

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

**Η ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ**

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ : ΒΑΚΙΑΡΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΕΛΑ 74Β

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: ΜΠΟΤΩΝΑΚΗ ANNA

©

2010

ΔΗΛΩΣΗ

Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

Βακιάρου Εμμανουέλα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα λειτουργικά τρόφιμα αποτελούν μια νέα διατροφική πραγματικότητα στο χώρο των τροφίμων, η οποία συνεχώς βρίσκει έδαφος για να αναπτυχθεί. Ο λόγος αυτής της ανάπτυξης βασίζεται στην επιθυμία των καταναλωτών να ενισχύσουν τον οργανισμό τους μέσω της διατροφής αλλά και της ανάγκης τους να προλαμβάνουν τις ασθένειες παρά να τις θεραπεύουν. Τα λειτουργικά τρόφιμα εμφανίστηκαν για πρώτη φορά τη δεκαετία του 1980 στην Ιαπωνία και από εκεί εξαπλώθηκαν σ' ολόκληρο τον κόσμο. Η ραγδαία αυτή ανάπτυξη οδήγησε στη διεξαγωγή ερευνών για την καταναλωτική συμπεριφορά των ανθρώπων γύρω από τα λειτουργικά τρόφιμα και αποτέλεσε το λόγο συγγραφής της συγκεκριμένης πτυχιακής εργασίας.

Για την εκπόνηση της παρούσας εργασίας χρησιμοποιήθηκαν πληροφορίες από τη διεθνή βιβλιογραφία και διεξήχθη τόσο ποιοτική όσο και ποσοτική έρευνα για τη μέτρηση της τάσης και της αντίληψης των καταναλωτών, καθώς και της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς.

Τα σημαντικότερα αποτελέσματα που προέκυψαν από την ποιοτική έρευνα σχετικά με τους Σαμιώτες καταναλωτές είναι ότι εμπιστεύονται τα λειτουργικά τρόφιμα και τα καταναλώνουν σχεδόν καθημερινά για να επωφεληθούν από τις ιδιότητές τους. Η μεγάλη γκάμα των λειτουργικών τροφίμων επιτρέπει σ' όλη την οικογένεια να τα καταναλώνει, ενώ η τιμή δεν τους επηρεάζει στην αγορά αυτών των τροφίμων αφού η υγεία είναι εξέχουσας σημασίας γι' αυτούς. Από την άλλη πλευρά, οι εταιρείες παραγωγής λειτουργικών τροφίμων παράγουν αυτά τα τρόφιμα από την πολυετή πείρα τους και την εξέλιξη τους στο χώρο των τροφίμων. Οι εξειδικευμένες έρευνες που πραγματοποιούν και οι συνεργασίες με γιατρούς, ιατρικούς συλλόγους, κέντρα ερευνών και πανεπιστήμια, διασφαλίζουν την αποτελεσματικότητα των τροφίμων αυτών, ενώ σε κάθε περίπτωση, συνιστάται η κατανάλωσή τους στα πλαίσια μιας υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής καθώς θα πρέπει να ακολουθούνται και οι σχετικές ενδείξεις κατανάλωσης.

Όσον αφορά τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας, οι περισσότεροι ερωτηθέντες πιστεύουν ότι τα τρόφιμα μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στη διατήρηση αλλά και τη βελτίωση της υγείας τους, καθώς και να τους βοηθήσουν να αντιμετωπίσουν κάποια

προβλήματα υγείας. Από τους ερωτηθέντες που δήλωσαν ότι τα καταναλώνουν, σχεδόν όλοι τα εμπιστεύονται και τα έχουν προσθέσει στο διαιτολόγιό τους σε εβδομαδιαία βάση κυρίως για προληπτικούς λόγους. Η αναγνωρισιμότητα της μάρκας των λειτουργικών τροφίμων φαίνεται να παίζει σημαντικό ρόλο γι' αυτούς, ενώ η τιμή δεν τους επηρεάζει απόλυτα στην επιλογή αγοράς τους.

ΛΙΣΤΑ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Λίστα Πινάκων	iii
Λίστα Σχεδιαγραμμάτων.....	iv
Συντομογραφίες	v
Ευχαριστίες	vi
Αφιέρωση.....	vii
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Εισαγωγή	1
1.2 Στόχοι εργασίας	3
1.3 Διάρθρωση πτυχιακής.....	3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	5
ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ.....	5
2.1 Τα λειτουργικά τρόφιμα- ορισμός	5
2.2 Τα χαρακτηριστικά των λειτουργικών τροφίμων	6
2.2.1 Προϋποθέσεις και κατηγορίες λειτουργικών τροφίμων	6
2.2.2 Συστατικά λειτουργικών τροφίμων	8
2.3 Νομοθετικό πλαίσιο για τα λειτουργικά τρόφιμα.....	14
2.4 Συμπεράσματα	16
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	5
ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ	17
3.1 Συμπεριφορά καταναλωτών- ορισμός	17
3.2 Οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.....	17
3.3 Η αντίληψη των καταναλωτών ως προς την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων ...	20
3.4 Συμπεράσματα	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	23
ΜΕΛΕΤΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ (CASE STUDY).....	23
4.1 Η σειρά λειτουργικών τροφίμων της ΕΛΑΪΣ UNILEVER	23
4.2 Οι λειτουργικοί χυμοί ΕΥΖΗΝ από την ΑΜΙΤΑ	24
4.3 Η σειρά προϊόντων ΜΙΝΕΡΒΑ ΒΕΝΕΚΟΛ	26

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	28
ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ	28
5.1 Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας	28
5.2 Ανάλυση κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών	31
5.2.1 Η καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων.....	32
5.2.2 Η εμπιστοσύνη των ερωτηθέντων προς τα λειτουργικά τρόφιμα.....	34
5.3 Ανάλυση συνεντεύξεων των εταιρειών παραγωγής λειτουργικών τροφίμων	35
5.4 Συμπεράσματα	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	38
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	38
6.1 Εισαγωγή	38
6.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου	39
6.3 Μεθοδολογία δειγματοληψίας	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	43
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	43
7.1 Εισαγωγή	43
7.2 Χαρακτηριστικά δείγματος.....	43
7.3 Η επίδραση των τροφίμων στην καλή υγεία των καταναλωτών	45
7.4 Η γνώση των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα.....	47
7.5 Η καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων.....	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8	55
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	55
8.1 Εισαγωγή	55
8.2 Συμπεράσματα ποιοτικής έρευνας	56
8.3 Συμπεράσματα ποσοτικής έρευνας.....	57
8.4 Περιορισμοί και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα	58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	60
A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	60
B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ	60
Γ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ	60
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	64

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.1 Παραδείγματα καινοτόμων λειτουργικών τροφίμων	7
Πίνακας 2.2 Παραδείγματα συστατικών λειτουργικών τροφίμων	12
Πίνακας 5.1 Ερωτήσεις ποιοτικής έρευνας προς τους καταναλωτές	29
Πίνακας 5.2 Ερωτήσεις ποιοτικής έρευνας προς τις επιχειρήσεις.....	30
Πίνακας 5.3 Τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών του δείγματος...	31
Πίνακας 6.1 Τρόπος μέτρησης των απαντήσεων.....	40
Πίνακας 7.1 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με το ρόλο των τροφίμων στην καλή υγεία των ανθρώπων	45
Πίνακας 7.2 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα μέσα ενημέρωσης των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα	48
Πίνακας 7.3 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα μέσα ενημέρωσης των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα	49
Πίνακας 7.4 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τη συχνότητα κατανάλωσης των λειτουργικών τροφίμων	50
Πίνακας 7.5 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τις κατηγορίες των λειτουργικών τροφίμων που καταναλώνουν οι ερωτηθέντες	50
Πίνακας 7.6 Κατανομή του δείγματος στην ερώτησης αναφορικά με τους λόγους κατανάλωσης των λειτουργικών τροφίμων	51
Πίνακας 7.7 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την εμπιστοσύνη των ερωτηθέντων ως προς τις ιδιότητες των λειτουργικών τροφίμων	51
Πίνακας 7.8 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων ανεξάρτητα από τη γεύση τους	52
Πίνακας 7.9 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την επίδραση της διαφήμισης στην επιλογή αγοράς λειτουργικών τροφίμων	52
Πίνακας 7.10 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την αγορά ή όχι μιας άγνωστης μάρκας.....	53
Πίνακας 7.11 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την τιμή ως παράγοντα αγοράς των λειτουργικών τροφίμων.....	53
Πίνακας 7.12 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα χρήματα που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν οι καταναλωτές για την αγορά λειτουργικών τροφίμων	54

ΛΙΣΤΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Εικόνα 4.1 Ο ρόλος των φυτικών στανολών στην απορρόφηση της χοληστερίνης από το έντερο.....	27
Γράφημα 7.1 Κατανομή του δείγματος βάσει την ηλικία (%)	43
Γράφημα 7.2 Κατανομή του δείγματος βάσει το επίπεδο εκπαίδευση (%)	44
Γράφημα 7.3 Κατανομή του δείγματος βάσει το εισόδημα (%)	44
Γράφημα 7.4 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την βοήθεια που προσφέρει η υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή στην διατήρηση της καλής υγείας.....	45
Γράφημα 7.5 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την επίδραση των τροφίμων στη βελτίωση της υγείας (%)	46
Γράφημα 7.6 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την αντιμετώπιση παθήσεων – ασθενειών μέσω της διατροφής (%).....	46
Γράφημα 7.7 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την πρόληψη μιας ασθένειας μέσω της διατροφής (%).....	47
Γράφημα 7.8 Κατανομή των δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τη γνώση ύπαρξης των λειτουργικών τροφίμων (%)	47
Γράφημα 7.9 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων από τους ερωτηθέντες (%).....	49

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

ALA:	ω-3 λιπαρά οξέα φυτικής προέλευσης
DHA:	Δοκοσαεξανοϊκό οξύ
ΕΕ:	Ευρωπαϊκή Ένωση
EPA:	Λιπαρό εικοσαπεντανοϊκό οξύ
FAO:	Οργανισμός Τροφίμων και Γεωργίας
ΗΠΑ:	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
IFIC:	International Food Information Council
LDL:	Κακή χολιστερίνη
ΟΗΕ:	Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών
SCF:	Επιστημονική Επιτροπή Τροφίμων
UV:	Υπεριώδης Ακτινοβολία
WHO:	Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια Δρ. Άννα Μποτωνάκη για την πολύτιμη βοήθεια που μου πρόσφερε, την αμέριστη συμπαράστασή της, την καλοσύνη της και την υποστήριξή της καθ' όλη τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Επίσης, ευχαριστώ τον προϊστάμενο του τμήματος, Δρ. Ιωάννη Κοπανάκη για την υποστήριξη και τη συμπαράσταση που έδειξε σ' ένα προσωπικό πρόβλημα που προέκυψε κατά τη διάρκεια της εργασίας μου.

Τέλος, ευχαριστώ θερμά την οικογένειά μου τόσο για την οικονομική όσο και για την ψυχολογική στήριξη, χάρη στην οποία οφείλεται η ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

ΑΦΙΕΡΩΣΗ

Η παρούσα εργασία είναι αφιερωμένη στην μνήμη του πατέρα μου, που έφυγε τόσο γρήγορα από τη ζωή και δεν θα με δει να παίρνω το πτυχίο μου.....

«Χριστέ μου που 'σαι στα ψηλά
μια χάρη εγώ ζητώ σου,
πρόσεχε τον Πατέρα μου
σα να 'ναι άγγελός σου...»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγή

Επιστημονικές έρευνες έδειξαν ότι η διατροφή πέρα από το διαθρεπτικό της ρόλο βοηθάει σημαντικά στην επίτευξη της καλής σωματικής και πνευματικής υγείας, αφού δεν αποσκοπεί μόνο στην κάλυψη των αναγκών του οργανισμού σε ενέργεια και θρεπτικά συστατικά, αλλά λειτουργεί σαν εργαλείο ρύθμισης των φυσιολογικών λειτουργιών του οργανισμού. Η ανάγκη των ανθρώπων να θωρακίσουν τον οργανισμό τους μέσω της διατροφής, συντέλεσε στη δημιουργία μιας νέας κατηγορίας τροφίμων, των λειτουργικών τροφίμων (Ζωΐδης και Μουτζούρης, 2008).

Η ιδέα των λειτουργικών τροφίμων εμφανίστηκε για πρώτη φορά στην Ιαπωνία το 1980 για τρόφιμα που είχαν εμπλουτιστεί με συγκεκριμένα συστατικά ώστε να έχουν ευεργετικές φυσιολογικές δράσεις. Η ιδέα για την προώθηση αυτών των τροφίμων δημιουργήθηκε από Ιάπωνες επιστήμονες το 1984, όταν μελέτησαν τη σχέση μεταξύ διατροφής, γευστικής ικανοποίησης, ενεργοποίησης των φυσιολογικών συστατικών και εμπλουτισμού των τροφίμων (Πέτσιος, 2009). Στις μέρες μας, τα λειτουργικά τρόφιμα βρίσκουν ολοένα και μεγαλύτερη αναγνωρισιμότητα τόσο στην Αμερική, όσο και στην Ευρώπη και προβλέπεται ότι το 2050 μπορεί να αποτελούν το 50% της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων (CRCCY, 2008).

Τα λειτουργικά τρόφιμα επιδρούν θετικά σε μία ή περισσότερες λειτουργίες του οργανισμού, όπως καλύτερη πέψη, καλύτερη εντερική λειτουργία, πρόληψη του καρκίνου και βελτίωσης στους μεταβολικούς ρυθμούς, πίεση του αίματος, ενεργειακά επίπεδα κλπ. (Κόλλια, 2008). Πολλοί άνθρωποι πιστεύουν ότι τα λειτουργικά τρόφιμα μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο σε κάθε φάση της ζωής τους, όπως για π.χ. να μειώσουν τις πιθανότητες για οστεοπόρωση στις γυναίκες που βρίσκονται στην εμμηνόπαυση, να μειώσουν τον κίνδυνο για καρδιοπάθειες στους μεσήλικες άνδρες, στην καταπολέμηση της χοληστερίνης κ.ά. Πρέπει να σημειωθεί ότι για να επωφεληθεί ο οργανισμός από τις ευεργετικές ιδιότητες των λειτουργικών τροφίμων, θα πρέπει να καταναλώνονται στα πλαίσια μιας ισορροπημένης διατροφής (Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(α), 2008).

Εντούτοις, υπάρχουν επιφυλάξεις για τις επιδράσεις των λειτουργικών τροφίμων στον οργανισμό. Αυτό προκύπτει από δηλώσεις ειδικών, όπως του κου Γεωργίου Πανοτόπουλου, παθολόγου-διατροφολόγου, ο οποίος αναφέρει ότι δεν έχουν ανάγκη τα λειτουργικά τρόφιμα όλοι οι άνθρωποι. Διευκρινίζει όμως, ότι άτομα που έχουν πολύ άγχος, κάνουν συνέχεια δίαιτα και δεν έχουν μια ισορροπημένη διατροφή, μπορεί να ωφεληθούν από την κατανάλωση τέτοιων τροφίμων (Γεωργιοπούλου, 2009). Στο ίδιο μοτίβο κινείται και η δήλωση του κου Αντώνη Καφάτου, καθηγητή προληπτικής ιατρικής και διατροφής του Πανεπιστημίου Κρήτης, ο οποίος δηλώνει ότι «ο εμπλουτισμός τροφίμων με σίδηρο (τα εμπλουτισμένα δημητριακά και γάλατα περιέχουν είκοσι φορές περισσότερο σίδηρο από το μητρικό γάλα) μπορεί σε παιδιά χωρίς σιδηροπενία να αναστείλει την ανάπτυξή τους. Επιπλέον, η υπερφόρτωση με σίδηρο οδηγεί σε αποχρωμάτωση και έμφραγμα, αυξάνει το οξειδωτικό στρες και τις χρόνιες λοιμώξεις και εμποδίζει την απορρόφηση ψευδαργύρου και βιταμίνης Ε» (Κατσανοπούλου, 2009). Τέλος, η καθηγήτρια διατροφολογίας του πανεπιστημίου της Αϊόβα, Οσκάνα Ματβιένκο, υποστηρίζει ότι η φυτοστερόλη δεν πρέπει να καταναλώνεται από τα παιδιά γιατί υπάρχουν πολλά ερωτηματικά γύρω από τις μακροπρόθεσμες επιπτώσεις της φυτοστερόλης στον οργανισμό (Λεοντοπούλου και Πετροπούλου, 2009).

