικίνδυνο.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.2: Ηλικία με την αντίληψη για το βαθμό που το κρέας είναι επικίνδυνο (Age by Damage.meat).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Μέχρι 19 ετών	2 0,6%	13 3,8%	13 3,8%	21 6,2%	1 0,3%	50 14,8%
20 – 34 ετών	10 3,0%	24 7,1%	46 13,6%	37 10,9%	19 5,6%	136 40,2%
35 – 50 ετών	5 1,5%	28 8,3%	37 10,9%	38 11,2%	6 1,8%	114 33,7%
51 – 65 ετών	2 0,6%	9 2,7%	10 3,0%	5 1,5%	1 0,3%	27 8,0%
Πάνω από 65 ετών	0 0,0%	6 1,8%	1 0,3%	4 1,2%	0 0,0%	11 3,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	19 5,6%	80 23,7%	107 31,7%	105 31,1%	27 8,0%	338 100,0%

Στον ακόλουθο έλεγχο υπόθεσης διερευνάται η αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για το βαθμό που τα φρούτα και λαχανικά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται από το βαθμό εμπιστοσύνης τους στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 28,304 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,029 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία **η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα φρούτα και λαχανικά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται**

από το βαθμό εμπιστοσύνης τους στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Σχετικά με την παραπάνω διαπίστωση προκύπτει ότι, από το 21,9% των ατόμων που θεωρεί τα φρούτα και λαχανικά πολύ επικίνδυνα, το 10,1% εμπιστεύεται λίγο τις πληροφορίες που παρέχουν που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων (πίνακας 7.2.3). Ανάλογα συμπεριφέρεται και το 2,1% των ατόμων που πιστεύει ότι τα φρούτα και λαχανικά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Επιπλέον, από το σύνολο (21,9%) των ατόμων που θεωρεί τα φρούτα και λαχανικά λίγο επικίνδυνα, το 6,8% εμπιστεύεται λίγο τις πληροφορίες που παρέχουν που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Ανάλογα συμπεριφέρεται και το 11,2% των ατόμων που πιστεύει ότι τα φρούτα και λαχανικά δεν είναι επικίνδυνα.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.3: Βαθμός εμπιστοσύνης στους αγρότες – παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων με την αντίληψη του βαθμού που τα φρούτα και λαχανικά είναι επικίνδυνα (Trust.farmers.produce by Danger.fruits.vege).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	11 3,3%	5 1,5%	11 3,3%	16 4,7%	3 0,9%	46 13,6%
Λίγο	38 11,2%	23 6,8%	24 7,1%	34 10,1%	7 2,1%	126 37,3%
Μέτρια	34 10,1%	28 8,3%	26 7,7%	17 5,0%	3 0,9%	108 32,0%
Πολύ	15 4,4%	11 3,3%	10 3,0%	7 2,1%	0 0,0%	43 12,7%
Πάρα πολύ	7 2,1%	7 2,1%	1 0,3%	0 0,0%	0 0,0%	15 4,4%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	105 31,1%	74 21,9%	72 21,3%	74 21,9%	13 3,8%	338 100,0%

Στον συγκεκριμένο έλεγχο υπόθεσης εξετάζεται αν η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα δημητριακά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται από τον αριθμό των παιδιών. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 39,252 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,001 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία *η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα δημητριακά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται από τον αριθμό των παιδιών που έχουν.*

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.4 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (40,2%) των ατόμων που δεν θεωρούν τα δημητριακά επικίνδυνα, το 26% δεν έχει καθόλου παιδιά. Όπως και το 23,7% των ατόμων που θεωρούν τα δημητριακά λίγο επικίνδυνα, το 15,4% δεν έχει καθόλου παιδιά. Ενώ από το 11,5% των καταναλωτών που θεωρούν τα δημητριακά πολύ επικίνδυνα, το 4,2% έχει πάνω από δύο παιδιά.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.4: Αριθμός παιδιών με αντίληψη για το βαθμό που τα δημητριακά είναι επικίνδυνα (Kid by Danger.cereals).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
0	88 26,0%	52 15,4%	34 10,1%	17 5,0%	4 1,2%	195 57,7%
1	19 5,6%	9 2,7%	15 4,4%	8 2,4%	2 0,6%	53 15,7%
2	23 6,8%	13 3,8%	22 6,5%	11 3,3%	0 0,0%	69 20,4%
3	6 1,8%	6 1,8%	3 0,9%	3 0,9%	1 0,3%	19 5,6%
4	0 0,0%	0 0,0%	1 0,3%	0 0,0%	1 0,3%	2 0,6%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	136 40,2%	80 23,7%	75 22,2%	39 11,5%	8 2,4%	338 100,0%

Πραγματοποιήθηκε έλεγχος υπόθεσης αν η αντίληψη για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 11,098 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,196 > 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε τη μηδενική υπόθεση, σύμφωνα με την οποία ***η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα.***

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.5 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (24,9%) των ατόμων που θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί λίγο επικίνδυνα, το 9,8% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Επιπλέον, από το 26,6% των ατόμων που δεν θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί καθόλου επικίνδυνα, το 11,2% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.5: Αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν με την αντίληψη για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα (Change.safety by Danger.dairy).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Έχει χειροτερέψει	30 8,9%	35 10,4%	33 9,8%	40 11,8%	14 4,1%	152 45,0%
Ίδια κατάσταση	22 6,5%	16 4,7%	13 3,8%	14 4,1%	5 1,5%	70 20,7%
Έχει βελτιωθεί	38 11,2%	33 9,8%	16 4,7%	23 6,8%	6 1,8%	116 34,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	90 26,6%	84 24,9%	62 18,3%	77 22,8%	25 7,4%	338 100,0%

Εξετάζεται αν η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται από την αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που έχουν τα πρόσθετα / συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων και ποτών. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 56,278 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,00 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία **οι αντιλήψεις των καταναλωτών για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα επηρεάζεται από την αντίληψη τους για το επίπεδο ρίσκου που έχουν τα πρόσθετα / συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων.**

Από τον ακόλουθο πίνακα διπλής εισόδου 7.2.6 επιβεβαιώνεται το παραπάνω συμπέρασμα. Ειδικότερα, από το σύνολο (41,1%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα πρόσθετα / συντηρητικά έχουν πολύ μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και ποτών, το 11,8% θεωρεί ότι τα ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Επιπλέον, από το σύνολο (28,1%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα πρόσθετα / συντηρητικά έχουν πάρα πολύ μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και ποτών, το 10,4% θεωρεί ότι τα ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.6: Αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που έχουν τα πρόσθετα / συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων με την αντίληψη για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα (Risk.additives by Danger.drinks).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	2 0,6%	0 0,0%	0 0,0%	2 0,6%	0 0,0%	4 1,2%
Λίγο	1 0,3%	6 1,8%	4 1,2%	8 2,4%	3 0,9%	22 6,5%
Μέτρια	3	18	10	39	8	78

	0,9%	5,3%	3,0%	11,5%	2,4%	23,1%
Πολύ	3 0,9%	12 3,6%	25 7,4%	59 17,5%	40 11,8%	139 41,1%
Πάρα πολύ	5 1,5%	6 1,8%	13 3,8%	36 10,7%	35 10,4%	95 28,1%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	14 4,1%	42 12,4%	52 15,4%	144 42,6%	86 25,4%	338 100,0%

Στον συγκεκριμένο έλεγχο υπόθεσης εξετάζεται αν η αντίληψη των καταναλωτών για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία. Η τιμή της χ^2 βρέθηκε 24,122 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,002 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία τα δύο παραπάνω στοιχεία δεν είναι ανεξάρτητα. Δηλαδή, ότι **η αντίληψη των καταναλωτών για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία.**

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.7 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (29,6%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν πολύ την υγεία, το 15,4% θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει. Ίδια αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων φαίνεται να έχει και το 16% από το σύνολο των ατόμων (29,9%) που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.7: Αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία (Change.safety by Damage.foodrinks).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Έχει χειροτερέψει	2 0,6%	14 4,1%	30 8,9%	52 15,4%	54 16,0%	152 45,0%
Ίδια κατάσταση	1 0,3%	6 1,8%	33 9,8%	20 5,9%	10 3,0%	70 20,7%
Έχει βελτιωθεί	0 0,0%	11 3,3%	40 11,8%	28 8,3%	37 10,9%	116 34,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	3 0,9%	31 9,2%	103 30,5%	100 29,6%	101 29,9%	338 100,0%

Στον συγκεκριμένο έλεγχο υπόθεσης εξετάζεται αν η αντίληψη των καταναλωτών για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη για το βαθμό που

πιστεύουν ότι μπορούν να ελέγξουν την ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 18,345 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,019 < 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να αποδεχτούμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα με την οποία τα δύο παραπάνω στοιχεία δεν είναι ανεξάρτητα. Δηλαδή, ότι **η αντίληψη των καταναλωτών για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν επηρεάζει την αντίληψη που τα άτομα έχουν για το βαθμό που μπορούν να ελέγξουν την ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια.**

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.8 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (39,1%) των ατόμων που πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει χειροτερέψει, το 25,1% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια, ενώ το 12,1% θεωρεί ότι έχει λίγο έλεγχο. Επιπλέον, από το 23,4% που θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν παρέμεινε στην ίδια κατάσταση, το 13% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια. Ενδιαφέρον είναι ότι από το 37,6% των ατόμων που θεωρούν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν, το 17,5% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.8: Αντίληψη της ασφάλειας στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν με την αντίληψη για το βαθμό που τα άτομα μπορούν να ελέγξουν την ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια (Change.safety by Control.foodsafety.restau).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Έχει χειροτερέψει	85 25,1%	41 12,1%	4 1,2%	2 0,6%	0 0,0%	132 39,1%
Ίδια κατάσταση	44 13,0%	32 9,5%	1 0,3%	0 0,0%	2 0,6%	79 23,4%
Έχει βελτιωθεί	59 17,5%	55 16,3%	11 3,3%	1 0,3%	1 0,3%	127 37,6%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	188 55,6%	128 37,9%	16 4,7%	3 0,9%	3 0,9%	338 100,0%

Τέλος, εξετάστηκε ο έλεγχος υπόθεσης αν η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρείχε η εταιρεία του κλάδου τροφίμων κατά την κρίση επηρεάζεται από την ηλικία. Η τιμή της X^2 βρέθηκε 24,362 με πιθανότητα να παρατηρηθεί η τιμή αυτή $0,082 > 0,05$. Το αποτέλεσμα αυτό επιτρέπει να απορρίψουμε την εναλλακτική υπόθεση H_A υπόθεση, σύμφωνα

με την οποία *η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρείχε η εταιρεία κατά τη κρίση δεν επηρεάζεται από την ηλικία.*

Ο πίνακας διπλής εισόδου 7.2.9 επιτρέπει να συμπεράνουμε ότι, από το σύνολο (29%) των ατόμων που θεωρούν ότι η εταιρεία δεν ήταν καθόλου ειλικρινής στις πληροφορίες που παρείχε κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων, το 10,7% είναι άτομα ηλικίας 35–50 ετών, ενώ και το 10,4% των ατόμων ηλικίας 20-34 ετών πιστεύει το ίδιο για τις πληροφορίες της εταιρείας. Επιπλέον, από το 43,2% των ατόμων που πιστεύουν ότι η εταιρεία ήταν λίγο ειλικρινής, το 19,5% είναι άτομα ηλικίας 20-34 ετών και το 12,7% άτομα ηλικίας 35-50 ετών.

Πίνακας διπλής εισόδου 7.2.9: Ηλικία με την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών της εταιρείας κατά τη κρίση στον κλάδο τροφίμων (Age by Crisis.info.honest).

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Μέχρι 19 ετών	14 4,1%	19 5,6%	7 2,1%	10 3,0%	0 0,0%	50 14,8%
20 – 34 ετών	35 10,4%	66 19,5%	24 7,1%	8 2,4%	3 0,9%	136 40,2%
35 – 50 ετών	36 10,7%	43 12,7%	26 7,7%	8 2,4%	1 0,3%	114 33,7%
51 – 65 ετών	7 2,1%	15 4,4%	5 1,5%	0 0,0%	0 0,0%	27 8,0%
Πάνω από 65 ετών	6 1,8%	3 0,9%	2 0,6%	0 0,0%	0 0,0%	11 3,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	98 29,0%	146 43,2%	64 18,9%	26 7,7%	4 1,2%	338 100,0%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8:

Εκτιμήσεις πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης – Πολυμεταβλητή στατιστική ανάλυση

Στηριζόμενοι στο θεωρητικό πλαίσιο που αναπτύχθηκε στην αρχή της μελέτης, με την αναφορά σε εμπειρικές έρευνες για το ζήτημα της αντίδρασης και της συμπεριφοράς του καταναλωτή στους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα σε άλλες χώρες και έχοντας παρουσιάσει στο προηγούμενο κεφάλαιο τα στατιστικά στοιχεία που συλλέχθηκαν βάσει του ερωτηματολογίου, επιδιώκεται στη συνέχεια μέσα από οικονομετρικά υποδείγματα να διερευνηθούν οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για τους κινδύνους που σχετίζονται γενικά με τα τρόφιμα και ποτά, με ειδικές κατηγορίες τροφίμων (κρέας, φρούτα και λαχανικά, αυγά, δημητριακά, γάλα, γιαούρτι και τυρί, ψάρια και θαλασσινά, ποτά). Επίσης παρουσιάζονται οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για την ασφάλεια και την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, την αντίληψη τους για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων, την αντίληψη τους για το βαθμό επάρκειας αλλά και το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων. Τέλος παρουσιάζονται οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Για την περίπτωση της Ελλάδας έχει γίνει έρευνα, η οποία χρηματοδοτήθηκε από τη Γενική Διεύθυνση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για θέματα Υγείας και Προστασίας Καταναλωτή (DG-SANCO) και πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων (European Food Safety Authority-EFSA) με θέμα «Ευρωβαρόμετρο για την αντίληψη των διατροφικών κινδύνων». Η έρευνα διηχήχθηκε το 2005 και αναφέρεται στους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των Ελλήνων καταναλωτών, αλλά και των καταναλωτών σε άλλα 25 κράτη μέλη της ΕΕ, για τους κινδύνους εστιάζοντας σε αυτούς που σχετίζονται με την ασφάλεια των τροφίμων.

Τα συμπεράσματα για τους Έλληνες καταναλωτές αναφέρονται σε στοιχεία όπως ότι το 65% θεωρεί την ποιότητα ως βασικό κριτήριο επιλογής για την αγορά ενός τροφίμου σε σχέση με το 42% των Ευρωπαίων καταναλωτών. Η τιμή του προϊόντος ως παράμετρος, αν και έπεται σημαντικά, εν τούτοις παραμένει ελαφρώς αυξημένη (45% έναντι 40%). Επίσης το 87% των Ελλήνων καταναλωτών εκφράζει ανησυχία για τα κατάλοιπα στα κρέατα, τα αντιβιοτικά και τις ορμόνες όπως και για τα μικροβιοκτόνα κατάλοιπα στα φρούτα, στα λαχανικά και στα δημητριακά

τα οποία έρχονται στην πρώτη σειρά κατάταξης στην Ελλάδα όπως και σε άλλα 9 μέλη της ΕΕ (κυρίως οι μεσογειακές χώρες). Γενικά οι παράμετροι που φάνηκαν να επηρεάζουν τις αντιλήψεις για τους διατροφικούς κινδύνους είναι το επίπεδο γνώσης για αυτούς τους κινδύνους, το είδος του κινδύνου, το επίπεδο εμπιστοσύνης στις δημόσιες αρχές και στην ΕΕ, η αντίληψη για την ασφάλεια των τροφίμων τα τελευταία 10 χρόνια, οι πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αξιοπιστία αυτών των πηγών.

Σε σχετικές εμπειρικές μελέτες που έγιναν σε ξένες χώρες που εξετάζουν τα ζητήματα αυτά καταλήγουν στα συμπεράσματα ότι η συμπεριφορά και οι αντιλήψεις των ατόμων για τους κινδύνους που σχετίζονται με τα τρόφιμα εξαρτάται από παράγοντες όπως είναι η αντίληψη και η στάση γενικά στον κίνδυνο (Pennings et al., 2002, Setbon et al., 2005, Kutttschreuter, 2006, Lobb et al., 2007, Starbird and Baker, 2004), η αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα (Gaivoronskaia and Hvinden, 2004, Verbeke, 2001), ο βαθμός που λαμβάνονται υπόψη κάποια χαρακτηριστικά κατά την διάρκεια αγοράς των τροφίμων (Verbeke, 2001, Ipsos Reid Corporation, 2004, McCarthy and Henson, 2005, Hornibrook et al, 2005, European Commission, 2006), η εμπειρία με κάποιο δυσάρεστο διατροφικό γεγονός (Bocker, 2002, Gaivoronskaia. and Hvinden, 2004, McCarthy and Henson, 2005, Hornibrook et al, 2005, Kutttschreuter, 2006, Tucker et al, 2006), το επίπεδο εμπιστοσύνης σε διάφορες πηγές πληροφόρησης για την παροχή πληροφοριών σχετικά με τα τρόφιμα και η αντιληφθείσα αξιοπιστία τους (European Commission, 2006, Verbeke and Kenhove, 2002, Rosati and Saba, 2004, Green et al, 2005, Lobb et al, 2007, Kutttschreuter, 2006).

Επίσης άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το υπό εξέταση θέμα μέσα από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση φαίνεται να είναι το επίπεδο και η ακρίβεια της γνώσης για τους ενδεχόμενους διατροφικούς κινδύνους (Rosati and Saba., 2004, Pennings et al., 2002 Gaivoronskaia and Hvinden, 2004, Starbird and Baker, 2004), το επίπεδο γνώσης για την ύπαρξη νέων κανονισμών σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα δικαιώματα του καταναλωτή (European Commission, 2006), η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων μέσα από την ικανότητα παρεμπόδισης έκθεσης στον κίνδυνο και την κατανόηση του κινδύνου (Starbird and Baker, 2004, Setbon et al, 2005, European Commission, 2006, Kutttschreuter, 2006), η πιθανότητα έκθεσης στον κίνδυνο και το είδος του (Pennings et al, 2002, Wandel, 1994, Starbird and Baker, 2004), το οικονομικό, χρονικό και το ψυχολογικό κόστος (Hornibrook et al, 2005) και τέλος τα κοινωνικοδημογραφικά και οικονομικά στοιχεία (Tucker et al, 2006, Bocker, 2002).

Με τη μέθοδο της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης θα εκτιμηθούν για κάθε κανάλι οι παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις και τη συμπεριφορά του καταναλωτή στους κινδύνους που ενέχουν τα τρόφιμα. Για τις ανάγκες των αναλύσεων χρησιμοποιήθηκαν δύο προγράμματα, το λογισμικό SPSS for Windows (Statistical Package for Social Sciences) και το E-views σε υπολογιστικό περιβάλλον Windows XP.

Το κεφάλαιο αυτό έχει σκοπό να εξακριβώσει τη σχέση μεταξύ τριών ή περισσότερων μεταβλητών, έτσι ώστε να διαπιστωθεί πως μεταβάλλονται οι τιμές της μιας μεταβλητής, που ονομάζεται εξαρτημένη, όταν γνωρίζουμε τις τιμές των άλλων μεταβλητών που ονομάζονται ανεξάρτητες ή ερμηνευτικές, και δευτερευόντως, την ένταση με την οποία η διαμόρφωση των τιμών της εξαρτημένης μεταβλητής σχετίζεται με τις τιμές και τις μεταβολές των ανεξάρτητων μεταβλητών. Η σχέση που συνδέει μια εξαρτημένη μεταβλητή με περισσότερες από δύο ανεξάρτητες μεταβλητές ονομάζεται πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση. Η εξίσωση της γραμμικής αυτής παλινδρόμησης έχει την ακόλουθη μορφή:

$$X_i = a + \beta_1 X_2 + \beta_2 X_3 + \dots + \beta_n X_{n+1}$$

Η παράμετρος a είναι σταθερά, ενώ β_j ($j=1,2,3,\dots,n$) είναι οι συντελεστές παλινδρόμησης, καθένας από τους οποίους εκφράζει το ποσό κατά το οποίο μεταβάλλεται η εξαρτημένη μεταβλητή, από κατά μία μονάδα μεταβολή της ανεξάρτητης. Οι συντελεστές παλινδρόμησης $a, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ στην πράξη είναι άγνωστοι και προσπαθούμε να τους εκτιμήσουμε με τη βοήθεια του δείγματος, ενώ ως εκτιμήσεις των συντελεστών παλινδρόμησης λαμβάνονται οι σταθερές της γραμμικής εξίσωσης. Στη διαμόρφωση των τιμών των μεταβλητών λαμβάνεται υπόψη το τυπικό σφάλμα. Κριτήριο για τον προσδιορισμό της στατιστικής σημαντικότητας των μεταβλητών αποτελεί η τιμή P-value, η οποία υποδεικνύει στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10%. Τέλος, ο δείκτης R^2 δίνει την αναλογία της διακύμανσης της εξαρτημένης μεταβλητής που οφείλεται στην γραμμική επίδραση των ανεξάρτητων μεταβλητών. Δηλαδή ο δείκτης R^2 δείχνει την καλή τοποθέτηση της παλινδρόμησης στις παρατηρήσεις και όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του, τόσο οι παρατηρήσεις πλησιάζουν στο επίπεδο παλινδρόμησης και τόσο μικρότερη είναι η διακύμανση των σημείων γύρω από τη γραμμή της παλινδρόμησης. Στην παλινδρόμηση όμως λαμβάνεται υπόψη το R^2 adjusted διότι είναι καταλληλότερο για σύγκριση υποδειγμάτων με διαφορετικό αριθμό μεταβλητών.

Στο μέρος του ερωτηματολογίου που χωρίζεται σε κατηγορίες, επιλέχθηκε η κλίμακα ισοδιαστήματος (interval scale) για την ανάλυση των δεδομένων στο πλαίσιο πολυμεταβλητής

στατιστικής ανάλυσης (multivariate techniques), ενώ απορρίφθηκε η χρήση αναλογικής κλίμακας (ratio scale), επειδή δημιουργεί δυσκολίες στην χρήση, καθώς επίσης όταν μιλάμε για συμπεριφορά καταναλωτή είναι παρακινδυνευμένη η χρήση μίας κλίμακας που το μηδέν είναι πραγματικό σημείο αναφοράς, ενώ στην κλίμακα ισοδιαστήματος το μηδέν επιλέγεται από τον μελετητή (Σιάρδος, 2002). Επιλέχθηκε η κλίμακα 5 απαντήσεων (5-point interval scale) όπου 1 σημαίνει καθόλου και 5 πάρα πολύ.

Πρώτο χαρακτηριστικό της κλίμακας ισοδιαστήματος που επιλέχθηκε είναι ότι έχει μονό αριθμό απαντήσεων, και όχι ζυγό έτσι ώστε να μπορεί ο ερωτώμενος να εκφράσει ουδέτερη στάση (μέτρια), και ίσες αποστάσεις από τα δύο άκρα. Ο ζυγός αριθμός απαντήσεων θα εξανάγκαζε τον συμμετέχοντα να βρεθεί πιο κοντά σε μία από τις δύο πλευρές ακόμη και αν ήθελε να εκφράσει ουδέτερη στάση (Nelson 2004; Aaker 2004). Επιπλέον, η κλίμακα 5 απαντήσεων συμβαδίζει με μεγάλο κομμάτι της διεθνούς βιβλιογραφίας.

8.1 Ανάλυση και σχολιασμός των εκτιμήσεων πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης της έρευνας

Αρχικά με τη χρήση του λογισμικού SPSS 13.0 for Windows (Statistical Package for Social Sciences) βρέθηκε το πολυμεταβλητό υπόδειγμα που απαλλάσσεται από στατιστικά ασήμαντες ερμηνευτικές μεταβλητές και προσδιορίζει καλύτερα την εξαρτημένη μεταβλητή.

Στον πίνακα 8.1.1 απεικονίζονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για τη μεταβλητή damage.foodrinks, η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές λαμβάνονται στην συγκεκριμένη ανάλυση οι μεταβλητές: age, education, risk.residuals, risk.foodquality.restau, control.safetyfood.home, adequate.info.tv, adequate.info.magazine, trust.newspapers, crisis.info.honest.

Σε αυτή την πρώτη περίπτωση παλινδρόμησης επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία (damage.foodrinks). Προκύπτει ότι η εξίσωση της πολλαπλής παλινδρόμησης αυτής της μεταβλητής έχει την μορφή:

$$\text{Damage.foodrinks} = 2,00 + b_1 \text{age} + b_2 \text{education} + b_3 \text{risk.residuals} + b_4 \text{risk.foodquality.restau} + b_5 \text{control.safetyfood.home} + b_6 \text{adequate.info.tv} + b_7 \text{adequate.info.magazine} + b_8 \text{trust.newspapers} + b_9 \text{crisis.info.honest} + e_i$$

Η μεταβλητή damage.foodrinks, παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα τρόφιμα και ποτά δεν μπορούν να βλάψουν την υγεία του και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν πάρα πολύ την υγεία του. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Age: η ηλικία του ερωτώμενου.
- Education: το μορφωτικό επίπεδο.
- Risk.residuals: η αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.foodquality.restau: το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η ποιότητα των υλικών των εστιατορίων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Control.safetyfood.home: αντίληψη για το επίπεδο ελέγχου στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.

- Adequate.info.tv: αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Adequate.info.magazine: αντίληψη για την επάρκεια πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.newspapers: εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Crisis.info.honest: αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Το πρώτο υπόδειγμα στον πίνακα 8.1.1 περιλαμβάνει όλες τις ανεξάρτητες μεταβλητές που παρουσιάστηκαν, ενώ το δεύτερο υπόδειγμα μόνο τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Πίνακας 8.1.1: Εκτίμηση παλινδρόμησης για την αντίληψη των καταναλωτών για τον βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία (Damage.fooddrinks).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,186*** (4,247)	1,890*** (4,042)
Age	-0,040 (-0,731)	
Education	-0,020 (-0,428)	
Risk.residuals	0,158** (2,133)	0,167** (2,296)
Risk.foodquality.restau	0,239*** (4,114)	0,242*** (4,189)
Control.safetyfood.home	-0,117** (-2,102)	-0,117** (-2,104)
Adequate.info.tv	-0,092 (-1,262)	
Adequate.info.magazine	0,243*** (3,105)	0,179*** (3,032)
Trust.newspapers	0,116** (2,070)	0,112** (2,016)
Crisis.info.honest	-0,139** (-2,359)	-0,137** (-2,349)
Durbin – Watson	1,944	1,962
R^2	0,148	0,142
R^2 (διορθωμένο)	0,125	0,126
F	6,334***	9,129***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Από την ανάλυση προέκυψε ότι, η μεταβλητή age, η οποία εκφράζει την ηλικία των ερωτηθέντων και λαμβάνει τιμές από 1 μέχρι 5 δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks, πρόκειται δηλαδή για μια μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή. Και η μεταβλητή education, η οποία εκφράζει το μορφωτικό επίπεδο των ερωτηθέντων, βρέθηκε μη στατιστικά σημαντική και παίρνει τιμές από 2 μέχρι 6.

Η μεταβλητή risk.residuals, λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά κ.ά) δεν ενέχουν καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων ενώ στην τιμή 5 πιστεύει ότι αυτά ενέχουν υψηλό ρίσκο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks.

Αντίστοιχα, η μεταβλητή risk.foodquality.restau, η οποία παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι το ρίσκο της ποιότητας των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων είναι μηδαμινό και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι το ρίσκο είναι πολύ μεγάλο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks.

Επίσης, η μεταβλητή control.safetyfood.home παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζει για το σπίτι και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι έχει πολύ μεγάλο έλεγχο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks.

Η μεταβλητή adequate.info.tv, η οποία λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι οι πληροφορίες που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επαρκείς. Η μεταβλητή αυτή δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks, πρόκειται δηλαδή για μια μη στατιστικά σημαντική μεταβλητή.

Η μεταβλητή adequate.info.magazine, παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι οι πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επαρκείς.

Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks.

Επίσης, η μεταβλητή trust.newspapers λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τις εφημερίδες για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων, δηλαδή τις θεωρεί αναξιόπιστες, και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί αυτές τις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες πάρα πολύ αξιόπιστες. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή damage.foodrinks.

Η μεταβλητή crisis.info.honest, λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί τις πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων καθόλου ειλικρινείς και την τιμή 5 στην αντίθετη περίπτωση και πρόκειται για μια στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Damage.foodrinks} = 1,890 + 0,167 \text{risk.residuals} + 0,242 \text{risk.foodquality.restau-} \\ 0,117 \text{control.safetyfood.home} + 0,179 \text{adequate.info.magazine} + 0,112 \text{trust.newspapers-} \\ 0,137 \text{crisis.info.honest} + e_i$$

Σύμφωνα με αυτό το υπόδειγμα η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία εξαρτάται από τις αντιλήψεις για το επίπεδο ρίσκου που ενέχουν τα κατάλοιπα και η ποιότητα των υλικών των εστιατορίων στην ασφάλεια των τροφίμων, η αντίληψη για το επίπεδο ελέγχου στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι, για την επάρκεια πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων, την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά την αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων υπάρχει θετική σχέση, καθώς όσο μεγαλύτερο θεωρείται το ρίσκο που έχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος που νοιώθουν τα άτομα για τα τρόφιμα και ποτά σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Η αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούνται στα εστιατόρια βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή *όσο μεγαλύτερο επίπεδο ρίσκου θεωρούν τα άτομα ότι έχει η ποιότητα υλικών στα εστιατόρια τόσο περισσότερο νοιώθουν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.*

Σε αντίθεση με τις προηγούμενες μεταβλητές ο έλεγχος που νοιώθουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι βρέθηκε να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, δηλαδή *όσο λιγότερο νοιώθουν τα άτομα ότι μπορούν να ελέγξουν την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι τόσο περισσότερο θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους* σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Σε ανάλογο συμπέρασμα κατέληξε και η έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) η οποία έδειξε ότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν μια ευρεία κατηγορία κινδύνων στα τρόφιμα και τείνουν να ανησυχούν περισσότερο για εκείνους τους παράγοντες που δεν μπορούν να ελέγξουν. Επιπλέον και η έρευνα των Starbird and Baker (2004) έδειξε ότι οι παράγοντες έλεγχος και φόβος για την ασφάλεια των τροφίμων επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για τον κίνδυνο στα τρόφιμα.

Όσον αφορά την αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων, παρουσιάζεται θετική σχέση, καθώς *όσο τα περιοδικά παρέχουν περισσότερη πληροφόρηση για τα τρόφιμα τόσο αυξάνεται η αντίληψη των ατόμων για τους κινδύνους των τροφίμων και ποτών λόγω αυξημένης ροής πληροφόρησης.* Αυτή η μεταβλητή είναι σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αντιθέτως, η έρευνα των Rosati and Saba (2004) έδειξε ότι όταν τα άτομα νοιώθουν ότι οι πληροφορίες που παρέχουν οι πηγές πληροφόρησης για τους διατροφικούς κινδύνους είναι πλήρεις (επαρκείς) αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα τρόφιμα και ποτά γιατί έτσι πιστεύουν ότι οι πηγές πληροφόρησης προσπαθούν να τον προστατέψουν από τους διατροφικούς κινδύνους.

Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι η εμπιστοσύνη που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Η μεν πρώτη συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή *όσο λιγότερο εμπιστεύονται τα*

άτομα τις εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο πιστεύουν ότι τα τρόφιμα και τα ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους. Από αυτό μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι εφημερίδες δεν θεωρούνται αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης για τέτοια θέματα και ότι οξύνουν την αντίληψη των ατόμων για τους διατροφικούς κινδύνους. Επίσης, η άποψη ότι τα ΜΜΕ επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια των τροφίμων συμφωνεί με τα συμπεράσματα του Ipsos-Reid Corporation (2004) όπου βρήκε ότι τα ΜΜΕ, και περισσότερο οι εφημερίδες και η τηλεόραση, είναι οι κύριες πηγές της πληροφόρησης για την ασφάλεια τροφίμων.

Η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, δηλαδή όσο λιγότερο ειλικρινής αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων τόσο περισσότερο θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.

Ενώ μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές εμφανίζονται οι μεταβλητές όπως η ηλικία, η εκπαίδευση και η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Όσον αφορά την ηλικία, η έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) βρήκε ότι αυτή δεν επηρεάζει σημαντικά τις αντιδράσεις των καταναλωτών στους κινδύνους στα τρόφιμα.

Αντιθέτως, η άποψη ότι η ηλικία και η εκπαίδευση δεν επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία έρχεται σε αντίθεση με τα συμπεράσματα της έρευνας του Kuttischreuter, (2006) η οποία βρήκε ότι οι κοινωνικο-δημογραφικές μεταβλητές σχετίζονται σημαντικά με την αποφυγή του κινδύνου, την αναζήτηση πληροφοριών και τους ψυχολογικούς παράγοντες. Ειδικά στην περίπτωση της ηλικίας, η οποία όχι μόνο συσχετιζόταν σημαντικά με την αποφυγή κινδύνου και την αναζήτηση πληροφοριών αλλά επίσης και με μερικές από τις ψυχολογικές παραμέτρους όπως την εμπιστοσύνη στην ασφάλεια των τροφίμων, την αντίληψη για τον κίνδυνο και την προσδοκία αποτελέσματος. Όσον αφορά την εκπαίδευση βρέθηκε ότι τα άτομα με υψηλότερη μόρφωση αντιλαμβάνονταν μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου, ένιωθαν λιγότερη αυτοπεποίθηση για την αποτελεσματικότητα των δικών τους μέτρων παρεμπόδισης και επεδείκνυν χαμηλότερα επίπεδα εμπιστοσύνης για την ασφάλεια τροφίμων. Επιπλέον, και η έρευνα των Setbon et al, (2005), βρήκε ότι το επίπεδο μόρφωσης αλλά και το φύλο

είναι δύο παράμετροι που παραμένουν ανεξάρτητα σημαντικές και συσχετίζονται σημαντικά με την αντίληψη για το ρίσκο στα τρόφιμα.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει το ποσοστό της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία) που εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Το R^2 adjusted είναι το καταλληλότερο για σύγκριση υποδειγμάτων με διαφορετικό αριθμό μεταβλητών. Στο δεύτερο μοντέλο η στατιστική R^2 adjusted ισούται με 0,137. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,137 > 0,136$. Η στατιστική F αφορά τον έλεγχο της μηδενικής υπόθεσης όλων των συντελεστών παλινδρόμησης λαμβανομένων από κοινού και δείχνει αν η παλινδρόμηση είναι συνολικά στατιστικά σημαντική. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 8,646 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν και ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Στη συνέχεια επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη που έχουν οι καταναλωτές για το βαθμό κινδύνου που ενέχει το κρέας. Στον πίνακα 8.1.2 αναφέρονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για την εξαρτημένη μεταβλητή `danger.meat` με ανεξάρτητες τις μεταβλητές `age`, `week.foodexpenses`, `factor.standardpack`, `factor.low.fat`, `risk.additives`, `risk.residuals`, `risk.foodquality.restau`, `control.safetyfood.home`, `adequate.info.magazine`, `trust.family.friend`, `trust.newspapers`, `crisis.info.honest`.

Συγκεκριμένα η εξαρτημένη μεταβλητή `danger.meat` έχει την εξής συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Danger.meat} = 2,546 + b_1 \text{age} + b_2 \text{week.foodexpenses} + b_3 \text{factor.standardpack} + b_4 \text{factor.low.fat} + b_5 \text{risk.additives} + b_6 \text{risk.residuals} + b_7 \text{risk.foodquality.restau} + b_8 \text{control.safetyfood.home} + b_9 \text{adequate.info.magazine} + b_{10} \text{trust.family.friend} + b_{11} \text{trust.newspapers} + b_{12} \text{crisis.info.honest} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι το κρέας δεν είναι επικίνδυνο και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επικίνδυνο. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Age: η ηλικία του ερωτώμενου.
- Week.foodexpenses: εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων σε ευρώ.

- Factor.standardpack: ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η σταθερή ποσότητα συσκευασίας κατά την αγορά τροφίμων.
- Factor.low.fat: ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος κατά την αγορά τροφίμων.
- Risk.additives: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.residuals: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.foodquality.restau: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η ποιότητα υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Control.safetyfood.home: η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.
- Adequate.info.magazine: η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.family.friend: η εμπιστοσύνη στους φίλους/οικογένεια για τις πληροφορίες που παρέχουν για την ασφάλεια τροφίμων.
- Trust.newspapers: η εμπιστοσύνη στις εφημερίδες για τις πληροφορίες που παρέχουν για την ασφάλεια τροφίμων.
- Crisis.info.honest: η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Το πρώτο υπόδειγμα περιλαμβάνει όλες τις ανεξάρτητες μεταβλητές που παρουσιάστηκαν, ενώ το δεύτερο υπόδειγμα μόνο τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Πίνακας 8.1.2: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχει το κρέας (Danger.meat).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,546*** (4,533)	2,595*** (6,228)
Age	-0,137** (-2,340)	-0,138** (-2,406)
Week.foodexpenses	0,009 (,162)	
Factor.standardpack	-0,148*** (-2,967)	-0,141*** (-2,876)

Factor.low.fat	0,095* (1,933)	0,090* (1,900)
Risk.additives	0,299*** (4,652)	0,274*** (4,526)
Risk.residuals	-0,120 (-1,489)	
Risk.foodquality.restau	0,071 (1,148)	
Control.safetyfood.home	0,128** (2,139)	0,151*** (2,635)
Adequate.info.magazine	0,043 (0,675)	
Trust.family.friend	-0,193*** (-3,415)	-0,180*** (-3,390)
Trust.newspapers	0,043 (0,701)	
Crisis.info.honest	0,030 (0,492)	
Durbin - Watson	2,216	2,208
R²	0,139	0,125
R² (διορθωμένο)	0,107	0,109
F	4,381***	7,881***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή age η οποία εκφράζει την ηλικία των ερωτηθέντων βρέθηκε στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Αντίθετα η μεταβλητή week.foodexpenses, που εκφράζει τις εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων και ποτών δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή για την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Η μεταβλητή factor.standardpack, παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη τη σταθερή ποσότητα στη συσκευασία (τυποποίηση) όταν αγοράζει τρόφιμα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τη λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Η μεταβλητή factor.low.fat, παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη τη χαμηλή ποσότητα σε λίπος όταν αγοράζει τρόφιμα και την τιμή 5 στην

περίπτωση που τη λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Η μεταβλητή risk.additives, λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα πρόσθετα/συντηρητικά δεν ενέχουν κανένα ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι αυτά ενέχουν πολύ υψηλό ρίσκο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Αντιθέτως, οι μεταβλητές risk.residuals, risk.foodquality.restau δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat. Ενώ, η μεταβλητή control.safetyfood.home βρέθηκε στατιστικά σημαντική δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Τέλος, η μεταβλητή trust.family.friend ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat και παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τους φίλους και την οικογένεια για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τους θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές και είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ενώ οι μεταβλητές adequate.info.magazine, trust.family.friend, trust.newspapers, crisis.info.honest, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό κινδύνου που ενέχει το κρέας, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.meat} = 2,595 - 0,138\text{age} - 0,141\text{factor.standardpack} + 0,090\text{factor.low.fat} + 0,274\text{risk.additives} + 0,151\text{control.safetyfood.home} - 0,180\text{trust.family.friend} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των καταναλωτών για το πόσο επικίνδυνο είναι το κρέας εξαρτάται από την ηλικία, το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη τον παράγοντα τυποποίηση και την χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος όταν αγοράζουν τρόφιμα, την αντίληψη τους για το βαθμό ρίσκου των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων, τον έλεγχο που θεωρούν ότι έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι και το βαθμό εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν φίλοι και οικογένεια για την ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η ηλικία εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που το κρέας είναι επικίνδυνο σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή *τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας θεωρούν το κρέας λιγότερο επικίνδυνο* σε αντίθεση με τα πιο νεαρά άτομα. Από τη μια, αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα μικρότερης ηλικίας έχουν πρόσβαση σε περισσότερες και πιο σύγχρονες πηγές πληροφόρησης, και ως εκ τούτου έχουν καλύτερη πληροφόρηση, πράγμα που δημιουργεί μεγαλύτερη αντίληψη για τον κίνδυνο στα τρόφιμα και από την άλλη υπάρχει μια εξήγηση που δίνει η έρευνα των Green et al, (2005) για τα χαμηλά επίπεδα ανησυχίας που δείχνουν τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Η έρευνα υποστηρίζει ότι οι πιο ηλικιωμένοι θεωρούν τους εαυτούς τους επιτυχείς βιοποριστές και ότι δεν έχουν ανάγκη να ανησυχούν για κινδύνους με βραχυπρόθεσμες συνέπειες όπως η αγελαδινή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια στο κρέας.

Όσον αφορά τον βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι καταναλωτές τον παράγοντα σταθερή ποσότητα στη συσκευασία όταν αγοράζουν τρόφιμα παρουσιάζεται και πάλι μια αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή *όσο περισσότερο λαμβάνουν υπόψη τα άτομα την τυποποίηση όταν αγοράζουν τρόφιμα τόσο λιγότερο επικίνδυνο πιστεύουν ότι μπορεί να είναι το κρέας*. Ενώ ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη τη χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος παρουσιάζει θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας του κρέατος σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή *όσο λιγότερο οι καταναλωτές λαμβάνουν υπόψη τη χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχει το κρέας*. Αντιθέτως η έρευνα των McCarthy and Henson (2005), απέδειξε ότι οι καταναλωτές κρέατος βασίζονται στον έλεγχο του λίπους που έχει για να περιορίσουν τον κίνδυνο που νοιώθουν ότι αυτό ενέχει.

Στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο 1% είναι οι μεταβλητές που αναφέρονται στην αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων, στον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι και μάλιστα η σχέση αυτή εμφανίζεται θετική ενώ η μεταβλητή που αναφέρεται στην εμπιστοσύνη που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι φίλοι και η οικογένεια για θέματα ασφάλειας τροφίμων εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή *όσο περισσότερο εμπιστεύονται τα άτομα τους φίλους και την οικογένεια τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο πιστεύουν ότι ενέχει το κρέας* και ως εκ τούτου μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι φίλοι και η οικογένεια θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Ανάλογο συμπέρασμα βρήκε και η έρευνα των Tucker et al, (2006), η οποία έδειξε ότι η

εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι φίλοι και η οικογένεια για την ασφάλεια των τροφίμων σχετίζεται με χαμηλά επίπεδα αντίληψης του κινδύνου.

Σε σχέση με το κρέας, σημαντικό είναι να ειπωθεί ότι σε δημοσκόπηση που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι το 45% των ατόμων θεωρούσαν ότι το επίπεδο ασφάλειας του κρέατος επιδεινώνεται.

Αντιθέτως μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται οι μεταβλητές όπως οι εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων, η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα και η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων, η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων, η εμπιστοσύνη στις εφημερίδες για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Θα ανέμενε κανείς ότι αυτές οι μεταβλητές θα επηρεάζουν την αντίληψη για το πόσο επικίνδυνο είναι το κρέας, όπως άλλωστε διαπιστώθηκε και στην αντίληψη για τη γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών, γεγονός όμως που δεν επαληθεύεται για την εν λόγω παλινδρόμηση. Αντιθέτως η έρευνα των Lobb et al, (2007) βρήκε ότι η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρείχαν τα μέσα συσχετίζεται με την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχει το κρέας και συγκεκριμένα αυξάνει την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχει το κοτόπουλο. Όσον αφορά το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα) στο κρέας η έρευνα των Tucker et al, (2006) απέδειξε ότι η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν αυτά συσχετίζεται θετικά με την αντίληψη για το πόσο επικίνδυνο είναι το κρέας.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 0,109 της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για το βαθμό που το κρέας θεωρείται επικίνδυνο) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,109 > 0,107$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 7,881 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας καταλήγοντας στο συμπέρασμα ότι οι μεταβλητές δεν είναι ίσες με το μηδέν και ότι υπάρχει καλή προσαρμογή του συγκεκριμένου υποδείγματος της παλινδρόμησης στα δεδομένα.

Στην εκτίμηση παλινδρόμησης του πίνακα 8.1.3 ως εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνεται η μεταβλητή `danger.fruits.vege`, ενώ ως ανεξάρτητες οι μεταβλητές `factor.locality.origin`,

risk.residuals, risk.foodquality.restau, control.safetyfood.home, adequate.info.magazine, trust.farmer.produce, trust.internet, trust.newspapers, crisis.info.honest.

Μέσω της χρήσης της μεθόδου της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης επιδιώκουμε να εκτιμήσουμε ένα υπόδειγμα που θα ερμηνεύει εκείνους τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα φρούτα και λαχανικά θεωρούνται επικίνδυνα μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Danger.fruits.vege} = 2,164 + b_1 \text{factor.locality.origin} + b_2 \text{risk.residuals} + b_3 \text{risk.foodquality.restau} + b_4 \text{control.safetyfood.home} + b_5 \text{adequate.info.magazine} + b_6 \text{trust.farmer.produce} + b_7 \text{trust.internet} + b_8 \text{trust.newspapers} + b_9 \text{crisis.info.honest} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα φρούτα και λαχανικά δεν είναι επικίνδυνα και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Factor.locality.origin: ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη τα άτομα την περιοχή προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων.
- Risk.residuals: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.foodquality.restau: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Control.safetyfood.home: η αντίληψη των ατόμων για τον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι.
- Adequate.info.magazine: η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: η εμπιστοσύνη στους αγρότες – παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.internet: εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.newspapers: εμπιστοσύνη στις εφημερίδες για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Crisis.info.honest: αντίληψη για την ειλικρίνεια της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

■ ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Το πρώτο υπόδειγμα περιλαμβάνει όλες τις ανεξάρτητες μεταβλητές που παρουσιάστηκαν, ενώ το δεύτερο υπόδειγμα μόνο τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Πίνακας 8.1.3: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά (Danger.fruits.vege)

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,164*** (3,487)	2,103*** (6,342)
Factor.locality.origin	0,116** (2,144)	0,113** (2,113)
Risk.residuals	-0,039 (-0,421)	
Risk.foodquality.restau	0,029 (0,394)	
Control.safetyfood.home	0,118* (1,658)	0,120* (1,739)
Adequate.info.magazine	-0,040 (-0,533)	
Trust.farmer.produce	-0,331*** (-4,844)	-0,308*** (-4,647)
Trust.internet	0,190** (2,208)	0,149** (2,047)
Trust.newspapers	-0,059 (-0,707)	
Crisis.info.honest	0,100 (1,314)	
Durbin – Watson	1,975	1,961
R^2	0,094	0,086
R^2 (διορθωμένο)	0,070	0,075
F	3,800***	7,844***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή factor.locality.origin παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη την περιοχή προέλευσης όταν αγοράζει τρόφιμα και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τη λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.fruits.vege.

Αντίθετα οι μεταβλητές risk.residuals, risk.foodquality.restau, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat. Ενώ, η μεταβλητή control.safetyfood.home είναι στατιστικά σημαντική δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Και η μεταβλητή adequate.info.magazine η οποία εκφράζει την αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια τροφίμων δεν είναι στατιστικά σημαντική, δηλαδή δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Η μεταβλητή trust.farmer.produce παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τους αγρότες – παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τους θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή trust.internet παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου το διαδίκτυο για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος το θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστο. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Τέλος οι μεταβλητές trust.newspapers, crisis.info.honest, δεν είναι στατιστικά σημαντικές, δηλαδή δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.meat.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το πόσο επικίνδυνα είναι τα φρούτα και λαχανικά, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.fruits.vege} = 2,103 + 0,113 \text{factor.locality.origin} + 0,120 \text{control.safetyfood.home} - 0,308 \text{trust.farmer.produce} + 0,149 \text{trust.internet} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που τα φρούτα και λαχανικά είναι επικίνδυνα εξαρτάται από τον βαθμό που λαμβάνουν υπόψη την περιοχή προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων, από τον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που

αγοράζουν για το σπίτι, την εμπιστοσύνη που έχουν στους αγρότες – παραγωγούς αλλά και στο διαδίκτυο για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Συγκεκριμένα όσο λιγότερο τα άτομα λαμβάνουν υπόψη την περιοχή προέλευσης όταν αγοράζουν φρούτα και λαχανικά τόσο λιγότερο επικίνδυνα πιστεύουν ότι είναι. Δηλαδή εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι όταν οι καταναλωτές αισθάνονται ότι πρέπει να προσέξουν περισσότερο την περιοχή προέλευσης των φρούτων και λαχανικών όταν αγοράζουν τρόφιμα αντιλαμβάνονται μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου από αυτά. Εντούτοις, η έρευνα των Green et al (2005), όσον αφορά το θέμα της προέλευσης των τροφίμων απέδειξε ότι οι συμμετέχοντες όταν λαμβάνουν υπόψη τα τρόφιμα να προέρχονται από γνωστές περιοχές ή/και από ντόπιους παραγωγούς τα θεωρούν πιο ασφαλή και αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου.

Όσον αφορά τον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι εμφανίζεται θετική σχέση σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Η εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες και παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των φρούτων και λαχανικών και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή *όσο περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο περισσότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά.* Αυτό ίσως οφείλεται στη μεγάλη ποσότητα και ροή πληροφόρησης που έχει το διαδίκτυο η οποία αυξάνει και οξύνει την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των τροφίμων γενικότερα.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται να είναι μεταβλητές όπως η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα και η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων, η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Θα ανέμενε κανείς ότι αυτές οι μεταβλητές θα επηρεάζουν την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά, όπως άλλωστε διαπιστώθηκε και στην αντίληψη για τη γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών, γεγονός όμως που δεν επαληθεύεται για την εν λόγω

παλινδρόμηση. Στην έρευνα που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2006) όμως, η μεταβλητή που αναφέρεται στην αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα μικροβιοκτόνα στα φρούτα και λαχανικά (αλλά και στα δημητριακά) βρέθηκε στατιστικά σημαντική και μάλιστα έρχεται στην πρώτη σειρά κατάταξης για 9 μέλη της ΕΕ όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, η Πορτογαλία, η Ισπανία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ουγγαρία, η Σλοβενία και η Φινλανδία για το βαθμό επιρροής της στην αντίληψη για το πόσο επικίνδυνα μπορεί να είναι τα φρούτα και λαχανικά.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 0,075 της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για το βαθμό που τα φρούτα και λαχανικά θεωρούνται επικίνδυνα) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,075 > 0,070$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 7,844 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στην εκτίμηση παλινδρόμησης της μεταβλητής `danger.eggs` λαμβάνονται ως ανεξάρτητες οι μεταβλητές: `week.foodexpenses`, `risk.residuals`, `risk.foodquality.restau`, `control.safetyfood.home`, `adequate.info.magazine`, `adequate.info.newspaper`, `trust.farmer.produce`, `trust.magazine`, `trust.internet`, `trust.newspapers`, `crisis.info.honest`.

Σε αυτή την περίπτωση επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε εκείνους τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα αυγά μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Danger.eggs} = 2,282 + b_1 \text{week.foodexpenses} + b_2 \text{risk.residuals} + b_3 \text{risk.foodquality.restau} + b_4 \text{control.safetyfood.home} + b_5 \text{adequate.info.magazine} + b_6 \text{adequate.info.newspaper} + b_7 \text{trust.farmer.produce} + b_8 \text{trust.magazine} + b_9 \text{trust.internet} + b_{10} \text{trust.newspapers} + b_{11} \text{crisis.info.honest} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι τα αυγά δεν είναι καθόλου επικίνδυνα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα.

Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- `Week.foodexpenses`: εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων.
- `Risk.residuals`: η αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων.

- Risk.foodquality.restau: η αντίληψη για το ρίσκο της ποιότητας των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Control.safetyfood.home: η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.
- Adequate.info.magazine: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Adequate.info.newspaper: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.magazine: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.internet: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.newspapers: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Crisis.info.honest: η αντίληψη για την ειλικρίνεια της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- e_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.4: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα αυγά (Danger.eggs).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,282*** (4,285)	2,186*** (6,245)
Week.foodexpenses	-0,015 (-0,263)	
Risk.residuals	-0,051 (-0,627)	
Risk.foodquality.restau	0,156** (2,459)	0,137** (2,271)
Control.safetyfood.home	0,023 (0,381)	
Adequate.info.magazine	-0,025 (-0,280)	
Adequate.info.newspaper	0,153* (1,805)	0,158** (2,543)
Trust.farmer.produce	-0,280***	-0,257***

	(-4,803)	(-4,584)
Trust.magazine	-0,156* (-1,722)	-0,146** (-2,127)
Trust.internet	0,205*** (2,719)	0,192*** (2,741)
Trust.newspapers	-0,009 (-0,104)	
Crisis.info.honest	0,081 (1,245)	
Durbin – Watson	2,018	1,998
R²	0,108	0,100
R² (διορθωμένο)	0,078	0,087
F	3,593***	7,388***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Οι μεταβλητές week.foodexpenses, risk.residuals, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές ενώ η μεταβλητή risk.foodquality.restau παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ποιότητα υλικών στα εστιατόρια δεν ενέχουν καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs.

Η μεταβλητή adequate.info.newspaper παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι οι πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επαρκείς. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs.

Η μεταβλητή trust.farmer.produce παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τους αγρότες - παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τους θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs.

Η μεταβλητή trust.magazine παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τα περιοδικά για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την

τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τα θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs.

Η μεταβλητή trust.internet είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.eggs.

Τέλος, οι μεταβλητές control.safetyfood.home, adequate.info.magazine, trust.newspapers, crisis.info.honest, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή, πρόκειται δηλαδή για μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το πόσο επικίνδυνα είναι τα αυγά, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.eggs} = 2,186 + 0,137 \text{risk.foodquality.restau} + 0,158 \text{adequate.info.newspaper} - 0,257 \text{trust.farmer.produce} - 0,146 \text{trust.magazine} + 0,192 \text{trust.internet} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των καταναλωτών για το πόσο επικίνδυνα είναι τα αυγά εξαρτάται από την αντίληψη τους για το ρίσκο της ποιότητας των υλικών στα εστιατόρια, την αντίληψη τους για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων, την εμπιστοσύνη τους στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες/παραγωγοί, τα περιοδικά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα αυγά είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο λιγότερο είναι το ρίσκο που αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι έχουν τα υλικά που χρησιμοποιούνται στα εστιατόρια τόσο λιγότερο επικίνδυνα πιστεύουν ότι είναι τα αυγά. Όσον αφορά την αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για την ασφάλεια των τροφίμων εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο μεγαλύτερη είναι η επάρκεια πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες γι' αυτό το θέμα τόσο μεγαλύτερη είναι η αντίληψη του κινδύνου και συγκεκριμένα για τον κίνδυνο που ενέχουν τα αυγά. Στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι το επίπεδο εμπιστοσύνης που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτό σημαίνει ότι όσο

περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται τους αγρότες και παραγωγούς για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα αυγά. Ως εκ τούτου θα λέγαμε ότι οι αγρότες και παραγωγοί θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Αρνητική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή έχει και το επίπεδο εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο συσχετίζεται θετικά και σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο περισσότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα αυγά. Αυτό ίσως οφείλεται στη μεγάλη ποσότητα και ροή πληροφόρησης που έχει το διαδίκτυο η οποία αυξάνει και οξύνει την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των τροφίμων γενικότερα.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές εμφανίζονται μεταβλητές όπως οι εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων, η αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων, η αντίληψη για τον έλεγχο της ασφάλειας των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι και για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων, η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες των εφημερίδων για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Θα ανέμενε κανείς ότι αυτές οι μεταβλητές θα επηρεάζουν την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα αυγά, όπως άλλωστε διαπιστώθηκε και στην αντίληψη για τη γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών, γεγονός όμως που δεν επαληθεύεται για την εν λόγω παλινδρόμηση.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) στο δεύτερο μοντέλο ισούται με 0,087. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,087 > 0,078$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 7,388 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρξει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στην συνέχεια επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα δημητριακά θεωρούνται επικίνδυνα. Στον πίνακα 8.1.5 αναφέρονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για την εξαρτημένη μεταβλητή *danger.cereals* με ανεξάρτητες τις μεταβλητές *kid*, *week.foodexpenses*, *risk.residuals*, *risk.foodquality.restau*, *change.safety*,

control.safetyfood.home, adequate.info.magazine, trust.farmer.produce, trust.info.company, trust.internet, trust.newspapers, crisis.info.honest, respons.farmers.

Μέσα από την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση προκύπτει ότι η συναρτησιακή μορφή της εξαρτημένης μεταβλητής είναι η ακόλουθη:

$$\text{Danger.cereals} = 2,784 + b_1 \text{kid} + b_2 \text{week.foodexpenses} + b_3 \text{risk.residuals} + b_4 \text{risk.foodquality.restau} + b_5 \text{change.safety} + b_6 \text{control.safetyfood.home} + b_7 \text{adequate.info.magazine} + b_8 \text{trust.farmer.produce} + b_9 \text{trust.info.company} + b_{10} \text{trust.internet} + b_{11} \text{trust.newspapers} + b_{12} \text{crisis.info.honest} + b_{13} \text{respons.farmers} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί τα δημητριακά καθόλου επικίνδυνα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Kid: ο αριθμός των παιδιών που έχει ο ερωτώμενος.
- Week.foodexpenses: οι εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων σε ευρώ.
- Risk.residuals: η αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.foodquality.restau: η αντίληψη για το ρίσκο της ποιότητας των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Change.safety: η αντίληψη για την ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- Control.safetyfood.home: η αντίληψη για τον έλεγχο ασφάλειας των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.
- Adequate.info.magazine: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών από τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.info.company: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες από την ίδια την εταιρεία για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.internet: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.newspapers: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για την ασφάλεια των τροφίμων.

- Crisis.info.honest: η αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- Respons.farmers: η αντίληψη για το βαθμό υπευθυνότητας των αγροτών για την ασφάλεια των τροφίμων.
- ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Πίνακας 8.1.5: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα δημητριακά (Danger.cereals)

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,784*** (4,687)	3,007*** (8,626)
Kid	0,158** (2,570)	0,140** (2,370)
Week.foodexpenses	-0,047 (-0,781)	
Risk.residuals	-0,018 (-0,215)	
Risk.foodquality.restau	0,067 (1,003)	
Change.safety	-0,200*** (-2,935)	-0,186*** (-2,807)
Control.safetyfood.home	0,047 (0,727)	
Adequate.info.magazine	0,048 (0,710)	
Trust.farmer.produce	-0,333*** (-5,343)	-0,313*** (-5,139)
Trust.info.company	0,144** (2,122)	0,155** (2,406)
Trust.internet	0,202** (2,561)	0,156** (2,344)
Trust.newspapers	-0,096 (-1,266)	
Crisis.info.honest	0,063 (0,895)	
Respons.farmers	-0,181*** (-2,942)	-0,175*** (-2,914)
Durbin – Watson	1,911	1,925
R^2	0,150	0,138
R^2 (διορθωμένο)	0,116	0,122
F	4,387***	8,827***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή kid παίρνει τιμή 0 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος έχει 0 παιδιά και την τιμή 4 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος έχει 4 παιδιά. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals.

Αντιθέτως οι μεταβλητές week.foodexpenses, risk.residuals, risk.foodquality.restau, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μεταβλητή change.safety παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει και την τιμή 3 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals.

Ενώ οι μεταβλητές control.safetyfood.home, adequate.info.magazine, trust.newspapers, crisis.info.honest, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές, η μεταβλητή trust.farmer.produce είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η μεταβλητή trust.info.company παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τις πληροφορίες από την ίδια την εταιρεία για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τις εμπιστεύεται πάρα πολύ. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals.

Η μεταβλητή trust.internet είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals.

Τέλος, η μεταβλητή respons.farmers λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί τους αγρότες καθόλου υπεύθυνους για την ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που τους θεωρεί πάρα πολύ υπεύθυνους. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.cereals.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των ατόμων για το πόσο επικίνδυνα είναι τα δημητριακά, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.cereals} = 3,007 + 0,140\text{kid} - 0,186\text{change.safety} - 0,313\text{trust.farmer.produce} + 0,155\text{trust.info.company} + 0,156\text{trust.internet} - 0,175\text{respons.farmers} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των ατόμων για το πόσο επικίνδυνα είναι τα δημητριακά εξαρτάται από τον αριθμό των παιδιών που έχουν, την αντίληψη για την ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί, η εταιρεία και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων και από το βαθμό που πιστεύουν ότι είναι υπεύθυνοι οι αγρότες για την ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, ο αριθμός των παιδιών εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα δημητριακά είναι επικίνδυνα. Δηλαδή *όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος τόσο μεγαλύτερη είναι και η αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα δημητριακά σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και αυτό λόγω της ευθύνης που νοιώθει ότι έχει για την ασφαλή ανατροφή και διατροφή των παιδιών του. Όσον αφορά την αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα πιστεύουν ότι τα δημητριακά ενέχουν μεγαλύτερο κίνδυνο όταν θεωρούν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει. Στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι και η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων και μάλιστα συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή.*

Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει η ίδια η εταιρεία αλλά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων και μάλιστα συσχετίζονται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτό σημαίνει ότι *όσο λιγότερο τα άτομα εμπιστεύονται την εταιρεία αλλά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα δημητριακά. Ως εκ τούτου μπορεί να ειπωθεί ότι η εταιρεία και το διαδίκτυο θεωρούνται λιγότερο αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης γι' αυτό το θέμα. Η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό υπευθυνότητας των αγροτών – παραγωγών στο θέμα της ασφάλειας των τροφίμων συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για το βαθμό που τα δημητριακά θεωρούνται επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αυτό σημαίνει ότι όσο λιγότερο θεωρούν τα άτομα ότι είναι υπεύθυνοι οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα δημητριακά. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι οι*

συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν τους αγρότες – παραγωγούς πολύ αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές μεταβλητές εμφανίζονται μεταβλητές όπως οι εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων, η αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων και της ποιότητας των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων, η αντίληψη για τον έλεγχο της ασφάλειας των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι και για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων, η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων και η αντίληψη για την ειλικρίνεια της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Θα ανέμενε κανείς ότι αυτές οι μεταβλητές θα επηρεάζουν την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα δημητριακά, όπως άλλωστε διαπιστώθηκε και στην αντίληψη για τη γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών, γεγονός όμως που δεν επαληθεύεται για την εν λόγω παλινδρόμηση. Εντούτοις στην έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) η μεταβλητή που αναφέρεται στην αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα στα δημητριακά βρέθηκε στατιστικά σημαντική.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) στο δεύτερο μοντέλο ισούται με 0,122. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με 0,122>0,116. Αυτό σημαίνει ότι η εξαρτημένη μεταβλητή (δηλαδή η αντίληψη για το βαθμό που τα δημητριακά θεωρούνται επικίνδυνα) ερμηνεύεται κατά 12% από τις ανεξάρτητες μεταβλητές. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 8,827 με p-value<0,01, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στον πίνακα 8.1.6 απεικονίζονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για τη μεταβλητή danger.dairy, η οποία αποτελεί και την εξαρτημένη μεταβλητή. Ως ανεξάρτητες μεταβλητές λαμβάνονται στην συγκεκριμένη ανάλυση οι μεταβλητές: age, kid, factor.safety, factor.locality.origin, factor.tradit.product, factor.nutritious, risk.additives, change.safety, adequate.info.magazine, trust.special.market, trust.professor, trust.farmer.produce, trust.magazine, trust.internet.

Σε αυτή την περίπτωση παλινδρόμησης επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που θεωρούν επικίνδυνα το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$\text{Danger.dairy} = 2,644 + b_1 \text{age} + b_2 \text{kid} + b_3 \text{factor.safety} + b_4 \text{factor.locality.origin} + b_5 \text{factor.tradit.product} + b_6 \text{factor.nutritious} + b_7 \text{risk.additives} + b_8 \text{change.safety} + b_9 \text{adequate.info.magazine} + b_{10} \text{trust.special.market} + b_{11} \text{trust.professor} + b_{12} \text{trust.farmer.produce} + b_{13} \text{trust.magazine} + b_{14} \text{trust.internet} + e_i$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί δεν είναι καθόλου επικίνδυνα και την τιμή 2 στην περίπτωση που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Age: η ηλικία του ερωτώμενου.
- Kid: ο αριθμός παιδιών που έχει ο ερωτώμενος.
- Factor.safety: το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι την ασφάλεια κατά την αγορά τροφίμων.
- Factor.locality.origin: το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι την περιοχή προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων.
- Factor.tradit.product: το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι την παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής κατά την αγορά τροφίμων.
- Factor.nutritious: το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι την θρεπτικότητα του προϊόντος κατά την αγορά τροφίμων.
- Risk.additives: η αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Change.safety: η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- Adequate.info.magazine: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.special.market: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα εξειδικευμένα καταστήματα για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.professor: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.magazine: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων.