Παρά τις επιφυλάξεις για τις ιδιότητες αυτών των τροφίμων, ο ρυθμός ανάπτυξης χαρακτηρίζεται υψηλός. Το 1997, εκτιμήθηκε ότι η ευρωπαϊκή αγορά λειτουργικών τροφίμων θα έφτανε τα 132 δις δρχ., από τα οποία το 65% ανήκε μόνο στα γαλακτοκομικά προϊόντα. Το 1998, οι πωλήσεις των λειτουργικών τροφίμων έφθασαν τα 2,6 δις δρχ. στην ευρωπαϊκή αγορά, τα 1,5 δις δρχ. στις ΗΠΑ και τα 22 δις δρχ. στην Ιαπωνία, τη γενέτειρα της ιδέας των λειτουργικών προϊόντων. Υπολογίζεται, ότι η Γαλλία κυριαρχεί στις πωλήσεις λειτουργικών γιαουρτιών, η Μεγάλη Βρετανία στις πωλήσεις λειτουργικών γαλάτων και εξελίσσονται δυναμικά η Γερμανία, η Ισπανία, η Ιταλία και οι Κάτω Χώρες (Κόλλια, 2008). Το 2000, η αγορά των λειτουργικών τροφίμων αποτελούσε το 3% της συνολικής παγκόσμιας αγοράς τροφίμων, γι' αυτό και πολυεθνικές εταιρείες όπως η Unilever, η Nestle, η Kraft και η Danone άρχισαν να επενδύουν σημαντικά στην έρευνα αυτών των προϊόντων. Το 2004 σημειώθηκε αύξηση 45% στις πωλήσεις των λειτουργικών τροφίμων και ειδικότερα στην κατηγορία την προβιοτικών γιαουρτιών με ποσοστό 80% (Λεοντοπούλου και Πετροπούλου, 2009). Το 2005, οι πωλήσεις των λειτουργικών τροφίμων, σε παγκόσμιο επίπεδο, πλησίασαν

σε αξία τα 83 δις δολ. και προβλέπεται ότι το 2050 μπορεί να αποτελέσουν το 50% της παγκόσμιας αγοράς τροφίμων. Όσον αφορά την Ελλάδα και την Κύπρο, τα λειτουργικά τρόφιμα παρουσιάστηκαν πρόσφατα, αλλά φαίνεται να βρίσκουν πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθούν (CRCCY, 2008).

1.2 Στόχοι εργασίας

Κύριος στόχος της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη της συμπεριφοράς των καταναλωτών ως προς την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων σε συνάρτηση με τα συμβατικά. Λαμβάνοντας υπόψη το σημαντικό ρόλο που μπορεί να διαδραματίσουν τα τρόφιμα στην καλή υγεία των ανθρώπων, τέθηκαν οι ακόλουθοι στόχοι:

1. Η μελέτη των κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών των καταναλωτών και ο τρόπος με τον οποίο επιδρούν στην απόφασή τους να καταναλώσουν λειτουργικά τρόφιμα.
2. Η μελέτη των στάσεων και των αντιλήψεων των καταναλωτών για τα τρόφιμα και ιδιαίτερα για τα λειτουργικά τρόφιμα.
3. Η διερεύνηση των παραγόντων που οδηγούν στην κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων.
4. Να διερευνηθούν οι λόγοι που παράγουν τα λειτουργικά τρόφιμα οι εταιρείες παραγωγής τους, καθώς και ο τρόπος με τον οποίο τα διαχειρίζονται.

1.3 Διάρθρωση πτυχιακής

Η παρούσα πτυχιακή εργασία αποτελείται από οκτώ επιμέρους κεφάλαια, καθένα από τα οποία πραγματεύεται μια σειρά εννοιών και ερευνητικών αποτελεσμάτων. Παρακάτω, αναφέρεται περιληπτικά το περιεχόμενο του κάθε κεφαλαίου.

Το *πρώτο κεφάλαιο* εισαγάγει τον αναγνώστη στο θέμα της εργασίας, παραθέτει τους στόχους της και παρουσιάζει τη διάρθρωσή της.

Στο *δεύτερο κεφάλαιο* αναλύεται ο ορισμός και η έννοια των λειτουργικών τροφίμων καθώς και τα χαρακτηριστικά τους. Η υψηλή αξία των τροφίμων στον ανθρώπινο οργανισμό, επιβάλλει τη μελέτη του νομοθετικού πλαισίου των λειτουργικών τροφίμων.

Στο **τρίτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται η μελέτη για τη συμπεριφορά των καταναλωτών ως προς την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων στον Ελλαδικό χώρο. Αναλύονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική τους συμπεριφορά και διερευνάται η αντίληψη που έχουν για τη συγκεκριμένη κατηγορία τροφίμων.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται οι περιπτώσεις τριών επιχειρήσεων που παράγουν λειτουργικά τρόφιμα.

Στο **πέμπτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται μια ποσοτική έρευνα που έχει πραγματοποιηθεί σε καταναλωτές της Σάμου καθώς και σε επιχειρήσεις της Στερεάς Ελλάδας .

Στο **έκτο κεφάλαιο** παρουσιάζεται η μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε για την πρωτογενή έρευνα που διεξήχθη με ερωτηματολόγια.

Στο **έβδομο κεφάλαιο** παρατίθενται τα αποτελέσματα που έχουν προκύψει από την ποσοτική έρευνα.

Στο **όγδοο κεφάλαιο** δίνονται τα συμπεράσματα της έρευνας, οι περιορισμοί και οι λύσεις που αρμόζουν κατά περίπτωση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

2.1 Τα λειτουργικά τρόφιμα – ορισμός

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής και οι ανάγκες των καταναλωτών, ώθησαν τη βιομηχανία τροφίμων να εισάγουν στην αγορά μια νέα κατηγορία τροφίμων, τα λεγόμενα λειτουργικά τρόφιμα (functional food). Μέχρι σήμερα ο όρος αυτός δεν έχει έναν κοινά αποδεκτό ορισμό, όμως, για να εκφράσουν τη «λειτουργικότητα» της νέας κατηγορίας τροφίμων πολλοί διεθνείς οργανισμοί έχουν προτείνει τους εξής ορισμούς:

1. «Λειτουργικά είναι τα τρόφιμα που προσφέρουν συγκεκριμένα υγιεινά οφέλη, πέραν του διαθρεπτικού περιεχομένου τους», σύμφωνα με το International Food Information Council (IFIC),
2. «Λειτουργικά είναι τα τρόφιμα παρόμοια σε εμφάνιση με τα συμβατικά, τα οποία καταναλώνονται στα πλαίσια συνήθους διαίτας και προσφέρουν πέραν των διαθρεπτικών τους ιδιοτήτων και αποδεδειγμένα οφέλη στη μείωση του κινδύνου εμφάνισης χρόνιων παθήσεων», σύμφωνα με τον Health Canada,
3. «Λειτουργικά είναι τα τρόφιμα στα οποία η συγκέντρωση ενός ή περισσότερων συστατικών του έχει αυξηθεί ώστε να ενισχυθεί η συνεισφορά τους στην υγεία», σύμφωνα με το Institute of Medicine National Academy of Sciences (US), όπως αναφέρονται στο (Ξενάκης, 2008).

Οι διαφορές των παραπάνω ορισμών οφείλονται στη διαφορετική πολιτική που ασκούν οι ελεγκτικοί φορείς των κρατών όπως οι ΗΠΑ (Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής), η Ιαπωνία και η ΕΕ (Ευρωπαϊκή Ένωση). Έτσι, όσον αφορά στους περιορισμούς έγκρισης στους οποίους υπόκεινται τα λειτουργικά τρόφιμα στην ΗΠΑ και στην Ιαπωνία είναι πολύ λιγότεροι από αυτούς της ΕΕ. (Ξενάκης, 2008).

Γενικότερα, ο πιο συχνά χρησιμοποιούμενος ορισμός για τα λειτουργικά τρόφιμα είναι ο ακόλουθος: «Λειτουργικά είναι τα τρόφιμα που έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να παρέχουν κάποιο συγκεκριμένο όφελος για την υγεία, πέρα από τα θρεπτικά συστατικά που ούτως ή

άλλως περιέχουν» (Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(α), 2008, Ζωΐδης και Μουντζούρης, 2008, Κόλλια, 2008).

2.2 Τα χαρακτηριστικά των λειτουργικών τροφίμων

Τα λειτουργικά τρόφιμα ονομάστηκαν έτσι, χάρη στην ιδιότητά τους να προσφέρουν επιπλέον όφελος στον οργανισμό απ' ότι τα συμβατικά τρόφιμα. Για να φέρουν αυτόν τον “τίτλο” πρέπει να διακρίνονται από συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τα οποία παρουσιάζονται στις επόμενες παραγράφους.

2.2.1 Προϋποθέσεις και κατηγορίες λειτουργικών τροφίμων

Τα λειτουργικά τρόφιμα έχουν τη δυνατότητα να επιδρούν θετικά σε μία ή περισσότερες λειτουργίες του οργανισμού, όπως στην ανάπτυξη, τον μεταβολισμό, την αντιοξειδωτική άμυνα, το ανοσοποιητικό σύστημα, τις λειτουργίες συμπεριφοράς, διάθεσης και νόησης, την προστασία του καρδιακού συστήματος και την καλή λειτουργία του πεπτικού συστήματος (Ζωΐδης και Μουντζούρης, 2008). Επιπλέον, εκτιμάται ότι μπορούν να συμβάλουν σημαντικά στον έλεγχο και στη διατήρηση του σωματικού βάρους, με τρόφιμα υψηλής περιεκτικότητας σε πρωτεΐνες και φυτικές ίνες, οι οποίες προκαλούν αύξηση της αίσθησης του κορεσμού (Ιωάννου και Ρίσβας, 2009).

Η βασική προϋπόθεση για να χαρακτηριστεί ένα τρόφιμο ως λειτουργικό, είναι να αποδεικνύεται επιστημονικά ότι έχει ωφέλιμες επιδράσεις σε τουλάχιστον μία από τις φυσιολογικές λειτουργίες του οργανισμού, έτσι ώστε να βελτιώνει την κατάσταση υγείας του καταναλωτή ή και να μειώνει τον κίνδυνο πρόσληψης κάποιων ασθενειών (Ζωΐδης και Μουντζούρης, 2008). Επιπλέον, πρέπει να ισχύουν τα παρακάτω:

1. Να είναι τρόφιμο και όχι φάρμακο, δηλαδή να μην είναι σε μορφή χαπιού, κάψουλας ή σκόνης.
2. Να καταναλώνεται ως μέρος μιας φυσιολογικής και ισορροπημένης διατροφής.
3. Να δρα ωφέλιμα στην υγεία κατά τη διάρκεια της πέψης.

Για να γίνει ένα τρόφιμο λειτουργικό, πρέπει να υποστεί μία από τις παρακάτω διαδικασίες:

- i. Να μειωθεί στο ελάχιστο η περιεκτικότητα των συστατικών που ενδέχεται να επιδρούν αρνητικά κατά τη λήψη τους.

- ii. Να αυξηθεί η συγκέντρωση ενός φυσικού συστατικού του τροφίμου, έτσι ώστε να παρέχει ωφέλημα αποτελέσματα στον οργανισμό.
- iii. Να αντικατασταθεί ένα συστατικό, του οποίου η κατανάλωση είναι δυνατόν να προκαλέσει αρνητικά αποτελέσματα στην υγεία, με ένα άλλο, το οποίο αποδεδειγμένα προσφέρει οφέλη στον οργανισμό.
- iv. Να αυξηθεί η βιοδιαθεσιμότητα ή η σταθερότητα ενός συστατικού, το οποίο προκαλεί ευεργετικά αποτελέσματα (Κούτσικας και Παπαχρήστου, 2008).

Οι κατηγορίες των λειτουργικών προϊόντων είναι:

1. Γαλακτοκομικά προϊόντα
2. Βρεφικά γάλατα
3. Δημητριακά
4. Μπισκότα
5. Προϊόντα αρτοποιίας
6. Έτοιμα γεύματα
7. Κρεατοσκευάσματα
8. Προϊόντα διαίτης
9. Γλυκαντικές ύλες
10. Γλυκίσματα και
11. Ροφήματα (Ζωΐδης και Μουντζούρης, 2008).

Παρακάτω παρατίθεται ο πίνακας 2.1 ο οποίος παρουσιάζει ενδεικτικά κάποια λειτουργικά τρόφιμα και τα οφέλη τους.

Πίνακας 2.1 Παραδείγματα καινοτόμων λειτουργικών τροφίμων

Τρόφιμο	Παρεχόμενο όφελος
Γάλατα του έχουν υποστεί ζύμωση και γιαούρτια με προβιοτικές καλλιέργειες που είναι «Ζωντανά» (δηλαδή περιέχουν ζωντανούς τους ευεργετικούς μικροοργανισμούς)	Βελτιώνει τη λειτουργία του πεπτικού συστήματος
Μαργαρίνη, γιαούρτι, αλειφόμενο τυρί (με φυτικές στερόλες/στανόλες)	Οι φυτικές στερολές και στανόλες μειώνουν τη χοληστερόλη και τον κίνδυνο για καρδιοπάθεια.
Αβγά πλούσια σε λιπαρά οξέα ω-3	3-4 αβγά την εβδομάδα παρέχουν την συνιστώμενη ποσότητα ω-3 λιπαρών οξέων για τη μείωση του κινδύνου

	καρδιοπάθειας
Δημητριακά πρωινού εμπλουτισμένα με φυλλικό οξύ	Η προσθήκη φυλλικού οξέως μειώνει τον κίνδυνο εμφάνισης γέννησης βρεφών με προβλήματα του νευρικού σωλήνα (π.χ. δισχίδη ράχη).
Ψωμί, μπάρες από μούσλι εμπλουτισμένα με ισοφλαβόνες	Η προσθήκη ισοφλαβονών μειώνει πιθανά τον καρκίνο του μαστού και του προστάτη, καρδιοπαθειών και οστεοπόρωσης.

Πηγή: (Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(α), 2008)

2.2.2 Συστατικά λειτουργικών τροφίμων

Όπως αναφέρθηκε και στην παραπάνω παράγραφο, τα λειτουργικά τρόφιμα για να είναι λειτουργικά πρέπει να αυξηθεί ή να μειωθεί η περιεκτικότητα ενός συστατικού τους, καθώς και να αφαιρεθεί ή να προστεθεί ένα συστατικό που θεωρείται αντίστοιχα, επιβλαβές ή ωφέλιμο για τον οργανισμό. Βάσει των παραπάνω, είναι σημαντικό να μελετήσουμε τα συστατικά που προστίθενται ή/ και αυξάνεται η περιεκτικότητά τους σε ένα τρόφιμο, έτσι ώστε να προσφέρουν οφέλη στην υγεία των καταναλωτών. Τα συστατικά αυτά, αναλύονται παρακάτω:

1) Προβιοτικά

Τα προβιοτικά είναι μια κατηγορία τροφίμων που περιέχουν ζωντανούς μικροοργανισμούς, οι οποίοι θεωρούνται ευεργετικοί για τον ανθρώπινο οργανισμό. Στα προβιοτικά προϊόντα χρησιμοποιούνται βακτήρια που ανήκουν στα γένη *Lactobacillus*, *Lactococos*, *Bifidobacterium* και ο μύκητας *Saccharomyces boulardii* (Ισαρη και Παπανικήτας, 2008, Ανυφαντάκη, 2008, Σουφλέρη, 2008). Ως προβιοτικοί μικροοργανισμοί, ορίζονται «οι ζωντανοί μικροοργανισμοί που όταν καταναλώνονται στις κατάλληλες δόσεις, συμβάλλουν στη βελτίωση της υγείας, βελτιώνοντας την ισορροπία της εντερικής μικροχλωρίδας». Η δράση των μικροοργανισμών οφείλεται στο γεγονός ότι επιβιώνουν κατά τη διαδικασία της πέψης και πηγαίνουν στο έντερο από όπου ασκούν την ωφέλιμη για τον οργανισμό δράση τους (Ανυφαντάκη, 2008). Έτσι, πιστεύεται ότι «συμβάλλουν στη διατήρηση ενός υγιούς πεπτικού συστήματος και βοηθούν στην ενδυνάμωση του ανοσοποιητικού συστήματος» (Ισαρη και Παπανικήτας, 2008).