- Trust.internet: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων.
- e_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.6: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί (Danger.dairy).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,644*** (3,970)	3,312*** (6,308)
Age	-0,233*** (-2,642)	-0,222** (-2,530)
Kid	0,205** (2,384)	0,209** (2,443)
Factor.safety	0,060 (0,670)	
Factor.locality.origin	0,059 (0,907)	
Factor.tradit.product	-0,009 (-0,127)	
Factor.nutritious	0,179** (2,219)	0,207*** (2,843)
Risk.additives	0,083 (1,137)	
Change.safety	-0,156** (-2,067)	-0,169** (-2,264)
Adequate.info.magazine	0,170** (2,183)	0,172** (2,215)
Trust.special.market	-0,154** (-2,127)	-0,151** (-2,097)
Trust.professor	-0,143* (-1,861)	-0,140* (-1,864)
Trust.farmer.produce	-0,293*** (-3,983)	-0,305*** (-4,256)
Trust.magazine	-0,146* (-1,668)	-0,161** (-1,850)
Trust.internet	0,295*** (3,609)	0,295*** (3,615)
Durbin – Watson	1,837	1,835
R ²	0,205	0,197
R ² (διορθωμένο)	0,171	0,172
F	5,963***	8,013***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή age είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy όπως και η μεταβλητή kid σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

Αντιθέτως, οι μεταβλητές factor.safety, factor.locality.origin, factor.tradit.product, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μεταβλητή factor.nutritious λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν λαμβάνει καθόλου υπόψη τη θρεπτικότητα του τροφίμου όταν αγοράζει τρόφιμα και την τιμή 5 όταν ο ερωτώμενος που την λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy.

Επίσης οι μεταβλητές risk.additives, change.safety, adequate.info.magazine, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μεταβλητή trust.special.market λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τα εξειδικευμένα καταστήματα για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τα εμπιστεύεται πάρα πολύ γι' αυτό το θέμα. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy.

Η μεταβλητή trust.professor λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τους γιατρούς / άλλους ειδικούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τους εμπιστεύεται πάρα πολύ. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy.

Οι μεταβλητές trust.farmer.produce, trust.magazine και trust.internet είναι στατιστικά σημαντικές (σε επίπεδα σημαντικότητας 1%, 10% και 1%) αντίστοιχα, δηλαδή ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.dairy.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.dairy} = 3,312 - 0,222\text{age} + 0,209\text{kid} + 0,207\text{factor.nutritious} - 0,169\text{change.safety} + 0,172\text{adequate.info.magazine} - 0,151\text{trust.special.market} - 0,140\text{trust.professor} - 0,305\text{trust.farmer.produce} - 0,161\text{trust.magazine} + 0,295\text{trust.internet} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα εξαρτάται από την ηλικία του ερωτώμενου, τον αριθμό των παιδιών που έχει, το βαθμό που λαμβάνει υπόψη την θρεπτικότητα όταν αγοράζει τρόφιμα, την αντίληψη του για την ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν και το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια τροφίμων, το βαθμό εμπιστοσύνης του στις πληροφορίες που παρέχουν τα εξειδικευμένα καταστήματα, οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι αγρότες – παραγωγοί, τα περιοδικά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Παρατηρούμε ότι η μεταβλητή που αναφέρεται στην αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια τροφίμων είναι στατιστικά σημαντική και στην γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών και στην ειδική κατηγορία για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί, γεγονός που δεν ισχύει και στις υπόλοιπες ειδικές κατηγορίες τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η ηλικία εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας αντιλαμβάνονται μικρότερο βαθμό κινδύνου από το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί. Αυτό αφενός ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας θεωρούν τους εαυτούς τους επιτυχείς βιοποριστές και ότι δεν έχουν ανάγκη να ανησυχούν για διατροφικούς κινδύνους και αφετέρου στο ότι αυτά τα άτομα έχουν μικρότερη πρόσβαση σε σύγχρονες πηγές πληροφόρησης οι οποίες δημιουργούν μεγαλύτερα επίπεδα αντίληψης κινδύνου λόγω της μεγάλης ροής πληροφόρησης που προσφέρουν.

Όσον αφορά τον αριθμό των παιδιών υπάρχει θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή *όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνεται ότι ενέχουν το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί*. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι οι γονείς νοιώθουν ότι έχουν την ευθύνη για την ασφαλή ανατροφή και διατροφή των παιδιών τους.

Στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο 1% είναι ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η θρεπτικότητα του τροφίμου κατά την αγορά του και η οποία έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή *όσο περισσότερο νοιώθουν οι καταναλωτές ότι πρέπει να λάβουν υπόψη τη θρεπτικότητα του τροφίμου τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί*. Η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό

σημαίνει ότι όταν ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια έχει χειροτερέψει αντιλαμβάνεται μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.

Στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι οι μεταβλητές που αναφέρονται στην αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων και συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ και γενικά καταστήματα για την ασφάλεια των τροφίμων έχει αρνητική σχέση. Δηλαδή όσο λιγότερο εμπιστεύονται τα άτομα τα σουπερμάρκετ για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί. Το ίδιο ισχύει και για την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι αγρότες – παραγωγοί και τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων (επίπεδα σημαντικότητας 10%, 1% και 5% αντίστοιχα). Ως εκ τούτου θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα σουπερμάρκετ, οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι αγρότες – παραγωγοί και τα περιοδικά θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης οι οποίες αμβλύνουν τα επίπεδα κινδύνου που αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές για τα τρόφιμα γενικότερα. Σε αντίθεση η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο παρουσιάζει θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ίσως αυτό οφείλεται στην αυξημένη ροή και ποσότητα πληροφοριών που παρέχει το διαδίκτυο πράγμα που οξύνει την αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται μεταβλητές όπως οι παράγοντες ασφάλεια, περιοχή προέλευσης και παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής του τροφίμου που λαμβάνονται υπόψη κατά την αγορά τροφίμων.

Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,172 > 0,171$. Αυτό σημαίνει ότι η εξαρτημένη μεταβλητή (δηλαδή η αντίληψη για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί θεωρούνται επικίνδυνα) ερμηνεύεται κατά 17% από τις ανεξάρτητες μεταβλητές. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 8,013 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στον πίνακα 8.1.7 αναφέρονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για την εξαρτημένη μεταβλητή *danger.fish* με ανεξάρτητες τις μεταβλητές: *factor.logic.price*, *change.safety*, *trust.supermarket*,

trust.farmer.produce, trust.magazine, trust.internet, crisis.info.adequate. Σε αυτή την παλινδρόμηση επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που θεωρούν τα ψάρια και θαλασσινά επικίνδυνα μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Danger.fish} = 2,161 + b_1 \text{factor.logic.price} + b_2 \text{change.safety} + b_3 \text{trust.supermarket} + b_4 \text{trust.farmer.produce} + b_5 \text{trust.magazine} + b_6 \text{trust.internet} + b_7 \text{crisis.info.adequate} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι τα ψάρια και θαλασσινά δεν είναι καθόλου επικίνδυνα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Factor.logic.price: ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι τη λογικότητα στην τιμή κατά την αγορά τροφίμων.
- Change.safety: η αντίληψη για την ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- Trust.supermarket: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ και γενικά καταστήματα για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.magazine: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά.
- Trust.internet: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων.
- Crisis.info.adequate: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- e_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.7: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα ψάρια και θαλασσινά (Danger.fish).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,161*** (5,099)	2,038*** (5,038)
Factor.logic.price	0,164** (2,155)	0,172** (2,277)
Change.safety	-0,070 (-0,932)	

Trust.supermarket	0,071 (0,877)	
Trust.farmer.produce	-0,389*** (-5,580)	-0,375*** (-5,561)
Trust.magazine	-0,229*** (-2,803)	-0,216*** (-2,686)
Trust.internet	0,158* (1,916)	0,162** (1,979)
Crisis.info.adequate	0,448*** (5,413)	0,458*** (5,784)
Durbin – Watson	1,908	1,883
R²	0,169	0,165
R² (διορθωμένο)	0,151	0,152
F	9,560***	13,115***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή factor.logic.price λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν λαμβάνει υπόψη το να είναι λογική η τιμή όταν αγοράζει τρόφιμα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τη λαμβάνει υπόψη πάρα πολύ. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.fish.

Αντιθέτως, οι μεταβλητές change.safety, trust.supermarket, δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, δηλαδή δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.fish.

Οι μεταβλητές trust.farmer.produce, trust.magazine και trust.internet είναι στατιστικά σημαντικές (σε επίπεδα σημαντικότητας 1%, 1% και 10% αντίστοιχα), δηλαδή ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή danger.fish.

Η μεταβλητή crisis.info.adequate λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι οι πληροφορίες είναι πάρα πολύ επαρκείς. Αυτή η μεταβλητή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.fish.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα ψάρια και θαλασσινά είναι επικίνδυνα, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

Danger.fish=2,038+0,172factor.logic.price-0,375trust.farmer.produce-0,216trust.magazine
+0,162trust.internet+0,458crisis.info.adequate+e_i

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη για το βαθμό που τα ψάρια και θαλασσινά είναι επικίνδυνα εξαρτάται από το βαθμό που τα άτομα λαμβάνουν υπόψη το να είναι λογική η τιμή όταν αγοράζουν τρόφιμα, από την εμπιστοσύνη που έχουν στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί, τα περιοδικά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων και από την αντίληψη τους για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Συγκεκριμένα, *όσο λιγότερο λαμβάνεται υπόψη η λογικότητα στη τιμή κατά την αγορά τροφίμων τόσο μικρότερα επίπεδα αντίληψης κινδύνου υπάρχουν για τα ψάρια και θαλασσινά σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί και τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα αυτή η σχέση είναι αρνητική. Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Τέλος, η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων έχει θετική σχέση με τον βαθμό που τα ψάρια και θαλασσινά θεωρούνται επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο πιο επαρκείς είναι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων τόσο αυξάνεται η αίσθηση και αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο που ενέχουν τα ψάρια και θαλασσινά. Θα λέγαμε ότι η μεγάλη ποσότητα πληροφοριών προκαλεί μεγαλύτερη αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα γενικότερα.*

Σε σχέση με τα ψάρια, σημαντικό είναι να ειπωθεί ότι σε δημοσκόπηση που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι η εντονότερη ανησυχία εκφράστηκε για την ποιότητα των ψαριών που τρώμε, μαζί με το κρέας.

Αντίθετα, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται μεταβλητές όπως η αντίληψη για την ασφάλεια στα τρόφιμα σε σχέση με 10 χρόνια πριν και ο βαθμός εμπιστοσύνης στα σουπερμάρκετ για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,152 > 0,151$. Αυτό σημαίνει ότι η

εξαρτημένη μεταβλητή (δηλαδή η αντίληψη για το βαθμό που τα θαλασσινά θεωρούνται επικίνδυνα) ερμηνεύεται κατά 15% από τις ανεξάρτητες μεταβλητές. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 13,115 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στην συνέχεια επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που είναι επικίνδυνα τα ποτά. Όπως φαίνεται στην εκτίμηση παλινδρόμησης του πίνακα 8.1.8 ως εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνεται η μεταβλητή *danger.drinks*, ενώ ως ανεξάρτητες οι μεταβλητές *age*, *member*, *risk.additives*, *adequate.info.newspaper*, *trust.biologic.market*, *trust.consumer.assoc*, *trust.Europe.food.author*, *trust.tv.news*, *respons.government*, *respons.consumers*, *respons.European.union*. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που είναι επικίνδυνα τα ποτά προσδιορίζονται μέσα από τη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Danger.drinks} = 2,417 + b_1\text{age} + b_2\text{member} + b_3\text{risk.additives} + b_4\text{adequate.info.newspaper} + b_5\text{trust.biologic.c.market} + b_6\text{trust.consumer.assoc} + b_7\text{trust.Europe.food.author} + b_8\text{trust.tv.news} + b_9\text{respons.government} + b_{10}\text{respons.consumers} + b_{11}\text{respons.European.union} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί τα ποτά καθόλου επικίνδυνα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- **Age:** η ηλικία του ερωτώμενου.
- **Member:** ο αριθμός των μελών της οικογένειας του ερωτώμενου.
- **Risk.additives:** η αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Adequate.info.newspaper:** η αντίληψη για τον βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- **Trust.biologic.market:** η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- **Trust.consumer.assoc:** η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι ενώσεις καταναλωτών για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- **Trust.Europe.food.author:** η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

■ Trust.tv.news: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

■ Respons.government: η αντίληψη για το βαθμό υπευθυνότητας του Κράτους σε θέματα ασφάλειας τροφίμων.

■ Respons.consumers: η αντίληψη για το βαθμό που είναι υπεύθυνοι οι καταναλωτές σε θέματα ασφάλειας τροφίμων.

■ Respons.European.union: η αντίληψη για το βαθμό που είναι υπεύθυνη η Ευρωπαϊκή Ένωση σε θέματα ασφάλειας τροφίμων.

■ ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.8: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα **ποτά** (Danger.drinks).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,417*** (4,334)	2,434*** (5,130)
Age	-0,172*** (-2,945)	-0,179*** (-3,086)
Member	-0,082* (-1,958)	-0,079* (-1,888)
Risk.additives	0,312*** (5,339)	0,314*** (5,448)
Adequate.info.newspaper	0,060 (1,020)	
Trust.biologic.market	0,159*** (3,003)	0,168*** (3,244)
Trust.consumer.assoc	-0,138* (-1,847)	-0,125* (-1,689)
Trust.Europe.food.author	0,237*** (3,184)	0,236*** (3,177)
Trust.tv.news	-0,223*** (-4,049)	-0,221*** (-4,058)
Respons.government	-0,049 (-0,620)	
Respons.consumers	0,056 (0,999)	
Respons.European.union	0,109* (1,680)	0,121** (2,028)
Durbin – Watson	1,921	1,919
R^2	0,247	0,241
R^2 (διορθωμένο)	0,222	0,223
F	9,720***	13,074***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή age είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή member παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που η οικογένεια του ερωτώμενου αποτελείται από 1 μέλος και την τιμή 8 στην περίπτωση που η οικογένεια του αποτελείται από 8 μέλη. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή risk.additives είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Αντιθέτως, η μεταβλητή adequate.info.newspaper δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή δηλαδή δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή trust.biologic.market λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τα καταστήματα βιολογικών προϊόντων για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τα εμπιστεύεται πάρα πολύ γι' αυτό το θέμα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή trust.consumer.assoc λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τις ενώσεις καταναλωτών για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τα εμπιστεύεται πάρα πολύ γι' αυτό το θέμα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή trust.europe.food.author λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου την Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος την εμπιστεύεται πάρα πολύ γι' αυτό το θέμα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Η μεταβλητή trust.tv.news παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τις εμπιστεύεται πάρα πολύ γι' αυτό το θέμα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Αντιθέτως, οι μεταβλητές respons.government, respons.consumers, δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή δηλαδή δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Τέλος η μεταβλητή respons.european.union λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν θεωρεί καθόλου υπεύθυνη την Ευρωπαϊκή Ένωση για την ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που την θεωρεί πάρα πολύ υπεύθυνη. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή danger.drinks.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα ποτά θεωρούνται επικίνδυνα, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Danger.drinks} = 2,434 - 0,179\text{age} - 0,079\text{member} + 0,314\text{risk.additives} + 0,168\text{trust.biologic.market} - 0,125\text{trust.consumer.assoc} + 0,236\text{trust.europe.food.author} - 0,221\text{trust.tv.news} + 0,121\text{respons.european.union} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα εξαρτάται από την ηλικία, τον αριθμό των μελών μέσα στην οικογένεια, την αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων / συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων, την εμπιστοσύνη στα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, στις ενώσεις καταναλωτών, στην Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων και στις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν σε θέματα ασφάλειας τροφίμων και την αντίληψη για το βαθμό που η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι υπεύθυνη για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η ηλικία εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα ποτά. Αρνητική συσχέτιση υπάρχει και με τον αριθμό των μελών της οικογένειας σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή όσο λιγότερα μέλη υπάρχουν σε μια οικογένεια τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται οι ερωτώμενοι

ότι ενέχουν τα ποτά και αυτό ίσως οφείλεται ότι στις ολιγομελείς οικογένειες αυξάνονται οι πιθανότητες να υπάρχουν παιδιά τα οποία θεωρούνται ως πιο σημαντικά και πολύτιμα μέλη απ' ότι στις πολυμελείς οικογένειες στις οποίες ίσως να υπάρχουν και ηλικιωμένοι άνθρωποι.

Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στη ασφάλεια των τροφίμων και στην εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα βιολογικά καταστήματα και η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για τα τρόφιμα και μάλιστα αυτή η σχέση είναι θετική σχέση. Ειδικότερα το συμπέρασμα ότι η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα στα ποτά συσχετίζεται με την αντίληψη για το πόσο επικίνδυνα μπορεί να είναι συμφωνεί με συμπέρασμα έρευνας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) η οποία απέδειξε ότι αυτό ισχύει περισσότερο για τις χώρες της Βαλτικής.

Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι καταναλωτικές ενώσεις και οι τηλεοπτικές ειδήσεις για τα τρόφιμα συσχετίζονται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας (επίπεδα σημαντικότητας 10% και 1% αντίστοιχα). Δηλαδή όταν τα άτομα εμπιστεύονται τις καταναλωτικές ενώσεις και τις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα ποτά. Τέλος η αντίληψη για το βαθμό υπευθυνότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ασφάλεια των τροφίμων έχει θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα ποτά μπορεί να είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο πιο υπεύθυνη θεωρούν οι καταναλωτές ότι είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται ότι ενέχουν τα ποτά και αυτό ίσως οφείλεται ότι υπάρχει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στους κρατικούς φορείς για αυτά τα θέματα απ' ότι στους διεθνείς.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται μεταβλητές όπως η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες σε θέματα ασφάλειας τροφίμων, ο βαθμός που θεωρείται ότι είναι υπεύθυνο το Κράτος και οι καταναλωτές για την ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,223 > 0,222$. Αυτό σημαίνει ότι η εξαρτημένη μεταβλητή (δηλαδή η αντίληψη για το βαθμό που τα ποτά θεωρούνται επικίνδυνα) ερμηνεύεται κατά 22% από τις ανεξάρτητες μεταβλητές. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι

13,074 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στον πίνακα 8.1.9 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης της εξαρτημένης μεταβλητής *change.safety* με ανεξάρτητες μεταβλητές τις *factor.safety*, *factor.biologic*, *factor.standardpack*, *danger.dairy*, *risk.bacterial.contamin*, *control.safetyfood.home*, *adequate.info.tv*, *adequate.info.newspaper*, *trust.supermarket*, *trust.farmer.produce*, *trust.product.label*, *crisis.info.completed*. Μέσα από αυτή την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Change.safety} = 2,586 + b_1 \text{factor.safety} + b_2 \text{factor.biologic} + b_3 \text{factor.standardpack} + b_4 \text{danger.dairy} + b_5 \text{risk.bacterial.contamin} + b_6 \text{control.safetyfood.home} + b_7 \text{adequate.info.tv} + b_8 \text{adequate.info.newspaper} + b_9 \text{trust.supermarket} + b_{10} \text{trust.farmer.produce} + b_{11} \text{trust.product.label} + b_{12} \text{crisis.info.completed} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δηλώνει ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει και την τιμή 3 στην περίπτωση που θεωρεί ότι έχει βελτιωθεί. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- **Factor.safety**: ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι την ασφάλεια κατά την αγορά τροφίμων.
- **Factor.biologic**: ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι το να είναι βιολογικό το προϊόν κατά την αγορά τροφίμων.
- **Factor.standardpack**: ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι τη σταθερή ποσότητα στη συσκευασία κατά την αγορά τροφίμων.
- **Danger.dairy**: η αντίληψη για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα.
- **Risk.bacterial.contamin**: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Control.safetyfood.home**: η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι.
- **Adequate.info.tv**: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφαλείας τροφίμων.

- Adequate.info.newspaper: η αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.supermarket: ο βαθμός εμπιστοσύνης στα σουπερμάρκετ και γενικά στα καταστήματα για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: ο βαθμός εμπιστοσύνης στους αγρότες - παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.product.label: ο βαθμός εμπιστοσύνης στην ετικέτα του προϊόντος για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Crisis.info.completed: η αντίληψη για το πόσο ολοκληρωμένες είναι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- e_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.9: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την **ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν** (Change.safety).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	2,586*** (5,837)	2,520*** (6,863)
Factor.safety	-0,016 (-0,273)	
Factor.biologic	-0,053 (-1,243)	
Factor.standardpack	-0,092** (-2,115)	-0,121*** (-3,068)
Danger.dairy	-0,132*** (-3,652)	-0,130*** (-3,646)
Risk.bacterial.contamin	-0,121** (-2,101)	-0,133** (-2,327)
Control.safetyfood.home	0,059 (1,181)	
Adequate.info.tv	-0,106* (-1,859)	-0,100** (-2,137)
Adequate.info.newspaper	-0,015 (-0,248)	
Trust.supermarket	0,101* (1,839)	0,113** (2,117)
Trust.farmer.produce	-0,133*** (-2,665)	-0,121** (-2,476)
Trust.product.label	0,161*** (3,247)	0,170*** (3,481)

Crisis.info.completed	0,240*** (4,427)	0,242*** (4,538)
Durbin – Watson	1,798	1,813
R²	0,201	0,193
R² (διορθωμένο)	0,172	0,174
F	6,828***	9,853***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Οι μεταβλητές factor.safety, factor.biologic, δεν βρέθηκαν να είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές, δηλαδή δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety.

Η μεταβλητή factor.standardpack είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety.

Η μεταβλητή danger.dairy παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί δεν είναι καθόλου επικίνδυνα τρόφιμα και την τιμή 5 στην περίπτωση που τα θεωρεί πάρα πολύ επικίνδυνα. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety.

Η μεταβλητή risk.bacterial.contamin παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η βακτηριακή μόλυνση (π.χ λιστέρια, σαλμονέλα) δεν ενέχει καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι ενέχει πολύ μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety.

Αντιθέτως οι μεταβλητές control.safetyfood.home, adequate.info.newspaper, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Η μεταβλητή adequate.info.tv παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι οι πληροφορίες που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επαρκείς. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.safety.

Η μεταβλητή *trust.supermarket* παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τα σουπερμάρκετ και γενικά τα καταστήματα για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος τα θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστες πηγές. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *change.safety*.

Η μεταβλητή *trust.farmer.produce* είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *change.safety*.

Η μεταβλητή *trust.product.label* λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου την ετικέτα του προϊόντος για τις πληροφορίες που παρέχει για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος την θεωρεί πάρα πολύ αξιόπιστη. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *change.safety*.

Η μεταβλητή *crisis.info.completed* λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων δεν είναι καθόλου ολοκληρωμένες και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες είναι πάρα πολύ ολοκληρωμένες. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή *change.safety*.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη της ασφάλειας στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\begin{aligned} \text{Change.safety} = & 2,520 - 0,121 \text{factor.standardpack} - 0,130 \text{danger.dairy} - 0,133 \text{risk.bacterial.contamin} - \\ & 0,100 \text{adequate.info.tv} + 0,113 \text{trust.supermarket} - 0,121 \text{trust.farmer.produce} + 0,170 \text{trust.product.label} + \\ & 0,242 \text{crisis.info.completed} + e_i \end{aligned}$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν εξαρτάται από το βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι ερωτώμενοι τη σταθερή ποσότητα στη συσκευασία όταν αγοράζουν τρόφιμα, για το βαθμό που θεωρούν ότι το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα, την αντίληψη τους για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων και για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων, την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ,

οι αγρότες – παραγωγοί και η ετικέτα του προϊόντος για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την αντίληψη για το πόσο ολοκληρωμένες είναι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.

Συγκεκριμένα, ο βαθμός που λαμβάνουν υπόψη τα άτομα τη σταθερή ποσότητα στη συσκευασία κατά την αγορά τροφίμων εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή **όταν τα άτομα λαμβάνουν λιγότερο υπόψη την τυποποίηση όταν αγοράζουν τρόφιμα πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν**. Στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι και η αντίληψη για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα με την εξαρτημένη μεταβλητή και μάλιστα η σχέση αυτή είναι αρνητική. Δηλαδή τα άτομα πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί όταν αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.

Στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι οι μεταβλητές που αναφέρονται στην αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων και στην επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων και μάλιστα η σχέση είναι αρνητική. Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ για την ασφάλεια των τροφίμων έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή **όσο περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται τα σουπερμάρκετ για τις πληροφορίες που παρέχουν για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο περισσότερο ενισχύεται η άποψη τους ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί**. Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχει η ετικέτα του προϊόντος για την ασφάλεια των τροφίμων και στην αντίληψη για το βαθμό ολοκλήρωσης των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων και μάλιστα αυτή η σχέση είναι θετική. Δηλαδή, **όταν τα άτομα νοιώθουν ότι μπορούν να εμπιστευθούν την εταιρεία μέσω της ετικέτας του προϊόντος για την ασφάλεια των τροφίμων τότε πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί**. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση που τα

άτομα αντιλαμβάνονται ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων ήταν πάρα πολύ ολοκληρωμένες.

Σημαντικό είναι να ειπωθεί ότι σε δημοσκόπηση που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι πάνω από το 60% των ευρωπαίων πολιτών ενδιαφέρονταν για την ασφάλεια των τροφίμων και πάνω από το 25% θεωρούσαν ότι η κατάσταση επιδεινώνεται.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται οι μεταβλητές που αναφέρονται στο βαθμό που λαμβάνουν υπόψη τα άτομα να είναι ασφαλές και βιολογικό το προϊόν κατά την αγορά τροφίμων, στην αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι και για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Ειδικότερα, η άποψη ότι ο έλεγχος στην ασφάλεια των τροφίμων δεν επηρεάζει την αντίληψη για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια έρχεται σε αντίθεση με το συμπέρασμα της έρευνας των Tucker et al (2006) η οποία υποστήριζε ότι τα δύο αυτά στοιχεία σχετίζονται θετικά.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 17% της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,174 > 0,172$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 9,853 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στον πίνακα 8.1.10 αναφέρονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygiene με ανεξάρτητες τις μεταβλητές: age, risk.crazy.cow, change.envirom.friendl,control.safetyfood.restaur,trust.info.company, trust.europe.food.author, trust.internet, crisis.info.clear. Μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ερωτώμενων για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν:

$$\text{Change.hygiene} = 1,210 + b_1\text{age} + b_2\text{risk.crazy.cow} + b_3\text{change.envirom.friendl} + b_4\text{control.safetyfood.restaur} + b_5\text{trust.info.company} + b_6\text{trust.europe.food.author} + b_7\text{trust.internet} + b_8\text{crisis.info.clear} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δηλώνει ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει και την τιμή 3 στην περίπτωση που θεωρεί ότι έχει βελτιωθεί. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Age: η ηλικία του ερωτώμενου.
- Risk.crazy.cow: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Change.envIRON.friendl: η αντίληψη για τη φιλικότητα στο περιβάλλον στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- Control.safetyfood.restaur: η αντίληψη για τον έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται εκτός σπιτιού.
- Trust.info.company: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.europe.food.author: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Trust.internet: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- Crisis.info.clear: η αντίληψη για το βαθμό σαφήνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- e_i: τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Το πρώτο υπόδειγμα περιλαμβάνει όλες τις ανεξάρτητες μεταβλητές που παρουσιάστηκαν, ενώ το δεύτερο υπόδειγμα μόνο τις στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Πίνακας 8.1.10: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την υγιεινή σε σχέση με 10 χρόνια πριν (Change.hygiene).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	1,210*** (3,355)	1,242*** (3,442)
Age	-0,076* (-1,752)	-0,072* (-1,666)
Risk.crazy.cow	-0,164*** (-3,374)	-0,161*** (-3,315)
Change.envIRON.friendl	0,432*** (9,090)	0,427*** (8,993)
Control.safetyfood.restaur	0,135** (2,334)	0,143** (2,466)
Trust.info.company	0,067	

	(1,470)	
Trust.europe.food.author	0,109** (2,437)	0,120*** (2,705)
Trust.internet	-0,133*** (-2,868)	-0,118*** (-2,605)
Crisis.info.clear	0,177*** (4,002)	0,189*** (4,320)
Durbin - Watson	1,804	1,805
R²	0,303	0,298
R² (διορθωμένο)	0,286	0,284
F	17,877***	20,052***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή age είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygienе.

Η μεταβλητή risk.crazy.cow παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασθένεια των τρελών αγελάδων δεν ενέχει καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι το ρίσκο είναι πάρα πολύ μεγάλο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygienе.

Η μεταβλητή change.environ.friendl λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η φιλικότητα στο περιβάλλον στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει και την τιμή 3 στην περίπτωση που πιστεύει ότι έχει βελτιωθεί. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygienе.

Η μεταβλητή control.safetyfood.restaur είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygienе.

Αντιθέτως, η μεταβλητή trust.info.company, δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygienе, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντική.

Οι μεταβλητές trust.europe.food.author και trust.internet είναι στατιστικά σημαντικές (σε επίπεδα σημαντικότητας 5% και 1% αντίστοιχα), δηλαδή ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygiene.

Τέλος, η μεταβλητή crisis.info.clear λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων δεν είναι καθόλου σαφείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες είναι πάρα πολύ σαφείς. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή change.hygiene.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των ερωτώμενων για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Change.hygiene} = 1,242 - 0,072\text{age} - 0,161\text{risk.crazy.cow} + 0,427\text{change.envIRON.friendl} + 0,143\text{control.safetyfood.restaur} + 0,120\text{trust.europe.food.author} - 0,118\text{trust.internet} + 0,189\text{crisis.info.clear} + e_i$$

Συγκεκριμένα, η ηλικία εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, **οι μικρότερες ηλικίες θεωρούν ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν**. Στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι η μεταβλητή που αναφέρεται στην αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα η σχέση αυτή είναι αρνητική. Δηλαδή **όσο μικρότερο είναι το ρίσκο που αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων τόσο πιστεύουν ότι η υγιεινή στα τρόφιμα έχει βελτιωθεί**. Η αντίληψη για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά τη φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή **όταν τα άτομα πιστεύουν ότι η φιλικότητα στο περιβάλλον έχει βελτιωθεί τότε θεωρούν ότι και η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί**. Επιπλέον, η αντίληψη για τον έλεγχο που έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια συσχετίζεται θετικά με την αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή **όσο περισσότερο έλεγχο νοιώθουν ότι**

έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια τόσο πιστεύουν ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί.

Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων και στην αντίληψη για το βαθμό σαφήνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων και μάλιστα η σχέση αυτή είναι θετική. Δηλαδή *τα άτομα αντιλαμβάνονται ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί όταν νοιώθουν ότι μπορούν να εμπιστευθούν τις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων και όταν πιστεύουν ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων είναι όσο το δυνατόν πιο σαφείς.* Σε έρευνα που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όμως για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι μόνο το 11% πίστευαν ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρέχει ορθές πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων και μόνο το 12% θεωρούσαν ότι τα κράτη μέλη κάνουν κάτι τέτοιο.

Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο σε θέματα ασφάλειας τροφίμων συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτό επιβεβαιώνει για ακόμα μια φορά ότι το διαδίκτυο δεν θεωρείται ως ένα αρκετά αξιόπιστο μέσο πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντική εμφανίζεται να είναι η μεταβλητή που αναφέρεται στο βαθμό εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Σημαντικό είναι να ειπωθεί και το συμπέρασμα στο οποίο έχει καταλήξει η έρευνα του Ipsos-Reid Corporation (2004) όσον αφορά την αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων. Σε αυτή την έρευνα αποδείχθηκε ότι η βαθμολογία για τις αντιλήψεις των καταναλωτών για την ποιότητα (εστιάζοντας στη νωπότητα και τη γεύση) των τροφίμων που παράγονται στον Καναδά είναι υψηλή, με περίπου 9 στους 10 καταναλωτές σε κάθε περιοχή να τη θεωρούν «καλή» έως «εξαιρετική». Η περαιτέρω ανάλυση έδειξε ότι η αντίληψη για την υγιεινή αποτελεί οδηγό κλειδί για τις αντιλήψεις των καταναλωτών για την ποιότητα των τροφίμων που παράγονται στον Καναδά.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 28% της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν) εξηγείται από

τις ανεξάρτητες. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 20,052 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Στην εκτίμηση παλινδρόμησης του πίνακα 8.1.11 ως εξαρτημένη μεταβλητή λαμβάνεται η μεταβλητή *adequate.info.tv*, ενώ ως ανεξάρτητες οι μεταβλητές *kid*, *job*, *risk.residuals*, *risk.gr.hormones*, *risk.crazy.cow*. Σε αυτή την περίπτωση παλινδρόμησης επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Adequate.info.tv} = 3,523 + b_1\text{kid} + b_2\text{job} + b_3\text{risk.residuals} + b_4\text{risk.gr.hormones} + b_5\text{risk.crazy.cow} + e_i$$

Η ανεξάρτητη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ επαρκείς. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- **Kid**: ο αριθμός των παιδιών που έχει ο ερωτώμενος.
- **Job**: το επάγγελμα του ερωτώμενου.
- **Risk.residuals**: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Risk.gr.hormones**: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν οι ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Risk.crazy.cow**: η αντίληψη για το ρίσκο της ασθένειας των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **e_i** : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.11: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή **αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση** για την ασφάλεια των τροφίμων (*Adequate.info.tv*).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	3,523*** (7,890)	3,516*** (9,956)
Kid	0,014 (0,218)	
Job	-0,081 (-0,899)	
Risk.residuals	-0,208**	-0,208***

	(-2,079)	(-2,671)
Risk.gr.hormones	-0,266*** (-3,398)	-0,285*** (-4,409)
Risk.crazy.cow	0,264*** (3,264)	0,258*** (4,002)
Durbin - Watson	1,853	1,934
R^2	0,119	0,125
R^2 (διορθωμένο)	0,100	0,117
F	6,351***	15,881***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Οι μεταβλητές kid, job, δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή adequate.info.tv, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές. Η μεταβλητή kid εκφράζει τον αριθμό των παιδιών που έχει ο ερωτώμενος και η μεταβλητή job εκφράζει το επάγγελμα του.

Η μεταβλητή risk.residuals είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή adequate.info.tv.

Η μεταβλητή risk.gr.hormones παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι ορμόνες δεν ενέχουν καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι το ρίσκο είναι πάρα πολύ μεγάλο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή adequate.info.tv.

Τέλος, η μεταβλητή risk.crazy.cow παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασθένεια των τρελών αγελάδων δεν ενέχει καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι το ρίσκο είναι πάρα πολύ μεγάλο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή adequate.info.tv.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των ατόμων για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Adequate.info.tv} = 3,516 - 0,208 \text{risk.residuals} - 0,285 \text{risk.gr.hormones} + 0,258 \text{risk.crazy.cow} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των ατόμων για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων εξαρτάται από την αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα, οι ορμόνες αλλά και η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα αλλά και οι ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζονται αρνητικά με την αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή *όσο λιγότερο επαρκείς είναι οι πληροφορίες που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο μεγαλύτερο ρίσκο πιστεύουν τα άτομα ότι ενέχουν τα κατάλοιπα και οι ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων*. Ενώ η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Σημαντικό είναι ότι και η έρευνα των Rosati and Saba, (2004) έδειξε ότι η τηλεόραση είναι η καλύτερη πηγή πληροφόρησης για αυτά τα θέματα και γενικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται μεταβλητές όπως ο αριθμός των παιδιών και το επάγγελμα του ερωτώμενου.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 11% της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,117 > 0,100$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 15,881 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στην συνέχεια επιδιώκουμε να εκτιμήσουμε ένα υπόδειγμα για να προσδιορίσουμε την αντίληψη των ερωτώμενων για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία παραγωγής τροφίμων κατά τη διάρκεια κρίσης. Στον πίνακα 8.1.12 αναφέρονται τα αποτελέσματα παλινδρόμησης για την εξαρτημένη μεταβλητή *crisis.info.honest* με ανεξάρτητες τις μεταβλητές: *week.foodexpenses*, *damage.foodrinks*, *risk.residuals*, *risk.bacterial.contamin*, *risk.additives*, *trust.farmer.produce*. Ο προσδιορισμός των παραγόντων που επηρεάζουν την εξαρτημένη μεταβλητή επιδιώκεται μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Crisis.info.honest} = 3,831 + b_1 \text{week.foodexpenses} + b_2 \text{damage.foodrinks} + b_3 \text{risk.residuals} + b_4 \text{risk.bacterial.contamin} + b_5 \text{risk.additives} + b_6 \text{trust.farmer.produce} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων δεν είναι καθόλου ειλικρινείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι είναι πάρα πολύ ειλικρινείς. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- **Week.foodexpenses:** εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων ερωτώμενου.
- **Damage.foodrinks:** η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία.
- **Risk.residuals:** η αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Risk.bacterial.contamin:** η αντίληψη για το ρίσκο της βακτηριακής μόλυνσης στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Risk.additives:** η αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- **Trust.farmer.produce:** η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες / παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- **e_i :** τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.12: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή **αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία** κατά την κρίση (Crisis.info.honest).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	3,831*** (10,394)	3,942*** (10,872)
Week.foodexpenses	0,073 (1,574)	
Damage.foodrinks	-0,092* (-1,908)	-0,085* (-1,763)
Risk.residuals	-0,228*** (-3,147)	-0,239*** (-3,309)
Risk.bacterial.contamin	-0,144** (-2,114)	-0,131* (-1,934)
Risk.additives	-0,105** (-2,200)	-0,102** (-2,125)
Trust.farmer.produce	0,192*** (4,135)	0,186*** (4,001)
Durbin – Watson	1,810	1,797
R²	0,188	0,182

R² (διορθωμένο)	0,173	0,170
F	12,771***	14,763***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Η μεταβλητή week.foodexpenses που εκφράζει τις εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων δεν ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.honest, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή.

Η μεταβλητή damage.foodrinks λαμβάνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί ότι τα τρόφιμα και ποτά δεν μπορούν να βλάψουν καθόλου την υγεία του και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν σε πολύ μεγάλο βαθμό την υγεία του. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.honest.

Οι μεταβλητές risk.residuals, risk.bacterial.contamin και risk.additives είναι στατιστικά σημαντικές (σε επίπεδα σημαντικότητας 1%, 5% και 5% αντίστοιχα) δηλαδή ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.honest.

Τέλος, και η μεταβλητή trust.farmer.produce είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.honest.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη του βαθμού ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Crisis.info.honest} = 3,942 - 0,085 \text{damage.foodrinks} - 0,239 \text{risk.residuals} - 0,131 \text{risk.bacterial.contamin} - 0,102 \text{risk.additives} + 0,186 \text{trust.farmer.produce} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη του βαθμού ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων εξαρτάται από την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, την αντίληψη για το ρίσκο των καταλοίπων, της βακτηριακής μόλυνσης και των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων και το βαθμό εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες / παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Συγκεκριμένα, η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, **όσο λιγότερο ειλικρινής θεωρείται ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση τόσο περισσότερα άτομα θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.**

Αρνητική συσχέτιση φαίνεται να έχουν και η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα, η βακτηριακή μόλυνση και τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων (σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, 5% και 5% αντίστοιχα) με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Αυτό σημαίνει ότι **τα άτομα θεωρούν ότι τα κατάλοιπα, η βακτηριακή μόλυνση και τα πρόσθετα/συντηρητικά ενέχουν μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων όσο λιγότερο ειλικρινής θεωρούν ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.** Επιπλέον, η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζεται θετικά με την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντική εμφανίζεται να είναι η μεταβλητή που αναφέρεται στις εβδομαδιαίες αγορές τροφίμων.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 17% της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η αντίληψη για την ειλικρίνεια της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 14,763 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Ο πίνακας 8.1.13 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης της εξαρτημένης μεταβλητής crisis.info.adequate με ανεξάρτητες τις μεταβλητές: age, education, member, damage.foodrinks, risk.agrochemicals, risk.bacterial.contamin, risk.genetical.modify, risk.additives. Μέσα από αυτή την παλινδρόμηση επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία στον κλάδο τροφίμων κατά τη διάρκεια κρίσης μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:

$$\text{Crisis.info.adequate} = 3,043 + b_1\text{age} + b_2\text{education} + b_3\text{member} + b_4\text{damage.foodrinks} + b_5\text{risk.agrochemicals} + b_6\text{risk.bacterial.contamin} + b_7\text{risk.genetical.modify} + b_8\text{risk.additives} + e_i$$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος θεωρεί τις πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία στον κλάδο τροφίμων κατά τη διάρκεια κρίσης δεν είναι καθόλου επαρκείς και την τιμή 5 στην περίπτωση που τις θεωρεί πάρα πολύ επαρκείς. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Age: η ηλικία του ερωτώμενου.
- Education: το μορφωτικό επίπεδο του ερωτώμενου.
- Member: ο αριθμός των μελών της οικογένειας του ερωτώμενου.
- Damage.foodrinks: η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία.
- Risk.agrochemicals: η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα γεωργικά χημικά στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.bacterial.contamin: η αντίληψη για το ρίσκο της βακτηριακής μόλυνσης στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.genetical.modify: η αντίληψη για το ρίσκο των γενετικά τροποποιημένων τροφίμων στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.additives: η αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- ϵ_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.13: Εκτίμηση παλινδρόμησης για την αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία στον κλάδο τροφίμων κατά την κρίση (Crisis.info.adequate).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	3,043*** (6,772)	2,918*** (8,839)
Age	-0,024 (-0,499)	
Education	0,010 (0,250)	
Member	0,103*** (2,855)	0,104*** (2,999)
Damage.foodrinks	-0,076 (-1,638)	-0,082* (-1,824)
Risk.agrochemicals	0,000 (-0,007)	
Risk.bacterial.contamin	-0,096 (-1,523)	-0,098* (-1,627)
Risk.genetical.modify	-0,121** (-2,494)	-0,122*** (-2,578)

Risk.additives	-0,037 (-0,737)	
Durbin - Watson	1,904	1,911
R ²	0,094	0,092
R ² (διορθωμένο)	0,072	0,081
F	4,251***	8,385***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Σε αυτή την παλινδρόμηση οι μεταβλητές age, education, damage.fooddrinks, risk.agrochemicals, risk.bacterial.contamin, risk.additives δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.adequate, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές.

Αντιθέτως, η μεταβλητή member είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.adequate.

Τέλος, η μεταβλητή risk.genetical.modify παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα δεν ενέχουν κανένα ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι το ρίσκο είναι πάρα πολύ μεγάλο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή crisis.info.honest.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

$$\text{Crisis.info.adequate} = 2,918 + 0,104\text{member} - 0,082\text{damage.fooddrinks} - 0,098\text{risk.bacterial.contamin} - 0,122\text{risk.genetical.modify} + e_i$$

Σύμφωνα με το οποίο η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων εξαρτάται από τον αριθμό των μελών στην οικογένεια, την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, την αντίληψη για το ρίσκο της βακτηριακής μόλυνσης και των γενετικά τροποποιημένων τροφίμων στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, ο αριθμός των μελών της οικογένειας εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την

κρίση στον κλάδο τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή *όσα περισσότερα μέλη έχει μια οικογένεια τόσο πιο αυξημένη είναι η αντίληψη ότι οι πληροφορίες της εταιρείας κατά την κρίση είναι επαρκείς*. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 10% είναι αυτές που αναφέρονται στην αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία και στην αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα η σχέση αυτή είναι αρνητική. Δηλαδή *όσο πιο επαρκείς είναι οι πληροφορίες της εταιρείας κατά την κρίση τόσο λιγότερο τα άτομα θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία και τόσο χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται ότι ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων*. Το ίδιο ισχύει και για την αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα στην ασφάλεια των τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ειδικότερα η άποψη ότι η ποσότητα των πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει θετικά τη συμπεριφορά του καταναλωτή ως προς τον κίνδυνο συμφωνεί με τα συμπεράσματα των Pennings et al, (2002) οι οποίοι έδειξαν ότι η πληροφόρηση αποτελεί ισχυρό εργαλείο για την αλλαγή της συμπεριφοράς αλλά και με τα συμπεράσματα των Verbeke and Kenhove, (2002) οι οποίοι έδειξαν ότι τα άτομα χαμηλότερης συναισθηματικής ικανότητας έχουν μεγαλύτερη ανάγκη πληροφόρησης σε περιόδους κρίσης και ότι η γρήγορη πρόβλεψη, η αξιόπιστη και η επαρκής πληροφόρηση είναι κρίσιμα θέματα σε τέτοιες περιόδους.

Αντιθέτως, μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται μεταβλητές όπως η ηλικία, η μόρφωση και η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα γεωργικά χημικά και τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκρίνοντας τα R^2 (διορθωμένα) των δύο υποδειγμάτων διακρίνουμε ότι το δεύτερο υπόδειγμα είναι καλύτερο καθώς το δεύτερο R^2 (διορθωμένο) ισούται με $0,081 > 0,072$. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 8,385 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1=b_2=b_3=b_4=b_5=b_6=b_7=0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης της εξαρτημένης μεταβλητής trust.tv.news στον πίνακα 8.1.14 και οι ανεξάρτητες μεταβλητές που λήφθηκαν υπόψη ήταν: kid, job, risk.additives, risk.dioxins, risk.packing, trust.farmer.produce. Μέσα από αυτή την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση επιδιώκουμε να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη των καταναλωτών στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα

ασφάλειας τροφίμων μέσα από την ακόλουθη συναρτησιακή μορφή:
 $Trust.tv.news = 3,854 + b_1kid + b_2job + b_3risk.additives + b_4risk.dioxins + b_5risk.packing + b_6trust.farmer.produce + e_i$

Η εξαρτημένη μεταβλητή παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος δεν εμπιστεύεται καθόλου τις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που τις εμπιστεύεται πάρα πολύ. Οι ανεξάρτητες μεταβλητές που εμφανίζονται στην πιο πάνω συνάρτηση περιγράφουν τα εξής:

- Kid: ο αριθμός των παιδιών που έχει ο ερωτώμενος.
- Job: το επάγγελμα του ερωτώμενου.
- Risk.additives: η αντίληψη για το ρίσκο των πρόσθετων/συντηρητικών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.dioxins: η αντίληψη για το ρίσκο των διοξινών στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Risk.packing: η αντίληψη για το ρίσκο των υλικών συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων.
- Trust.farmer.produce: η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν αγρότες και παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων.
- e_i : τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης

Πίνακας 8.1.14: Εκτίμηση παλινδρόμησης για τη μεταβλητή **εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις** για θέματα ασφάλειας τροφίμων (Trust.tv.news).

Μεταβλητές	Μοντέλο 1	Μοντέλο 2
Constant	3,854*** (9,489)	3,772** (11,674)
Kid	0,180*** (2,662)	0,171** (2,526)
Job	0,178* (1,883)	0,176* (1,863)
Risk.additives	-0,150* (-1,928)	-0,178** (-2,366)
Risk.dioxins	-0,131 (-1,596)	
Risk.packing	-0,149** (-2,068)	-0,191*** (-2,795)
Trust.farmer.produce	0,079 (1,214)	
Durbin – Watson	1,718	1,743
R^2	0,118	0,104

R² (διορθωμένο)	0,096	0,089
F	5,257***	6,908***

Σημείωση: Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική t.

***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα.

Οι μεταβλητές kid και risk.additives είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και 10% αντίστοιχα δηλαδή ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή trust.tv.news.

Η μεταβλητή job παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος εργάζεται ως ιδιωτικός υπάλληλος και την τιμή 4 στην περίπτωση που είναι αγρότης. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή trust.tv.news.

Αντιθέτως οι μεταβλητές risk.dioxins και trust.farmer.produce δεν ερμηνεύουν την εξαρτημένη μεταβλητή trust.tv.news, δηλαδή δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Η μεν πρώτη εκφράζει την αντίληψη του ερωτώμενου για το ρίσκο που έχουν οι διοξίνες στην ασφάλεια των τροφίμων και η δε δεύτερη εκφράζει την εμπιστοσύνη στους αγρότες – παραγωγούς στις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Τέλος, η μεταβλητή risk.packing παίρνει τιμή 1 στην περίπτωση που ο ερωτώμενος πιστεύει ότι τα υλικά της συσκευασίας δεν ενέχουν καθόλου ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και την τιμή 5 στην περίπτωση που πιστεύει ότι αυτά ενέχουν πάρα πολύ μεγάλο ρίσκο. Η μεταβλητή αυτή είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% δηλαδή ερμηνεύει την εξαρτημένη μεταβλητή trust.tv.news.

Το τελικό υπόδειγμα που προκύπτει για την εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων, δηλαδή το δεύτερο υπόδειγμα δίνει στην αρχική συνάρτηση την εξής μορφή:

Trust.tv.news=3,772+0,171kid+0,176job-0,178risk.additives-0,191risk.packing+e_i

Σύμφωνα με το οποίο η εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων εξαρτάται από τον αριθμό των παιδιών που έχουν, το επάγγελμα, την αντίληψη τους για το ρίσκο που έχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά αλλά και τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συγκεκριμένα, ο αριθμός των παιδιών και το επάγγελμα του ερωτώμενου εμφανίζονται να έχουν θετική σχέση με την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων σε επίπεδα σημαντικότητας 5% και 10% αντίστοιχα. Αυτό σημαίνει ότι ***η εμπιστοσύνη στις τηλεοπτικές ειδήσεις αυξάνεται όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος και όσο περισσότερο δραστηριοποιείται στα ελεύθερα επαγγέλματα.*** Ενώ αρνητική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή φαίνεται να έχει η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά αλλά και τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων (επίπεδα σημαντικότητας 5% και 1% αντίστοιχα). Δηλαδή, ***όσο περισσότερη εμπιστοσύνη υπάρχει στις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου τα άτομα αντιλαμβάνονται ότι ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά και τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων.***

Γενικά θα λέγαμε, σύμφωνα με τα συμπεράσματα των Rosati and Saba (2004), ότι η τηλεόραση είναι μια αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων που συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα και ποτά, δηλαδή όσο πιο πολύ εμπιστεύονται τα άτομα την τηλεόραση τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα τρόφιμα και ποτά.

Αντιθέτως μη στατιστικά σημαντικές εμφανίζονται να είναι μεταβλητές όπως η αντίληψη για το ρίσκο των διοξινών στην ασφάλεια των τροφίμων και η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες-παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Η στατιστική R^2 (διορθωμένο) δείχνει ότι το 8% της εξαρτημένης μεταβλητής (στο υπόδειγμα μας είναι η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για την ασφάλεια των τροφίμων) εξηγείται από τις ανεξάρτητες. Η F-statistic στο δεύτερο υπόδειγμα είναι 6,908 με $p\text{-value} < 0,01$, άρα θα υπάρχει γραμμική σχέση της εξαρτημένης μεταβλητής με το σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών, άρα δεν είναι δεκτή η υπόθεση ότι $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = b_6 = b_7 = 0$ σε 99% επίπεδο σημαντικότητας.

Συμπεράσματα

Σκοπός της συγκεκριμένης διπλωματικής μελέτης ήταν να διερευνήσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για τους κινδύνους που σχετίζονται γενικά με τα τρόφιμα και ποτά, όπως και για τις ειδικές κατηγορίες τροφίμων (κρέας, φρούτα και λαχανικά, αυγά, δημητριακά, γάλα, γιαούρτι και τυρί, ψάρια και θαλασσινά, ποτά). Επιπλέον, η εργασία σκόπευε να εξετάσει τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια και την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων, για το βαθμό επάρκειας και ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων και τους παράγοντες εκείνους που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Αφού έγινε αναφορά στη διεθνή και ελληνική κατάσταση στον κλάδο τροφίμων-ποτών παρατέθηκε η παγκόσμια βιβλιογραφία σχετικά με το θέμα. Οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται σε παγκόσμιο επίπεδο καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα, από μονομεταβλητές έως πολυμεταβλητές τεχνικές, ελέγχους υποθέσεων, αναλύσεις ομάδων (cluster analysis), αναλύσεις κυρίων παραγόντων.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε με τη βοήθεια ερωτηματολογίου και συγκεκριμένα, από 6/6/2007 έως 22/6/2007 οπότε και συγκεντρώθηκαν συνολικά 350 ερωτηματολόγια από 4 περιοχές της Αττικής, από τα οποία μόνο τα 338 ήταν πλήρως απαντημένα και χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα: δήμος Αθηναίων, ανατολική (Ζωγράφου), βόρεια (Μαρούσι) και νότια (Καλλιθέα) Αττική.

Αρχικά η ανάλυση των κοινωνικο-δημογραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος έδειξε ότι:

- Το 60,7% των ερωτηθέντων είναι γυναίκες ενώ το 39,3% άνδρες.
- Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων είναι ηλικίας μεταξύ 20-34 ετών (40,2%), η ομάδα των ατόμων ηλικίας 35-50 ετών έπεται με ποσοστό 33,7%, η ομάδα των ατόμων μέχρι 19 ετών συγκέντρωσε ποσοστό 14,8%, τα άτομα ηλικίας 51-65 συμμετείχαν κατά 8% στην έρευνα ενώ τα άτομα ηλικίας πάνω από 65 ετών συμμετείχαν με ποσοστό 3%.
- Σχεδόν οι μισοί ερωτηθέντες του δείγματος (47,3%) είναι απόφοιτοι Λυκείου ή ΙΕΚ. Σημαντικό είναι ότι δεν υπήρχαν καθόλου αγράμματοι στο δείγμα (0%) και ότι οι απόφοιτοι δημοτικού συγκέντρωσαν μικρό ποσοστό (2,7%). Το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό ανήκει στους απόφοιτους ΑΕΙ με 28,7% ενώ αξιοσημείωτο είναι και το ποσοστό των αποφοίτων

ΤΕΙ το οποίο ανέρχεται στο 12,1%. Τέλος οι κάτοχοι μεταπτυχιακού τίτλου συγκεντρώνουν ποσοστό 9,2% των ερωτηθέντων.

- Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση, οι μισοί από τους ερωτηθέντες είναι ανύπαντροι (50%), ενώ το 42,9% είναι παντρεμένοι. Μόλις το 3,3% των ατόμων δήλωσαν εν διαστάσει ενώ ακόμη το 3,8% δήλωσε ότι είναι χωρισμένος/η ή χήρος/α.
- Ο αριθμός των μελών των οικογενειών κυμαίνεται από 1 έως 8 άτομα, με μεγαλύτερο ποσοστό να εμφανίζεται εκείνο των τετραμελών οικογενειών (37,6%). Οι ολιγομελείς οικογένειες του ενός και των δύο ατόμων συγκεντρώνουν το 19,8% του δείγματος, ποσοστό ιδιαίτερα σημαντικό, ενώ οι οικογένειες που αριθμούν από 5 μέλη και άνω είναι 66, ποσοστό 19,6% επί του συνόλου των ερωτηθέντων, εκ των οποίων μόνο το 4,5% αριθμούν 6, 7 και 8 άτομα.
- Από τους ερωτηθέντες που δήλωσαν ότι έχουν παιδιά, το 20,4% έχει δύο παιδιά, το 15,7% έχει ένα παιδί, ενώ μόλις το 5,6% έχει τρία παιδιά.
- Όσον αφορά τις ηλικίες των τριών μικρότερων παιδιών των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι είχαν παιδιά προκύπτει ότι η ηλικία του πρώτου μικρότερου παιδιού του 10,2% των ερωτώμενων είναι μέχρι 6 ετών, το 7,8% των ερωτώμενων δηλώνει ότι η ηλικία του δεύτερου μικρότερου παιδιού του είναι μεταξύ 24 και 35 ετών και το 7,1% δηλώνει ηλικία του 3^{ου} μικρότερου παιδιού πάνω από 35 ετών.
- Όσον αφορά στην απασχόληση το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων απασχολείται στο δημόσιο τομέα (33,7%) ενώ το αμέσως υψηλότερο ποσοστό συγκεντρώνουν αυτοί που απασχολούνται στον ιδιωτικό τομέα (26,9%). Ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα (19,2%) είναι φοιτητές ή μαθητές ενώ οι αγρότες άγγιξαν μόλις το 0,9%. Οι άνεργοι και οι συνταξιούχοι συγκέντρωσαν το 9,2% του δείγματος.
- Το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα της πλειοψηφίας των ερωτηθέντων κυμαίνεται από 20.000 έως 30.000 ευρώ (30,2%), ενώ το 28,4% των ερωτηθέντων διαθέτει οικογενειακό εισόδημα κάτω των 20.000 ευρώ. Αρκετά χαμηλό εισόδημα διαθέτει το 10,7% των ατόμων με ποσό έως 10.000 ετησίως. Ενώ αρκετά υψηλό εισόδημα φαίνεται να απολαμβάνει το 23,7% των ατόμων με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα 30.000 έως 40.000 ευρώ. Άνω των 40.000 ευρώ ετήσιο οικογενειακό εισόδημα συγκεντρώνει μόλις το 7,1% των ερωτηθέντων.
- Οι δαπάνες σε τρόφιμα του 40,5% των ερωτηθέντων αγγίζουν τα 51 έως 100 ευρώ την εβδομάδα ενώ το 39,9% ξοδεύει έως 50 ευρώ. Το 12,1% των ερωτηθέντων ξοδεύει από 101

εώς 150 ευρώ την βδομάδα για να αγοράσει τρόφιμα ενώ πολύ μικρά ποσοστά ατόμων ξοδεύουν πάνα από 150 ευρώ.

Στη συνέχεια μέσα από τις εκτιμήσεις των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων βρέθηκε ότι μια πληθώρα παραμέτρων συνθέτουν το πλέγμα των αντιδράσεων και της συμπεριφοράς που αναπτύσσει κάθε φορά κάποιο άτομο μπροστά στις διατροφικές κρίσεις. Η διερεύνηση των συμπερασμάτων που προέκυψαν από την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας μπορεί να δώσει περισσότερο κωδικοποιημένη την εικόνα των καταναλωτών. Λαμβάνοντας υπόψη τόσο τη βιβλιογραφία όσο και την έρευνα με ερωτηματολόγιο τα συμπεράσματα που προέκυψαν αναφέρονται ακολούθως.

Όσον αφορά την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία βρέθηκε ότι το 59,5% των ατόμων θεωρεί ότι τα τρόφιμα και ποτά ενέχουν μεγάλο έως πολύ μεγάλο κίνδυνο για την υγεία. Από το σύνολο (30,5%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία σε μέτριο βαθμό, το 13,3% εμπιστεύεται πολύ τις πληροφορίες που παρέχουν οι εξειδικευμένες αρχές για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Επιπλέον, από το 29,6% των ατόμων που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία σε μεγάλο βαθμό, το 15,4% θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία εξαρτάται από:

■ *Την αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου των καταλοίπων στην ασφάλεια των τροφίμων:* υπάρχει θετική σχέση, καθώς όσο μεγαλύτερο θεωρείται το ρίσκο που έχουν τα κατάλοιπα στην ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος που νοιώθουν τα άτομα για τα τρόφιμα και ποτά σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.

■ *Την αντίληψη για το επίπεδο ρίσκου που ενέχει η ποιότητα των υλικών που χρησιμοποιούνται στα εστιατόρια:* βρέθηκε στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή όσο μεγαλύτερο επίπεδο ρίσκου θεωρούν τα άτομα ότι έχει η ποιότητα υλικών στα εστιατόρια τόσο περισσότερο νοιώθουν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.

■ *Τον έλεγχο που νοιώθουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι:* βρέθηκε να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, δηλαδή όσο λιγότερο νοιώθουν τα άτομα ότι μπορούν να ελέγξουν την ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι τόσο περισσότερο θεωρούν

ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Σε ανάλογο συμπέρασμα κατέληξε και η έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) η οποία έδειξε ότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν μια ευρεία κατηγορία κινδύνων στα τρόφιμα και τείνουν να ανησυχούν περισσότερο για εκείνους τους παράγοντες που δεν μπορούν να ελεγχθούν. Επιπλέον και η έρευνα των Starbird and Baker, (2004) έδειξε ότι οι παράγοντες έλεγχος και φόβος για την ασφάλεια των τροφίμων επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για τον κίνδυνο στα τρόφιμα.

■ *Την αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων:* παρουσιάζεται θετική σχέση, καθώς όσο τα περιοδικά παρέχουν περισσότερη πληροφόρηση για τα τρόφιμα τόσο αυξάνεται η αντίληψη των ατόμων για τους κινδύνους των τροφίμων και ποτών λόγω αυξημένης ροής πληροφόρησης. Αυτή η μεταβλητή είναι σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αντιθέτως, η έρευνα των Rosati and Saba (2004) έδειξε ότι όταν τα άτομα νοιώθουν ότι οι πληροφορίες που παρέχουν οι πηγές πληροφόρησης για τους διατροφικούς κινδύνους είναι πλήρεις (επαρκείς) αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα τρόφιμα και ποτά γιατί έτσι πιστεύουν ότι οι πηγές πληροφόρησης προσπαθούν να τον προστατέψουν από τους διατροφικούς κινδύνους.

■ *Την εμπιστοσύνη που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων:* είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Η μεν πρώτη συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή όσο λιγότερο εμπιστεύονται τα άτομα τις εφημερίδες για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο πιστεύουν ότι τα τρόφιμα και τα ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους. Από αυτό μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι εφημερίδες δεν θεωρούνται αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης για τέτοια θέματα και ότι οξύνουν την αντίληψη των ατόμων για τους διατροφικούς κινδύνους. Επίσης, η άποψη ότι τα MME επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια των τροφίμων συμφωνεί με τα συμπεράσματα του Ipsos-Reid Corporation (2004) όπου βρήκε ότι τα MME, και περισσότερο οι εφημερίδες και η τηλεόραση, είναι οι κύριες πηγές της πληροφόρησης για την ασφάλεια τροφίμων.

■ *Την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων:* συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία, δηλαδή όσο λιγότερο ειλικρινής αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων τόσο περισσότερο θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.

Στη συνέχεια εκτιμήθηκαν υποδείγματα που ερμηνεύουν ξεχωριστά κάθε κατηγορία τροφίμων επειδή οι ανεξάρτητες μεταβλητές που ήταν στατιστικά σημαντικές στην γενική κατηγορία τροφίμων και ποτών δεν ήταν στατιστικά σημαντικές στις ειδικές κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία τροφίμων που εξετάστηκε είναι το κρέας. Το 39,1% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το κρέας ενέχει πολύ έως πάρα πολύ μεγάλο κίνδυνο. Ειδικότερα, από το 23,7% του συνόλου των ατόμων που θεωρεί ότι το κρέας είναι λίγο επικίνδυνο για την υγεία, το 8,3% είναι άτομα ηλικίας 35-50 ετών. Επιπλέον, αποδείχθηκε ότι από το σύνολο (31,1%) των ατόμων που θεωρούν το κρέας πολύ επικίνδυνο, το 10,9% είναι άτομα ηλικίας 20-34 ετών. Θα λέγαμε ότι οι μεγαλύτερες ηλικίες (+35 ετών) θεωρούν το κρέας λιγότερο επικίνδυνο σε σχέση με τις μικρότερες ηλικίες (μέχρι 34 ετών) που πιστεύουν ότι είναι πιο επικίνδυνο. Η εκτίμηση της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης έδειξε ότι η μεταβλητή αυτή έχει ερμηνευτικές μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές:

- *Την ηλικία:* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που το κρέας είναι επικίνδυνο σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας θεωρούν το κρέας λιγότερο επικίνδυνο σε αντίθεση με τα πιο νεαρά άτομα. Από τη μια, αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι τα άτομα μικρότερης ηλικίας έχουν πρόσβαση σε περισσότερες και πιο σύγχρονες πηγές πληροφόρησης, και ως εκ τούτου έχουν καλύτερη πληροφόρηση, πράγμα που δημιουργεί μεγαλύτερη αντίληψη για τον κίνδυνο στα τρόφιμα και από την άλλη υπάρχει μια εξήγηση που δίνει η έρευνα των Green et al (2005) για τα χαμηλά επίπεδα ανησυχίας που δείχνουν τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας. Η έρευνα υποστηρίζει ότι οι πιο ηλικιωμένοι θεωρούν τους εαυτούς τους επιτυχείς βιοποριστές και ότι δεν έχουν ανάγκη να ανησυχούν για κινδύνους με βραχυπρόθεσμες συνέπειες όπως η αγγειακή σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια στο κρέας.
- *Τον βαθμό που λαμβάνουν υπόψη οι καταναλωτές τον παράγοντα σταθερή ποσότητα στη συσκευασία* όταν αγοράζουν τρόφιμα: παρουσιάζεται και πάλι μια αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή, δηλαδή όσο περισσότερο λαμβάνουν υπόψη τα άτομα την τυποποίηση όταν αγοράζουν τρόφιμα τόσο λιγότερο επικίνδυνο πιστεύουν ότι μπορεί να είναι το κρέας.
- *Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος:* σε αντίθεση με την προηγούμενη μεταβλητή παρουσιάζεται θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχει το κρέας σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή όσο λιγότερο οι καταναλωτές λαμβάνουν υπόψη τη χαμηλή περιεκτικότητα σε λίπος τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχει το κρέας. Αντιθέτως η έρευνα των McCarthy and Henson (2005),

απέδειξε ότι οι καταναλωτές κρέατος βασίζονται στον έλεγχο του λίπους που έχει για να περιορίσουν τον κίνδυνο που νοιώθουν ότι αυτό ενέχει .

- Την αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων και τον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι: και οι δύο μεταβλητές είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο 1% και μάλιστα η σχέση αυτή εμφανίζεται θετική.
- Την εμπιστοσύνη που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι φίλοι και η οικογένεια για θέματα ασφάλειας τροφίμων: εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή όσο περισσότερο εμπιστεύονται τα άτομα τους φίλους και την οικογένεια τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο πιστεύουν ότι ενέχει το κρέας και ως εκ τούτου μπορούμε να συμπεράνουμε ότι οι φίλοι και η οικογένεια θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης. Ανάλογο συμπέρασμα βρήκε και η έρευνα των Tucker et al (2006), η οποία έδειξε ότι η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι φίλοι και η οικογένεια για την ασφάλεια των τροφίμων σχετίζεται με χαμηλά επίπεδα αντίληψης του κινδύνου.