Τα προβιοτικά προϊόντα διακρίνονται στα εξής:

- Γιαούρτια

- Ρευστά όξινα γάλατα, με ή χωρίς φρούτα
- Τυριά και
- Παγωτά.

Τα προϊόντα αυτά, μπορεί να έχουν αντιμικροβιακές, ανοσορρυθμιστικές, αντικαρκινικές, αντιδιαρροϊκές, αντιαλλεργικές και αντιοξειδωτικές δράσεις (Ανυφαντάκη, 2008).

2) Πρεβιοτικά

Τα πρεβιοτικά είναι υδατάνθρακες οι οποίοι δεν μπορούν να απορροφηθούν από το πεπτικό σύστημα και πηγαίνουν, χωρίς να αλλοιωθούν, στο παχύ έντερο. Τα κυριότερα πρεβιοτικά είναι η ινουλίνη και οι φρουκτο- ολιγοσακχαρίτες. Τα τρόφιμα τα οποία περιέχουν πρεβιοτικά είναι φυσικές τροφές όπως τα ραδίκια, οι αγκινάρες, τα πράσα, τα κρεμμύδια και τα σπαράγγια (Ισαρη και Παπανικήτας, 2008), καθώς και γαλακτοκομικά προϊόντα, όπως τα γιαούρτια και τα ρευστά όξινα γάλατα, τα οποία παρουσιάζουν αντικαρκινική και αντιμικροβιακή δράση και σχετίζονται και με την ενίσχυση της ανάπτυξης των προβιοτικών μικροοργανισμών. Τα πρεβιοτικά προϊόντα που περιέχουν φρουκτο- ολιγοσακχαρίτες έχουν επιπρόσθετες θετικές επιδράσεις στον ανθρώπινο οργανισμό, αφού σχετίζονται με την αύξηση του ασβεστίου και του μαγνησίου στο παχύ έντερο. Το ασβέστιο και το μαγνήσιο είναι υπεύθυνα για τη ρύθμιση του ρυθμού αναπλήρωσης των κυττάρων του εντερικού τοιχώματος. Επιπρόσθετα, οι ολιγοσακχαρίτες βοηθούν τον οργανισμό να απορροφήσει το ασβέστιο και το μαγνήσιο, συνεισφέροντας στην πρόληψη της οστεοπενίας και της οστεοπόρωσης (Ανυφαντάκη, 2008).

3) Συμβιωτικά

Τα συμβιωτικά είναι μια κατηγορία τροφίμων που περιέχει ένα συνδυασμό προβιοτικών και πρεβιοτικών συστατικών, τα οποία βελτιώνουν την ύπαρξη και την εγκατάσταση συγκεκριμένων ζωντανών μικροοργανισμών στο πεπτικό σύστημα. Έρευνες έχουν δείξει ότι ο συνδυασμός των συστατικών αυτών είναι καλύτερος από τη μεμονωμένη χρήση τους (Ανυφαντάκη, 2008).

4) Φυτικές στερόλες

Οι φυτικές στερόλες είναι ουσίες που βρίσκονται σε φυτικές τροφές όπως τα φρούτα, τα λαχανικά, οι ξηροί καρποί, τα φυτικά έλαια, τα δημητριακά και οι σπόροι. «Αποτελούν

βασικά συστατικά των μεμβρανών των φυτικών κυττάρων και χημικά μοιάζουν με την χοληστερόλη». Η ομοιότητα αυτή, έχει σαν αποτέλεσμα οι φυτικές στερόλες να ανταγωνίζονται τη χοληστερόλη και οι πρώτες, να τοποθετούνται στις θέσεις του γαστρεντερικού συστήματος, στις οποίες κανονικά θα έπρεπε να τοποθετηθεί η χοληστερόλη των τροφών. Με τον τρόπο αυτό, εμποδίζεται η απορρόφησή της και η άνοδος των επιπέδων της στο αίμα. Με τη διατήρηση της κακής χοληστερόλης (LDL) σε χαμηλά επίπεδα, επιτυγχάνεται διατήρηση της υγείας του καρδιαγγειακού συστήματος και κατά συνέπεια, αποφυγή εμφραγμάτων και εγκεφαλικών επεισοδίων. Λόγω της παραπάνω ιδιότητας των φυτικών στερολών και του γεγονότος, ότι βρίσκονται σε μικρές ποσότητες στις φυτικές τροφές, η βιομηχανία τροφίμων δημιούργησε προϊόντα όπως μαργαρίνες, γάλατα και επιδόρπια γιαουρτών, χρησιμοποιώντας τις ανάλογες ποσότητες φυτοστερολών έτσι ώστε να συμβάλουν στη μείωση της LDL – χοληστερίνης. (Σουφλέρη, 2008). Έπειτα από μελέτες, αποδείχτηκε ότι με την καθημερινή πρόσληψη 2g φυτικών στερολών επιτυγχάνεται πτώση της χοληστερόλης από 10 – 15% (Ξενάκης, 2008). Σ' αυτό συμφωνεί και η βρετανική επιτροπή αξιολόγησης τροφίμων (Food Standards Agency), αναφέροντας τα παρακάτω σε πόρισμά της: «Η αποτελεσματικότητα των φυτικών στερολών στη μείωση των επιπέδων της χοληστερόλης στο αίμα έχει τεκμηριωθεί ευρέως. Μελέτες έχουν καταδείξει ότι η κατανάλωση ενός μέχρι τριών γραμμαρίων φυτικών στερολών καθημερινά μειώνει τα επίπεδα της LDL – χοληστερόλης κατά 5- 15%» (Σουφλέρη, 2008).

5) Λυκοπένιο

«Το λυκοπένιο είναι ένα καροτενοειδές που προσδίδει το κόκκινο χρώμα σε φυτικά τρόφιμα όπως η ντομάτα, το καρπούζι, το ροζ γκρέιπφρουτ, το σαγκουίνι, κλπ. Είναι ισχυρό αντιοξειδωτικό με αποδεδειγμένη ικανότητα δέσμευσης ελευθέρων ριζών. Συσχετίζεται με την προστατευτική δράση κατά μορφών καρκίνου όπως του προστάτη και του στήθους, αλλά και κατά της αθηρωμάτωσης και συναφών καρδιοπαθειών». Η περιεκτικότητά του αυξάνεται, όταν για παράδειγμα από τομάτα μετατραπεί σε σάλτσα ή πολτό. Μια ανάλογη συμπεριφορά έχει και η μεταβολή της βιοδιαθεσιμότητάς του στον ανθρώπινο οργανισμό μέσα από τα τρόφιμα. Το πρόβλημα όμως που διέπει το λυκοπένιο είναι ότι παραμένει αδιάλυτο στο νερό και στο λάδι. Στο σημείο αυτό, επεμβαίνει η βιομηχανία τροφίμων χρησιμοποιώντας τη νανοτεχνολογία και συγκεκριμένα, τη νανοδιασπορά. Χρησιμοποιώντας

αυτή τη μέθοδο- τεχνολογία, επιτυγχάνεται η διαλυτότητα του συγκεκριμένου συστατικού (Ξενάκης, 2008).

6) Λουτεΐνη

«Η λουτεΐνη είναι ένα άλλο καροτενοειδές που βρίσκεται σε διάφορα πράσινα λαχανικά όπως οι λαχανίδες, το μπρόκολο, το σπανάκι, κλπ. Είναι ισχυρό αντιοξειδωτικό με αποδεδειγμένη ικανότητα δέσμευσης ελευθέρων ριζών. Συσχετίζεται με την προστατευτική δράση κατά παθήσεων των οφθαλμών όπως ο καταρράκτης και ο γεροντικός εκφυλισμός ωχράς κυλίδος. Δρα ως φίλτρο για υψηλής ενέργειας ακτινοβολίες (βαθύ γαλάζιο-σχεδόν UV) και εντοπίζεται στην ωχρά κυλίδα του ματιού». Η περιεκτικότητα της λουτεΐνης εξαρτάται, όπως και του λυκοπενίου, από τον τύπο του τροφίμου γι' αυτό και το σπανάκι μαγειρεμένο παρουσιάζει μεγαλύτερη περιεκτικότητα λουτεΐνης απ' ό,τι όταν καταναλώνεται ωμό. Για την παρασκευή λειτουργικών τροφίμων με λουτεΐνη και σ' αυτή την περίπτωση, χρησιμοποιείται η τεχνολογία της νανοδιασποράς (Ξενάκης, 2008).

7) Ω-3 λιπαρά οξέα

Τα ω-3 λιπαρά οξέα είναι πολυακόρεστα λιπαρά που περιέχονται στα ψάρια, όπως οι σαρδέλες, ο τόνος και ο σολομός καθώς και στα φυτά, όπως τα καρύδια, τα πράσινα φυλλώδη λαχανικά, το λιναρόσπορο, το καρυδέλαιο και το σογιέλαιο. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι τα ω-3 λιπαρά προστατεύουν από τις καρδιακές ασθένειες και τα εμφράγματα, ενώ μια συγκεκριμένη κατηγορία λιπαρών οξέων που περιέχονται στο μητρικό γάλα βοηθάει στην ανάπτυξη της όρασης και στη διανοητική ανάπτυξη του παιδιού. Τα ω-3 λιπαρά οξέα φυτικής προέλευσης (ALA) χρησιμεύουν στον οργανισμό για την παραγωγή του λιπαρού εικοσαπεντανοϊκού οξέος (EPA) και του δοκοσαεξανοϊκού οξέος (DHA). Λόγω του ότι η διαδικασία αυτή δεν μπορεί να προσφέρει στον οργανισμό επαρκείς ποσότητες λιπαρών οξέων, πρέπει να γίνεται και λήψη μέσω της διατροφής. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, τα ω-3 περιέχονται σε κάποιες τροφές όπως τα ψάρια και τα φυτά. Με την εξέλιξη όμως της τεχνολογίας, οι βιομηχανίες τροφίμων παράγουν τρόφιμα (λειτουργικά) εμπλουτισμένα με ω-3 λιπαρά, όπως μαργαρίνες, γαλακτοκομικά προϊόντα, αρτοσκευάσματα ακόμα και αβγά. Τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει ο οργανισμός από την κατανάλωση ω-3 λιπαρών οξέων, αναφέρονται παρακάτω:

- Βοηθάει στη μείωση της ακαμψίας και του πόνου των αρθρώσεων που προκαλείται από τη ρευματοειδή αρθρίτιδα.
- Ενισχύει τη συγκέντρωση και τη μάθηση ενός μικρού ποσοστού παιδιών (Ισαρη και Παπανικήτας, 2008).
- Κάποια λιπαρά οξέα που περιέχονται στο μητρικό γάλα, βοηθούν στην ανάπτυξη της όρασης και τη διανοητική ανάπτυξη του παιδιού.
- Τέλος, βοηθούν στην πρόληψη των καρδιοπαθειών. Είναι χαρακτηριστικό, ότι η κατανάλωση 1g ω-3 λιπαρών οξέων ημερησίως, υποδιπλασιάζει τη θνησιμότητα μετά από ένα έμφραγμα. (Σουφλέρη, 2008).

Παρακάτω, ακολουθεί ένας πίνακας με αναφορές στα συστατικά των λειτουργικών τροφίμων και στα οφέλη που προσφέρουν στον οργανισμό.

Πίνακας 2.2: Παραδείγματα συστατικών λειτουργικών τροφίμων

Κατηγορία/Συστατικά	Πηγή προέλευσης	Ισχυριζόμενο ή Πιθανό όφελος
Καροτενοειδή		
α-καροτένιο	Καρότα	Ουδετεροποιεί τις ελεύθερες ρίζες που προκαλούν ζημιές στα κύτταρα
β-καροτένιο	Φρούτα, λαχανικά	Ουδετεροποιεί τις ελεύθερες ρίζες
Λουτεΐνη	Πράσινα λαχανικά	Συνεισφέρει στη διατήρηση της υγιούς όρασης
Λυκοπένιο	Προϊόντα τομάτας	Μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο καρκίνου του προστάτη
Ζεαξανθίνη	Αυγά, εσπεριδοειδή, καλαμπόκι	Συνεισφέρει στη διατήρηση της υγιούς όρασης
Προϊόντα Υδρόλυσης κολλαγόνου		
Προϊόντα Υδρόλυσης κολλαγόνου	Ζελατίνη	Μπορεί να διορθώσει συμπτώματα οστεοαρθρίτιδας
Διαιτητικές ίνες		
Αδιάλυτες ίνες	Σταρένιο πίτουρο	Μειώνει τον κίνδυνο για τον καρκίνο του στήθους και του παχέως εντέρου
Βήτα γλυκάνη	Βρώμη	Μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων
Διαλυτές ίνες	<i>Psyllium</i>	Μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων
Ολόκληροι σπόροι	Σπόροι δημητριακών	Μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων
Λιπαρά οξέα		

Ωμέγα-3 λιπαρά οξέα - DHA / EPA	- Τόνος, ψάρια και ιχθυέλαια	Μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων και βελτιώνει τις πνευματικές και οπτικές λειτουργίες
Ακόρεστο λινολεϊκό οξύ (CLA)	Τυρί και προϊόντα κρέατος	Βελτιώνει τη σύνθεση του σώματος και μειώνει τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Φλαβονοειδή		
Ανθοκυανιδίνες	Φρούτα	Μειώνουν τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Κατεκίνια	Τσάι	Μειώνουν τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Φλαβονόνες	Κίτρα	Μειώνουν τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Φλαβόνες	Φρούτα / λαχανικά	Μειώνουν τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Γλυκοσινολικά, Ινδόλες, Ισοθειοκυανικά		
Σουλφοραφάνη	λαχανικά του γένους <i>cruciferous</i>	Μειώνει τον κίνδυνο για ορισμένους τύπους καρκίνου
Φαινόλες		
Καφεϊκό οξύ, Φερουλικό οξύ	Φρούτα, λαχανικά, κίτρα	Μειώνει τον κίνδυνο εκφυλιστικών ασθενειών, καρδιακών παθήσεων και ασθενειών στα μάτια
Φυτοστερόλες		
Στανολικός εστέρας	Καλαμπόκι, σόγια, σιτάρι	Μειώνει τα επίπεδα χοληστερόλης στο αίμα
Πρεβιοτικά/ Προβιοτικά		
Φρουκτο - ολιγοσακχαρίτες (FOS)	Αγκινάρες Jerusalem, φρέσκο κρεμμύδι, κρεμμύδι σε σκόνη	Βελτιώνουν την γαστροεντερική υγεία
<i>Lactobacillus</i>	Γιαούρτι, γαλακτοκομικά προϊόντα	Βελτιώνουν την γαστροεντερική υγεία, μειώνουν την διάρροια από τα βακτήρια
Σάπωνες		
Σάπωνες	Σόγια, τρόφιμα από σόγια, τρόφιμα που περιέχουν πρωτεΐνη σόγιας	Μειώνουν την LDL χοληστερόλη και περιέχουν αντικαρκινικά ένζυμα
Πρωτεΐνη σόγιας		
Πρωτεΐνη σόγιας	Σόγια και τρόφιμα από σόγια	25 g /ημέρα μειώνουν τον κίνδυνο καρδιακών παθήσεων
Φυτοιστρογόνα		
Ισοφλαβόνες	Σόγια και τρόφιμα από σόγια	Μειώνουν τα συμπτώματα της εμμηνόπαυσης

Λίγκνανς	Λινάρι, σίκαλη, λαχανικά	Προφυλάσουν από καρδιακές παθήσεις και μερικούς καρκίνους, μειώνουν την LDL χοληστερόλη, την ολική χοληστερόλη και τα τριγλυκερίδια.
Σουλφίδια/ Θειόλες		
Διαλλυλ-σουλφίδια	Κρεμμύδια, σκόρδο, ελιές, πράσα, φρέσκα κρεμμύδια	Μειώνουν την LDL χοληστερόλη, διατηρούν την υγεία του ανοσοποιητικού συστήματος.
Αλλύλιο μεθυλο τρισουλφίδιο, Διθειολθιόνες	Λαχανικά του γένους <i>cruciferous</i>	Μειώνουν την LDL χοληστερόλη, διατηρούν την υγεία του ανοσοποιητικού συστήματος.
Ταννίνες		
Προανθοκυανιδίνες	Προϊόντα μούρων, κακάο, σοκολάτα	Βελτιώνουν την υγεία του συστήματος ούρησης, μειώνουν τον κίνδυνο καρδιαγγειακών παθήσεων.