Η αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά είναι η επόμενη κατηγορία τροφίμων που εξετάστηκε. Φάνηκε ότι το 53% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι τα φρούτα και λαχανικά ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο. Επιπλέον από το 21,9% των ατόμων που θεωρεί τα φρούτα και λαχανικά πολύ επικίνδυνα, το 10,1% εμπιστεύεται λίγο τις πληροφορίες που παρέχουν που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Ανάλογα συμπεριφέρεται και το 2,1% των ατόμων που πιστεύει ότι τα φρούτα και λαχανικά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Επίσης, από το σύνολο (21,9%) των ατόμων που θεωρεί τα φρούτα και λαχανικά λίγο επικίνδυνα, το 6,8% εμπιστεύεται λίγο τις πληροφορίες που παρέχουν που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Ανάλογα συμπεριφέρεται και το 11,2% των ατόμων που πιστεύει ότι τα φρούτα και λαχανικά δεν είναι επικίνδυνα. Τα αποτελέσματα της πολλαπλής γραμμικής παλινδρόμησης για αυτή την μεταβλητή έδειξαν ότι οι μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές για αυτή την εξαρτημένη μεταβλητή είναι:

- Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η περιοχή προέλευσης κατά την αγορά τροφίμων: όσο λιγότερο τα άτομα λαμβάνουν υπόψη την περιοχή προέλευσης όταν αγοράζουν φρούτα και λαχανικά τόσο λιγότερο επικίνδυνα πιστεύουν ότι είναι. Δηλαδή εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι όταν οι καταναλωτές αισθάνονται ότι πρέπει να προσέξουν

περισσότερο την περιοχή προέλευσης των φρούτων και λαχανικών όταν αγοράζουν τρόφιμα αντιλαμβάνονται μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου από αυτά. Εντούτοις, η έρευνα των Green et al (2005), όσον αφορά το θέμα της προέλευσης των τροφίμων απέδειξε ότι οι συμμετέχοντες όταν λαμβάνουν υπόψη τα τρόφιμα να προέρχονται από γνωστές περιοχές ή/και από ντόπιους παραγωγούς τα θεωρούν πιο ασφαλή και αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου.

■ *Τον έλεγχο που πιστεύουν ότι έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζουν για το σπίτι:* εμφανίζεται θετική σχέση σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.

■ *Η εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες και παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων* έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των φρούτων και λαχανικών και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

■ *Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων:* έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο περισσότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα φρούτα και λαχανικά. Αυτό ίσως οφείλεται στη μεγάλη ποσότητα και ροή πληροφόρησης που έχει το διαδίκτυο η οποία αυξάνει και οξύνει την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των τροφίμων γενικότερα.

Η επόμενη εξαρτημένη μεταβλητή αφορούσε την αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο που ενέχουν τα αυγά. Βρέθηκε ότι το 45,3% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι τα αυγά ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο. Κατά την εκτίμηση της παλινδρόμησης βρέθηκε ότι αυτή η μεταβλητή έχει ερμηνευτικές μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές:

- *Την αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η ποιότητα των υλικών στα εστιατόρια στην ασφάλεια των τροφίμων:* εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα αυγά είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο λιγότερο είναι το ρίσκο που αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι έχουν τα υλικά που χρησιμοποιούνται στα εστιατόρια τόσο λιγότερο επικίνδυνα πιστεύουν ότι είναι τα **αυγά**.
- *Την αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες για την ασφάλεια των τροφίμων:* εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο μεγαλύτερη είναι η επάρκεια πληροφοριών που παρέχουν οι εφημερίδες γι' αυτό το θέμα τόσο μεγαλύτερη είναι η αντίληψη του κινδύνου και συγκεκριμένα για τον κίνδυνο που ενέχουν τα αυγά.
- *Το επίπεδο εμπιστοσύνης που έχουν τα άτομα στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων:* είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε

επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι και μάλιστα συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτό σημαίνει ότι όσο περισσότερα άτομα εμπιστεύονται τους αγρότες και παραγωγούς για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα αυγά. Ως εκ τούτου θα λέγαμε ότι οι αγρότες και παραγωγοί θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης.

- Αρνητική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή έχει και *το επίπεδο εμπιστοσύνης στις πληροφορίες που παρέχουν τα περιοδικά* και μάλιστα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.
- Ενώ *η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο* συσχετίζεται θετικά και σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο περισσότερα άτομα εμπιστεύονται το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο περισσότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα αυγά. Αυτό ίσως οφείλεται στη μεγάλη ποσότητα και ροή πληροφόρησης που έχει το διαδίκτυο η οποία αυξάνει και οξύνει την αντίληψη για το βαθμό επικινδυνότητας των τροφίμων γενικότερα.

Η αντίληψη των ατόμων για τα δημητριακά είναι η επόμενη κατηγορία τροφίμων που εξετάστηκε. Το 63,9% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι τα δημητριακά ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο. Επίσης από το σύνολο (40,2%) των ατόμων που δεν θεωρούν τα δημητριακά επικίνδυνα, το 26% δεν έχει καθόλου παιδιά. Όπως και το 23,7% των ατόμων που θεωρούν τα δημητριακά λίγο επικίνδυνα, το 15,4% δεν έχει καθόλου παιδιά. Ενώ από το 11,5% των καταναλωτών που θεωρούν τα δημητριακά πολύ επικίνδυνα, το 4,2% έχει πάνω από δύο παιδιά. Μέσα από την πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση βρέθηκε ότι αυτή η μεταβλητή ερμηνεύεται από μεταβλητές όπως:

- *Ο αριθμός των παιδιών:* εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα δημητριακά είναι επικίνδυνα. Δηλαδή όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος τόσο μεγαλύτερη είναι και η αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα δημητριακά σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και αυτό λόγω της ευθύνης που νοιώθει ότι έχει για την ασφαλή ανατροφή και διατροφή των παιδιών του.
- *Η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν:* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα πιστεύουν ότι τα δημητριακά ενέχουν μεγαλύτερο κίνδυνο όταν θεωρούν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει.

- *Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για θέματα ασφάλειας τροφίμων: είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και μάλιστα συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή.*
- *Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει η ίδια η εταιρεία αλλά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων: συσχετίζονται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή και είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό σημαίνει ότι όσο λιγότερο τα άτομα εμπιστεύονται την εταιρεία αλλά και το διαδίκτυο για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα δημητριακά. Ως εκ τούτου μπορεί να ειπωθεί ότι η εταιρεία και το διαδίκτυο θεωρούνται λιγότερο αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης γι' αυτό το θέμα.*
- *Η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό υπευθυνότητας των αγροτών – παραγωγών στο θέμα της ασφάλειας των τροφίμων συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για το βαθμό που τα δημητριακά θεωρούνται επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Αυτό σημαίνει ότι όσο λιγότερο θεωρούν τα άτομα ότι είναι υπεύθυνοι οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα δημητριακά. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι οι συμμετέχοντες στην έρευνα θεωρούν τους αγρότες – παραγωγούς πολύ αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων.*

Η επόμενη κατηγορία τροφίμων που εξετάστηκε αφορούσε το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί. Το 51,5% των συμμετεχόντων αντιλαμβάνεται ότι τα αυτά τα γαλακτοκομικά ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο. Ενώ από το σύνολο (24,9%) των ατόμων που θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί λίγο επικίνδυνα, το 9,8% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Επιπλέον, από το 26,6% των ατόμων που δεν θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί καθόλου επικίνδυνα, το 11,2% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Παρατηρούμε ότι η μεταβλητή που αναφέρεται στην αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια τροφίμων είναι στατιστικά σημαντική και στην γενική κατηγορία των τροφίμων και ποτών και στην ειδική κατηγορία για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί, γεγονός που δεν ισχύει και στις υπόλοιπες ειδικές κατηγορίες τροφίμων. Αυτή η μεταβλητή είχε στατιστικά σημαντικές μεταβλητές όπως:

- ◆ *Η ηλικία: εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των καταναλωτών για το βαθμό που το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας αντιλαμβάνονται μικρότερο βαθμό κινδύνου από το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί. Αυτό αφενός ίσως οφείλεται στο*

γεγονός ότι τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας θεωρούν τους εαυτούς τους επιτυχείς βιοποριστές και ότι δεν έχουν ανάγκη να ανησυχούν για διατροφικούς κινδύνους και αφετέρου στο ότι αυτά τα άτομα έχουν μικρότερη πρόσβαση σε σύγχρονες πηγές πληροφόρησης οι οποίες δημιουργούν μεγαλύτερα επίπεδα αντίληψης κινδύνου λόγω της μεγάλης ροής πληροφόρησης που προσφέρουν.

- ♦ *Ο αριθμός των παιδιών:* υπάρχει θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, δηλαδή όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνεται ότι ενέχουν το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι οι γονείς νοιώθουν ότι έχουν την ευθύνη για την ασφαλή ανατροφή και διατροφή των παιδιών τους.
- ♦ *Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η θρεπτικότητα του τροφίμου κατά την αγορά του:* είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή σε επίπεδο 1% είναι και έχει θετική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή όσο περισσότερο νοιώθουν οι καταναλωτές ότι πρέπει να λάβουν υπόψη τη θρεπτικότητα του τροφίμου τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.
- ♦ *Η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν* έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Αυτό σημαίνει ότι όταν ο ερωτώμενος πιστεύει ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια έχει χειροτερέψει αντιλαμβάνεται μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.
- ♦ Στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι οι μεταβλητές που αναφέρονται στην αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχουν τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων και συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ και γενικά καταστήματα για την ασφάλεια των τροφίμων έχει αρνητική σχέση. Δηλαδή όσο λιγότερο εμπιστεύονται τα άτομα τα σουπερμάρκετ για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.
- ♦ Το ίδιο ισχύει και για την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι αγρότες – παραγωγοί και τα περιοδικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων (επίπεδα σημαντικότητας 10%, 1% και 5% αντίστοιχα). Ως εκ τούτου θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα σουπερμάρκετ, οι ακαδημαϊκοί επιστήμονες, οι αγρότες – παραγωγοί και τα

περιοδικά θεωρούνται ως αξιόπιστες πηγές πληροφόρησης οι οποίες αμβλύνουν τα επίπεδα κινδύνου που αντιλαμβάνονται οι καταναλωτές για τα τρόφιμα γενικότερα.

- ♦ Σε αντίθεση η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο παρουσιάζει θετική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ίσως αυτό οφείλεται στην αυξημένη ροή και ποσότητα πληροφοριών που παρέχει το διαδίκτυο πράγμα που οξύνει την αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα.

Τα ψάρια και θαλασσινά είναι η τελευταία κατηγορία τροφίμων που εξετάστηκε. Το 47,3% των συμμετεχόντων θεωρεί ότι αυτά τα τρόφιμα ενέχουν μικρό έως καθόλου κίνδυνο. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές για αυτή την μεταβλητή αποδείχθηκαν να είναι:

- Ο βαθμός που λαμβάνεται υπόψη η λογικότητα στη τιμή κατά την αγορά τροφίμων: συγκεκριμένα όσο λιγότερο λαμβάνεται υπόψη η λογικότητα στη τιμή κατά την αγορά τροφίμων τόσο μικρότερα επίπεδα αντίληψης κινδύνου υπάρχουν για τα ψάρια και θαλασσινά σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.
- Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί και τα περιοδικά για την ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα αυτή η σχέση είναι αρνητική.
- Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο για την ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 5%.
- Τέλος, η αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων έχει θετική σχέση με τον βαθμό που τα ψάρια και θαλασσινά θεωρούνται επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο πιο επαρκείς είναι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων τόσο αυξάνεται η αίσθηση και αντίληψη των ατόμων για τον κίνδυνο που ενέχουν τα ψάρια και θαλασσινά. Θα λέγαμε ότι η μεγάλη ποσότητα πληροφοριών προκαλεί μεγαλύτερη αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα γενικότερα.

Μετά τις ειδικές κατηγορίες τροφίμων εξετάστηκε και η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν τα ποτά. Βρέθηκε ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων (68%) πιστεύει ότι τα ποτά είναι πολύ έως πάρα πολύ επικίνδυνα. Ειδικότερα, από το σύνολο (41,1%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα πρόσθετα / συντηρητικά έχουν πολύ μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και ποτών, το 11,8% θεωρεί ότι τα ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Επιπλέον, από το σύνολο

(28,1%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα πρόσθετα / συντηρητικά έχουν πάρα πολύ μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων και ποτών, το 10,4% θεωρεί ότι τα ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές για αυτή την μεταβλητή βρέθηκαν να είναι:

- ♦ *Η ηλικία:* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα ποτά είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα ποτά.
- ♦ *Ο αριθμός των μελών της οικογένειας:* συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή όσο λιγότερα μέλη υπάρχουν σε μια οικογένεια τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται οι ερωτώμενοι ότι ενέχουν τα ποτά και αυτό ίσως οφείλεται ότι στις ολιγομελείς οικογένειες αυξάνονται οι πιθανότητες να υπάρχουν παιδιά τα οποία θεωρούνται ως πιο σημαντικά και πολύτιμα μέλη απ' ό,τι στις πολυμελείς οικογένειες στις οποίες ίσως να υπάρχουν και ηλικιωμένοι άνθρωποι.
- ♦ *Η αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων και η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα βιολογικά καταστήματα και η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για τα τρόφιμα:* είναι στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και μάλιστα η σχέση είναι θετική. Ειδικότερα το συμπέρασμα ότι η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα στα ποτά συσχετίζεται με την αντίληψη για το πόσο επικίνδυνα μπορεί να είναι συμφωνεί με συμπέρασμα έρευνας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2006) η οποία απέδειξε ότι αυτό ισχύει περισσότερο για τις χώρες της Βαλτικής.
- ♦ *Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι καταναλωτικές ενώσεις και οι τηλεοπτικές ειδήσεις για τα τρόφιμα* συσχετίζονται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας (επίπεδα σημαντικότητας 10% και 1% αντίστοιχα). Δηλαδή όταν τα άτομα εμπιστεύονται τις καταναλωτικές ενώσεις και τις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για τα ποτά.
- ♦ *Τέλος η αντίληψη για το βαθμό υπευθυνότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την ασφάλεια των τροφίμων* έχει θετική σχέση με την αντίληψη για το βαθμό που τα ποτά μπορεί να είναι επικίνδυνα σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο πιο υπεύθυνη θεωρούν οι καταναλωτές ότι είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο μεγαλύτερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται ότι ενέχουν τα ποτά και αυτό ίσως οφείλεται

ότι υπάρχει μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στους κρατικούς φορείς για αυτά τα θέματα απ' ότι στους διεθνείς.

Στη συνέχεια, όπως προαναφέρθηκε, εκτιμήθηκαν υποδείγματα με στόχο να διερευνηθούν οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια και την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν, για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων, για το βαθμό επάρκειας και ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων και οι παράγοντες εκείνοι που επηρεάζουν την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων.

Έτσι, οι εκτιμήσεις για το επόμενο υπόδειγμα έχουν στόχο τον προσδιορισμό των χαρακτηριστικών εκείνων που επηρεάζουν τις αντιλήψεις των ατόμων για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν. Σχεδόν οι μισοί από τους ερωτώμενους (45%) θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει. Από το σύνολο (24,9%) των ατόμων που θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί λίγο επικίνδυνα, το 9,8% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Όπως και το 26,6% των ατόμων που δεν θεωρεί το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί καθόλου επικίνδυνα, το 11,2% πιστεύει ότι η ασφάλεια των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Επίσης από το σύνολο (29,6%) των ατόμων που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν πολύ την υγεία, το 15,4% θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει χειροτερέψει. Ίδια αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων φαίνεται να έχει και το 16% από το σύνολο των ατόμων (29,9%) που θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά είναι πάρα πολύ επικίνδυνα.

Επιπλέον από το σύνολο (39,1%) των ατόμων που πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει χειροτερέψει, το 25,1% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια, ενώ το 12,1% θεωρεί ότι έχει λίγο έλεγχο. Από το 23,4% που θεωρεί ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν παρέμεινε στην ίδια κατάσταση, το 13% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια και τέλος από το 37,6% των ατόμων που θεωρούν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν, το 17,5% θεωρεί ότι δεν έχει καθόλου έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώει στα εστιατόρια. Βρέθηκε ότι η αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν εξαρτάται από:

- ♦ *Τον βαθμό που λαμβάνουν υπόψη τα άτομα τη σταθερή ποσότητα στη συσκευασία κατά την αγορά τροφίμων:* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όταν τα άτομα λαμβάνουν λιγότερο υπόψη την τυποποίηση όταν αγοράζουν τρόφιμα πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- ♦ *Την αντίληψη για το βαθμό κινδύνου που ενέχουν το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί:* είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή τα άτομα πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί όταν αντιλαμβάνονται χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου για το γάλα, το γιαούρτι και το τυρί.
- ♦ *Στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο σημαντικότητας 5% είναι οι μεταβλητές που αναφέρονται στην αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων και στην επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων και μάλιστα η σχέση είναι αρνητική.*
- ♦ *Η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν τα σουπερμάρκετ για την ασφάλεια των τροφίμων έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για την ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή όσο περισσότερο τα άτομα εμπιστεύονται τα σουπερμάρκετ για τις πληροφορίες που παρέχουν για την ασφάλεια των τροφίμων τόσο περισσότερο ενισχύεται η άποψη τους ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί.*
- ♦ *Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων έχει αρνητική σχέση με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 10%.*
- ♦ *Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχει η ετικέτα του προϊόντος για την ασφάλεια των τροφίμων και στην αντίληψη για το βαθμό ολοκλήρωσης των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων και μάλιστα αυτή η σχέση είναι θετική. Δηλαδή, όταν τα άτομα νοιώθουν ότι μπορούν να εμπιστευθούν την εταιρεία μέσω της ετικέτας του προϊόντος για την ασφάλεια των τροφίμων τότε πιστεύουν ότι η ασφάλεια στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν έχει βελτιωθεί. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση που τα άτομα αντιλαμβάνονται ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων ήταν πάρα πολύ ολοκληρωμένες.*

Σημαντικό είναι ότι σε δημοσκόπηση που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι πάνω από το 60% των ευρωπαίων πολιτών ενδιαφέρονταν για την ασφάλεια των τροφίμων και πάνω από το 25% θεωρούσαν ότι η κατάσταση επιδεινώνεται.

Στη συνέχεια εκτιμήθηκε πολλαπλή γραμμική παλινδρόμηση για την εκτίμηση της μεταβλητής που αφορά την αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν. Η υγιεινή των τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν θεωρείται από το 39,1% του δείγματος ότι έχει χειροτερέψει. Το 37,6% πιστεύει ότι έχει βελτιωθεί ενώ το 23,4% την αντιλαμβάνεται στα ίδια επίπεδα με μια δεκαετία πριν. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές βρέθηκαν να είναι:

- ♦ *Η ηλικία:* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, οι μικρότερες ηλικίες θεωρούν ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί σε σχέση με 10 χρόνια πριν.
- ♦ *Η αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων:* είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Δηλαδή όσο μικρότερο είναι το ρίσκο που αντιλαμβάνονται τα άτομα ότι ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων τόσο πιστεύουν ότι η υγιεινή στα τρόφιμα έχει βελτιωθεί.
- ♦ *Η αντίληψη για την κατάσταση στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά τη φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν* συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όταν τα άτομα πιστεύουν ότι η φιλικότητα στο περιβάλλον έχει βελτιωθεί τότε θεωρούν ότι και η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί.
- ♦ *Επιπλέον, η αντίληψη για τον έλεγχο που έχουν τα άτομα στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια* συσχετίζεται θετικά με την αντίληψη για την υγιεινή στον κλάδο τροφίμων σε σχέση με 10 χρόνια πριν σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Δηλαδή όσο περισσότερο έλεγχο νοιώθουν ότι έχουν στην ασφάλεια των τροφίμων που τρώνε στα εστιατόρια τόσο πιστεύουν ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων έχει βελτιωθεί.
- ♦ *Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 1% είναι αυτές που αναφέρονται στην εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων και στην αντίληψη για το βαθμό σαφήνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων και μάλιστα η σχέση αυτή είναι θετική.* Δηλαδή τα άτομα αντιλαμβάνονται ότι η υγιεινή στον κλάδο τροφίμων

έχει βελτιωθεί όταν νοιώθουν ότι μπορούν να εμπιστευθούν τις πληροφορίες που παρέχει η Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων για θέματα ασφάλειας τροφίμων και όταν πιστεύουν ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων είναι όσο το δυνατόν πιο σαφείς. Σε έρευνα που διεξήγαγε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όμως για την ασφάλεια των τροφίμων, το Φεβρουάριο του 1997, αποκάλυψε ότι μόνο το 11% πίστευαν ότι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρέχει ορθές πληροφορίες για την ασφάλεια των τροφίμων και μόνο το 12% θεωρούσαν ότι τα κράτη μέλη κάνουν κάτι τέτοιο.

♦ *Ενώ η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχει το διαδίκτυο σε θέματα ασφάλειας τροφίμων συσχετίζεται αρνητικά με την εξαρτημένη μεταβλητή. Αυτό επιβεβαιώνει για ακόμα μια φορά ότι το διαδίκτυο δεν θεωρείται ως ένα αρκετά αξιόπιστο μέσο πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων.*

Η αντίληψη των ατόμων για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων είναι η επόμενη μεταβλητή που εξετάστηκε. Το 40,2% των ερωτώμενων πιστεύει ότι η επάρκεια των πληροφοριών είναι μέτρια ενώ το 29% τη θεωρεί μικρή. Σημαντικό είναι ότι το 16,6% θεωρεί ότι δεν υπάρχει καθόλου επάρκεια στην ποσότητα των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές αποδείχθηκαν να είναι:

♦ *Η αντίληψη των ατόμων για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα αλλά και οι ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων: συσχετίζονται αρνητικά με την αντίληψη για την επάρκεια των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο λιγότερο επαρκείς είναι οι πληροφορίες που παρέχει η τηλεόραση για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο μεγαλύτερο ρίσκο πιστεύουν τα άτομα ότι ενέχουν τα κατάλοιπα και οι ορμόνες στην ασφάλεια των τροφίμων.*

♦ *Ενώ η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η ασθένεια των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων συσχετίζεται θετικά με την εξαρτημένη μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Σημαντικό είναι ότι και η έρευνα των Rosati and Saba (2004) έδειξε ότι η τηλεόραση είναι η καλύτερη πηγή πληροφόρησης για αυτά τα θέματα και γενικά για θέματα ασφάλειας τροφίμων.*

Όσον αφορά την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων βρέθηκε το 72,2% των ερωτώμενων θεωρεί ότι κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία ήταν λίγο έως καθόλου ειλικρινείς. Επίσης από το σύνολο (29%) των ατόμων που θεωρούν ότι η εταιρεία δεν ήταν

καθόλου ειλικρινής στις πληροφορίες που παρείχε κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων, το 10,7% είναι άτομα ηλικίας 35–50 ετών, ενώ και το 10,4% των ατόμων ηλικίας 20-34 ετών πιστεύει το ίδιο για τις πληροφορίες της εταιρείας. Επιπλέον, από το 43,2% των ατόμων που πιστεύουν ότι η εταιρεία ήταν λίγο ειλικρινής, το 19,5% είναι άτομα ηλικίας 20-34 ετών και το 12,7% άτομα ηλικίας 35-50 ετών. Βρέθηκε ότι η αντίληψη του βαθμού ειλικρίνειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων εξαρτάται από την:

- ♦ *Αντίληψη για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία* εμφανίζεται να έχει αρνητική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, όσο λιγότερο ειλικρινής θεωρείται ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση τόσο περισσότερο τα άτομα θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία τους.
- ♦ *Αρνητική συσχέτιση φαίνεται να έχουν και η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα κατάλοιπα, η βακτηριακή μόλυνση και τα πρόσθετα/συντηρητικά στην ασφάλεια των τροφίμων* (σε επίπεδο σημαντικότητας 1%, 5% και 5% αντίστοιχα) με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα θεωρούν ότι τα κατάλοιπα, η βακτηριακή μόλυνση και τα πρόσθετα/συντηρητικά ενέχουν μεγάλο ρίσκο στην ασφάλεια των τροφίμων όσο λιγότερο ειλικρινής θεωρούν ότι είναι η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων.
- ♦ *Επιπλέον, η εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι αγρότες – παραγωγοί για την ασφάλεια των τροφίμων* συσχετίζεται θετικά με την αντίληψη για το βαθμό ειλικρίνειας της εταιρείας σε επίπεδο σημαντικότητας 1%.

Η επόμενη μεταβλητή αφορούσε την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά τη διάρκεια της κρίσης στον κλάδο τροφίμων. Το 71,9% θεωρεί ότι κατά τη διάρκεια κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία ήταν λίγο έως καθόλου επαρκείς. Βρέθηκε ότι η αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων εξαρτάται από τον:

- ♦ *Αριθμό των μελών της οικογένειας:* εμφανίζεται να έχει θετική σχέση με την αντίληψη των ατόμων για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Δηλαδή όσο περισσότερα μέλη έχει μια οικογένεια τόσο περισσότερο αντιλαμβάνεται ότι οι πληροφορίες που παρέχει η εταιρεία κατά την κρίση στον κλάδο τροφίμων είναι επαρκείς.

- ♦ Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές σε επίπεδο σημαντικότητας 10% είναι αυτές που αναφέρονται στην αντίληψη των ατόμων για το βαθμό που τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία και στην αντίληψη για το ρίσκο που ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων και μάλιστα η σχέση αυτή είναι αρνητική. Δηλαδή όσο πιο επαρκείς είναι οι πληροφορίες της εταιρείας κατά την κρίση τόσο λιγότερο τα άτομα θεωρούν ότι τα τρόφιμα και ποτά μπορούν να βλάψουν την υγεία και τόσο χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου αντιλαμβάνονται ότι ενέχει η βακτηριακή μόλυνση στην ασφάλεια των τροφίμων.
- ♦ Το ίδιο ισχύει και για την αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα στην ασφάλεια των τροφίμων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Ειδικότερα η άποψη ότι η ποσότητα των πληροφοριών μπορεί να επηρεάσει θετικά τη συμπεριφορά του καταναλωτή ως προς τον κίνδυνο συμφωνεί με τα συμπεράσματα των Pennings et al (2002) οι οποίοι έδειξαν ότι η πληροφόρηση αποτελεί ισχυρό εργαλείο για την αλλαγή της συμπεριφοράς αλλά και με τα συμπεράσματα των Verbeke and Kenhove (2002) οι οποίοι έδειξαν ότι τα άτομα χαμηλότερης συναισθηματικής ικανότητας έχουν μεγαλύτερη ανάγκη πληροφόρησης σε περιόδους κρίσης και ότι η γρήγορη πρόβλεψη, η αξιόπιστη και η επαρκής πληροφόρηση είναι κρίσιμα θέματα σε τέτοιες περιόδους.

Η τελευταία παλινδρόμηση που εκτιμήθηκε σε αυτή την έρευνα αφορούσε την εμπιστοσύνη των ατόμων στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Όπως φάνηκε οι τηλεοπτικές ειδήσεις θεωρούνται μέτρια αξιόπιστες πηγές για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Το 40,2% των ερωτηθέντων τις εμπιστεύεται σε μέτριο βαθμό, το 22,5% τις εμπιστεύεται λίγο ενώ το 10,7% δεν τις εμπιστεύεται καθόλου. Στατιστικά σημαντικές μεταβλητές για αυτή την μεταβλητή αποδείχθηκαν να είναι:

- Ο αριθμός των παιδιών και το επάγγελμα του ερωτώμενου: εμφανίζονται να έχουν θετική σχέση με την εμπιστοσύνη στις πληροφορίες που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων σε επίπεδα σημαντικότητας 5% και 10% αντίστοιχα. Αυτό σημαίνει ότι η εμπιστοσύνη στις τηλεοπτικές ειδήσεις αυξάνεται όσα περισσότερα παιδιά έχει ο ερωτώμενος και όσο περισσότερο δραστηριοποιείται στα ελεύθερα επαγγέλματα.
- Ενώ αρνητική συσχέτιση με την εξαρτημένη μεταβλητή φαίνεται να έχει η αντίληψη για το ρίσκο που ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά αλλά και τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων (επίπεδα σημαντικότητας 5% και 1% αντίστοιχα). Δηλαδή, όσο περισσότερη εμπιστοσύνη υπάρχει στις τηλεοπτικές ειδήσεις για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας τροφίμων τόσο χαμηλότερα επίπεδα κινδύνου τα άτομα αντιλαμβάνονται

ότι ενέχουν τα πρόσθετα/συντηρητικά και τα υλικά συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων. Γενικά θα λέγαμε, σύμφωνα με τα συμπεράσματα των Rosati and Saba (2004), ότι η τηλεόραση είναι μια αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για θέματα ασφάλειας τροφίμων που συσχετίζεται αρνητικά με την αντίληψη για τον κίνδυνο που ενέχουν τα τρόφιμα και ποτά, δηλαδή όσο πιο πολύ εμπιστεύονται τα άτομα την τηλεόραση τόσο λιγότερο κίνδυνο νοιώθουν ότι ενέχουν τα τρόφιμα και ποτά.

Αντιπαραβάλλοντας όλα τα αποτελέσματα των πολλαπλών γραμμικών παλινδρομήσεων θα λέγαμε ότι κάθε πολίτης έχει δικαίωμα πρόσβασης σε ασφαλή, υγιεινά και ποιοτικά τρόφιμα. Η ασφάλεια των τροφίμων, όχι μόνον να αποτελεί μια μεμονωμένη έννοια, αλλά να προβάλλεται ως εγκάρσιος στόχος, που πρέπει να ενσωματωθεί στην υλοποίηση του συνόλου των κοινοτικών πολιτικών. Οι ανησυχίες των καταναλωτών πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ζητώντας τη γνώμη του ευρύτερου κοινού για όλες τις πτυχές της ασφάλειας των τροφίμων και παρέχοντας ένα πλαίσιο συζήτησης μεταξύ των εμπειρογνομόνων επιστημόνων και των καταναλωτών δηλαδή να διευκολύνεται ο διάλογος μεταξύ καταναλωτών από διάφορα κράτη τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο.

Από την μεριά των επιχειρήσεων πρέπει να υιοθετηθεί μια συνολική και ολοκληρωμένη προσέγγιση «από το αγρόκτημα ως το τραπέζι», η νομοθεσία πρέπει να καλύπτει όλες τις πτυχές της αλυσίδας παραγωγής τροφίμων: από την παραγωγή, τη μεταποίηση, τη μεταφορά, τη διανομή έως τη διάθεση των τροφίμων ή των ζωοτροφών. Σε όλα τα στάδια αυτής της αλυσίδας τη νομική ευθύνη για τη διασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων έχει η επιχείρηση τροφίμων. Επίσης κάθε πληροφορία από την εταιρεία σχετική με τη σύνθεση, τη διαδικασία παρασκευής και τη χρήση των τροφίμων πρέπει να είναι σαφής και ακριβής. Όλες οι επιχειρήσεις των τροφίμων έχουν στο εξής ευθύνη. Κάθε επιχείρηση του κλάδου είναι υπεύθυνη για την ασφάλεια των προϊόντων που εισάγει, παρασκευάζει, μεταποιεί, θέτει στην αγορά ή διανέμει. Σε περίπτωση εμφάνισης κινδύνου, λαμβάνει δίχως καθυστέρηση τα απαιτούμενα περιοριστικά μέτρα και ενημερώνει σχετικά τις αρχές.

Οι δημόσιες αρχές από την άλλη πρέπει να ενημερώνουν τους πολίτες με σαφή και ακριβή πληροφόρηση, με ανοιχτό και διαφανή τρόπο καθ όλη τη διαδικασία της λήψης πολιτικών αποφάσεων. Οι προσπάθειες αυτές για ενημέρωση και διαφάνεια αντιστοιχούν στις αρχές της κοινοτικής πολιτικής υπέρ των καταναλωτών που αναγνωρίζει επίσης το δικαίωμα στην

ενημέρωση, την εκπαίδευση και την εκπροσώπηση των πολιτών. Οι καταναλωτές πρέπει να λαμβάνουν ουσιαστικές και ακριβείς πληροφορίες έτσι ώστε να επιλέγουν με βάση αυτές

Αν οι παραγωγοί ενδιαφέρονται για την ασφάλεια του καταναλωτή θα πρέπει αφενός να επενδύουν σε τεχνολογίες που θα διασφαλίζουν υψηλότερα επίπεδα ασφάλειας, για το οποία θα μπορούν να πείσουν όμως τους καταναλωτές, αφετέρου να ενημερώσουν τους πελάτες τους για θέματα ασφάλειας τροφίμων. Η μεγαλύτερη δυνατή διαφάνεια σε όλα τα επίπεδα της πολιτικής για την ασφάλεια των τροφίμων είναι το ζητούμενο, διότι συνεισφέρει ουσιαστικά στην αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στην πολιτική όλων των εμπλεκόμενων φορέων για την ασφάλεια, την υγιεινή και την καταλληλότητα των τροφίμων. Η αποκατάσταση όμως της εμπιστοσύνης του καταναλωτή στα τρόφιμα χρειάζεται επίσης συντονισμένη προσπάθεια απ' όλους τους εμπλεκόμενους και κυρίως από τις Αρμόδιες Αρχές, οι οποίες είναι απαραίτητο να συνεργαστούν αποτελεσματικά μεταξύ τους, όχι μόνο στη θέσπιση, αλλά και στην εφαρμογή της νομοθεσίας, που καθορίζει το πλαίσιο για την υγιεινή και ασφάλεια των τροφίμων και να ορίσουν σε όλα τα κράτη/μέλη ενιαία κριτήρια, προδιαγραφές, καθώς και κοινές μεθόδους ελέγχων για κάθε κλάδο, σε κάθε στάδιο της αλυσίδας διατροφής.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

- 1) Aaker, D. Kumar, V. and G. Day (2004), “Marketing Research”, Eighth Edition, J. Wiley and Sons, Inc.
- 2) Ahmad, J. (1995), “Food irradiation – facts and fiction”, *Nutrition and Food Science*, Number.3, pp.29-31.
- 3) Arienzo, F. and W.L. Pines (1999), “Crisis management: nine guiding principles for the foodservice industry”, *Foodservice Research International*, Vol.11, p.p 275-281.
- 4) Arpan, L.M. and D.R Ewoldsen (2005), “Stealing thunder: Analysis of the effects of proactive disclosure of crisis information”, *Public Relations Review*, Vol.31 pp.425–433.
- 5) Barrett, B. and D.G. Maxwell (2006), “Towards a global food aid compact”, *Food Policy*, Vol.31, pp.105-118.
- 6) Baumgartner, H. and J.B. Steenkamp (1996), “Exploratory consumer buying behavior: Conceptualization and measurement”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol.13, pp.121-137.
- 7) Berman, B. (1999), “Planning for the Inevitable Product Recall”, *Business Horizons*, pp.69-78.
- 8) Blackler, F.B. and M.P. Ferretti (2006), “More politics, stronger consumers? A new division of responsibility for food in the European Union”, *Appetite*, Vol.47, pp.134-142.
- 9) Bocker, A. (2002), “Consumer Response to a food safety incident: exploring the role of supplier differentiation in an experimental study”, *European Review of Agricultural Economics*, Vol.29 (1), pp.29-50.

- 10) Bruhn, C. (1999), "Consumer reactions, popular fancies, and scientific facts related to the healthfulness of meat products", *Working paper for American Society of Animal Science*.
- 11) Gerodimos, R. (2004), "The UK BSE crisis as a failure of government", *Public Administration*, Vol. 82 No. 4, pp. 911–929.
- 12) Doeg, C. Chapman and Hall (1996), "Crisis Management in the Food and Drinks Industry: A practical Approach", *Trends in Food Science & Technology*, Vol.71.
- 13) European Commission (2006), "Risk Issues", Special Eurobarometer.
- 14) Finucane M.L. and J.L. Holup (2005), "Psychosocial and cultural factors affecting the perceived risk of genetically modified food: an overview of the literature", *Social Science & Medicine*, Vol.60, pp.1603-1612.
- 15) Frenzen, P.D. DeBess, E.E, Hechemy, K.E. Kassenborg, H. Kennedy, M. McCombs, K. McNees, A. and Foodnet Working Group (2001), "Consumer Acceptance of Irradiated Meat and Poultry in the United States", *Journal of Food Protection*, Vol.64, No.12, pp.2020-2026.
- 16) Gaivoronskaia, G. and B. Hvinden (2004), "Food risk perception and responsibility in the eyes of consumers with allergic reactions to food", *Working Paper for Norwegian University of Science and Technology*.
- 17) Gassin, A.L. (2006), "Risk Issues Europeans' Views", *Working paper for European Food Safety Authority*.
- 18) Gellynck, X. Verbeke, W. and B. Vermeire (2006), "Pathways to increase consumer trust in meat as a safe and wholesome food", *Meat Science*, Vol.74, pp.161-171.
- 19) Government Accountability Office (2005), "Food Safety Experience of seven countries in consolidating their food safety systems", *Report to Congressional Requesters*.

- 20) Green, J.M. Draper, A.K. Dowler, E.A. Fele, G. Hagenhoff, V. Rusanen, M. and T. Rusanen (2005), "Miscellaneous Public understanding of food risks in four European countries: a qualitative study", *European Journal of Public Health*, Vol. 15, No. 5, pp.523–527.
- 21) Grunert, K.G. (2002), "Current Issues in the understanding of consumer food choice", *Trends in Food Science & Technology*, Vol.13, pp.275-285.
- 22) Grunert, K.G. (2005), "Food quality and safety: consumer perception and demand", *European Review of Agricultural Economics*, Vol.32 (3), pp.369-391.
- 23) Halkier, B. and L. Holm (2006), "Shifting responsibilities for food safety in Europe: An introduction", *Appetite*, Vol.47, pp.127-133.
- 24) Hansen, J. Holm, L. Frewer, L. Robinson, P. and P. Sandoe (2003), "Beyond the knowledge deficit : recent research into lay and expert attitudes to food risks", *Appetite*, Vol.41, pp.111-121.
- 25) Hartman, H (2005), "Food Safety from a Consumer Perspective: The Hartman Group Pulse Report", Working paper from The Hartman Group, Inc.
- 26) Hobbs, J. Fearne, A. and J. Spriggs (2002), "Incentive structures for food safety and quality assurance: an international comparison", *Food Control*, Vol.13 (2), pp.77-81.
- 27) Hooker, N.H. Teratanavat, R.P. and V. Salin (2005), "Crisis management effectiveness indicators for US meat and poultry recalls", *Food Policy*, Vol.30, pp.63-80.
- 28) Hornibrook, S.A. McCarthy, M. and A. Fearne (2005), "Consumers' perception of risk: the case of beef purchases in Irish supermarkets", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol.33, No.10, pp.701-715.
- 29) Houghton, J.R. Kleef, E. Rowe, G. and L.J. Frewer (2006), "Consumer perceptions of the effectiveness of food risk management practices: A cross-cultural study", *Health, Risk & Society*, Vol.8 (2), pp.165-183.

- 30) Ipsos-Reid Corporation (2004), “Consumer Perceptions of food safety and quality”, *Working paper for Agriculture and Agri-Food Canada*.
- 31) Kavan, M.G. Guck, T.P. and E.J. Barone (2006), “A practical guide to Crisis Management”, *American Family Physician*, Vol.74, No.7, pp.1159-64.
- 32) Kirk, S.F.L. Greenwood, D. Cade J.E. and A.D. Pearman (2002), “Public perception of a range of potential food risks in the United Kingdom”, *Appetite*, Vol.38, No.3, pp.189-197.
- 33) Kleef, E. Frewer, L.J, Chryssochoidis, G.M. Houghton, J.R, Bohr, S.K. Krystallis, T. Lassen, J. Pfenning, U. and G. Rowe (2006), “Perceptions of food risk management among key stakeholders : Results from a cross-European study”, *Appetite*, Vol.47, pp.46-63.
- 34) Knox, B. (2000), “Consumer perception and understanding of risk from food”, *British Medical Bulletin*, Vol.56, No.1, pp.97-109.
- 35) Kotler, P. (2000), “Μάρκετινγκ – Μάνατζμεντ”, Ένατη έκδοση, Α’ τόμος, Εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- 36) Kriflik, L. (2006), “Consumer citizenship: Acting to minimise environmental health risks related to the food system”, *Appetite*, Vol.46, pp.270–279.
- 37) Kriflik, L.S. and H. Yeatman (2005), “Food scares and sustainability: A consumer perspective”, *Health, Risk & Society*, Vol.7 (1), pp.11-24.
- 38) Kumar, S. and E.M. Budin (2006), “Prevention and management of product recalls in the processed food industry: a case study based on an exporter’ s perspective”, *Technovation*, Vol.26, pp.739-750.
- 39) Kuttschreuter, M. (2006), “Psychological Determinants of Reactions to Food Risk Messages”, *Risk Analysis*, Vol.26, No.4, pp.1045-1057.

- 40) Laufer, D. and T. Coombs (2006), "How should a company respond to a product harm crisis? The role of corporate reputation and consumer-based cues", *Business Horizons*, Vol.49 (5), pp.379-385.
- 41) Lobb, A.E. Mazzochi, M. and W.B. Traill (2007), "Modelling risk perception and trust in food safety information within the theory of planned behaviour", *Food Quality and Preference*, Vol.18, pp.384-395.
- 42) Lusk, J. and K. Coble (2005), "Risk Perceptions, Risk Preference, and Acceptance of Risky Food", *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.87 (2), pp.393-405.
- 43) Maunsell, B. and D.J. Bolton (2005), "Food Safety Risk Communication: The Message and Motivational Strategies", an EU Concerted Action Project.
- 44) McCarthy, M. and S. Henson (2005), "Perceived risk and risk reduction strategies in the choice of beef by Irish consumers", *Food Quality and Preference*, Vol.16, pp.435-445.
- 45) McCarthy, M. Brennan, M. Kelly, A.L. Ritson, C. Boer, M. and N. Thompson (2007), "Who is at risk and what do they know? Segmenting a population on their food safety knowledge", *Food Quality and Preference*, Vol.18, pp.205-217.
- 46) Motarjemi, Y. and S. Mortimore (2005), "Industry's need and expectations to meet food safety, 5th International Meeting: Noordwijk Food Safety and HACCP Forum 9-10 December 2002", *Food Control*, Vol.16, pp.523-529.
- 47) National Cattlemen's Beef Association (2002), "Irradiation: consumer perceptions", Working paper for Research and Technology Services, pp.1-5.
- 48) Nelson, D. (2004), "Dictionary of Statistics", First Edition, Penguin Reference.
- 49) Nies, J.I. and P.C. Van Laanen (1995), "Effect of safe food handling programming on participants' food handling behaviors", *Family and Consumer Sciences Research Journal*, Vol.24 No.2/Dec 1995, pp.161-179.

- 50) Ninno, C. and P.A. Dorosh (2001), "Averting a food crisis: private imports and public targeted distribution in Bangladesh after the 1998 flood", *Agricultural Economics*, Vol.25, pp.337-346.
- 51) Ninno, C. Dorosh P.A. and L.C. Smith (2003), "Public Policy, Markets and Household Coping Strategies in Bangladesh: Avoiding a Food Security Crisis Following the 1998 Floods", *World Development*, Vol.31, No.7, pp.1221-1238.
- 52) Ocal, E. Oral, E. and E. Erdis (2006), "Crisis Management in Turkish construction industry", *Building and Environment*, Vol.41 (11), pp.1498-1503.
- 53) Palmer, C. (1996), "A week that shook the meat industry: the effects on the UK beef industry of the BSE crisis", *British Food Journal*, Vol.98 (11), pp.17-25.
- 51) Parry, S.M. Miles, S. Tridente, A. Palmer, S.R. and South and East Wales Infectious Disease Group (2004), "Differences in perception of risk between people who have and have not experienced Salmonella food poisoning", *Risk Analysis*, Volume 24 (1), pp. 289-299.
- 52) Pennings, J. Wansink, B. and M. Meulenberg (2002), "A note on modeling consumer reactions to a crisis: The case of the mad cow disease", *International Journal of Research in Marketing*, Vol.19 (1), pp.91-100.
- 53) Roosen, J. Thiele, S. and K. Hansen (2005), "Food risk perceptions by different consumer groups in Germany", *Acta Agriculturae Scand Section C*, Vol.2, pp.13-26.
- 54) Ropke, I. (1999), "Analysis: The dynamics of willingness to consume", *Ecological Economics*, Vol.28, pp.399-420.
- 55) Rosati, S. and A. Saba (2004), "The perception of risks associated with food-related hazards and the perceived reliability of sources of information", *International Journal of Food Science and Technology*, Vol.39, pp.491-500.

- 56) Setbon, M. Raude, J. Fischler, C. and A. Flahault (2005), "Risk Perception of the "Mad Cow Disease" in France: Determinants and Consequences", *Risk Analysis*, Vol.25, No.4.
- 57) Schaw, F.C. and G. Rowe (1996), "A guide to risk assessment and risk management for environmental protection", Department of the Environment, HMSO, pp.77-78.
- 58) Schaw, F.C. and G. Rowe (1996), "Public perceptions of everyday food hazards: a psychometric study", *Risk Analysis*, Vol.16 (4), pp.487-500.
- 59) Scholderer, J. (2001), "Food Safety: Consumer Perceptions, Risk Communication and Crisis Management", Working Paper of Mapp.
- 60) Shears, P. Zollers, F. and S. Hurd (2001), "Food for thought: What mad cows have wrought with respect to food safety regulation in the EU and UK", *British Food Journal*, Vol.103, No.1, pp.63-87.
- 61) Sheikh, N. and J. Thomas (1994), "Factors Influencing Food Choice among Ethnic Minority Adolescents", *Nutrition & Food Science*, No. 4, pp. 18-22.
- 62) Shrivastava, P. and I.I. Mitroff (1986), "Strategic Management of Corporate Crises", *Columbia Journal of World Business*.
- 63) Smith, F. (2006), "Consumer Interest and Concern about Genetically Modified Foods: Global Perspectives", *Working Paper of Competitive Enterprise Institute*.
- 64) Southgate, D. Graham, H.D. and L. Tweeten, "The World Food Economy", Blackwell Publishing, USA, 2007.
- 65) Starbird, A.S. and G.A. Baker (2004), "Determinants of consumer perceptions of food safety risk", *Risk Perception*, pp.3-16.
- 66) Tennant, D.R. "Food chemical risk analysis", Blackie Academic & Professional, London UK, 1997.

- 67) Tenthani, R. (2005), "Malawi's food crisis continues to worsen", *The lancet*, Vol.366.
- 68) Terragni, L. (2006), "A country that never had a BSE crisis: Consensus and tensions in transforming the Norwegian food system", *Appetite*, Vol.47, pp.170-176.
- 69) Tse, A. So, S. and L. Sin (2006), "Crisis Management and recovery: how restaurants in Hong Kong responded to SARS", *International Journal of Hospitality Management*, Vol.25 (1), pp.3-11.
- 70) Tucker, M. Whaley, S.R. and J.S. Sharp (2006), "Consumer perceptions of food -related risks", *International Journal of Food Science and Technology*, Vol.41, pp.135-146.
- 71) Varzakas, T.H. Tsigarida, E.T. Apostolopoulos, C. Vassiliadou, D.K. and D.J. Jukes (2006), "The role of the Hellenic Food Safety Authority in Greece - Implementation strategies", *Food Control*, Vol.17, pp.957-965.
- 72) Verbeke, W. (2001), "Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat revisited after the Belgian dioxin crisis", *Food Quality and Preference*, Vol.12, pp.489-498.
- 73) Verbeke, W. (2001), "Consumer reactions and economic consequences of the BSE crisis", *Agricultural and Applied Biological Sciences*, Vol.63 (5), pp.483-492.
- 74) Verbeke, W. (2006), "Functional foods: Consumer willingness to compromise on taste for health?", *Food Quality and Preference*, Vol.17, pp.126-131.
- 75) Verbeke, W. and I. Vackier (2004), "Profile and effects of consumer involvement in fresh meat", *Meat Science*, Vol.67, pp.159-168.
- 76) Verbeke, W. and P. Kenhove (2002), "Impact of Emotional Stability and Attitude on Consumption Decisions Under Risk: The Coca-Cola Crisis in Belgium", *Journal of Health Communication*, Vol.7, pp.455-472.

- 77) Vigitrust, M.G. (2006), “Crisis Management best practise – where do we start from?”, *Working paper for Computer Fraud & Security*, Vol.2006 (6), pp.10-13.
- 78) Wandel, M. (1994), “Understanding Consumer Concern about Food-Related Health Risks”, *British Food Journal*, Vol.96, No.7, pp.35-40.
- 79) Wansink, B. (2004), “Consumer Reactions to Food Safety Crises”, *Advances in Food and Nutrition Research*, Vol.48, pp.103-150.
- 80) Wansink, B. and K. Junyong (2001), “The marketing battle over genetically modified foods, false assumptions about consumer behavior”, *American Behavioral Scientist*, Vol.44, No.8, pp.1405-1417.
- 81) Wood, S.L. and C.P. Moreau (2006), “From fear to loathing? How emotion influences the evaluation and early use of innovations?”, *Journal of Marketing*, Vol.70, pp.44-57.
- 82) Worth, A.B. and T. Keil, “Food risks, anxieties and scares”, TJ Press Ltd, 1997.
- 83) Yeung, R. and J. Morris (2001), “Food Safety Risk: Consumer perception and purchase behavior”, *British Food Journal*, Vol.103, No.3, pp.170-186.
- 84) Zurawicki, L. and N. Braidot (2005), “Consumers during crisis: responses from the middle class in Argentina”, *Journal of Business Research*, Vol. 58, pp.1100– 1109.

B. Ελληνική Βιβλιογραφία

- 85) Αλευρίτου, Ε.Γ., (1993), *Τα πρόσθετα στα τρόφιμα*, Εκδόσεις ΕΚΠΟΙΖΩ, Αθήνα.
- 86) Αποστολόπουλος, Κ. Γεωργιτσογιάννη, Ε. Γραβάνη, Ζ. Ζαμπέλας, Α. Ματάλα, Α.Λ. Παυλόπουλος, Κ. Σδράλη, Δ. και Γ. Χονδρογιάννης, (2004), *Οικιακή Οικονομία*, Βιβλίο Μαθητή Β' Γυμνασίου, Οργανισμός Εκδόσεων Διδακτικών Βιβλίων, Αθήνα.
- 87) Ευρωπαϊκή Επιτροπή, «Οδηγός του Ευρωπαϊκού Καταναλωτή στην Ενιαία Αγορά».

- 88) Κυπαρισσία, Β. και Χ. Κατσούγκρη (2001), Πτυχιακή «*Η καταναλωτική συμπεριφορά του εφήβου στη σύγχρονη πραγματικότητα σχετικά με τη διατροφή*», Αθήνα.
- 89) Μαραγκού, Δ. Παπαδοπούλου (1999), Πτυχιακή «*Έφηβος καταναλωτής & Ευρωπαϊκή Πραγματικότητα*», Λάρισα.
- 90) Τζιά, Κ., Τσιαπούρης, Α. (1996), *Ανάλυση Επικινδυνότητας στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (HACCP) στη Βιομηχανία Τροφίμων: HACCP*, Εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα.
- 91) Παпанεοφύτου, Α. (1996), *Ποινική προστασία του καταναλωτή*, Εκδόσεις Νομική Βιβλιοθήκη, Αθήνα.
- 92) Σιάρδος, Γ. (2002), «*Μέθοδοι Πολυμεταβλητής Στατιστικής Ανάλυσης*», Μέρος Πρώτο, Εκδόσεις Ζήτη, Θεσσαλονίκη.
- 93) Συρίγου, Ε. (2006), *To crisis management στις ελληνικές εταιρείες γαλακτοκομικών προϊόντων. Μελέτη περίπτωσης: Friesland*, Διπλωματική εργασία, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- 94) Σωτήριος, Κ. (2006), «*Πώς αντιλαμβάνονται οι Ευρωπαίοι την επικινδυνότητα των τροφίμων*», ΕΦΕΤ, Διεύθυνση Διατροφικής Πολιτικής & Ερευνών.
- 95) Scrivener, Cr. Courtois J.M. Αλεξανδρίδου, Ε. Κοσμίδης, Σ. Estevas, M.L. Παπαγιαννάκης, Μ. Χριστοδουλίδης, Α. Λιακόπουλος, Θ. Σχινάς, Ι.Γ. Bourgoignie, T. Lorgensen, H. Zahlen, G. Schafhausen, F. Brunel, J. and D. Prentice, (1997), *Η προστασία του καταναλωτή στην ενιαία ευρωπαϊκή αγορά*, Εκδόσεις Ένωση, Υπουργείο Εμπορίου.

Γ. Ηλεκτρονικές πηγές

www.europa.eu.int (“Η προστασία των καταναλωτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση: Δέκα βασικές αρχές”, Γενική Διεύθυνση Υγείας & Προστασίας των καταναλωτών, Ευρωπαϊκή Επιτροπή).

www.mcit.gov.cy (Υπηρεσία Ανταγωνισμού & Προστασίας Καταναλωτών - Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Κύπρου).

www.foodpolicyinstitute.org (Onyango, B. (2003), “Consumer Acceptance of Genetically Modified Foods: Role of Product Benefits and Perceived Risks”, Food Policy Institute Report).

www.gao.gov (Government Accountability Office - Report to Congressional Requesters February 2005 «FOOD SAFETY Experiences of Seven Countries in Consolidating Their Food Safety Systems).

www.ers.usda.gov/data/InternationalFoodDemand (International Food Consumption Patterns)

www.FoodCrisis.com

www.trustinfood.org “Consumer trust in food: a European study of the Social and Institutional Conditions for the Production of Trust 2002-2004”.

www.foodstandards.gov.uk (Better Food Labelling – Written Responses)

www.foodsciencecentral.com (Food safety and hygiene)

www.fsai.ie (The Food Safety Authority of Ireland ANNUAL REPORT 2004)

www.recalls.gov/food.html

www.foodstandards.gov.au/foodmatters/

www.foodchain-magazine.com

www.delta.gr/vivartia/poiotita_kentro_prostheta.htm

www.fedh.gov.hk/safefood/safe-recall.html (Hong Kong Food and Environmental Hygiene Department)

www.beef.org

www.afssa.fr (Food Standards Agency)

www.safefoods.nl (Workpackage 2: Early Detection of Emerging Risks Associated with Food and Feed Production, Workpackage 3: Quantitative Risk Assessment of Combined Exposure to Food Contaminants and Natural Toxins, Workpackage 4: Consumer Confidence in Risk Analysis Practices Regarding Novel and Conventional Foods).

www.fsis.usda.gov/Food_Safety_Education/ (Food Safety and Inspection Service)

www.agr.ca (Agriculture and agri-food Canada)

www.origin-food.org

www.cpsc.gov (Consumer Product Safety Commission -Recalls and Product Safety News)

www.fao.org (Food and Agriculture Organisation)

www.inspection.gc.ca

www.blackwell-synergy.com

www.crisisexperts.com (Annual ICM CRISIS REPORT During 2006, Volume 16, No. 1 June 2007).

www.sevt.gr (Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Τροφίμων – Ασφάλεια & Υγιεινή, Σήμανση, Πρόσθετα, Ευρωπαϊκή Υπηρεσία).

www.cmionline.org (Crisis Management Institute)

www.icrmasia.com (Institute of crisis and risk management)

www.anec.org (European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation)

www.beuc.org (Bureau Européen des Unions des Consommateurs - Consumers Digital Rights).

www.inka.gr (Ινστιτούτο Καταναλωτών–Τροποποίηση του 2251/94 Για την προστασία του καταναλωτή)

www.efet.gr (Εθνικός Φορέας Ελέγχου Τροφίμων)

www.kepka.org (Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών - Απολογισμός Έτους 2006)

www.efpolis.gr (Γενική Γραμματεία Καταναλωτή)

<u>Ευρωπαϊκά Κέντρα Καταναλωτή</u>	
Αθήνα (Ελλάδα)	www.ecca.gr
Βαρκελώνη (Ισπανία)	www.icconsum.org
Βιέννη (Αυστρία)	www.europakonsument.at
Βιτόρια (Ισπανία)	www.euskadi.net/consumoinfo
Βρυξέλλες (Βέλγιο)	www.evz.be
Δουβλίνο (Ιρλανδία)	www.eccdublin.ie
Ελσίνκι (Φινλανδία)	www.hel.fi/eu-kuluttajaneuvonta
Κίελο (Γερμανία)	www.evz.de
Λίλ (Γαλία)	www.euro-conso.org
Λισαβόνα (Πορτογαλία)	www.ic.pt
Λονδίνο (Βρετανία)	www.citizensadvice.org.uk
Λουξεμβούργο (Λουξεμβούργο)	www.euroguichet.lu
Ντύσελντορφ (Γερμανία)	www.europaeischesverbraucherzentrum.de
Ρώμη (Ιταλία)	www.euroconsumatori.org
Στοκχόλμη (Σουηδία)	www.konsumenteuropa.se

Παραρτήματα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ερωτηματολόγιο.....	325-330
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Κωδικοποίηση μεταβλητών ερωτηματολογίου.....	331-333
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Πίνακες μέτρων κεντρικής τάσης	334-342
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ: Πίνακας συσχετίσεων.....	343-346
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Πίνακες διπλής εισόδου.....	347-353
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΣΤ: Καταναλωτικές οργανώσεις στην Ελλάδα	354-357



ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο. Τα στοιχεία που θα προκύψουν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της ερευνητικής εργασίας και είναι αυστηρά εμπιστευτικά. Η συμμετοχή και η ειλικρίνεια σας είναι πολύτιμη για την ολοκλήρωση της έρευνας. Σας ευχαριστώ πολύ.

Ημερομηνία/Ιουνίου/2007

Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε πλήρως

.....

Περιοχή διεξαγωγής έρευνας

Αρ. ερωτηματολογίου

.....

A. Προσωπικά στοιχεία Απαντήστε με ένα × ή με ένα √ στο αντίστοιχο □

1) Ποιο είναι το φύλο σας;

άντρας □

γυναίκα □

2) Ποια είναι η ηλικία σας;

μέχρι 19 ετών □

20 – 34 ετών □

35 – 50 ετών □

51 – 65 ετών □

πάνω από 65 □

3) Ποια είναι η μόρφωση σας;

Αγράμματος □

Απόφοιτος/η Δημοτικού □

Απόφοιτος/η Γυμνασίου-Λυκείου-IEK □

Απόφοιτος/η ΤΕΙ □

Απόφοιτος/η ΑΕΙ □

Κάτοχος μεταπτυχιακού τίτλου □

4) Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;

Ανύπαντρος/η □

Παντρεμένος/η □

Εν διαστάσει □

Χωρισμένος/η, χήρος/α □

5) Από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένεια σας συμπεριλαμβανομένου και εσάς; μέλη

6) Εάν έχετε παιδιά πόσα παιδιά έχετε; παιδιά

7) Ποιες είναι οι ηλικίες των μικρότερων παιδιών σας;

1^ο παιδί: ετών

2^ο παιδί:ετών

3^ο παιδί:ετών

8) Ποια είναι η **απασχόληση** σας;

- | | | | |
|--------------------------------|-------------------------|--------------------------|--|
| | Ιδιωτικός υπάλληλος | ☐ | |
| | Δημόσιος υπάλληλος | ☐ | |
| | Ελεύθερος επαγγελματίας | ☐ | |
| | Αγρότης | ☐ | |
| | Άνεργος | ☐ | |
| | Συνταξιούχος | ☐ | |
| Απαντήστε με ένα × ή με | Φοιτητής/μαθητής | ☐ | ένα √ στο αντίστοιχο ☐ |

9) Ποιο είναι το ετήσιο **οικογενειακό** σας **εισόδημα**;

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| Εώς 10.000 ευρώ | ☐ |
| 10.001-20.000 ευρώ | ☐ |
| 20.001-30.000 ευρώ | ☐ |
| 30.001-40.000 ευρώ | ☐ |
| 40.001-50.000 ευρώ | ☐ |
| 50.001-60.000 ευρώ | ☐ |
| πάνω από 60.000 ευρώ | ☐ |

10) Κατά μέσο όρο πόσα ξοδεύετε **κάθε βδομάδα** για να αγοράσετε **τρόφιμα**;

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| εώς 50 ευρώ | ☐ |
| 51-100 ευρώ | ☐ |
| 101-150 ευρώ | ☐ |
| 151-200 ευρώ | ☐ |
| 201-250 ευρώ | ☐ |
| 251-300 ευρώ | ☐ |
| πάνω από 300 ευρώ | ☐ |

Β. Παράγοντες επιλογής τροφίμων

11) Πόσο λαμβάνετε υπόψη τα παρακάτω όταν αγοράζετε τρόφιμα;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Να είναι νόστιμο – γευστικό	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι ασφαλές	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι φρέσκο	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι βιολογικό	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι οικολογικό	☐	☐	☐	☐	☐
Χώρα προέλευσης	☐	☐	☐	☐	☐
Περιοχή προέλευσης	☐	☐	☐	☐	☐
Η επωνυμία του	☐	☐	☐	☐	☐
Σταθερή ποσότητα στη συσκευασία	☐	☐	☐	☐	☐
Παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι πάντα διαθέσιμο	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι λογική η τιμή του	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι εύκολο στην προετοιμασία	☐	☐	☐	☐	☐
Να συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις	☐	☐	☐	☐	☐
Να είναι θρεπτικό	☐	☐	☐	☐	☐
Να έχει χαμηλή ποσότητα σε λίπος	☐	☐	☐	☐	☐
Να είμαι σίγουρος/η για την αυθεντικότητα του	☐	☐	☐	☐	☐
Οι καλές σχέσεις που έχω με το κατάστημα	☐	☐	☐	☐	☐
Καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων	☐	☐	☐	☐	☐

Γ. Αντιλήψεις για τον κίνδυνο (ρίσκο)

12) Σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι τα παρακάτω μπορούν να βλάψουν την υγεία σας;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ραδιενέργεια	☐	☐	☐	☐	☐
Κάπνισμα	☐	☐	☐	☐	☐
Κυκλοφοριακό	☐	☐	☐	☐	☐
Αέρας	☐	☐	☐	☐	☐
Κλίμα	☐	☐	☐	☐	☐
Τρόφιμα και ποτά	☐	☐	☐	☐	☐
Εργασιακό άγχος	☐	☐	☐	☐	☐
Θόρυβος	☐	☐	☐	☐	☐
Ναρκωτικά	☐	☐	☐	☐	☐
Νερό	☐	☐	☐	☐	☐

13) Πόσο **επικίνδυνα** πιστεύετε ότι είναι τα παρακάτω;

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε ασφαλές ούτε επικίνδυνο	Αρκετά	Πάρα πολύ
Κρέας	☐	☐	☐	☐	☐
Φρούτα και λαχανικά	☐	☐	☐	☐	☐
Αυγά	☐	☐	☐	☐	☐
Δημητριακά	☐	☐	☐	☐	☐
Γάλα, γιαούρτι και τυρί	☐	☐	☐	☐	☐
Ψάρια και θαλασσινά	☐	☐	☐	☐	☐
Ποτά	☐	☐	☐	☐	☐

14) Ποιο πιστεύετε ότι είναι το επίπεδο ρίσκου των παρακάτω στην ασφάλεια των τροφίμων;

	Κανένα	Μικρό	Μέτριο	Μεγάλο	Υψηλό
Πρόσθετα/Συντηρητικά	☐	☐	☐	☐	☐
Γεωργικά χημικά	☐	☐	☐	☐	☐
Κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά κ.ά)	☐	☐	☐	☐	☐
Αυξητικές ορμόνες	☐	☐	☐	☐	☐
Βακτηριακή μόλυνση (π.χ λιστέρια, σαλμονέλα)	☐	☐	☐	☐	☐
Διοξίνες	☐	☐	☐	☐	☐
Γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα	☐	☐	☐	☐	☐
Μόλυνση του πόσιμου νερού	☐	☐	☐	☐	☐
Ασθένεια των τρελών αγελάδων	☐	☐	☐	☐	☐
Αφθώδης πυρετός των ζώων	☐	☐	☐	☐	☐
Υλικά της συσκευασίας	☐	☐	☐	☐	☐
Βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων	☐	☐	☐	☐	☐
Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι	☐	☐	☐	☐	☐
Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων σε εστιατόρια	☐	☐	☐	☐	☐
Ποιότητα υλικών στα εστιατόρια	☐	☐	☐	☐	☐

15) Η κατάσταση στον κλάδο τροφίμων έχει αλλάξει σε σχέση με 10 χρόνια πριν:

	Έχει χειροτερέψει	Ίδια κατάσταση	Έχει βελτιωθεί
Ασφάλεια	☐	☐	☐
Υγιεινή	☐	☐	☐
Φιλικότητα στο περιβάλλον (οικολογικά)	☐	☐	☐
Νοστιμιά	☐	☐	☐
Ακρίβεια	☐	☐	☐

16) Πιστεύετε ότι έχετε έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
που αγοράζετε για το σπίτι	☐	☐	☐	☐	☐
που τρώτε στα εστιατόρια	☐	☐	☐	☐	☐