Πηγή: (Food-Info Foundation(β), 2009)

2.3 Νομοθετικό πλαίσιο για τα λειτουργικά τρόφιμα

Τα τρόφιμα αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή ενέργειας για τον ανθρώπινο οργανισμό. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της επιστήμης, παράγονται καθημερινά καινούρια τρόφιμα τα οποία αποτελούν συνήθως μέρος της καθημερινής διατροφής. Πριν φτάσουν όμως στο τραπέζι των καταναλωτών πρέπει να περάσουν από τη διαδικασία αξιολόγησης ασφάλειας, έτσι ώστε να πάρουν την έγκριση. Για να μπορέσει η Ε.Ε. να αξιολογήσει την ασφάλεια των καινούριων προϊόντων, εισήγαγε την άνοιξη του 1997 ένα νέο κανονισμό σχετικά με τα νέα τρόφιμα και τα συστατικά τους. Ο κανονισμός περιλαμβάνει πέντε κατηγορίες σχετικά με τις νέες τεχνολογίες ή την προέλευση των τροφίμων ή των συστατικών τους, που δεν καταναλώνονταν παλαιότερα σε μεγάλο βαθμό από τους ευρωπαϊούς καταναλωτές.

Σύμφωνα με τον κανονισμό, κάθε επιχείρηση που επιθυμεί να παράγει ή να εισάγει ένα νέο τρόφιμο για πρώτη φορά πρέπει να υποβάλει την πρότασή της στην υπεύθυνη αρχή της χώρας της. Πρέπει να σημειωθεί ότι όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε. έχουν μια αρμόδια αρχή για να αξιολογεί τα νέα προϊόντα. Σχετικά με τη διαδικασία αξιολόγησης, κάθε φορά που αξιολογείται ένα νέο προϊόν σε μια χώρα της Ε.Ε., η πρόταση στέλνεται και στις υπόλοιπες χώρες για να εγκριθεί και από αυτές. Εάν δεν μπορέσουν να συμφωνήσουν όλες οι χώρες σε μία απόφαση για την πρόταση, τότε η πρόταση υποβάλλεται στην Επιστημονική Επιτροπή Τροφίμων (SCF), που είναι το ανώτερο σώμα της Ε.Ε. σε ότι αφορά στην ασφάλεια των

τροφίμων. Η επιτροπή αυτή, αποτελείται από μια ανεξάρτητη ομάδα ειδικών που εποπτεύει επιστημονικά και τεχνικά θέματα που αφορούν την υγεία των καταναλωτών και την ασφάλεια των τροφίμων. Πιο συγκεκριμένα, μελετάει θέματα όπως η τοξικολογία και η υγιεινή σε όλη τη διαδικασία παραγωγής των τροφίμων.

Το ενδιαφέρον των καταναλωτών για καλύτερη ποιότητα ζωής μέσω της διατροφής, οδήγησε στη ραγδαία ανάπτυξη της αγοράς των λειτουργικών τροφίμων. Ταυτόχρονα όμως, δημιουργήθηκαν και επιφυλάξεις γύρω από τα τρόφιμα αυτά και τους ισχυρισμούς σχετικά με τις ωφέλειες που προσφέρουν στον ανθρώπινο οργανισμό.

Στην προσπάθειά τους να προφυλάξουν τους καταναλωτές, ο διεθνής οργανισμός Codex Alimentarius του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας/Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (FAO/WHO) του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ), το Συμβούλιο της Ευρώπης και οι εθνικοί ρυθμιστικοί φορείς, θέσπισαν κανόνες για να διασφαλίσουν την εγκυρότητα των ισχυρισμών για τις ευεργετικές ιδιότητες αυτών των τροφίμων. Έτσι, την 1^η Ιουλίου του 2007 τέθηκε σε ισχύ ο κανονισμός 1924/2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου. Σκοπός του κανονισμού είναι να διασφαλιστεί η εγκυρότητα των διατροφικών ισχυρισμών μέσω επιστημονικών μελετών, ο έλεγχος αυτών βάσει ενός νομοθετικού πλαισίου και η δημιουργία σαφέστερων και πιο ακριβή πληροφοριών στις ετικέτες των τροφίμων, έτσι ώστε να προσφέρουν μεγαλύτερη ασφάλεια στους καταναλωτές.

Σύμφωνα με τον κανονισμό, διακρίνονται δυο ειδών ισχυρισμοί:

- i) Οι ισχυρισμοί διατροφής. «Αποτελούν δηλώσεις σχετικά με τις ευεργετικές θρεπτικές ιδιότητες ενός τροφίμου λόγω της ενέργειας ή της θρεπτικής ή άλλης ουσίας που περιέχει, περιέχει σε μειωμένο ή αυξημένο ποσό ή δεν περιέχει».
- ii) Οι ισχυρισμοί υγείας. «Αποτελούν δηλώσεις σχετικά με την επίδραση ενός τροφίμου ή συστατικού στην υγεία. Παράδειγμα ισχυρισμού υγείας είναι: το ασβέστιο συμβάλλει στην ενίσχυση των οστών».

Πιο συγκεκριμένα, οι ισχυρισμοί σχετικά με τα οφέλη που προσφέρει το τρόφιμο στη διατροφή ή την υγεία, θα επιτρέπονται μόνο εφόσον είναι επιστημονικά τεκμηριωμένοι και εγκεκριμένοι σε κοινοτικό επίπεδο. Δηλαδή, θα πρέπει να αποδεικνύεται με επιστημονικό

τρόπο, ότι οποιαδήποτε «ενεργή» ουσία απορροφάται από τον ανθρώπινο οργανισμό ή καταλήγει στο σημείο που μπορεί να δράσει. Αντίθετα, δεν επιτρέπονται ισχυρισμοί που προσάπτουν φαρμακευτικές ιδιότητες στα τρόφιμα, όπως πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας οποιασδήποτε ανθρώπινης ασθένειας. Τέτοιου είδους ισχυρισμοί αποδίδονται μόνο σε εγκεκριμένα φάρμακα. Από την άλλη πλευρά, επιτρέπονται οι ισχυρισμοί που υποστηρίζουν ότι από τη χρήση ενός τροφίμου μπορεί να μειωθεί σημαντικά ο παράγοντας κινδύνου για την εμφάνιση μιας ασθένειας. Τέτοιου είδους ισχυρισμό αποτελεί η παρακάτω πρόταση: *δίαιτα με χαμηλή περιεκτικότητα σε κορεσμένα λιπαρά μειώνει τον κίνδυνο εκδήλωσης καρδιαγγειακών νοσημάτων*. Τέλος, ισχυρισμοί σχετικά με τη θετική επίδραση που προσφέρει ένα τρόφιμο στο σύνολο της υγείας όπως «υγιεινό», ή «εξαιρετικό για τον οργανισμό», «ενισχύει την αντίσταση του σώματος» κ.α., θα επιτρέπονται μόνο εάν ακολουθούνται από έναν συγκεκριμένο εγκεκριμένο ισχυρισμό, ο οποίος θα διευκρινίζει το λόγο για τον οποίο θεωρείται «υγιεινό».

Συμπερασματικά, μολονότι τα λειτουργικά τρόφιμα μπορούν να συνεισφέρουν στη μείωση του κινδύνου για την εμφάνιση μιας ασθένειας και στην επίτευξη της βέλτιστης υγείας, θα πρέπει να καταναλώνονται στα πλαίσια μιας ισορροπημένης διατροφής και ενός υγιεινού και δραστήριου τρόπου ζωής (Ελευθερίου, 2009, EUFIC(α), 2009, EUFIC(β), 2009, EUFIC(γ), 2009, ΕΦΕΤ, 2009).

2.4 Συμπεράσματα

Όπως προκύπτει από τον ορισμό, τα λειτουργικά τρόφιμα έχουν σχεδιαστεί για να προσφέρουν επιπλέον οφέλη στον οργανισμό, πέρα από τα θρεπτικά συστατικά που ούτως ή άλλως περιέχουν. Είναι τρόφιμα όμοια με τα συμβατικά, με τη διαφορά ότι τους έχουν αφαιρεθεί τα επιβλαβή για τον οργανισμό συστατικά ή τους έχουν προστεθεί ωφέλιμα συστατικά που βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία του οργανισμού.

Στην προσπάθειά της η Ε.Ε. και οι φορείς των κρατών- μελών να προστατέψουν τους καταναλωτές, θέσπισαν κάποιους κανόνες για τους ισχυρισμούς που αναγράφονται στις ετικέτες των λειτουργικών τροφίμων αλλά και για τα συστατικά που επιτρέπεται να προσθαferούνται στα τρόφιμα, έτσι ώστε όλη αυτή η διαδικασία να είναι ασφαλής για τους καταναλωτές.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΛΕΤΗ ΤΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

3.1 Συμπεριφορά καταναλωτών – ορισμός

Όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο 1, τα λειτουργικά τρόφιμα θα παίξουν σημαντικό ρόλο στην συμπεριφορά των καταναλωτών, αφού όλο και περισσότεροι επιζητούν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής. Για το λόγο αυτό, θεωρείται σκόπιμο να αναφερθεί ο ορισμός της έννοιας “συμπεριφορά καταναλωτή”. Ως συμπεριφορά καταναλωτή η American Marketing Association (όπως αναφέρεται στον Σιώμκο, 2002:35) ορίζει «τη δυναμική αλληλεπίδραση του συναισθήματος (affect) και της γνώσης (cognition), της συμπεριφοράς (behavior) και του περιβάλλοντος (environment) μέσω της οποίας οι άνθρωποι διεξάγουν συναλλαγές στη ζωή τους».

3.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών

Η συμπεριφορά των καταναλωτών και οι διατροφικές τους συνήθειες επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και επιδρούν στην επιλογή τροφίμων.

Αρχικά, ο λόγος για τον οποίο καταναλώνονται τα τρόφιμα είναι η αίσθηση της πείνας. Υπάρχουν όμως κι άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τροφίμων που δεν σχετίζονται με τις διατροφικές ή φυσιολογικές ανάγκες. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

- Οι οργανοληπτικές ιδιότητες των τροφίμων, δηλαδή η γεύση, η οσμή και η εμφάνιση.
- Οι κοινωνικοί, συναισθηματικοί και γνωσιακοί παράγοντες που σχετίζονται με τη γνώση και τις στάσεις των καταναλωτών για τη διατροφή και την υγεία, τις προσωπικές εμπειρίες από την καθημερινότητα, τις πεποιθήσεις και τις αντιλήψεις ενός ανθρώπου για θέματα που σχετίζονται με τα τρόφιμα και την υγεία.
- Οι πολιτιστικοί, θρησκευτικοί και οικονομικοί παράγοντες, ενδέχεται να επηρεάζουν την επιλογή των τροφίμων, και τέλος

- ο Το μορφωτικό επίπεδο, η εθνικότητα, η διαθεσιμότητα, η τιμή και η θέση στο ράφι, μπορεί να παίζουν σημαντικό ρόλο στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών.

Σύμφωνα με την πανευρωπαϊκή έρευνα για τη στάση των καταναλωτών απέναντι στα τρόφιμα, τη διατροφή και την υγεία, οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τροφίμων σε όλα τα ευρωπαϊκά κράτη-μέλη, είναι:

- a. Η ποιότητα και η φρεσκάδα των τροφίμων, με ποσοστό 74%, που αποτελεί τον πρώτο παράγοντα για την επιλογή τροφίμων
- b. Η τιμή, με 43%
- c. Η γεύση, με 38%
- d. Η προσπάθεια για υγιεινή διατροφή, με 32% και
- e. Οι επιλογές τροφίμων των άλλων μελών της οικογένειας, με 29%

Οι παραπάνω τιμές, είναι «οι μέσοι όροι των ποσοστών που προέκυψαν από την ομαδοποίηση των αποτελεσμάτων των ευρωπαϊκών κρατών-μελών, τα οποία διαφέρουν σημαντικά από χώρα σε χώρα». Αναλυτικότερα, τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι «οι γυναίκες, τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας και τα άτομα υψηλού μορφωτικού επιπέδου, θεωρούν ιδιαίτερα σημαντικά τα θέματα της υγείας. Οι άνδρες, επέλεξαν τη γεύση και τη συνήθεια ως τους κύριους καθοριστικούς παράγοντες της επιλογής τροφίμων. Η τιμή, φάνηκε να αποτελεί σημαντικότερη παράμετρο στην επιλογή τροφίμων για τους άνεργους και τους συνταξιούχους». Ακόμα, από τη συγκεκριμένη έρευνα προέκυψε ότι, το 80% των ατόμων που ερωτήθηκαν για την υγιεινή διατροφή, είχαν επηρεαστεί σ' έναν βαθμό από διάφορα μηνύματα που αφορούσαν τη διατροφή. Τέλος, ένα χαμηλό ποσοστό ευρωπαίων καταναλωτών έχουν καταλάβει την ανάγκη για αλλαγή των διατροφικών τους συνηθειών, ενώ το 71% πιστεύει ότι η διατροφή τους είναι αρκετά υγιεινή. Αυτό, επαληθεύει την αρχική τοποθέτηση ότι η επιλογή των τροφίμων επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες και ότι δεν σχετίζονται αποκλειστικά με τη διατροφή και το υγιεινό φαγητό (Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(β) , 2008).

Το ίδρυμα Αριστείδης Δασκαλόπουλος, σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών MRB HELLAS, διεξήγαγε μια έρευνα για τις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων και τις

προτιμήσεις τους ως προς τα τρόφιμα που αγοράζουν. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα αναφέρονται παρακάτω:

1. Ένας στους τρεις Έλληνες επιλέγει τρόφιμα και ποτά μαρκών supermarket-αποθήκης ή βιομηχανίας.

Τα άτομα που καταναλώνουν τη συγκεκριμένη κατηγορία τροφίμων με βασικότερο κριτήριο επιλογής τη χαμηλότερη τιμή, είναι άτομα ηλικίας 56-65 ετών, σε ποσοστό 39% και κατώτερης κοινωνικοοικονομικής τάξης, σε ποσοστό 38%. Δυο στους τρεις ερωτηθέντες επιλέγουν προϊόντα συγκεκριμένης μάρκας βιομηχανίας για την ποιότητά τους, την εμπιστοσύνη που τους εμπνέουν, αφού τα θεωρούν ασφαλή, ελεγμένα και αξιόπιστα, καθώς και τη συνήθεια που προκύπτει από την χρήση τους. Το αποτέλεσμα της παραπάνω συμπεριφοράς είναι η τάση για την κατανάλωση αυτών των προϊόντων να αυξάνεται συνεχώς.

2. Εννιά στους δέκα ερωτηθέντες προτιμούν Ελληνικά προϊόντα.

Όπως προκύπτει από την έρευνα εννιά στους δέκα ερωτηθέντες επιλέγουν Ελληνικά προϊόντα ανεξαρτήτως ηλικίας, κοινωνικοοικονομικής τάξης και περιοχή διαμονής. Αξίζει να σημειωθεί ότι η προτίμηση των ελληνικών προϊόντων στα άτομα ηλικίας 35 ετών και άνω είναι ακόμα μεγαλύτερη, με ποσοστό που φτάνει στο 97% στις ηλικίες των 56-65 ετών. Αντίθετα, μόνο το 11% επιλέγει προϊόντα εισαγωγής και είναι νεαρά άτομα ηλικίας 15-25 ετών. Οι λόγοι επιλογής των ελληνικών προϊόντων σχετίζονται με την ποιότητα, την εμπιστοσύνη και τη διάθεση των καταναλωτών να ενισχύσουν την ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά, όσοι επιλέγουν προϊόντα εισαγωγής, υποστηρίζουν ότι η ποιότητα και η ασφάλεια είναι οι βασικότεροι λόγοι επιλογής τους. Τέλος, η τιμή δεν αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επιλογή των ελληνικών προϊόντων.