Δ. Πηγές πληροφόρησης και αξιοπιστία

17) Πόσο επαρκής πιστεύετε ότι είναι η ποσότητα πληροφοριών που παρέχουν οι παρακάτω πηγές για την ασφάλεια των τροφίμων;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Τηλεόραση	☐	☐	☐	☐	☐
Περιοδικά	☐	☐	☐	☐	☐
Εφημερίδες	☐	☐	☐	☐	☐
Ραδιόφωνο	☐	☐	☐	☐	☐
Διαδίκτυο	☐	☐	☐	☐	☐
Προσωπικός ιατρός	☐	☐	☐	☐	☐
Φίλοι και συγγενείς	☐	☐	☐	☐	☐

18) Πόσο εμπιστεύεστε τις παρακάτω πηγές πληροφόρησης για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων;

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Γενικά καταστήματα-Σουπερμάρκετ	☐	☐	☐	☐	☐
Καταστήματα βιολογικών προϊόντων	☐	☐	☐	☐	☐
Εξειδικευμένα καταστήματα (κρεοπωλείο, μανάβικο)	☐	☐	☐	☐	☐
Γιατροί / άλλοι ειδικοί	☐	☐	☐	☐	☐
Ακαδημαϊκοί επιστήμονες	☐	☐	☐	☐	☐
Αγρότες – Παραγωγοί	☐	☐	☐	☐	☐
Ετικέτα προϊόντος	☐	☐	☐	☐	☐
Πληροφορίες από την ίδια την εταιρεία	☐	☐	☐	☐	☐
Φίλοι/οικογένεια	☐	☐	☐	☐	☐
Εστιατόρια	☐	☐	☐	☐	☐
Περιβαλλοντικές οργανώσεις	☐	☐	☐	☐	☐
Κυβερνητικές υπηρεσίες (Υπ.Γεωργίας,Ανάπτυξης)	☐	☐	☐	☐	☐
Εξειδικευμένες αρχές(ΕΦΕΤ,Γενική Γραμματεία Κ/τή)	☐	☐	☐	☐	☐
Ενώσεις καταναλωτών	☐	☐	☐	☐	☐
Ευρωπαϊκή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων	☐	☐	☐	☐	☐
Τηλεοπτικές ειδήσεις	☐	☐	☐	☐	☐
Ραδιόφωνο	☐	☐	☐	☐	☐
Περιοδικά	☐	☐	☐	☐	☐
Διαδίκτυο	☐	☐	☐	☐	☐
Εφημερίδες	☐	☐	☐	☐	☐

19) Κατά τη διάρκεια μιας κρίσης στον κλάδο τροφίμων οι πληροφορίες που παρείχε η εταιρεία ήταν:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Ολοκληρωμένες	☐	☐	☐	☐	☐
Σαφείς	☐	☐	☐	☐	☐
Ειλικρινείς	☐	☐	☐	☐	☐
Επαρκείς	☐	☐	☐	☐	☐
Σημαντικές	☐	☐	☐	☐	☐

Ε. Υπεύθυνες αργές για την ασφάλεια των τροφίμων

20) Σε ποιο βαθμό θεωρείτε είναι υπεύθυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων:

	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
Το κράτος	☐	☐	☐	☐	☐
Οι αγρότες	☐	☐	☐	☐	☐
Η βιομηχανία τροφίμων	☐	☐	☐	☐	☐
Οι πωλητές	☐	☐	☐	☐	☐
Οι καταναλωτές (ελλιπής έρευνα αγοράς)	☐	☐	☐	☐	☐
Η Ευρωπαϊκή Ένωση	☐	☐	☐	☐	☐

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Κωδικοποίηση μεταβλητών ερωτηματολογίου

Μεταβλητές	Κωδικοποίηση των μεταβλητών του ερωτηματολογίου
Sex (01)	Ποιο είναι το φύλο σας;
Age (02)	Ποια είναι η ηλικία σας;
Education (03)	Ποια είναι η μόρφωση σας;
Family (04)	Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
Member (05)	Από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένεια σας συμπεριλαμβανομένου και εσάς;
Kid (06)	Εάν έχετε παιδιά πόσα παιδιά έχετε;
Age.first (071)	Ηλικία 1 ^{ου} παιδιού;
Age.second (072)	Ηλικία 2 ^{ου} παιδιού;
Age.third (073)	Ηλικία 3 ^{ου} παιδιού;
Occupation (081)	Ποια είναι η απασχόληση σας;
Job (082)	Ποιο είναι το επάγγελμα σας;
Income.year (09)	Ποιο είναι το ετήσιο οικογενειακό σας εισόδημα;
Week.foodexpenses (10)	Κατά μέσο όρο πόσα ξοδεύετε κάθε βδομάδα για να αγοράσετε τρόφιμα;
Factor.delicious (111)	Να είναι νόστιμο – γευστικό
Factor.safety (112)	Να είναι ασφαλές
Factor.fresh (113)	Να είναι φρέσκο
Factor.biologic (114)	Να είναι βιολογικό
Factor.ecologic (115)	Να είναι οικολογικό
Factor.country.origin (116)	Χώρα προέλευσης
Factor.locality.origin (117)	Περιοχή προέλευσης
Factor.brand (118)	Η επωνυμία του
Factor.standardpack (119)	Σταθερή ποσότητα στη συσκευασία
Factor.tradit.product (1110)	Παραδοσιακή μέθοδος παραγωγής
Factor.available (1111)	Να είναι πάντα διαθέσιμο
Factor.logic.price (1112)	Να είναι λογική η τιμή του
Factor.easy.prepare (1113)	Να είναι εύκολο στην προετοιμασία
Factor.family.prefer (1114)	Να συνάδει με τις οικογενειακές προτιμήσεις
Factor.nutritious (1115)	Να είναι θρεπτικό
Factor.low.fat (1116)	Να έχει χαμηλή ποσότητα σε λίπος
Factor.sure.authentic (1117)	Να είμαι σίγουρος/η για την αυθεντικότητα του
Factor.relation.market (1118)	Οι καλές σχέσεις που έχω με το κατάστημα
Factor.animal.welfare (1119)	Καλές συνθήκες διαβίωσης των ζώων
Damage.radioactivity (121)	Ραδιενέργεια
Damage.smoking (122)	Κάπνισμα
Damage.traffic (123)	Κυκλοφοριακό
Damage.atmosphere (124)	Αέρας
Damage.climate (125)	Κλίμα
Damage.foodrinks (126)	Τρόφιμα και ποτά
Damage.job.stress (127)	Εργασιακό άγχος
Damage.noise (128)	Θόρυβος
Damage.drugs (129)	Ναρκωτικά
Damage.water (1210)	Νερό
Danger.meat (131)	Κρέας
Danger.fruits.vege (132)	Φρούτα και λαχανικά
Danger.eggs (133)	Αυγά
Danger.cereals (134)	Δημητριακά - 331 -

Danger.dairy (135)	Γάλα, γιαούρτι και τυρί
Danger.fish (136)	Ψάρια και θαλασσινά
Danger.drinks (137)	Ποτά
Risk.additives (141)	Πρόσθετα/Συντηρητικά
Risk.agrochemicals (142)	Γεωργικά χημικά
Risk.residuals (143)	Κατάλοιπα (μικροβιοκτόνα, αντιβιοτικά κ.ά)
Risk.gr.hormones (144)	Αυξητικές ορμόνες
Risk.bacterial.contaminant (145)	Βακτηριακή μόλυνση (π.χ λιστέρια, σαλμονέλα)
Risk.dioxins (146)	Διοξίνες
Risk.genetical.modify (147)	Γενετικά τροποποιημένα τρόφιμα
Risk.water.contam (148)	Μόλυνση του πόσιμου νερού
Risk.crazy.cow (149)	Ασθένεια των τρελών αγελάδων
Risk.animal.fever (1410)	Αφθώδης πυρετός των ζώων
Risk.packing (1411)	Υλικά της συσκευασίας
Risk.food.bioterrorism (1412)	Βιοτρομοκρατικές επιθέσεις στην προσφορά τροφίμων
Risk.handl.food.home (1413)	Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων στο σπίτι
Risk.handl.food.restaur (1414)	Πρακτικές προετοιμασίας τροφίμων σε εστιατόρια
Risk.foodquality.restaur (1415)	Ποιότητα υλικών στα εστιατόρια
Change.safety (151)	Άλλαξε η ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν;
Change.hygiene (152)	Άλλαξε η υγιεινή σε σχέση με 10 χρόνια πριν;
Change.envIRON.friendly (153)	Άλλαξε η φιλικότητα στο περιβάλλον σε σχέση με 10 χρόνια πριν;
Change.taste (154)	Άλλαξε η νοστιμιά σε σχέση με 10 χρόνια πριν;
Change.expensiveness (155)	Άλλαξε η ακρίβεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν;
Control.safetyfood.home (161)	Έχετε έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζετε για το σπίτι
Control.safetyfood.restaur (162)	Έχετε έλεγχο στην ασφάλεια των τροφίμων στα εστιατόρια
Adequate.info.tv (171)	Επάρκεια πληροφοριών από την τηλεόραση
Adequate.info.magazine (172)	Επάρκεια πληροφοριών από περιοδικά
Adequate.info.newspaper (173)	Επάρκεια πληροφοριών από εφημερίδες
Adequate.info.radio (174)	Επάρκεια πληροφοριών από ραδιόφωνο
Adequate.info.internet (175)	Επάρκεια πληροφοριών από διαδίκτυο
Adequate.info.personaldr (176)	Επάρκεια πληροφοριών από προσωπικό ιατρό
Adequate.info.relatifriend (177)	Επάρκεια πληροφοριών από φίλους και συγγενείς
Trust.supermarket (181)	Εμπιστοσύνη στα γενικά καταστήματα-Σουπερμάρκετ
Trust.biologic.market (182)	Εμπιστοσύνη στα Καταστήματα βιολογικών προϊόντων
Trust.special.market (183)	Εμπιστοσύνη στα Εξειδικευμένα καταστήματα
Trust.doctor (184)	Εμπιστοσύνη στους Γιατρούς / άλλους ειδικούς
Trust.professor (185)	Εμπιστοσύνη σε Ακαδημαϊκοί επιστήμονες
Trust.farmer.produce (186)	Εμπιστοσύνη σε Αγρότες – Παραγωγοί
Trust.product.label (187)	Εμπιστοσύνη στην Ετικέτα του προϊόντος
Trust.info.company (188)	Εμπιστοσύνη στις Πληροφορίες από την ίδια την εταιρεία
Trust.family.friend (189)	Εμπιστοσύνη στους Φίλους και οικογένεια
Trust.restaurant (1810)	Εμπιστοσύνη στα Εστιατόρια
Trust.envIRON.organis (1811)	Εμπιστοσύνη σε Περιβαλλοντικές οργανώσεις
Trust.govern.service (1812)	Εμπιστοσύνη σε Κυβερνητικές υπηρεσίες

Trust.specialist.author (1813)	Εμπιστοσύνη σε Εξειδικευμένες αρχές
Trust.consumer.assoc (1814)	Εμπιστοσύνη σε Ενώσεις καταναλωτών
Trust.europe.food.author (1815)	Εμπιστοσύνη στην Ευρωπ/κή Αρχή Ασφάλειας Τροφίμων
Trust.tv.news (1816)	Εμπιστοσύνη στις Τηλεοπτικές ειδήσεις
Trust.radio (1817)	Εμπιστοσύνη στα Ραδιόφωνο
Trust.magazines (1818)	Εμπιστοσύνη στα Περιοδικά
Trust.internet (1819)	Εμπιστοσύνη στο Διαδίκτυο
Trust.newspapers (1820)	Εμπιστοσύνη στις Εφημερίδες
Crisis.info.completed (191)	Ολοκληρωμένες πληροφορίες κατά την κρίση
Crisis.info.clear (192)	Σαφείς πληροφορίες κατά την κρίση
Crisis.info.honest (193)	Ειλικρινείς πληροφορίες κατά την κρίση
Crisis.info.adequate (194)	Επαρκείς πληροφορίες κατά την κρίση
Crisis.info.important (195)	Σημαντικές πληροφορίες κατά την κρίση
Respons.government (201)	Πόσο υπεύθυνο είναι το κράτος
Respons.farmers (202)	Πόσο υπεύθυνοι είναι οι αγρότες
Respons.food.industry (203)	Πόσο υπεύθυνη είναι η βιομηχανία τροφίμων
Respons.sellers (204)	Πόσο υπεύθυνοι είναι οι πωλητές
Respons.consumers (205)	Πόσο υπεύθυνοι είναι οι καταναλωτές
Respons.european.union (206)	Πόσο υπεύθυνη είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ: Πίνακες μέτρων κεντρικής τάσης

Πίνακας Ι

Μεταβλητές	Average	Variance	Standard deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
Sex	0,39	0,239	0,489	0	1	0,438	-1,819
Age	2,45	0,901	0,949	1	5	0,489	0,174
Education	3,94	1,234	1,111	2	6	0,399	-1,182
Family	1,61	0,535	0,732	1	4	1,353	2,160
Member	3,54	1,656	1,287	1	8	-0,113	0,162
Kid	0,76	1,003	1,002	0	4	0,983	-0,234
Age.first	16,38	131,330	11,460	1	50	0,665	-0,191
Age.second	19,94	119,783	10,945	3	52	0,610	-0,058
Age.third	23,38	118,548	10,888	6	44	0,336	-0,539
Occupation	3,12	5,030	2,243	1	7	0,840	-0,905
Job	1,79	0,524	0,724	1	4	0,542	-0,244
Income.year	2,91	1,356	1,164	1	7	0,390	0,143
Week.foodexpenses	1,91	1,043	1,021	1	7	1,525	3,050
Factor.delicious	4,25	0,670	0,818	1	5	-0,951	0,691
Factor.safety	4,44	0,609	0,780	2	5	-1,206	0,572
Factor.fresh	4,56	0,527	0,726	1	5	-1,861	4,234
Factor.biologic	2,85	1,424	1,193	1	5	0,289	-0,768
Factor.ecologic	2,90	1,349	1,161	1	5	0,266	-0,705
Factor.country.origin	3,30	1,511	1,229	1	5	-0,303	-0,923
Factor.locality.origin	3,05	1,499	1,224	1	5	0,005	-1,019
Factor.brand	3,25	1,296	1,138	1	5	-0,129	-0,780
Factor.standardpack	2,89	1,297	1,139	1	5	0,338	-0,737
Factor.tradit.product	2,99	1,371	1,171	1	5	0,034	-0,759
Factor.available	3,35	1,238	1,113	1	5	-0,287	-0,578
Factor.logic.price	4,18	0,770	0,877	1	5	-0,911	0,375
Factor.easy.prepare	3,53	1,401	1,184	1	5	-0,276	-0,924
Factor.family.prefer	3,70	1,136	1,066	1	5	-0,564	-0,265
Factor.nutritious	3,95	0,870	0,933	1	5	-0,556	-0,467
Factor.low.fat	3,68	1,393	1,180	1	5	-0,546	-0,549
Factor.sure.authentic	3,59	1,353	1,163	1	5	-0,325	-0,869
Factor.relation.market	2,76	1,625	1,275	1	5	0,181	-1,030
Factor.animal.welfare	3,03	1,412	1,188	1	5	0,146	-0,887
Damage.radioactivity	3,93	1,429	1,195	1	5	-0,823	-0,443
Damage.smoking	4,17	1,055	1,027	1	5	-1,253	1,076
Damage.traffic	3,64	1,245	1,116	1	5	-0,586	-0,276
Damage.atmosphere	3,59	1,274	1,129	1	5	-0,436	-0,684
Damage.climate	3,34	1,312	1,145	1	5	-0,284	-0,814
Damage.foodrinks	3,78	1,007	1,003	1	5	-0,319	-0,779
Damage.job.stress	3,84	1,304	1,142	1	5	-0,814	-0,082
Damage.noise	3,23	1,389	1,178	1	5	-0,194	-0,919
Damage.drugs	4,10	1,850	1,360	1	5	-1,235	0,022

Damage.water	3,31	1,931	1,390	1	5	-0,388	-1,091
Danger.meat	3,12	1,080	1,039	1	5	-0,117	-0,671
Danger.fruits.vege	2,46	1,543	1,242	2	5	0,261	-1,190

Μεταβλητές	Average	Variance	Standard deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
Danger.eggs	2,70	1,124	1,060	1	5	0,109	-0,924
Danger.cereals	2,12	1,288	1,135	2	5	0,630	-0,669
Danger.dairy	2,59	1,678	1,295	1	5	0,251	-1,169
Danger.fish	2,63	1,700	1,304	1	5	0,135	-1,249
Danger.drinks	3,73	1,208	1,099	1	5	-0,767	-0,147
Risk.additives	3,88	0,868	0,932	1	5	-0,610	-0,022
Risk.agrochemicals	4,36	0,683	0,827	1	5	-1,113	0,369
Risk.residuals	4,54	0,582	0,763	1	5	-1,786	3,012
Risk.gr.hormones	4,22	0,783	0,885	1	5	-0,934	0,036
Risk.bacterial.contaminant	4,44	0,650	0,806	1	5	-1,436	1,809
Risk.dioxins	4,22	0,817	0,904	1	5	-0,925	0,029
Risk.genetical.modify	4,17	1,045	1,022	1	5	-0,920	-0,311
Risk.water.contaminant	4,40	0,839	0,916	1	5	-1,520	1,645
Risk.crazy.cow	4,54	0,706	0,840	1	5	-2,048	3,901
Risk.animal.fever	4,18	0,979	0,990	1	5	-1,052	0,246
Risk.packing	3,38	1,143	1,069	1	5	0,041	-0,885
Risk.food.bioterrorism	3,41	1,411	1,188	1	5	-0,142	-0,966
Risk.handl.food.home	2,74	1,296	1,138	1	5	0,324	-0,665
Risk.handl.food.restaurant	3,91	0,869	0,932	1	5	-0,606	-0,142
Risk.foodquality.restaurant	3,97	0,839	0,916	1	5	-0,716	0,209
Change.safety	1,89	0,784	0,885	1	3	0,210	-1,696
Change.hygiene	1,99	0,768	0,877	1	3	0,029	-1,701
Change.enviromentfriendly	2,14	0,742	0,861	1	3	-0,284	-1,596
Change.taste	2,11	0,612	0,782	1	3	-0,189	-1,341
Change.expensiveness	1,36	0,468	0,684	1	3	1,643	1,139
Control.safetyfood.home	2,87	0,935	0,967	1	5	0,111	-0,395
Control.safetyfood.restaurant	1,54	0,505	0,710	1	5	1,697	4,538
Adequate.info.tv	2,54	0,938	0,968	1	5	0,049	-0,484
Adequate.info.magazine	2,57	0,840	0,916	1	5	-0,063	-0,500
Adequate.info.new	2,81	0,886	0,941	1	5	-0,252	-0,262

spaper							
Adequate.info.radio	2,42	1,064	1,031	1	5	0,159	-0,730
Adequate.info.internet	3,42	1,218	1,103	1	5	-0,609	-0,155

Μεταβλητές	Average	Variance	Standard deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
Adequate.info.personaldr	3,41	1,471	1,213	1	5	-0,332	-0,884
Adequate.info.relationshipfriend	3,00	1,214	1,102	1	5	-0,046	-0,686
Trust.supermarket	2,13	0,883	0,940	1	5	0,586	-0,286
Trust.biologic.market	2,82	1,173	1,083	1	5	0,203	-0,612
Trust.special.market	2,69	1,034	1,017	1	5	-0,012	-0,678
Trust.doctor	3,75	1,040	1,020	1	5	-0,607	-0,060
Trust.professor	3,92	0,984	0,992	1	5	-0,585	-0,467
Trust.farmer.produce	2,57	1,041	1,020	1	5	0,414	-0,243
Trust.product.label	2,69	0,872	0,934	1	5	0,210	-0,033
Trust.info.compan	2,47	0,938	0,969	1	5	0,391	-0,185
Trust.family.friend	3,09	1,087	1,042	1	5	-0,121	-0,613
Trust.restaurant	1,86	0,794	0,891	1	5	0,903	0,365
Trust.enviromentalorganis	3,36	0,921	0,959	1	5	-0,318	-0,163
Trust.government.servi	3,25	1,168	1,081	1	5	-0,358	-0,484
Trust.specialist.author	3,61	0,915	0,957	1	5	-0,622	0,264
Trust.consumer.assoc	3,62	0,984	0,992	1	5	-0,486	-0,246
Trust.europe.food.author	3,74	0,957	0,978	1	5	-0,574	-0,160
Trust.tv.news	2,90	1,114	1,055	1	5	0,010	-0,435
Trust.radio	2,69	0,896	0,947	1	5	0,122	-0,236
Trust.magazines	2,75	0,895	0,946	1	5	0,120	-0,262
Trust.internet	3,07	0,883	0,939	1	5	0,015	-0,275
Trust.newspapers	2,99	0,938	0,968	1	5	0,051	-0,456
Crisis.info.completed	2,14	0,805	0,897	1	5	0,337	-0,364
Crisis.info.clear	2,28	0,942	0,971	1	5	0,483	-0,214
Crisis.info.honest	2,09	0,888	0,942	1	5	0,720	0,098
Crisis.info.adequat	2,03	0,717	0,847	1	5	0,445	-0,337
Crisis.info.import	2,28	1,011	1,006	1	5	0,675	0,057

tant							
Respons.government	4,61	0,517	0,719	1	5	-2,303	6,057
Respons.farmers	3,96	0,972	0,986	1	5	-,975	,787
Respons.food.industry	4,45	0,824	0,908	1	5	-1,873	3,272
Respons.sellers	3,25	1,279	1,131	1	5	-,389	-,616
Respons.consumer	3,67	1,099	1,048	1	5	-,609	-,281
Respons.european.union	4,27	0,820	0,906	1	5	-1,233	1,090

Πίνακας II

Μεταβλητές	Median	Mode	Geom.mean	Skewness	Kurtosis
Sex	0,00	0	0,027	0,133	0,265
Age	2,00	2	0,052	0,133	0,265
Education	3,50	3	0,060	0,133	0,265
Family	1,50	1	0,040	0,133	0,265
Member	4,00	4	0,070	0,133	0,265
Kid	0,00	0	0,054	0,133	0,265
Age.first	15,0	3	0,962	0,203	0,404
Age.second	20,00	8	1,154	0,254	0,503
Age.third	22,00	18	2,376	0,501	0,972
Job	2,00	2	0,122	0,133	0,265
Occupation	2,00	2	0,047	0,156	0,312
Income.year	3,00	3	0,063	0,133	0,265
Week.foodexpenses	2,00	2	0,056	0,133	0,265
Factor.delicious	4,00	5	0,045	0,133	0,265
Factor.safety	5,00	5	0,042	0,133	0,265
Factor.fresh	5,00	5	0,039	0,133	0,265
Factor.biologic	3,00	2	0,065	0,133	0,265
Factor.ecologic	3,00	3	0,063	0,133	0,265
Factor.country.origin	3,00	4	0,067	0,133	0,265
Factor.locality.origin	3,00	2	0,067	0,133	0,265
Factor.brand	3,00	3	0,062	0,133	0,265
Factor.standardpack	3,00	2	0,062	0,133	0,265
Factor.tradit.product	3,00	3	0,064	0,133	0,265
Factor.available	3,00	3	0,061	0,133	0,265
Factor.logic.price	4,00	5	0,048	0,133	0,265
Factor.easy.prepare	4,00	3	0,064	0,133	0,265
Factor.family.prefer	4,00	4	0,058	0,133	0,265
Factor.nutritious	4,00	4	0,051	0,133	0,265
Factor.low.fat	4,00	5	0,064	0,133	0,265
Factor.sure.authentic	4,00	5	0,063	0,133	0,265
Factor.relation.market	3,00	2	0,069	0,133	0,265
Factor.animal.welfare	3,00	3	0,065	0,133	0,265
Damage.radioactivity	4,00	5	0,065	0,133	0,265
Damage.smoking	4,00	5	0,056	0,133	0,265
Damage.traffic	4,00	4	0,061	0,133	0,265
Damage.atmosphere	4,00	4	0,061	0,133	0,265
Damage.climate	3,50	4	0,062	0,133	0,265
Damage.foodrinks	4,00	3	0,055	0,133	0,265
Damage.job.stress	4,00	5	0,062	0,133	0,265
Damage.noise	3,00	4	0,064	0,133	0,265
Damage.drugs	5,00	5	0,074	0,133	0,265
Damage.water	4,00	4	0,076	0,133	0,265

Danger.meat	3,00	3	0,057	0,133	0,265
Danger.fruits.vege	2,00	1	0,068	0,133	0,265

Μεταβλητές	Median	Mode	Geom.mean	Skewness	Kurtosis
Danger.eggs	3,00	1	0,058	0,133	0,265
Danger.cereals	2,00	1	0,062	0,133	0,265
Danger.dairy	2,00	1	0,070	0,133	0,265
Danger.fish	3,00	4	0,071	0,133	0,265
Danger.drinks	4,00	4	0,060	0,133	0,265
Risk.additives	4,00	5	0,051	0,133	0,265
Risk.agrochemicals	5,00	5	0,045	0,133	0,265
Risk.residuals	5,00	5	0,041	0,133	0,265
Risk.gr.hormones	4,00	5	0,048	0,133	0,265
Risk.bacterial.contamin	5,00	5	0,044	0,133	0,265
Risk.dioxins	4,00	5	0,049	0,133	0,265
Risk.genetical.modify	5,00	5	0,056	0,133	0,265
Risk.water.contamin	5,00	5	0,050	0,133	0,265
Risk.crazy.cow	5,00	5	0,046	0,133	0,265
Risk.animal.fever	4,00	3	0,054	0,133	0,265
Risk.packing	3,00	3	0,058	0,133	0,265
Risk.food.bioterrorism	3,00	2	0,065	0,133	0,265
Risk.handl.food.home	3,00	4	0,062	0,133	0,265
Risk.handl.food.restaurant	4,00	4	0,051	0,133	0,265
Risk.foodquality.restaurant	4,00	1	0,050	0,133	0,265
Change.safety	2,00	1	0,048	0,133	0,265
Change.hygiene	2,00	3	0,048	0,133	0,265
Change.environ.friendly	2,00	2	0,047	0,133	0,265
Change.taste	2,00	1	0,043	0,133	0,265
Change.expensiveness	1,00	3	0,037	0,133	0,265
Control.safetyfood.home	3,00	1	0,053	0,133	0,265
Control.safetyfood.restaurant	1,00	3	0,039	0,133	0,265
Adequate.info.tv	3,00	3	0,053	0,133	0,265
Adequate.info.magazine	3,00	3	0,050	0,133	0,265
Adequate.info.newspaper	3,00	3	0,051	0,133	0,265
Adequate.info.radio	2,00	4	0,056	0,133	0,265
Adequate.info.internet	4,00	4	0,060	0,133	0,265
Adequate.info.personal	4,00	3	0,066	0,133	0,265
Adequate.info.relative	3,00	2	0,060	0,133	0,265

Trust.supermarket	2,00	3	0,051	0,133	0,265
Trust.biologic.market	3,00	3	0,059	0,133	0,265

Μεταβλητές	Median	Mode	Geom.mean	Skewness	Kurtosis
Trust.special.market	3,00	4	0,055	0,133	0,265
Trust.doctor	4,00	4	0,055	0,133	0,265
Trust.professor	4,00	2	0,054	0,133	0,265
Trust.farmer.produce	2,00	3	0,055	0,133	0,265
Trust.product.label	3,00	2	0,051	0,133	0,265
Trust.info.compan	2,00	3	0,053	0,133	0,265
Trust.family.friend	3,00	1	0,057	0,133	0,265
Trust.restaurant	2,00	3	0,048	0,133	0,265
Trust.environ.organis	3,00	4	0,052	0,133	0,265
Trust.govern.servi	3,00	4	0,059	0,133	0,265
Trust.specialist.auth or	4,00	4	0,052	0,133	0,265
Trust.consumer.assoc	4,00	4	0,054	0,133	0,265
Trust.europe.food.au thor	4,00	3	0,053	0,133	0,265
Trust.tv.news	3,00	3	0,057	0,133	0,265
Trust.radio	3,00	3	0,051	0,133	0,265
Trust.magazines	3,00	3	0,051	0,133	0,265
Trust.internet	3,00	3	0,051	0,133	0,265
Trust.newspapers	3,00	2	0,053	0,133	0,265
Crisis.info.completed	2,00	2	0,049	0,133	0,265
Crisis.info.clear	2,00	2	0,053	0,133	0,265
Crisis.info.honest	2,00	2	0,051	0,133	0,265
Crisis.info.adequat	2,00	2	0,046	0,133	0,265
Crisis.info.important	2,00	5	0,055	0,133	0,265
Respons.government	5,00	4	0,039	0,133	0,265
Respons.farmers	4,00	5	0,054	0,133	0,265
Respons.food.industry	5,00	4	0,049	0,133	0,265
Respons.sellers	3,00	4	0,062	0,133	0,265
Respons.consumer	4,0	5	0,057	0,133	0,265
Respons.european.u nion	5,00	5	0,049	0,133	0,265

Παράρτημα Δ : Πίνακας συσχετίσεων

Μεταβλητές		χ^2	P value	Σχέση μεταβλητών
sex	Factor.delicious	9,74	0,0449**	Συσχετίζονται
sex	Factor.safety	1,39	0,7073	Ανεξάρτητες
sex	Factor.fresh	4,61	0,2024	Ανεξάρτητες
sex	Factor.country.origin	6,29	0,1788	Ανεξάρτητες
sex	Factor.logic.price	7,04	0,1336	Ανεξάρτητες
sex	Factor.family.prefer	20,70	0,0003***	Συσχετίζονται
sex	Factor.low.fat	8,17	0,0856	Ανεξάρτητες
sex	Damage.foodrinks	7,46	0,1134	Ανεξάρτητες
sex	Control.safetyfood.home	2,60	0,6276	Ανεξάρτητες
age	Factor.delicious	18,71	0,2842	Ανεξάρτητες
age	Factor.safety	24,26	0,0187**	Συσχετίζονται
age	Factor.fresh	45,76	0,0000***	Συσχετίζονται
age	Factor.biologic	66,92	0,0000***	Συσχετίζονται
age	Factor.brand	22,70	0,1219	Ανεξάρτητες
age	Factor.logic.price	27,39	0,037**	Συσχετίζονται
age	Factor.easy.prepare	28,82	0,0251**	Συσχετίζονται
age	Factor.nutritious	12,46	0,7120	Ανεξάρτητες
age	Factor.low.fat	25,09	0,068*	Συσχετίζονται
age	Damage.foodrinks	21,96	0,1450	Ανεξάρτητες
age	Danger.meat	27,65	0,035**	Συσχετίζονται
age	Danger.dairy	41,78	0,000***	Συσχετίζονται
age	Danger.drinks	41,06	0,001***	Συσχετίζονται
age	Change.safety	23,16	0,0031***	Συσχετίζονται
age	Change.hygiene	36,02	0,0000***	Συσχετίζονται
age	Change.expensiveness	29,21	0,0002***	Συσχετίζονται
age	Control.safetyfood.restaur	13,46	0,6389	Ανεξάρτητες
age	Adequate.info.tv	11,71	0,7640	Ανεξάρτητες
age	Adequate.info.newspaper	17,70	0,3419	Ανεξάρτητες
age	Adequate.info.internet	49,41	0,000***	Συσχετίζονται
age	Trust.family.friend	52,21	0,000***	Συσχετίζονται
age	Trust.consumer.assoc	21,05	0,1770	Ανεξάρτητες
age	Respons.government	16,50	0,4187	Ανεξάρτητες
education	Factor.safety	8,04	0,7820	Ανεξάρτητες
education	Factor.ecologic	13,75	0,6174	Ανεξάρτητες
education	Factor.locality.origin	13,87	0,6082	Ανεξάρτητες
education	Factor.brand	25,14	0,0673	Ανεξάρτητες

education	Factor.tradit.product	30,03	0,018**	Συσχετίζονται
education	Factor.animal.welfare	27,02	0,041**	Συσχετίζονται
education	Damage.foodrinks	9,82	0,8758	Ανεξάρτητες
education	Danger.meat	21,60	0,1567	Ανεξάρτητες
education	Danger.fruits.vege	17,12	0,3779	Ανεξάρτητες
education	Risk.additives	18,01	0,3230	Ανεξάρτητες
education	Risk.genetical.modify	5,64	0,9915	Ανεξάρτητες
education	Change.safety	11,63	0,1687	Ανεξάρτητες
education	Change.hygiene	9,72	0,2855	Ανεξάρτητες
education	Adequate.info.tv	9,17	0,9060	Ανεξάρτητες
education	Adequate.info.internet	15,45	0,4920	Ανεξάρτητες
education	Trust.supermarket	6,95	0,9742	Ανεξάρτητες
education	Trust.biologic.market	26,76	0,044**	Συσχετίζονται
education	Trust.farmer.produce	5,39	0,9930	Ανεξάρτητες
education	Trust.family.friend	18,66	0,2869	Ανεξάρτητες
education	Trust.europe.food.author	7,61	0,9597	Ανεξάρτητες
education	Trust.internet	24,61	0,0770*	Συσχετίζονται
education	Crisis.info.honest	19,25	0,2560	Ανεξάρτητες
education	Crisis.info.important	19,30	0,2535	Ανεξάρτητες
education	Respons.government	12,55	0,7050	Ανεξάρτητες
education	Respons.food.industry	19,92	0,2238	Ανεξάρτητες
education	Respons.consumers	11,51	0,7770	Ανεξάρτητες
Kid	Factor.safety	10,52	0,5708	Ανεξάρτητες
Kid	Factor.country.origin	29,72	0,019**	Συσχετίζονται
Kid	Factor.brand	15,52	0,4870	Ανεξάρτητες
Kid	Factor.easy.prepare	23,83	0,0933*	Συσχετίζονται
Kid	Factor.family.prefer	34,34	0,0048***	Συσχετίζονται
Kid	Factor.nutritious	21,96	0,1444	Ανεξάρτητες
Kid	Damage.foodrinks	12,80	0,6874	Ανεξάρτητες
Kid	Danger.meat	20,58	0,1951	Ανεξάρτητες
Kid	Danger.fruits.vege	24,61	0,0770*	Συσχετίζονται
Kid	Danger.cereals	39,25	0,0010***	Συσχετίζονται
Kid	Danger.dairy	47,35	0,0000***	Συσχετίζονται
Kid	Risk.additives	10,81	0,8210	Ανεξάρτητες
Kid	Risk.water.contam	19,37	0,2500	Ανεξάρτητες
Kid	Control.safetyfood.home	12,36	0,7190	Ανεξάρτητες
Kid	Respons.government	8,42	0,9350	Ανεξάρτητες
job	Factor.delicious	9,69	0,6430	Ανεξάρτητες
job	Factor.safety	14,23	0,1143	Ανεξάρτητες
job	Factor.country.origin	13,56	0,3298	Ανεξάρτητες
job	Factor.brand	16,45	0,1715	Ανεξάρτητες

job	Factor.tradit.product	19,30	0,0814*	Συσχετίζονται
job	Damage.foodrinks	21,42	0,0445**	Συσχετίζονται
job	Damage.water	12,69	0,3920	Ανεξάρτητες
job	Trust.environ.organis	16,80	0,1571	Ανεξάρτητες
job	Trust.govern.service	12,93	0,3741	Ανεξάρτητες
job	Trust.internet	9,29	0,6780	Ανεξάρτητες
job	Respons.government	5,55	0,9372	Ανεξάρτητες
Income.year	Factor.biologic	37,26	0,0411**	Συσχετίζονται
Income.year	Factor.brand	32,66	0,1116	Ανεξάρτητες
Income.year	Factor.logic.price	28,10	0,2557	Ανεξάρτητες
Income.year	Damage.foodrinks	24,26	0,4470	Ανεξάρτητες
Income.year	Danger.drinks	31,96	0,1280	Ανεξάρτητες
Income.year	Risk.additives	39,84	0,0222**	Συσχετίζονται
Income.year	Change.safety	13,62	0,3256	Ανεξάρτητες
Income.year	Trust.product.label	34,36	0,0784*	Συσχετίζονται
Income.year	Respons.european.union	33,00	0,1040	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.safety	10,43	0,9170	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.fresh	7,05	0,9900	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.country.origin	39,44	0,025**	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Factor.brand	27,96	0,2620	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.available	52,87	0,0006***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Factor.logic.price	71,69	0,0000***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Factor.easy.prepare	19,62	0,7180	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.nutritious	21,86	0,5877	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Factor.relation.market	51,20	0,001***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Damage.foodrinks	15,65	0,9004	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Danger.meat	19,78	0,7093	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Danger.fruits.vege	26,38	0,3343	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Danger.dairy	25,98	0,3542	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Danger.fish	23,40	0,4964	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Risk.additives	41,88	0,010***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Risk.agrochemicals	15,32	0,6398	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Risk.residuals	24,64	0,4256	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Risk.bacterial.contamin	14,77	0,9270	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Risk.genetical.modify	25,73	0,3668	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Risk.packing	23,79	0,4740	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Change.safety	8,51	0,7440	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Change.hygiene	20,49	0,058*	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Change.expensiveness	16,40	0,1736	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Control.safetyfood.home	17,27	0,8371	Ανεξάρτητες