3. Τα ντόπια προϊόντα θεωρούνται ασφαλέστερα, ενώ τα χύμα καταλαμβάνουν την τελευταία θέση.

Τα ντόπια προϊόντα θεωρούνται αρκετά έως πολύ ασφαλή με ποσοστό που φτάνει το 66,5%, ενώ μόνο το 21% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι τα εισαγόμενα προϊόντα προσφέρουν την ίδια ασφάλεια. Το 51% των ερωτηθέντων αναγνωρίζει την ασφάλεια

των προϊόντων των μεγάλων εταιρειών, ενώ μόλις το 30% εμπιστεύεται τα προϊόντα των μικρών εταιρειών. Όσον αφορά τα συσκευασμένα προϊόντα, το 51,6% τα θεωρεί αρκετά ως πολύ ασφαλή σε αντίθεση με τα χύμα προϊόντα όπου το 15% τα θεωρεί από αρκετά ως μη πολύ ασφαλή. Ακόμα, ένας στους τρεις ερωτηθέντες πιστεύει ότι τα χύμα προϊόντα δεν είναι καθόλου ασφαλή.

4. Το 14% των καταναλωτών θεωρεί ότι οι κρατικοί φορείς τούς προστατεύουν.

Οι κρατικοί φορείς πιστεύεται ότι προστατεύουν τους καταναλωτές μόνο από το 14% των ερωτηθέντων, ενώ το 36% πιστεύει ότι οι κρατικοί φορείς δεν τούς παρέχουν καμία προστασία. Αντίθετα, βασίζονται στην προστασία από τα μέλη της οικογένειας, με ποσοστό 86%, των επιστημόνων και τέλος των μη κερδοσκοπικών οργανισμών.

5. Ένας στους δέκα καταναλωτές δεν αντιδρά όταν το προϊόν έχει πρόβλημα.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, τέσσερις στους δέκα ερωτηθέντες αντιδρούν στο σημείο πώλησης ή επιστρέφουν το προϊόν όταν αυτό έχει κάποιο πρόβλημα. Το 36% δηλώνει ότι δεν το αγοράζει ξανά, ενώ μόνο το 14% επικοινωνεί με την εταιρεία που το παράγει για να εκφράσει τα παράπονά του. Αντίθετα, το 11% των ερωτηθέντων δεν αντιδρά με κανένα τρόπο. Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι οι μορφές διαμαρτυρίας που επιλέγουν οι καταναλωτές εξαρτώνται αποκλειστικά από τις δικές τους δυνάμεις και ελάχιστα από τις κρατικές αρχές.

Το συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα δείχνει ότι η «σωστή ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού αποτελεί την καλύτερη ασπίδα προστασίας του». Η ενημερώσει και η γνώση των καταναλωτών αποτελούν τη βασική οδό για τη διεκδίκηση των δικαιωμάτων τους, την ενίσχυση της καταναλωτικής τους συνείδησης και τη δημιουργία ορθολογικών καταναλωτών (Μεσογειακή Διατροφή, 2008).

3.3 Η αντίληψη των καταναλωτών ως προς την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων

Έρευνες έδειξαν ότι η ραγδαία ανάπτυξη των λειτουργικών τροφίμων σε παγκόσμιο επίπεδο, οφείλεται στην επιθυμία των καταναλωτών να στραφούν σ' ένα πιο υγιεινό τρόπο ζωής και

να βελτιώσουν την φυσική τους κατάσταση μέσω της διατροφής. Οι κυριότεροι λόγοι από τους οποίους προκύπτει η ανάπτυξη αυτή, παρατίθενται παρακάτω:

- Η γήρανση του πληθυσμού, αφού τα άτομα που καταναλώνουν κυρίως τα λειτουργικά τρόφιμα είναι μεγαλύτερης ηλικίας.
- Το κόστος της ιατρικής περίθαλψης που διαρκώς αυξάνεται.
- Η επιθυμία των καταναλωτών να προλαμβάνουν παρά να θεραπεύουν ασθένειες.
- Οι καταναλωτές είναι πιο ενημερωμένοι με τα θέματα υγείας και πιο συγκεκριμένα τη σχέση της υγείας με τη διατροφή.
- Οι καταναλωτές δραστηριοποιούνται σε περιβαλλοντολογικά θέματα, όπως οι κίνδυνοι από τη ρύπανση, τα μικρόβια και τις χημικές ουσίες στον αέρα, τα ύδατα και τα τρόφιμα.
- Η τεχνολογική και η επιστημονική πρόοδος.
- Η επιστημονική απόδειξη για την αποτελεσματικότητά τους (Food-Info Foundation(α), 2008).

Σύμφωνα με την έρευνα που διεξήγαγε ο Πανελλήνιος Σύλλογος Διαιτολόγων το 2008, τα λειτουργικά τρόφιμα παραμένουν «γρίφος» στο καταναλωτικό κοινό. Το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων δεν γνωρίζει τον όρο λειτουργικά τρόφιμα, ενώ η πλειονότητα αυτών τον έχει ακούσει από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας. Η πρόεδρος του Συλλόγου, κα Ελπίδα Παπαδοπούλου δήλωσε: «Δυστυχώς ο κόσμος δεν γνωρίζει τι ακριβώς είναι τα λειτουργικά τρόφιμα, ούτε σε τι ωφελούν τον ανθρώπινο οργανισμό και την υγεία του. Δεν είναι οικείος όρος, παρ' όλο που ο κόσμος καταναλώνει τρόφιμα που εντάσσονται στην κατηγορία των λειτουργικών τροφίμων χωρίς να το γνωρίζει. Ωστόσο, οι καταναλωτές είναι πολύ περισσότερο ενημερωμένοι για τα βιολογικά τρόφιμα και πώς μπορούν να τα χρησιμοποιήσουν προς όφελός τους».

Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι μόνο το 26% των καταναλωτών αγοράζει λειτουργικά τρόφιμα, χωρίς να υπάρχει στατιστικά ιδιαίτερη διαφορά μεταξύ των δυο φύλων για την αγορά λειτουργικών τροφίμων. Κάτι ανάλογο φαίνεται να ισχύει και για το ετήσιο οικογενειακό εισόδημα. Επιπλέον, το μορφωτικό επίπεδο επιδρά σημαντικά στην απόφαση αγοράς λειτουργικών τροφίμων, αφού τα άτομα με πανεπιστημιακή εκπαίδευση τα αγοράζουν σε ποσοστό 39%, αρκετά υψηλό εν συγκρίσει με τους απόφοιτους ανώτερης

εκπαίδευσης. Ο κυριότερος λόγος για τον οποίο καταναλώνουν αυτά τα προϊόντα είναι η αντιμετώπιση κάποιας πάθησης , σε ποσοστό 37%, ενώ αντίθετα, ο κυριότερος λόγος για τον οποίο δεν τα καταναλώνουν είναι η ελλιπής ενημέρωση, σε ποσοστό 36%.

Τα συμπεράσματα που προκύπτει από την παραπάνω έρευνα είναι η αναγκαιότητα για επιμόρφωση και εκπαίδευση των καταναλωτών και μάλιστα από μικρή ηλικία, έτσι ώστε να μπορούν να ακολουθήσουν κάποιους βασικούς κανόνες διατροφής σε ολόκληρη τη ζωή τους (Παπαδοπούλου, 2009).

3.4 Συμπεράσματα

Τα λειτουργικά τρόφιμα είναι μια νέα κατηγορία τροφίμων η οποία γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές στρέφονται σ' έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής στην προσπάθειά τους να θωρακίσουν τον οργανισμό τους από πιθανές παθήσεις όπως εμφράγματα, καρκίνο, χοληστερίνη κ.α. Πέρα από την επιθυμία των καταναλωτών για έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής, υπάρχουν μια σειρά από παράγοντες και λόγοι που αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και επηρεάζουν τους καταναλωτές ως προς την επιλογή αγοράς τροφίμων και ιδιαίτερα των λειτουργικών.

Τέλος, τα συμπεράσματα κάποιων ερευνών που παρουσιάζονται στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, επισημαίνουν την ανάγκη για επιμόρφωση και εκπαίδευση των καταναλωτών γύρω από θέματα διατροφής, έτσι ώστε να ενισχύσουν την καταναλωτική τους συνείδηση, να αποκτήσουν ορθολογική σκέψη και να μπορούν να ακολουθήσουν κάποιους βασικούς κανόνες διατροφής σε ολόκληρη τη ζωή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΛΕΤΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ (CASE STUDY)

4.1 Η σειρά λειτουργικών τροφίμων της ΕΛΑΪΣ UNILEVER

Η βιομηχανία τροφίμων προσπαθώντας να καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών για μια πιο υγιεινή διατροφή, παρήγαγε διάφορα λειτουργικά τρόφιμα. Σ' αυτή τη γραμμή κινήθηκε και η εταιρεία ΕΛΑΪΣ, μέλος του ομίλου Unilever, παρουσιάζοντας την οικογένεια προϊόντων Becel και Becel Pro-activ. Σκοπός της εταιρείας είναι να βοηθήσει με τα προϊόντα της στη διατήρηση της καλής υγείας και λειτουργίας της καρδιάς από τη χοληστερόλη, που είναι ο κυριότερος λόγος για την πρόκληση καρδιοπαθειών και την εμφάνιση της στεφανιαίας νόσου (Becel Pro-activ, 2008).

Τα προϊόντα Becel είναι εμπλουτισμένα με ω-3 λιπαρά οξέα, φολικό οξύ και βιταμίνη Β και βοηθούν στην καλή λειτουργία της καρδιάς. Τα προϊόντα που ολοκληρώνουν τη σειρά, είναι το Σπορέλαιο Becel, η Becel μαργαρίνη, το Becel Light (μαργαρίνη), το προβιοτικό ρόφημα γιαουρτιού με ω-3 λιπαρά Becel Omega3Plus και το Becel Omega 3Plus προϊόν επάλειψης (Elais, 2008).

Όσον αφορά την οικογένεια προϊόντων Becel Pro-activ, αυτά έκαναν την εμφάνισή τους το 2000, όταν η ΕΛΑΪΣ Unilever παρήγαγε το Becel Pro-activ με 99% ημιαποβουτυρομένο αγελαδινό γάλα, με προσθήκη φυτικών στερολών που μειώνουν την ολική, αλλά και την LDL-χοληστερόλη. Το 2005, παρουσίασε το Becel Pro-activ επιδόρπιο ελληνικού στραγγιστού γιαουρτιού, από φρέσκο αγελαδινό γάλα με πλούσια υφή, σε 3 γεύσεις για να καλύψει περισσότερες απαιτήσεις των καταναλωτών. Προσπαθώντας να ενδυναμώσει την κατηγορία προϊόντων Becel Pro-activ, παρήγαγε το νέο Becel Pro-activ spread με ελαιόλαδο και το Becel Pro-activ "1 την ημέρα", το οποίο είναι ένα προβιοτικό ρόφημα γιαουρτιού σε 2 γεύσεις, φράουλα και πορτοκάλι.

Έπειτα από πάρα πολλές μελέτες, αποδείχθηκε ότι καταναλώνοντας φυτικές στερόλες που περιέχονται σε τρόφιμα, όπως η μαργαρίνη και τα προϊόντα επάλειψης, επιτυγχάνεται

μείωση της ολικής, αλλά και της LDL-χοληστερόλης, τόσο σε άτομα με φυσιολογικά επίπεδα χοληστερόλης, όσο και σε άτομα με υψηλά.

Τέλος, ανεξάρτητες κλινικές έρευνες απέδειξαν ότι με τη χρήση μιας φιάλης Becel Pro-activ "1 την ημέρα" ή με 3 μερίδες από οποιοδήποτε άλλο προϊόν της σειράς Becel Pro-activ καθημερινά, εφοδιάζεται ο οργανισμός με την κατάλληλη ποσότητα φυτικών στερολών, έτσι ώστε να μειώνεται η LDL-χοληστερόλη κατά 15% στα πλαίσια μιας υγιεινής διατροφής, σε διάστημα 2-3 εβδομάδων (Becel Pro-activ, 2008).

4.2 Οι λειτουργικοί χυμοί ΕυΖήν από την Amita

Οι απαιτήσεις των καταναλωτών για καλύτερο τρόπο ζωής μέσω της διατροφής, καθώς και ο σύγχρονος τρόπος ζωής ώθησαν τις βιομηχανίες τροφίμων να παράξουν τρόφιμα ωφέλιμα για τον οργανισμό του ανθρώπου. Έτσι, και η Amita που ανήκει στην Coca Cola Τρία Έμπιλον, παρήγαγε τη σειρά λειτουργικών χυμών ψυγείου **ΕυΖην**. Η νέα σειρά χυμών αποτελείται από τέσσερις διαφορετικούς χυμούς οι οποίοι συνδυάζουν τα οφέλη των φρούτων και τις ευεργετικές ιδιότητες των ω-3 λιπαρών οξέων, των φυτικών ινών, της Μαστίχας Χίου, του ασβεστίου και της βιταμίνης D. Κάθε χυμός ξεχωρίζει για τη δική του διατροφική αξία αλλά και για τη μοναδική γεύση του, με αποτέλεσμα οι καταναλωτές να έχουν τη δυνατότητα επιλογής σύμφωνα με τις δικές τους διατροφικές ανάγκες και γευστικές προτιμήσεις.

Οι χυμοί, όπως και τα φρούτα, περιέχουν πολλά θρεπτικά συστατικά και αποτελούν τον ιδανικό τρόπο για την καθημερινή κατανάλωση μιας εκ των πέντε μερίδων φρούτων και λαχανικών που πρέπει να καταναλώνονται καθημερινά από τον άνθρωπο. Ο λόγος που κατατάσσονται οι χυμοί τόσο ψηλά στη διατροφική πυραμίδα είναι η προσφορά τους στον οργανισμό σε τόνωση και ενέργεια, βιταμίνες, μέταλλα, αντιοξειδωτική προστασία και ενυδάτωση (Amita Efzin(α), 2009). Πιο συγκεκριμένα, τα οφέλη που προσφέρουν οι λειτουργικοί χυμοί ΕυΖην αναφέρονται παρακάτω:

- Amita ΕυΖην με πορτοκάλι και ω-3 φυτικής προέλευσης

Σ' αυτό το μπουκάλι χυμού, εσωκλείονται η πολύτιμη βιταμίνη C που προσφέρει ο χυμός πορτοκαλιού και τα ω-3 πολυακόρεστα λιπαρά οξέα. Η περιεκτικότητά του

χυμού σε βιταμίνη C μπορεί να καλύψει την προτινόμενη ημερήσια κατανάλωση, αλλά και την πρόσληψη ποικιλίας *αντιοξειδωτικών φυτοσυστατικών*. Τα ω-3 λιπαρά οξέα είναι γνωστά και ως «καλά λιπαρά» και προσφέρουν μεγάλο διατροφικό όφελος στον ανθρώπινο οργανισμό, αφού βοηθούν στη σωστή λειτουργία του καρδιαγγειακού συστήματος και στη μείωση της κακής- LDL χοληστερίνης. Ακόμα, έχει αποδειχθεί ότι τα ω-3 λιπαρά οξέα βοηθούν στη *βελτίωση της μνήμης* και την καλύτερη *εγκεφαλική λειτουργία*.

- Amita ΕυΖην με πράσινο μήλο και μαστίχα Χίου.

Η Amita στην προσπάθεια της να προσφέρει στους καταναλωτές άλλον έναν ευεργετικό χυμό, συνδύασε το χυμό πράσινου μήλου, γνωστό για την ενυδάτωση που προσφέρει στον οργανισμό με τη μαστίχα Χίου, γνωστή για την αντιμικροβιακή και αντιφλεγμονώδη δράση της. Αξίζει να σημειωθεί, ότι το μαστιχέλαιο, παράγωγο της μαστίχας Χίου, που περιέχεται στον χυμό ΕυΖην βοηθάει στην καθημερινή προστασία του ανοσοποιητικού συστήματος.

- Amita ΕυΖην με δαμάσκηνο, σύκο και φυτικές ίνες.

Η Amita πρωτοπόρος στην κατηγορία των χυμών, παρήγαγε αυτόν το χυμό για τις ευεργετικές ιδιότητες των φυτικών ινών. Είναι επιστημονικά αποδεκτό ότι μια διατροφή πλούσια σε φυτικές ίνες *βοηθάει προληπτικά στην αντιμετώπιση διαφόρων παθήσεων και δρα ευεργετικά στην ομαλή λειτουργία του εντέρου*. Τα κόκκινα φρούτα που περιέχει ο χυμός ΕυΖην της Amita, δηλαδή το κόκκινο σταφύλι, το βατόμουρο raspderry, η φράουλα, το δαμάσκηνο και το σύκο *απαρτίζουν εξαιρετικές πηγές αντιοξειδωτικών ουσιών και σε συνδυασμό με τις φυτικές ίνες βοηθούν στη βέλτιστη λειτουργία του πεπτικού συστήματος*.

- Amita ΕυΖην με μήλο, πορτοκάλι, ασβέστιο και βιταμίνη D.

Η Amita ολοκλήρωσε τη σειρά λειτουργικών χυμών ΕυΖην με την παρασκευή αυτού του χυμού που συνδυάζει τα οφέλη των χυμών μήλου και πορτοκάλι σε συνδυασμό με τις ευεργετικές ιδιότητες του ασβεστίου. Ο χυμός μήλου είναι πλούσιος σε βιταμίνες, διαιτητικές ίνες και μεταλλικά στοιχεία, ενώ ο χυμός πορτοκαλιού πλούσιος σε βιταμίνη C. Η περιεκτικότητα του χυμού σε ασβέστιο μπορεί να καλύψει

μεγάλο μέρος των καθημερινών αναγκών του οργανισμού και η βιταμίνη D αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά μικροθρεπτικά συστατικά για την απορρόφηση και συγκράτηση του ασβεστίου (Amira Efzina, 2009).

4.3 Η σειρά προϊόντων MINEPBA BENECOL

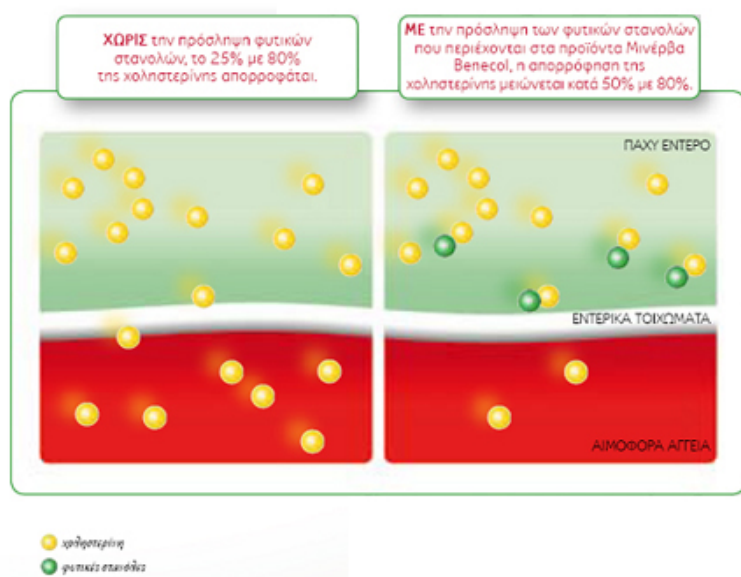
Μεγάλες επιχειρήσεις όπως η Μινέρβα Α.Ε. επένδυσαν στην παραγωγή λειτουργικών τροφίμων με στόχο να βοηθήσουν τους καταναλωτές στη διατήρηση ή και τη βελτίωση της καλής τους υγείας. Για να το επιτύχει αυτό η Μινέρβα, συνεργάστηκε το 2004 με τη Φιλανδική εταιρεία Raisio (πρωτοπόρο στην παραγωγή λειτουργικών τροφίμων για τη μείωση της χοληστερίνης) και παράγαγε στις εγκαταστάσεις της τα προϊόντα επάλειψης Μινέρβα Benecol, τα οποία μειώνουν τα επίπεδα της κακής – LDL χοληστερίνης έως και 15% σε 1-2 εβδομάδες.

Για να καλύψει τις γευστικές προτιμήσεις και απαιτήσεις των καταναλωτών της, η Μινέρβα παράγαγε τα εξής προϊόντα επάλειψης:

- ❖ Το Μινέρβα Benecol κλασικό, εμπλουτισμένο με φυτικές στανόλες για αποτελεσματική μείωση της LDL χοληστερίνης.
- ❖ Το Μινέρβα Benecol με ελαιόλαδο, εμπλουτισμένο με φυτικές στανόλες και ελαιόλαδο για αποτελεσματική μείωση της LDL χοληστερίνης, ενώ είναι ιδανικό για μαγειρική, ζαχαροπλαστική και τηγάνισμα σε υψηλές θερμοκρασίες και
- ❖ Το Μινέρβα Benecol γιαούρτι και πρεβιοτικές ίνες, εμπλουτισμένο με φυτικές στανόλες και πρεβιοτικές ίνες για αποτελεσματική μείωση της χοληστερίνης, καλύτερη λειτουργία του πεπτικού συστήματος και βελτίωση της άμυνας του οργανισμού.

Η επιτυχία της σειράς προϊόντων Μινέρβα Benecol βρίσκεται στις φυτικές στανόλες που περιέχουν και στην ιδιότητά τους να υποκαθιστούν την χοληστερίνη στα σημεία απορρόφησής της στο έντερο, όπως φαίνεται και στην εικόνα 4.1. Έτσι, επιτυγχάνεται η μείωση της απορροφούμενης χοληστερίνης, η οποία δεν βρίσκει χώρο να δράσει και τελικά αποβάλλεται από τον οργανισμό. Επιπλέον, οι φυτικές στανόλες αφού εμποδίσουν τη χοληστερίνη να απορροφηθεί από το έντερο, αποβάλλονται και εκείνες από τον οργανισμό.

Εικόνα 4.1 Ο ρόλος των φυτικών στανολών στην απορρόφηση της χοληστερίνης από το έντερο



Πηγή: Benecol, 2009

Ολοκληρώνοντας τη σειρά προϊόντων της η Μινέρβα, συνεργάστηκε με την εταιρεία Κατσέλης και δημιούργησαν τις «φέτες ψωμιού Κατσέλης σύμμαχος υγείας-Μινέρβα Benecol». Είναι φέτες ψωμιού σίκαλης, ολικής άλεσης, εμπλουτισμένες με εστέρες φυτικών στανολών που βοηθούν στην μείωση της χοληστερίνης. Η υψηλή διατροφική αξία της σίκαλης και η αποτελεσματικότητα των προϊόντων Benecol στη μείωση της χοληστερίνης, κάνουν τις συγκεκριμένες φέτες ψωμιού ιδανικές για όσους επιζητούν μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή.

Τέλος, έχουν πραγματοποιηθεί τουλάχιστον πενήντα κλινικές μελέτες που πιστοποιούν την αποτελεσματικότητα των φυτικών στανολών στη μείωση της χοληστερίνης, πάντα στα πλαίσια μια υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής. Αξίζει να σημειωθεί, ότι η αποτελεσματικότητα των προϊόντων της Μινέρβα Benecol δεν περιορίζεται μόνο στη μείωση της χοληστερίνης, αλλά και στη διατήρησή της σε χαμηλά επίπεδα για μεγάλο χρονικό διάστημα, όπως αποδείχθηκε έπειτα από δωδεκάμηνη κλινική μελέτη (Benecol, 2009).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

5.1 Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας

Οι ανάγκες της παρούσας πτυχιακής εργασίας οδήγησαν στην εφαρμογή τόσο της ποιοτικής όσο και της ποσοτικής έρευνας. Σ' αυτό το κεφάλαιο αναλύεται η ποιοτική έρευνα με στόχο:

1. να διερευνηθεί η αντίληψη και η στάση των καταναλωτών γύρω από τα λειτουργικά τρόφιμα, και
2. να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο “αντιλαμβάνονται” οι επιχειρήσεις τα λειτουργικά τρόφιμα, καθώς και οι λόγοι που τα παράγουν.

Όπως αναφέρεται στο Σιώμο, (2002), ποιοτική έρευνα είναι μια σχετικά αδόμητη διαδικασία προσωπικών συνεντεύξεων με την οποία ο ερευνητής μπορεί να πάρει κάποια συμπεράσματα για τα αισθήματα και τις στάσεις των καταναλωτών, τους λόγους για τους οποίους χρησιμοποιούν κάποια προϊόντα ή υπηρεσίες, τα κριτήρια αγοράς τους κ.α. Οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται είναι συνήθως οι ομάδες εστίασης, σε βάθος συνεντεύξεις, προβολικές τεχνικές, έρευνες κινήτρων, πειράματα κ.α.

Στην προκειμένη εργασία πραγματοποιήθηκαν:

- προσωπικές συνεντεύξεις σε 8 καταναλωτές, και
- τηλεφωνικές συνεντεύξεις σε 3 επιχειρήσεις παραγωγής λειτουργικών τροφίμων.

Στην πρώτη περίπτωση προγραμματίστηκαν προσωπικές συνεντεύξεις στους προσωπικούς χώρους των ερωτηθέντων (σπίτι ή γραφείο), οι οποίες διήρκεσαν περίπου 20 με 30 λεπτά. Οι ερωτηθέντες έπρεπε να απαντήσουν σε μια σειρά ερωτήσεων οι οποίες ήταν χωρισμένες σε δυο κατηγορίες, α) στις ερωτήσεις γύρω από τα λειτουργικά τρόφιμα και β) στα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά. Σε πολλές περιπτώσεις κάποιες ερωτήσεις δεν χρειάστηκαν να διατυπωθούν αφού κατά τη διάρκεια της συνέντευξης απαντήθηκαν μέσω μιας άλλης ερώτησης. Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι χρειάστηκε να γίνουν και διευκρινήσεις έτσι ώστε να συνεχιστεί η ομαλή διεξαγωγή της συνέντευξης. Οι ερωτήσεις που διατυπώθηκαν στις συνεντεύξεις παρατίθενται στον πίνακα 5.1.

Πίνακας 5.1 Ερωτήσεις ποιοτικής έρευνας προς τους καταναλωτές

<u>Ερωτήσεις γύρω από τα λειτουργικά τρόφιμα</u>
1. Γνωρίζετε τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα;
2. Ποια λειτουργικά τρόφιμα γνωρίζετε;
3. Καταναλώνετε λειτουργικά τρόφιμα; Πόσο συχνά;
4. Για ποιους λόγους αγοράζετε λειτουργικά τρόφιμα;
5. Τι λειτουργικά τρόφιμα αγοράζετε;
6. Τα καταναλώνετε σε συνδυασμό με μια ισορροπημένη διατροφή; Γυμνάζεστε;
7. Αγοράζετε πάντα την ίδια μάρκα λειτουργικών τροφίμων;
8. Όταν αγοράζετε λειτουργικά τρόφιμα κοιτάτε την τιμή;
9. Τα καταναλώνουν και άλλα μέλη της οικογένειάς σας; Σας επηρέασαν στο να τα καταναλώσετε;
10. Τα εμπιστεύεστε;
11. Πιστεύετε ότι είναι αποτελεσματικά; Έχετε δει διαφορά στην υγεία σας όσο καιρό τα χρησιμοποιείτε;
12. Θα προτιμούσατε να πάρετε κάποιο φάρμακο για την αντιμετώπιση κάποιας ασθένειας όπως η χοληστερίνη ή να καταναλώσετε λειτουργικά τρόφιμα στα πλαίσια μιας ισορροπημένης διατροφής;
13. Πιστεύετε ότι τα λειτουργικά τρόφιμα είναι το ίδιο θρεπτικά και υγιεινά όπως τα συμβατικά;
<u>Κοινωνικο-οικονομικές ερωτήσεις</u>
1. Πόσο χρονών είστε;
2. Ποιο είναι το επάγγελμά σας;
3. Ποιο είναι το επίπεδο εκπαίδευσής;
4. Ποιο είναι το οικογενειακό σας εισόδημα;
5. Ποια είναι η οικογενειακή σας κατάσταση;
6. Πόσα παιδιά έχετε; Ηλικίας;

Στη δεύτερη περίπτωση, έγινε μια προσπάθεια για τηλεφωνικές συνεντεύξεις σε 3 επιχειρήσεις που παράγουν λειτουργικά τρόφιμα. Οι ερωτήσεις που τέθηκαν στις συνεντεύξεις παρουσιάζονται στον πίνακα 5.2.

Πίνακας 5.2 Ερωτήσεις ποιοτικής έρευνας προς τις επιχειρήσεις

1. Πιστεύετε πως οι καταναλωτές γνωρίζουν τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα ή οι διαφημίσεις τούς προέτρεψαν να τα αγοράσουν;
2. Ποιοι, κατά τη γνώμη σας, είναι οι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές αγοράζουν λειτουργικά τρόφιμα;
3. Κυρίως σε ποιους καταναλωτές προωθείτε τα λειτουργικά σας τρόφιμα (ποια είναι η αγορά-στόχος);
4. Τα λειτουργικά τρόφιμα είναι σχετικά μια νέα κατηγορία τροφίμων για την ελληνική αγορά. Γιατί η εταιρεία σας δραστηριοποιήθηκε με την παραγωγή λειτουργικών προϊόντων;
5. Πώς κρίνετε την ελληνική αγορά λειτουργικών τροφίμων σε σχέση με τις ξένες αγορές;
6. Τα λειτουργικά τρόφιμα είναι απλά μια νέα διατροφική τάση ή πράγματι ένα μέσο για τη βελτίωση της υγείας του ανθρώπου;
7. Έχουν πραγματοποιηθεί έλεγχοι και μελέτες για την αποτελεσματικότητα των λειτουργικών προϊόντων σας;
8. Ποια ήταν τα κριτήρια επιλογής των ατόμων που επιλέχθηκαν για τη διαδικασία του ελέγχου;
9. Από ποια άτομα πλαισιώνεται η ομάδα που ασχολείται με την έρευνα και την παραγωγή των λειτουργικών τροφίμων σας; Υπάρχουν και γιατροί μέσα στην ομάδα; Ποιων ειδικοτήτων;
10. Τα οφέλη από την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων πότε πιστεύεται (ή αποδεικνύεται) ότι είναι μεγαλύτερα, όταν καταναλώνονται για προληπτικούς ή θεραπευτικούς λόγους;
11. Οι καταναλωτές επικοινωνούν με το κέντρο εξυπηρέτησης πελατών της εταιρείας για να ενημερωθούν για τα λειτουργικά τρόφιμα; Τι τους ενδιαφέρει να μάθουν περισσότερο;

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν με επιτυχία και τα αποτελέσματα από την ανάλυση παρατίθενται στις επόμενες παραγράφους.

5.2 Ανάλυση κοινωνικο- οικονομικών χαρακτηριστικών

Όπως προαναφέρθηκε, οι ερωτήσεις προς τους καταναλωτές είναι χωρισμένες σε δυο κατηγορίες. Στον Πίνακα 5.3, παρουσιάζονται τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων καταναλωτών.

Πίνακας 5.3 Τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών του δείγματος

Φύλλο	Ποσοστό %	
Άνδρας	37,5	
Γυναίκα	62,5	
Ηλικία		
18-25	-	
26-35	37,5	
36-45	25	
46-55	25	
56+	12,5	
Οικογενειακή κατάσταση		
Παντρεμένος	62,5	
Ανύπαντρος	37,5	
Επάγγελμα		
Ιδιωτικός Υπάλληλος	37,5	
Δημόσιος Υπάλληλος	12,5	
Αυτοαπασχολούμενος	25	
Οικιακά	25	
Παιδιά		Παιδιά άνω των 18
Ναι	50	40
Όχι	50	
Επίπεδο εκπαίδευσης		

Δημοτικό	12,5
Γυμνάσιο	12,5
Λύκειο	12,5
ΙΕΚ	25
Πανεπιστήμιο	37,5
Οικογενειακό εισόδημα	
< 500	-
501-1000	12,5
1001-1500	25
1501-2000	50
2001-2500	12,5

Έπειτα από την παρουσίαση των κοινωνικο-οικονομικών χαρακτηριστικών, ακολουθεί η ανάλυση των συνεντεύξεων, η οποία προέκυψε από την προσεκτική μελέτη των σημειώσεων που κρατήθηκαν καθ' όλη τη διάρκεια των συναντήσεων με τους ερωτηθέντες.