Week.foodexpenses	Adequate.info.tv	44,33	0,007***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Trust.supermarket	17,79	0,8132	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Trust.biologic.market	34,98	0,0686*	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Trust.special.market	77,19	0,000***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Trust.product.label	26,02	0,3522	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Trust.family.friend	21,60	0,6032	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Trust.consumer.assoc	55,91	0,000***	Συσχετίζονται
Week.foodexpenses	Respons.sellers	31,69	0,1348	Ανεξάρτητες
Week.foodexpenses	Respons.consumers	25,20	0,3952	Ανεξάρτητες

Σημείωση: *** P value < 0,01

 ** P value < 0,05

 * P value < 0,10

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε: Πίνακες διπλής εισόδου

Πίνακας διπλής εισόδου Ε1: Αντίληψη του βαθμού ειλικρίνειας της εταιρείας κατά την κρίση με την αντίληψη για το βαθμό που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0% 0,0%	7 7,1% 22,6%	25 25,5% 24,3%	29 29,6% 29,0%	37 37,8% 36,6%	98 100,0% 29,0%
Λίγο	1 0,7% 33,3%	10 6,8% 32,3%	45 30,8% 43,7%	49 33,6% 49,0%	41 28,1% 40,6%	146 100,0% 43,2%
Μέτρια	0 0,0% 0,0%	10 15,6% 32,3%	21 32,8% 20,4%	18 28,1% 18,0%	15 23,4% 14,9%	64 100,0% 18,9%
Πολύ	2 7,7% 66,7%	3 11,5% 9,7%	12 46,2% 11,7%	1 3,8% 1,0%	8 30,8% 7,9%	26 100,0% 7,7%
Πάρα πολύ	0 0,0% 0,0%	1 25,0% 3,2%	0 0,0% 0,0%	3 75,0% 3,0%	0 0,0% 0,0%	4 100,0% 1,2%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	3 0,9% 100,0%	31 9,2% 100,0%	103 30,5% 100,0%	100 29,6% 100,0%	101 29,9% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε2: Αντίληψη του ελέγχου στην ασφάλεια των τροφίμων που αγοράζονται για το σπίτι με το βαθμό που μπορούν τα τρόφιμα και ποτά να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	1 4,3% 33,3%	1 4,3% 3,2%	3 13,0% 2,9%	9 39,1% 9,0%	9 39,1% 8,9%	23 100,0% 6,8%
Λίγο	1 1,0% 33,3%	6 6,1% 19,4%	31 31,3% 30,1%	32 32,3% 32,0%	29 29,3% 28,7%	99 100,0% 29,3%
Μέτρια	1 0,8% 33,3%	14 10,7% 45,2%	38 29,0% 36,9%	35 26,7% 35,0%	43 32,8% 42,6%	131 100,0% 38,8%
Πολύ	0 0,0% 0,0%	7 10,0% 22,6%	28 40,0% 27,2%	21 30,0% 21,0%	14 20,0% 13,9%	70 100,0% 20,7%
Πάρα πολύ	0 0,0% 0,0%	3 20,0% 9,7%	3 20,0% 2,9%	3 20,0% 3,0%	6 40,0% 5,9%	15 100,0% 4,4%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	3 0,9% 100,0%	31 9,2% 100,0%	103 30,5% 100,0%	100 29,6% 100,0%	101 29,9% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε3: Αντίληψη του βαθμού σημαντικότητας του παράγοντα τυποποίηση με το βαθμό που μπορεί το κρέας να βλάψει την υγεία

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	1 3,6% 5,3%	6 21,4% 7,5%	6 21,4% 5,6%	11 39,3% 10,5%	4 14,3% 14,8%	28 100,0% 8,3%
Λίγο	7 6,0% 36,8%	26 22,2% 32,5%	39 33,3% 36,4%	38 32,5% 36,2%	7 6,0% 25,9%	117 100,0% 34,6%
Μέτρια	5 5,3% 26,3%	21 22,1% 26,3%	22 23,2% 20,6%	39 41,1% 37,1%	8 8,4% 29,6%	95 100,0% 28,1%
Πολύ	2 3,3% 10,5%	21 35,0% 26,3%	22 36,7% 20,6%	12 20,0% 11,4%	3 5,0% 11,1%	60 100,0% 17,8%
Πάρα πολύ	4 10,5% 21,1%	6 15,8% 7,5%	18 47,4% 16,8%	5 13,2% 4,8%	5 13,2% 18,5%	38 100,0% 11,2%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	19 5,6% 100,0%	80 23,7% 100,0%	107 31,7% 100,0%	105 31,1% 100,0%	27 8,0% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε4: Αντίληψη του βαθμού σημαντικότητας του παράγοντα περιοχή προέλευσης με το βαθμό που μπορούν τα φρούτα και λαχανικά να βλάψουν την υγεία

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	16 44,4% 15,2%	8 22,2% 10,8%	3 8,3% 4,2%	9 25,0% 12,2%	0 0,0% 0,0%	36 100,0% 10,7%
Λίγο	36 40,4% 34,3%	17 19,1% 23,0%	11 12,4% 15,3%	25 28,1% 33,8%	0 0,0% 0,0%	89 100,0% 26,3%
Μέτρια	22 27,2% 21,0%	24 29,6% 32,4%	16 19,8% 22,2%	13 16,0% 17,6%	6 7,4% 46,2%	81 100,0% 24,0%
Πολύ	14 16,5% 13,3%	20 23,5% 27,0%	31 36,5% 43,1%	15 17,6% 20,3%	5 5,9% 38,5%	85 100,0% 25,1%
Πάρα πολύ	17 36,2% 16,2%	5 10,6% 6,8%	11 23,4% 15,3%	12 25,5% 16,2%	2 4,3% 15,4%	47 100,0% 13,9%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	105 31,1% 100,0%	74 21,9% 100,0%	72 21,3% 100,0%	74 21,9% 100,0%	13 3,8% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε5: Βαθμός εμπιστοσύνης στους αγρότες – παραγωγούς για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα αυγά να βλάψουν την υγεία

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	3 6,5% 7,0%	12 26,1% 10,3%	16 34,8% 18,8%	14 30,4% 16,7%	1 2,2% 11,1%	46 100,0% 13,6%
Λίγο	9 7,1% 20,9%	45 35,7% 38,5%	31 24,6% 36,5%	39 31,0% 46,4%	2 1,6% 22,2%	126 100,0% 37,3%
Μέτρια	13 12,0% 30,2%	40 37,0% 34,2%	28 25,9% 32,9%	25 23,1% 29,8%	2 1,9% 22,2%	108 100,0% 32,0%
Πολύ	13 30,2% 30,2%	13 30,2% 11,1%	10 23,3% 11,8%	3 7,0% 3,6%	4 9,3% 44,4%	43 100,0% 12,7%
Πάρα πολύ	5 33,3% 11,6%	7 46,7% 6,0%	0 0,0% 0,0%	3 20,0% 3,6%	0 0,0% 0,0%	15 100,0% 4,4%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	43 12,7% 100,0%	117 34,6% 100,0%	85 25,1% 100,0%	84 24,9% 100,0%	9 2,7% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε6:

Αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την ασφάλεια σε σχέση με 10 χρόνια πριν με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα δημητριακά να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Έχει χειροτερέψει	56 36,8% 41,2%	27 17,8% 33,8%	40 26,3% 53,3%	26 17,1% 66,7%	3 2,0% 37,5%	152 100,0% 45,0%
Ίδια κατάσταση	29 41,4% 21,3%	22 31,4% 27,5%	11 15,7% 14,7%	4 5,7% 10,3%	4 5,7% 50,0%	70 100,0% 20,7%
Έχει βελτιωθεί	51 44,0% 37,5%	31 26,7% 38,8%	24 20,7% 32,0%	9 7,8% 23,1%	1 0,9% 12,5%	116 100,0% 34,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	136 40,2% 100,0%	80 23,7% 100,0%	75 22,2% 100,0%	39 11,5% 100,0%	8 2,4% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε7: Βαθμός εμπιστοσύνης στα καταστήματα βιολογικών προϊόντων για τις πληροφορίες που παρέχουν για θέματα ασφάλειας των τροφίμων με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα γάλα, γιαούρτι και τυρί να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	7 20,0% 7,8%	5 14,3% 6,0%	8 22,9% 12,9%	14 40,0% 18,2%	1 2,9% 4,0%	35 100,0% 10,4%
Λίγο	20 19,2% 22,2%	27 26,0% 32,1%	18 17,3% 29,0%	27 26,0% 35,1%	12 11,5% 48,0%	104 100,0% 30,8%
Μέτρια	32 29,4% 35,6%	30 27,5% 35,7%	28 25,7% 45,2%	14 12,8% 18,2%	5 4,6% 20,0%	109 100,0% 32,2%
Πολύ	19 28,8% 21,1%	20 30,3% 23,8%	6 9,1% 9,7%	14 21,2% 18,2%	7 10,6% 28,0%	66 100,0% 19,5%
Πάρα πολύ	12 50,0% 13,3%	2 8,3% 2,4%	2 8,3% 3,2%	8 33,3% 10,4%	0 0,0% 0,0%	24 100,0% 7,1%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	90 26,6% 100,0%	84 24,9% 100,0%	62 18,3% 100,0%	77 22,8% 100,0%	25 7,4% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε8: Αντίληψη του βαθμού σημαντικότητας του παράγοντα να είναι λογική η τιμή με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα ψάρια και θαλασσινά να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	2 100,0% 2,4%	0 0,0% 0,0%	2 100,0% 0,6%
Λίγο	6 46,2% 6,3%	1 7,7% 1,5%	3 23,1% 4,2%	2 15,4% 2,4%	1 7,7% 4,3%	13 100,0% 3,8%
Μέτρια	22 40,7% 23,2%	9 16,7% 13,8%	14 25,9% 19,4%	8 14,8% 9,6%	1 1,9% 4,3%	54 100,0% 16,0%
Πολύ	34 27,6% 35,8%	20 16,3% 30,8%	30 24,4% 41,7%	30 24,4% 36,1%	9 7,3% 39,1%	123 100,0% 36,4%
Πάρα πολύ	33 22,6% 34,7%	35 24,0% 53,8%	25 17,1% 34,7%	41 28,1% 49,4%	12 8,2% 52,2%	146 100,0% 43,2%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	95 28,1% 100,0%	65 19,2% 100,0%	72 21,3% 100,0%	83 24,6% 100,0%	23 6,8% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε9: Ηλικία με την αντίληψη του βαθμού που μπορούν τα ποτά να βλάψουν την υγεία.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Μέχρι 19 ετών	1 2,0% 7,1%	3 6,0% 7,1%	5 10,0% 9,6%	22 44,0% 15,3%	19 38,0% 22,1%	50 100,0% 14,8%
20 – 34 ετών	6 4,4% 42,9%	8 5,9% 19,0%	20 14,7% 38,5%	67 49,3% 46,5%	35 25,7% 40,7%	136 100,0% 40,2%
35 – 50 ετών	5 4,4% 35,7%	23 20,2% 54,8%	14 12,3% 26,9%	43 37,7% 29,9%	29 25,4% 33,7%	114 100,0% 33,7%
51 – 65 ετών	1 3,7% 7,1%	7 25,9% 16,7%	8 29,6% 15,4%	10 37,0% 6,9%	1 3,7% 1,2%	27 100,0% 8,0%
Πάνω από 65 ετών	1 9,1% 7,1%	1 9,1% 2,4%	5 45,5% 9,6%	2 18,2% 1,4%	2 18,2% 2,3%	11 100,0% 3,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	14 4,1% 100,0%	42 12,4% 100,0%	52 15,4% 100,0%	144 42,6% 100,0%	86 25,4% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου Ε10:

Αντίληψη της κατάστασης στον κλάδο τροφίμων όσον αφορά την υγιεινή σε σχέση με 10 χρόνια πριν με το βαθμό σαφήνειας των πληροφοριών που παρείχε η εταιρεία κατά τη κρίση.

Συχνότητα Ποσοστό %	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Έχει χειροτερέψει	32 24,2% 41,6%	66 50,0% 49,6%	24 18,2% 26,1%	10 7,6% 33,3%	0 0,0% 0,0%	132 100,0% 39,1%
Ίδια κατάσταση	21 26,6% 27,3%	32 40,5% 24,1%	23 29,1% 25,0%	3 3,8% 10,0%	0 0,0% 0,0%	79 100,0% 23,4%
Έχει βελτιωθεί	24 18,9% 31,2%	35 27,6% 26,3%	45 35,4% 48,9%	17 13,4% 56,7%	6 4,7% 100,0%	127 100,0% 37,6%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	77 22,8% 100,0%	133 39,3% 100,0%	92 27,2% 100,0%	30 8,9% 100,0%	6 1,8% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου E11:

Αντίληψη του βαθμού επάρκειας των πληροφοριών που παρέχει η τηλεόραση για την ασφάλεια των τροφίμων με την αντίληψη του επιπέδου ρίσκου της ασθένειας των τρελών αγελάδων στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συχνότητα Ποσοστό %	Κανένα	Μικρό	Μέτριο	Μεγάλο	Υψηλό	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0% 0,0%	2 3,6% 15,4%	3 5,4% 15,0%	9 16,1% 14,1%	42 75,0% 17,6%	56 100,0% 16,6%
Λίγο	3 3,1% 100,0%	7 7,1% 53,8%	6 6,1% 30,0%	19 19,4% 29,7%	63 64,3% 26,5%	98 100,0% 29,0%
Μέτρια	0 0,0% 0,0%	3 2,2% 23,1%	9 6,6% 45,0%	32 23,5% 50,0%	92 67,6% 38,7%	136 100,0% 40,2%
Πολύ	0 0,0% 0,0%	1 2,4% 7,7%	2 4,8% 10,0%	4 9,5% 6,3%	35 83,3% 14,7%	42 100,0% 12,4%
Πάρα πολύ	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	6 100,0% 2,5%	6 100,0% 1,8%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	3 0,9% 100,0%	13 3,8% 100,0%	20 5,9% 100,0%	64 18,9% 100,0%	238 70,4% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου E12:

Αντίληψη για το βαθμό επάρκειας των πληροφοριών που παρείχε η εταιρεία κατά τη διάρκεια κρίσης με την αντίληψη του επιπέδου ρίσκου των γενετικά τροποποιημένων τροφίμων.

Συχνότητα Ποσοστό %	Κανένα	Μικρό	Μέτριο	Μεγάλο	Υψηλό	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0% 0,0%	4 4,0% 15,4%	10 10,0% 16,1%	14 14,0% 20,0%	72 72,0% 40,4%	100 100,0% 29,6%
Λίγο	1 0,7% 50,0%	16 11,2% 61,5%	27 18,9% 43,5%	32 22,4% 45,7%	67 46,9% 37,6%	143 100,0% 42,3%
Μέτρια	1 1,2% 50,0%	5 6,2% 19,2%	19 23,5% 30,6%	21 25,9% 30,0%	35 43,2% 19,7%	81 100,0% 24,0%
Πολύ	0 0,0% 0,0%	1 7,7% 3,8%	6 46,2% 9,7%	2 15,4% 2,9%	4 30,8% 2,2%	13 100,0% 3,8%
Πάρα πολύ	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	0 0,0% 0,0%	1 100,0% 1,4%	0 0,0% 0,0%	1 100,0% 0,3%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	2 0,6% 100,0%	26 7,7% 100,0%	62 18,3% 100,0%	70 20,7% 100,0%	178 52,7% 100,0%	338 100,0% 100,0%

Πίνακας διπλής εισόδου E13: Βαθμός εμπιστοσύνης των πληροφοριών που παρέχουν οι τηλεοπτικές ειδήσεις για θέματα ασφάλειας τροφίμων και αντίληψη του επιπέδου ρίσκου των υλικών συσκευασίας στην ασφάλεια των τροφίμων.

Συχνότητα Ποσοστό %	Κανένα	Μικρό	Μέτριο	Μεγάλο	Υψηλό	Συχνότητα Ποσοστό % κατά σειρά
Καθόλου	0 0,0% 0,0%	3 8,3% 4,4%	8 22,2% 6,8%	7 19,4% 8,6%	18 50,0% 28,1%	36 100,0% 10,7%
Λίγο	0 0,0% 0,0%	13 17,1% 19,1%	31 40,8% 26,3%	21 27,6% 25,9%	11 14,5% 17,2%	76 100,0% 22,5%
Μέτρια	7 5,1% 100,0%	27 19,9% 39,7%	55 40,4% 46,6%	30 22,1% 37,0%	17 12,5% 26,6%	136 100,0% 40,2%
Πολύ	0 0,0% 0,0%	14 20,9% 20,6%	20 29,9% 16,9%	19 28,4% 23,5%	14 20,9% 21,9%	67 100,0% 19,8%
Πάρα πολύ	0 0,0% 0,0%	11 47,8% 16,2%	4 17,4% 3,4%	4 17,4% 4,9%	4 17,4% 6,3%	23 100,0% 6,8%
Συχνότητα Ποσοστό % κατά στήλη	7 2,1% 100,0%	68 20,1% 100,0%	118 34,9% 100,0%	81 24,0% 100,0%	64 18,9% 100,0%	338 100,0% 100,0%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ζ: Καταναλωτικές οργανώσεις στην Ελλάδα

1. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Θεσσαλονίκης (ΚΕΠΚΑ)

Τσιμισκή 54, 54623 Θεσσαλονίκη 2310-269449 2310-242211

2. Σύλλογος Καταναλωτών Σύρου

Πλ. Λαϊκής Κυριαρχίας 1, Ερμούπολη, Σύρος 84100, 22810-88279 22810 86661

3. Ινστιτούτο Καταναλωτών (ΙΝ.ΚΑ.) Κρήτης

Νεοζηλανδών Μαχητών 14., 731 33 Χανιά. 28210-43144 28210 43144

4. Ένωση Καταναλωτών Ηρακλείου Κρήτης

Μιλάτου 1 και Αγ. Τίτου, 712 00 Ηράκλειο. 2810 31 35 47, Κιν: 6977 46 51 44, 2810-542650

5. Πατραϊκή Ένωση Καταναλωτών

Κορίνθου 213, 262 21 Πάτρα. 2610-272481, Κα Παναταζοπούλου, 2610-272481

6. Ένωση Καταναλωτών Βόλου και Θεσσαλίας

Γ.Καρτάλη 97 Κουταρέλια Τ.Κ. 38333 Βόλος. 24210-26595, 6972 741139, 24210-26595

7. Ένωση Καταναλωτών “Η Ποιότητα της Ζωής” (ΕΚΠΟΙΖΩ)

Βαλτετσίου 43-45, 106 81 Αθήνα 210 3304444 210 3300591

8. Ένωση Καταναλωτών Καβάλας

Μητροπόλεως 83 65403, Καβάλα 2510-243244 2510-243244

9. Σύλλογος για τα Δικαιώματα του καταναλωτή και του Πολίτη

Κολοκοτρώνη 70 18531 Πειραιάς 210 4226879, Κιν: 6977 297833, 210 4226879

10. Ένωση Πολιτών Γενικός Οργανισμός Καταναλωτών Ελλάδας

Αλκυόνης 9, 175 61 Π. Φάληρο 210 9829152, 210 9825096

11. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Έβρου (ΕΠΚΕ)

Τ.Θ. 172, Θερμοπυλών 21^α, 681 00 Αλεξανδρούπολη, 25510 20729, 25510 23206, Κιν: 6944 639599

12. Ινστιτούτο Καταναλωτών Θεσσαλίας

Ανθίμου Γαζή 31, Τ.Κ. 263 31 Λάρισα 2410-538080 2410- 534904

13. Ένωση Καταναλωτών Καρδίτσας

Κολοκοτρώνη 11, Τ.Κ. 431 00 Καρδίτσα 24410-26005 24410 26005

14. Ινστιτούτο Καταναλωτών Μακεδονίας

Μοναστηρίου 17, 546 27 Θεσσαλονίκη 2310535263, 4ψηφιο1721, 2310 535263

15. Ένωση Καταναλωτών Λέσβου

Καβέτσου και Ξενοφώντος 2, 811 00 Μυτιλήνη 22510-25738 22510-25738

16. Ένωση Καταναλωτών Ελλάδας

Ηρώων Πολυτεχνείου 73, 185 36 Πειραιάς 210 4510527,4532854, 210- 4227212

17. Ινστιτούτο Καταναλωτών Κέρκυρας

Εμπορικό κέντρο Αλεπού 49 100 Κέρκυρα 26610-81020, 81021, 210 3250213

18. Ινστιτούτο Καταναλωτών Δωδεκανήσου

Μητροπόλεως 13, 85 300 Κως 22420-48610 (Γαμπιεράκης) 22420- 21388

19. Ένωση Καταναλωτών – Νέο ΙΝ.ΚΑ.

Ακαδημίας 7, 106 71, Αθήνα 210 3632443 210- 3633976

20. Πανελλήνια Ένωση Καταναλωτών

Αμαλιάδος 4-6, 11523 Αθήνα 210- 6465979, 210 6465928

21. Ένωση για τα δικαιώματα των Πολιτών

Λυκαβηττού 18, 106 73 Αθήνα 210 36 00 410 210- 36 00 411

22. Ινστιτούτο Καταναλωτών Ιωαννίνων

Θ. Πασχίδη 52, 45 445 Ιωάννινα 26510-65178 26510- 65178

23. Ένωση Καταναλωτών Νομού Αττικής

25ης Μαρτίου 4, Ταύρος. 210 82 31 817

24. Ένωση Καταναλωτών Νέας Ιωνίας Μαγνησίας

Κ. Καρτάλη 150, 382 21 Ν. Ιωνία Βόλου 24210- 32389 24210- 32389

25. Σύλλογος Προστασίας Τηλεθεατών

Ακαδημίας 37, 106 72 Αθήνα 210 3618849 210- 3619822

26. Ένωση Καταναλωτών Νομού Αιτωλ/νίας

Τσαλδάρη 48, 301 00 Αγρίνιο 26410-26957 26410- 24444

27. Σύλλογος Προστασίας Καταναλωτών Έδεσσας

Ίωνος Δραγούμη 2 582 00 Έδεσσα 23810-37305, Κιν: 6977 694186, 23810- 29966

28. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Σερρών

Περιστέρη Κωστοπούλου 12 691 22 Σέρρες 23210-20007 ,35411, Κιν: 6932 379885

29. Ένωση Καταναλωτών Ροδόπης

Πεζόδρομος Αντωνίου Παπαδήμα 14, 691 00 Κομοτηνή, 25310- 20011 25310- 20011

30. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Δυτ.Ελλάδος

Εμπορικό Κέντρο Πλατεία Γεωργίου Α΄ & Ρήγα Φεραίου 93 Πάτρα, 2610-622655

31. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Αθηνών

Αιόλου 100, 105 51 Αθήνα 210- 3239370, Κιν: 6945 427603, 210- 3239370

32. Ινστιτούτο Καταναλωτών Ρόδου

Καναδά 33, 851 00 Ρόδος 22410- 23749, 63290, 22410- 23787

33. Ινστιτούτο Καταναλωτών Φωκίδας

Λιανουλοπούλου 3 331 00 Αμφισσα 22650- 28352, Κιν: 6932 950083, 22650- 28352

34. Ινστιτούτο Καταναλωτών Ξάνθης

Φιλελλήνων 22 67100 ΞΑΝΘΗ 25410- 72203, Κιν: 6937 234236, 25410- 72203

35. Ένωση Καταναλωτών Μεσσηνίας "ΕΚΜΕ"

Κανάρη 86 24100, Καλαμάτα 27210- 93317- 85367- 24050, 27210- 93317, 85367

36. Ένωση Καταναλωτών Δυτ. Αθήνας-Πειραιά & ΝΗΣΩΝ

Κανάρη 6 12351 Αγ. Βαρβάρα 210 5446460 210- 5690341

37. Ένωση Καταναλωτών Κεφαλλονιάς & Ιθάκης (ΕΝ.ΚΑ.ΚΙ.)

Κρατ.Αερολιμένας Κεφαλλονιάς, ΤΚ 281 00, 26710-41510 ,28549, Κιν: 6932 968889

38. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση ΕΚΑΤΟ Δημοκρίτου 10, 54 352 Θεσσαλονίκη 2310 226426 - 949321, 2310 908519, Κιν: 6942 551455

39. Ένωση Καταναλωτών Καλλιθέας Φιλαρέτου 60 Καλλιθέα 210 95 88930, 210 9577044

40. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών «ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΖΩΗ» - Αλόνησος

Παράρτημα: Πατρ. Ιωακείμ 4, 546 22 Θεσ/νίκη 2310 22 09 18, 2310 241 655, 2310 22 09 18

41. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση Πελοποννήσου "ΕΚΑΤΟ"

Πηλέως 17 204 00 ΞΥΛΟΚΑΣΤΡΟ 27430 22737, 23661 27430- 25555

42. Ινστιτούτο Καταναλωτών Πιερίας "ΙΝΚΑ ΠΙΕΡΙΑΣ"

28ης Οκτωβρίου 40 Τ.Κ. 601 00 Κατερίνη 23510 92660, Κιν: 6973-740290, 23510 92659

43. ΚΕΠΚΑ Πρεβέζης

Υδραγωγείο Πρέβεζας, 481 00 Πρέβεζα 26820 22832 26820- 61385

44. Ένωση Καταναλωτών Νομού Δράμας

Πλατεία Ελευθερίας 19, 661 00 Δράμα 25210- 35 775 25210- 35 775

45. Ινστιτούτο Καταναλωτών Αρκαδίας

Τέρμα Φάνα 22100 Τρίπολη 2710 226127, 6974 100014, 2710- 237577

46. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Χαλκιδικής (Πολύγυρος)

Χάλκης 19 Τ.Κ. 551 32 Καλαμαριά Θεσ/νίκης 2310 451115, 2310 451133, Κιν: 6946 330611, 2310 451115

47. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Χαλκιδικής (Ν. Μουδανιά)

Εθνικής Αντιστάσεως 45, 632 00 Χαλκιδική 23730 24447, Κιν: 6977 468667, 23730 65271

48. Ινστιτούτο Καταναλωτών Άρτας

Μακρυγιάννη 15 Τ.Κ. 47100 Άρτα 26810-76959, Κιν: 6977 917566, 26810- 72220

49. Ένωση Καταναλωτών Γρεβενών

Γ. Μπουσίου 1 Τ.Κ. 511 00 Γρεβενά 24620- 25480 (κ. Γ. Νταγκούμας), 24620- 25480

50. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση Γρεβενών

Μ. Αλεξάνδρου 37, Τ.Κ. 51 100, Γρεβενά 24620-23491 24620- 28741

51. Ινστιτούτο Καταναλωτών Λακωνίας

Μενελάου 24, Τ.Κ. 231 00, Σπάρτη 27310 81342 27310 25233

52. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Φλώρινας

Ταχ. Θυρίδα 77 ΦΛΩΡΙΝΑ 23850-28326 κ. Κοΐδης, 23850-46793

53. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση Φλώρινας

(Ε.ΚΑΤ.Ο) Μ. Αλεξάνδρου 112 ΦΛΩΡΙΝΑ 23850- 29989 23850- 29989

54. INKA Κορινθίας

Κοραή 15 201 00 Κόρινθος 27410- 72386 27410- 75040 - 31785

55. INKA Αργολίδος

Δημοκρατίας 13, 212 00, Πυργέλα Άργος 27510- 61114 27510- 21881

56. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Νάουσας

Δημαρχίας 30, κτίριο ΔΗΚΕΝΑ, 592 00, Νάουσα 23320- 52152 23320- 52153

57. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών Κοζάνης

Ειρήνης 10, Γραφείο Ευρωένωση , 501 00, Κοζάνη 24610- 27180 24610- 27181

58. Πανελλήνιος Σύνδεσμος Επιβατών Ακτοπλοϊκών Συγκοινωνιών

Φίλωνος 48, 185 35 Πειραιάς 210 4531311- 4119329, 210 4134810

59. Ινστιτούτο Καταναλωτών Στερέας Ελλάδος

Αγ. Νικολάου 6 351 00 Λαμία 22310- 31129 22310- 21986

60. Σύλλογος Καταναλωτών Νομού Κιλκίς

Καυκάσου 2 ,611 00, Κιλκίς 23410-22455, 23410-25181, 23410-22455, 23410-25181

61. Ένωση Καταναλωτών Ρεθύμνου

Λεωφ. Πορτάλιου 28, 74100, Ρέθυμνο 28310-20315, Κιν: 6972070299 (κ. Ι. Παπατζανής)

62. Βιοκαταναλωτές για Ποιοτική Ζωή "ΒΙΟΖΩ"

Καπετάν Χρονά 55, 115 25, Αθήνα 210- 2282632, 210- 2116224, 210-3215773

63. Ελληνική Καταναλωτική Οργάνωση Αθήνας "ΕΚΑΤΟ ΑΘΗΝΑΣ"

Ακαδημίας 41, 106 72, Αθήνα 210- 3645800 210- 3600863

64. Ένωση Προστασίας Καταναλωτών Ν. Κιλκίς

Βυζαντίου 3, 611 00 Κιλκίς Κιν: 6944 572128 (κ. Βουλγαράκης), 23410 223841