5.2.1 Η καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων

Η καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον συναρτήσει των γνώσεων και της ηλικίας τους. Πιο συγκεκριμένα, τα άτομα με τα υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο γνωρίζουν τον όρο «λειτουργικά τρόφιμα», καθώς και τα τρόφιμα που τα αντιπροσωπεύουν, σε αντίθεση με τα άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου, τα οποία καταναλώνουν τα τρόφιμα αυτά χωρίς να γνωρίζουν ότι λέγονται έτσι.

Μελετώντας την παράμετρο «ηλικία», φαίνεται ξεκάθαρα ότι οι λόγοι που καταναλώνουν τα λειτουργικά τρόφιμα είναι η αντιμετώπιση κάποιου προβλήματος υγείας αλλά και η πρόληψη για την αποφυγή εμφάνισης. Πιστεύουν ότι ο οργανισμός τους καθώς περνούν τα χρόνια και μεγαλώνουν, γίνεται πιο ευάλωτος και επιρρεπής σε λοιμώξεις, ασθένειες όπως ο καρκίνος και εμφράγματα.

Όπως προκύπτει από την έρευνα, πιστεύουν στις ευεργετικές ιδιότητες αυτών των τροφίμων και τα προσθέτουν στην διατροφή τους για την καλύτερη λειτουργία του οργανισμού τους, σε μια γενικότερη προσπάθεια ισορροπημένης διατροφής και τρόπου ζωής (συχνή άσκηση

όπως, περπάτημα, βάρη, αερόμπικ, πολεμικές τέχνες, γιόγκα). Αυτό άλλωστε επαληθεύεται και από τη συχνότητα της κατανάλωσης, η οποία είναι πολύ υψηλή αφού κυμαίνεται στα πλαίσια της «σχεδόν καθημερινής» ή «καθημερινής» χρήσης. Σημαντικό θα ήταν να σημειωθεί, ότι μια πολύ μικρή μερίδα των ερωτηθέντων τα κατανάλωσε για πρώτη φορά από περιέργεια και επειδή τους άρεσαν τα πρόσθεσαν στο διαιτολόγιό τους σαν όλα τα υπόλοιπα τρόφιμα.

Τα Μ.Μ.Ε. και ιδιαίτερα η τηλεόραση έχουν συμβάλει σημαντικά στην προβολή και προώθηση των συγκεκριμένων τροφίμων. Τα πιο δημοφιλή λειτουργικά τρόφιμα στους ερωτηθέντες είναι τα:

- γαλακτοκομικά
- τυροκομικά
- αρτοσκευάσματα
- σνακς
- δημητριακά
- μαργαρίνες και
- χυμοί.

Όπως οι ίδιοι παραδέχονται, μερικά από αυτά ή και όλα (ανάλογα με τον ερωτηθέντα) είναι τα τρόφιμα που έχουν προσθέσει στο διαιτολόγιό τους, αναγνωρίζοντας συγκεκριμένες μάρκες. Οι μισοί από τους ερωτηθέντες δήλωσαν πίστη στη μάρκα που καταναλώνουν, ενώ οι υπόλοιποι ότι τους αρέσει να δοκιμάζουν νέα προϊόντα και γεύσεις. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρουν ότι ενώ μπορεί να αγοράζουν ένα προϊόν συγκεκριμένης μάρκας, δε διστάζουν να αγοράσουν ένα τρόφιμο άλλης μάρκας που βλέπουν στην τηλεόραση, και εάν τους αρέσει η καινούρια γεύση και τους προσφέρει το ίδιο διατροφικό όφελος, είναι διατεθειμένοι να συνεχίσουν να το αγοράζουν αντικαθιστώντας το τρόφιμο που μέχρι τότε χρησιμοποιούσαν. Επιπλέον, είναι ανοικτοί στην κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων που κυκλοφορούν για πρώτη φορά στην αγορά.

Ο παράγοντας «τιμή», δεν φαίνεται να τους επηρεάζει ιδιαίτερα αφού οι περισσότεροι απάντησαν ότι αγοράζουν τα λειτουργικά τρόφιμα άσχετα από την τιμή τους, υποστηρίζοντας ότι η υγεία δεν έχει τιμή. Κάποιοι από τους ερωτηθέντες δήλωσαν ότι κοιτάζουν την τιμή του προϊόντος για να τη συγκρίνουν από σούπερ μάρκετ σε σούπερ

μάρκετ, πετυχαίνοντας έτσι την αγορά του συγκεκριμένου προϊόντος στην καλύτερη τιμή που μπορεί να κυκλοφορεί στην αγορά. Αντίθετα, η μειονότητα είναι διατεθειμένοι να αγοράσει το ίδιο προϊόν μιας άλλης μάρκας, αν η τιμή του είναι καλύτερη από αυτό που ήδη αγοράζει.

Ολοκληρώνοντας την ανάλυση γύρω από την καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων, αποδεικνύεται ότι στις περισσότερες περιπτώσεις των νοικοκυριών η επίδραση κατανάλωσης προϊόντων είναι αρκετά υψηλή. Στο σύνολο των νοικοκυριών, τα μισά άρχισαν να καταναλώνουν τα λειτουργικά τρόφιμα από το ένα μέλος της οικογένειας αλλά στη συνέχεια τα πρόσθεσαν στο διαιτολόγιο τους για προληπτικούς λόγους και άλλα μέλη. Το υπόλοιπο μισό των νοικοκυριών χωρίστηκε σε δυο κατηγορίες:

- a. Σ' αυτά όπου από κοινού τα μέλη της οικογένειας προσέχουν τη διατροφή τους και
- b. Σ' αυτά όπου το ένα μέλος της οικογένειας (κυρίως η νοικοκυρά) με τις επιλογές του και τις αγοραστικές του αποφάσεις επηρεάζει και τα υπόλοιπα.

Όσον αφορά τα νοικοκυριά με παιδιά, αποδείχθηκε ότι αυτά που έχουν ανήλικα (στην συγκεκριμένη εργασία αποτελεί την πλειονότητα των νοικοκυριών) καταναλώνουν χυμούς, σνακς τύπου μπισκότα, δημητριακά και γιαουρτάκια πάντα, όπως λένε, σε συνεννόηση με τον/την παιδίατρο. Σε αντίθεση, τα ενήλικα νεαρά άτομα που συγκατοικούν με τους γονείς τους, αποφασίζουν μόνα τους αν θα καταναλώσουν κάποιο λειτουργικό τρόφιμο και ποιο θα είναι αυτό. Όμως, επειδή τις περισσότερες φορές οι γονείς αγοράζουν τα τρόφιμα για το σπίτι, τα παιδιά ακόμα και όταν είναι ενήλικα, καταναλώνουν ό,τι βρουν χωρίς να είναι επιλογή τους.

5.2.2 Η εμπιστοσύνη των ερωτώμενων προς τα λειτουργικά τρόφιμα

Όπως ήδη αναφέρεται στην προηγούμενη ενότητα, οι περισσότεροι ερωτηθέντες εμπιστεύονται τα λειτουργικά τρόφιμα και τα προσθέτουν στη διατροφή τους για τις ευεργετικές ιδιότητες που έχουν. Πιστεύουν στην αποτελεσματικότητά τους αλλά τονίζουν ότι για να έχουν πραγματικά αποτελέσματα πρέπει να προσέχουν ολόκληρη τη διατροφή τους και κυρίως να αποφεύγουν τα βαριά και πολύ λιπαρά φαγητά. Πολύ υποστηρίζουν ότι με προσεκτική διατροφή και με την χρήση τροφίμων όπως για π.χ. μαργαρίνη, γάλα και

γιαούρτι που βοηθάνε στην μείωση της χοληστερίνης, είδαν σημαντική πτώση της χοληστερίνης τους χωρίς να χρειαστεί να πάρουν χάπια ή κάποιο άλλο φάρμακο.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι όλοι, ακόμα και οι πιο επιφυλακτικοί-δύσπιστοι για την αποτελεσματικότητα των λειτουργικών τροφίμων, συμφώνησαν ότι είναι προτιμότερη η κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων απ' ό τι φαρμάκων εάν το αποτέλεσμα μπορεί να είναι το ίδιο καλό και ουσιαστικό. Φαίνεται λοιπόν, ότι η αξία των λειτουργικών τροφίμων και η εκτίμηση των ερωτηθέντων για αυτά είναι πολύ υψηλή αφού οι περισσότεροι τα θεωρούν πιο θρεπτικά από τα συμβατικά, σε αντίθεση με μια μικρή μερίδα που πιστεύει ότι δεν διαφέρουν από τα υπόλοιπα τρόφιμα.

5.3 Ανάλυση συνεντεύξεων των εταιρειών παραγωγής λειτουργικών τροφίμων

Όπως προκύπτει από την ανάλυση των συνεντεύξεων και οι τρεις εταιρείες δραστηριοποιήθηκαν στον τομέα παραγωγής λειτουργικών τροφίμων λόγω της εξέλιξής τους στο χώρο των τροφίμων. Η δύναμη και το κύρος της κάθε εταιρείας να πραγματοποιεί εξειδικευμένες έρευνες σ' έναν ευαίσθητο χώρο όπως των τροφίμων, σηματοδότησε την ανάπτυξη αυτής της νέας κατηγορίας τροφίμων. Άλλωστε είναι ένα δυνατό concept που πιστεύουν ότι ταιριάζει απόλυτα με τη φιλοσοφία τους. Από την άλλη πλευρά, παραδέχονται ότι η ελληνική αγορά βρίσκεται σε νηπιακό στάδιο σε σχέση με τις ξένες που είναι ήδη αναπτυγμένες.

Όσον αφορά τους καταναλωτές, μετά από έρευνες που έκαναν οι εταιρείες, πιστεύουν ότι κάποιοι από αυτούς γνωρίζουν τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα ενώ αποδείχτηκε ότι στο σύνολό τους, δεν τα αγοράζουν συνειδητά επειδή ανήκουν στην συγκεκριμένη κατηγορία. Είναι πεπεισμένοι ότι οι διαφημίσεις εστιάζουν στα οφέλη που προσφέρουν τα λειτουργικά τρόφιμα και έτσι με το ύφος τους, τους προτρέπουν να τα αγοράσουν. Οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους οι καταναλωτές αγοράζουν αυτά τα τρόφιμα, σύμφωνα με τις επιχειρήσεις είναι:

- θεραπευτικοί
- προληπτικοί και
- σπάνια για λόγους γεύσεις .

Ακόμα επισημαίνουν ότι η ομάδα στόχος (target group) αυτών των τροφίμων δεν είναι συγκεκριμένη καθώς εξαρτάται από το προϊόν, την ηλικία των καταναλωτών και από το λόγο που γίνεται η κατανάλωση.

Και οι τρεις ερωτηθέντες εταιρείες συμφώνησαν πως τα λειτουργικά τρόφιμα δεν είναι απλά μια νέα διατροφική τάση αλλά η εξέλιξη και η πρόοδος της τεχνολογίας, μέσα από την οποία ωφελείται πρωτίστως ο άνθρωπος αφού μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως μέσο για τη βελτίωση της υγείας του. Για παράδειγμα, μπορεί κάποιος να επιτύχει μείωση της χοληστερίνης του εάν προσθέσει στη διατροφή του τρόφιμα όπως μαργαρίνες, γάλα και γιαούρτια πλούσια σε ω-3 λιπαρά οξέα που βοηθούν στη μείωση της «κακής χοληστερίνης». Μια γυναίκα στην εμμηνόπαυση μπορεί να χρησιμοποιήσει γάλα και γιαούρτι εμπλουτισμένο με ασβέστιο, έτσι ώστε να μειώσει τον κίνδυνο της οστεοπόρωσης, πάντα στα πλαίσια μια υγιεινής και ισορροπημένης διατροφής. Είναι σημαντικό σύμφωνα με τους ειδικούς, τα λειτουργικά τρόφιμα να καταναλώνονται σύμφωνα με τις σχετικές ενδείξεις κατανάλωσης, έτσι ώστε να μπορούν να αποδώσουν στον οργανισμό το 100% των ωφελειών που διαθέτουν.

Και καθώς αναφέρονται τα οφέλη που μπορούν αυτά τα τρόφιμα να προσφέρουν στον οργανισμό, πρέπει να σημειωθεί ότι οι εταιρείες παραγωγής τους, συνεργάζονται με γιατρούς, ιατρικούς συλλόγους, κέντρα ερευνών και πανεπιστήμια, έτσι ώστε μέσω ανεξάρτητων ερευνών να πιστοποιήσουν την αποτελεσματικότητα των προϊόντων τους. Οι μελέτες που πραγματοποιούνται γίνονται σε άτομα που αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα υγείας όπως, υψηλή χοληστερίνη, οστεοπόρωση, δυσανεξία στο γάλα κ.α. και καταναλώνουν το αντίστοιχο για την περίπτωσή τους προϊόν. Οι ειδικοί καταγράφουν την πορεία τους πριν, κατά τη διάρκεια της θεραπείας και μετά, και βγάζουν τα αποτελέσματα, τα οποία τα παρουσιάζουν και τα μελετούν με τους τεχνικούς τροφίμων και τους διαιτολόγους που πλαισιώνουν τις ομάδες παραγωγής των εταιρειών. Το βασικότερο που προκύπτει από τις έρευνες είναι ότι τα λειτουργικά τρόφιμα μόνο καλό μπορεί να κάνουν στον οργανισμό αφού μπορούν να καταναλωθούν με ασφάλεια τόσο για προληπτικούς όσο και για θεραπευτικούς λόγους. Τα μέγιστα οφέλη των τροφίμων αυτών, μπορούν να τα αποκομίσουν όσοι αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα υγείας και σε συνδυασμό με ισορροπημένη διατροφή καταναλώνουν το αντίστοιχο για το πρόβλημά τους λειτουργικό τρόφιμο.

Τέλος, στα κέντρα εξυπηρέτησης πελατών, οι καταναλωτές τηλεφωνούν για να εκφράσουν κάποια σχόλια όπως πόσο εύκολα ή δύσκολα βρίσκουν τα προϊόντα της κάθε εταιρείας στα σούπερ μάρκετ, αν τους αρέσει ή όχι η γεύση τους, σε τι άλλες γεύσεις θα τα ήθελαν και διάφορα σχόλια για τη συσκευασία (π.χ. οικογενειακή).

5.4 Συμπεράσματα

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται μια ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 8 Σαμιώτες καταναλωτές και μια ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 3 επιχειρήσεις παραγωγής λειτουργικών τροφίμων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας, όσον αφορά τους καταναλωτές, έδειξαν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων εμπιστεύονται τα λειτουργικά τρόφιμα αφού τα καταναλώνουν σχεδόν καθημερινά, είτε για την αντιμετώπιση κάποιου προβλήματος υγείας είτε για προληπτικούς λόγους. Η μεγάλη γκάμα των λειτουργικών τροφίμων (από βρεφικές φρουτόκρεμες μέχρι σνακς) επιτρέπει σ' όλη την οικογένεια να τα καταναλώνει επ' ωφελούμενη από τις ευεργετικές ιδιότητές τους. Τέλος, οι περισσότεροι ερωτηθέντες επισημαίνουν ότι η τιμή δεν τους επηρεάζει στην επιλογή αγοράς τροφίμων αφού θεωρούν ότι η υγεία αποτελεί προτεραιότητα.

Από την άλλη πλευρά οι εταιρείες παραγωγής λειτουργικών τροφίμων δραστηριοποιήθηκαν στον συγκεκριμένο τομέα λόγω της εξέλιξης τους στο χώρο των τροφίμων. Η δύναμη και το κύρος τους να πραγματοποιούν εξειδικευμένες έρευνες, σηματοδότησε την ανάπτυξη αυτής της νέας κατηγορίας τροφίμων ενώ παραδέχτηκαν ότι η ελληνικά αγορά βρίσκεται σε νηπιακό στάδιο σε σχέση με τις ξένες αγορές που είναι ήδη αναπτυγμένες. Επιπλέον, τονίζουν ότι τα λειτουργικά τρόφιμα δεν είναι απλά μια νέα διατροφική τάση αλλά η εξέλιξη και η πρόοδος της τεχνολογίας μέσα από την οποία ωφελείται πρωτίστως ο άνθρωπος. Τέλος, και οι τρεις εταιρείες συνεργάζονται με γιατρούς, ιατρικούς συλλόγους, κέντρα ερευνών και πανεπιστήμια, έτσι ώστε μέσω ανεξάρτητων ερευνών να πιστοποιούν την αποτελεσματικότητα των τροφίμων τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

6.1 Εισαγωγή

Η έρευνα αγοράς είναι μια σημαντική διαδικασία αφού αποτελεί το συνδετικό κρίκο επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και των καταναλωτών. Αυτό γίνεται αντιληπτό από τον ορισμό που αναφέρει ο Σταθακόπουλος (2001), σύμφωνα με το Bennett (1988), ότι «Η έρευνα αγοράς είναι η λειτουργία η οποία συνδέει τον καταναλωτή, τον πελάτη και το περιβάλλον με την επιχείρηση μέσω πληροφοριών – πληροφοριών που απαιτούνται για να εντοπιστούν και να προσδιοριστούν ευκαιρίες και προβλήματα του μάρκετινγκ, για να σχεδιαστούν, να αναθεωρηθούν και να αξιολογηθούν προγράμματα μάρκετινγκ, για να ελεγχθεί η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών του μάρκετινγκ και για να κατανοήσουμε καλύτερα το μάρκετινγκ ως διαδικασία λήψης αποφάσεων».

Η έρευνα αγοράς διαχωρίζεται σε δύο είδη, την ποιοτική και την ποσοτική. Η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιείται από τους ερευνητές στα αρχικά στάδια μιας έρευνας για τον εντοπισμό και τη διευκρίνιση προβλημάτων, καθώς και για το σχεδιασμό των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν για τη συλλογή των στοιχείων κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της ποσοτικής έρευνας (Σιώμκος, 2002). Η ποιοτική έρευνα της συγκεκριμένης εργασίας αναπτύχθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο (βλέπε κεφ. 5). Η ποσοτική έρευνα είναι κυρίως περιγραφική έρευνα (Σιώμκος, 2002) και βασίζεται στη στατιστική ανάλυση, δηλαδή στη χρήση κλειστού ή ποσοτικού τύπου ερωτήσεων με τη βοήθεια μοντέλων, στατιστικών πινάκων και γραφημάτων με σκοπό να στηρίξουν όσο το δυνατόν περισσότερο τα δεδομένα τους οι ερευνητές έτσι ώστε να είναι πιο αξιόπιστα τα αποτελέσματα (Denzin & Lincoln, 1998). Στην ποσοτική έρευνα χρησιμοποιούνται κυρίως οι μέθοδοι των επισκοπήσεων (surveys), τεχνικών παρατήρησης και πειραμάτων (Σιώμκος, 2002).

Στόχος της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι:

- Να εξεταστεί ο βαθμός επίδρασης της γνώσης των καταναλωτών για τις ωφέλειες που προσφέρουν τα τρόφιμα και κυρίως τα λειτουργικά τρόφιμα στην υγεία, και

- Να εξεταστεί ο βαθμός όπου τα κοινωνικό-οικονομικά χαρακτηριστικά, η αντίληψη και η στάση των καταναλωτών ως προς τα λειτουργικά τρόφιμα, αλληλεπιδρούν και επηρεάζουν την απόφαση για κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων.

Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της συμπλήρωσης ερωτηματολογίου.

Στις επόμενες ενότητες παρουσιάζονται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου και η μέθοδος της δειγματοληψίας.

6.2 Σχεδιασμός ερωτηματολογίου

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η συλλογή των πρωτογενών στοιχείων έγινε με τη μέθοδο συμπλήρωσης ερωτηματολογίου. Πιο συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της προσωπικής συνέντευξης, όπου ο ερευνητής και ο ερωτηθείς ήρθαν σε επαφή πρόσωπο με πρόσωπο και ο δεύτερος συμπλήρωσε το ερωτηματολόγιο. Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν στο δρόμο και σε εμπορικά καταστήματα από καταναλωτές τυχαίου δείγματος, και τους ζητήθηκε να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο επιτόπου.

Για να επιτευχθούν οι στόχοι που τέθηκαν και αναφέρονται στην προηγούμενη ενότητα το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε τέσσερις βασικές ενότητες.

Οι δύο πρώτες ενότητες του ερωτηματολογίου έχουν ως στόχο τη μέτρηση της αντίληψης και της στάσης των καταναλωτών για την επίδραση των τροφίμων στην επίτευξη της καλής λειτουργίας του οργανισμού, καθώς και της γνώσης τους γύρω από τα λειτουργικά τρόφιμα. Έτσι, η πρώτη ενότητα ονομάστηκε «Η επίδραση των τροφίμων στην υγεία». Η μέτρηση των στοιχείων έγινε με τέσσερις κλίμακες: *Ναι, Μάλλον ναι, Όχι, Μάλλον όχι*. Οι κλίμακες επιλέχθηκαν να έχουν αυτή τη μορφή, με σκοπό να είναι κατανοητές, απλές και με ξεκάθαρο νόημα, έτσι ώστε να διευκολύνουν τον ερωτηθέντα κατά τη διαδικασία συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Η δεύτερη ενότητα ονομάστηκε «Η γνώση των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα». Η μέτρηση των στοιχείων έγινε με δύο τρόπους. Στην πρώτη ερώτηση της ενότητας χρησιμοποιήθηκε κλειστού τύπου ερώτηση, δηλαδή *Ναι, Όχι*, και στις υπόλοιπες ένας συνδυασμός πολλαπλής επιλογής και ανοιχτού τύπου. Αυτό έγινε για να

μπορέσουν οι ερωτηθέντες να απαντήσουν με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ακρίβεια στις συγκεκριμένες ερωτήσεις.

Η τρίτη ενότητα μετράει τη συμπεριφορά των καταναλωτών ως προς την αγορά των λειτουργικών τροφίμων. Η μέτρηση έγινε με ερωτήσεις κλειστού τύπου, όπου ανάλογα με την ερώτηση διαφοροποιείται το στυλ της απάντησης όπως φαίνεται στον πίνακα 6.1, και μια ερώτηση πολλαπλής επιλογής.

Πίνακας 6.1 Τρόπος μέτρησης των απαντήσεων

Ερωτήσεις	Τρόπος μέτρησης των απαντήσεων			
Έχετε καταναλώσει κάποιο λειτουργικό τρόφιμο;	Ναι	Όχι	-	-
Πόσο συχνά καταναλώνετε λειτουργικά τρόφιμα;	Κάθε μέρα	2-3 την εβδομάδα	2-3 το μήνα	Σπάνια
Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε, τα καταναλώνετε για:	Προληπτικούς λόγους		Θεραπευτικούς λόγους	
Εμπιστεύεστε τα λειτουργικά τρόφιμα για τις ιδιότητες που ισχυρίζονται ότι προσφέρουν;	Ναι	Μάλλον ναι	Όχι	Μάλλον όχι
Θα καταναλώνατε ένα λειτουργικό τρόφιμο για τα οφέλη που σας προσφέρει ανεξάρτητα από τη γεύση του;	Ναι	Μάλλον ναι	Όχι	Μάλλον όχι
Η διαφήμιση ενός λειτουργικού προϊόντος που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, σας επηρεάζει στην επιλογή αγοράς του συγκεκριμένου τροφίμου;	Ναι	Μάλλον ναι	Όχι	Μάλλον όχι
Θα καταναλώνατε ένα λειτουργικό τρόφιμο που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, αν η μάρκα του σας ήταν εντελώς άγνωστη;	Ναι	Μάλλον ναι	Όχι	Μάλλον όχι
Η τιμή αποτελεί καθοριστικό	Ναι	Μάλλον ναι	Όχι	Μάλλον όχι

παράγοντα για εσάς στην αγορά λειτουργικών τροφίμων;				
Πόσα χρήματα από το μηνιαίο εισόδημά σας είστε διατεθειμένοι να δαπανήσετε για την αγορά λειτουργικών τροφίμων τον μήνα;	50-100	101-150	151-200	201-250

Η τέταρτη και τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου διερευνά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων και αποτελείται από τις μεταβλητές «Φύλο, Ηλικία, Εκπαίδευση, Οικογενειακή κατάσταση και Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα».

Με τους παραπάνω τρόπους ολοκληρώθηκε ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου και δόθηκε σ' ένα δείγμα 20 ατόμων, έτσι ώστε να εντοπιστούν πιθανές αδυναμίες στη συνοχή των ερωτήσεων και στην κατανόησή τους από τους ερωτηθέντες. Η πιλοτική αυτή έρευνα έδειξε ότι υπήρχαν προβλήματα κατανόησης σε τρεις ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις αυτές ήταν:

1. Η ερώτηση 6: *Γνωρίζετε την ύπαρξη των λειτουργικών τροφίμων;*
2. Η ερώτηση 9: *Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκουν; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία κατηγορίες), και τέλος*
3. Η ερώτηση 21: *Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα (σε ευρώ).*

Στην ερώτηση 6, ήταν άγνωστος σε πολλούς ερωτηθέντες ο όρος *λειτουργικά τρόφιμα*, παρόλο που πολλοί από αυτούς καταναλώνουν τέτοια τρόφιμα. Για να αντιμετωπιστεί το συγκεκριμένο πρόβλημα, πριν την ερώτηση 6 προστέθηκε ο ορισμός των λειτουργικών τροφίμων και αναδιατυπώθηκε η ερώτηση. Η ερώτηση 9 ήταν πολλαπλής επιλογής, όπου μια επιλογή είχε διατυπωθεί λάθος και παραπλανούσε τους ερωτηθέντες. Η επιλογή αυτή ήταν η λέξη «Αναψυκτικά» η οποία αντικαταστάθηκε από τον όρο «Ροφήματα». Διαβάζοντας οι ερωτηθέντες τη λέξη «Αναψυκτικά» το μυαλό τους πήγαινε σε αναψυκτικά τύπου light, κάτι που δεν ήταν σωστό, ενώ μετά την αλλαγή ο όρος είχε μια πιο ευρεία έννοια περιλαμβάνοντας κατηγορίες όπως οι χυμοί, το τσάι ακόμα και εμφιαλωμένο νερό. Τέλος, στην ερώτηση 21 διαπιστώθηκε ότι οι ερωτηθέντες δεν ανέφεραν το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα αλλά το προσωπικό. Αυτό αντιμετωπίστηκε με την υπογράμμιση της λέξης «οικογενειακό», καθώς και με την προφορική επισήμανση τη στιγμή της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Μετά από αυτές τις διορθώσεις, το ερωτηματολόγιο πήρε την τελική του

μορφή, δόθηκε σ' ένα δείγμα 10 ατόμων για να επιβεβαιωθεί ότι διορθώθηκαν όλα τα αδύνατα σημεία του και αφού διαπιστώθηκε ότι όλα ήταν πλήρως κατανοητά, συνεχίστηκε η έρευνα. Η τελική μορφή του ερωτηματολογίου παρουσιάζεται στο παράρτημα Α.

6.3 Μεθοδολογία δειγματοληψίας

Τα ερωτηματολόγια της παρούσας πτυχιακής εργασίας συγκεντρώθηκαν μέσω προσωπικών συνεντεύξεων, οι οποίες διεξήχθησαν στον εμπορικό δρόμο στην πόλη της Σάμου, του Πυθαγορείου και του Καρλοβάσου, καθώς και σε εμπορικά καταστήματα. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν από καταναλωτές τυχαίου δείγματος επιτόπου, αφού πρώτα ενημερώθηκαν για το σκοπό της έρευνας και συμφώνησαν να συμμετάσχουν σε αυτήν. Το δείγμα που συλλέχθηκε από την παραπάνω διαδικασία ήταν 200 ερωτηματολόγια, τα οποία ήταν αρκετά για έρευνα αγοράς συναρτήσει του πληθυσμού της Σάμου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

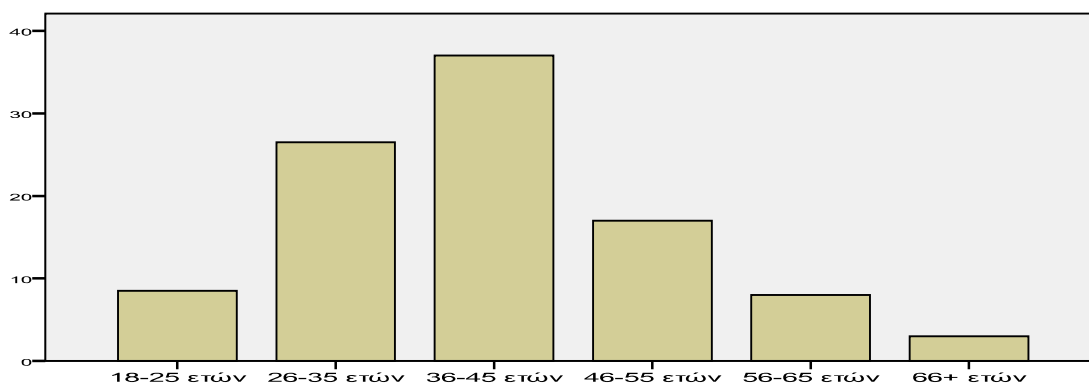
7.1 Εισαγωγή

Σ' αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη στατιστική ανάλυση των δεδομένων στο πρόγραμμα SPSS 17.0. Αρχικά, παρουσιάζονται τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος και στη συνέχεια τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις ερωτήσεις στάσεων και συμπεριφοράς που τέθηκαν στους ερωτηθέντες.

7.2 Χαρακτηριστικά του δείγματος

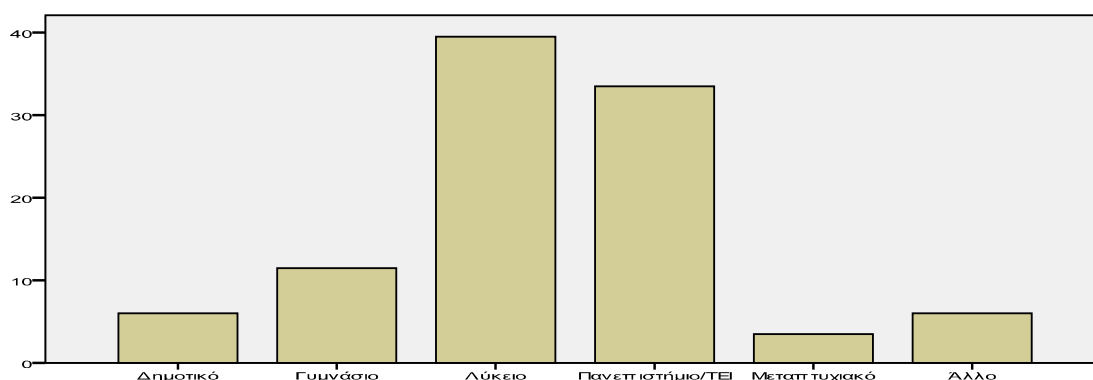
Από την ανάλυση του δείγματος προέκυψε ότι το 61% των ερωτηθέντων (122 καταναλωτές) ήταν γυναίκες και το 39% άντρες (78 καταναλωτές). Αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση του δείγματος το 66% αποτελείται από παντρεμένους καταναλωτές, το 27,5% από ανύπαντρους και το 6,5% από διεζευγμένους και χήρους. Όσον αφορά τα παιδιά, το 35,5% των καταναλωτών δεν έχει κανένα παιδί, το 19,5% έχει ένα παιδί και το 29,5% έχει δύο παιδιά. Τρία παιδιά έχει το 9,5% και πάνω από τρία το 6%.

Στο γράφημα 7.1 παρουσιάζεται η κατανομή ηλικιών του δείγματος η οποία διαμορφώνεται ως εξής. Το 37% αποτελείται από άτομα ηλικίας 36-45 ετών, το 26,5% από άτομα ηλικίας 26-35 και το 17% από άτομα ηλικίας 46-55 ετών. Η ηλικία μεταξύ 18-25 ετών παρουσιάζει ποσοστό 8,5%, ενώ τα άτομα ηλικίας 56 ετών και πάνω παρουσιάζουν ποσοστό 11%.



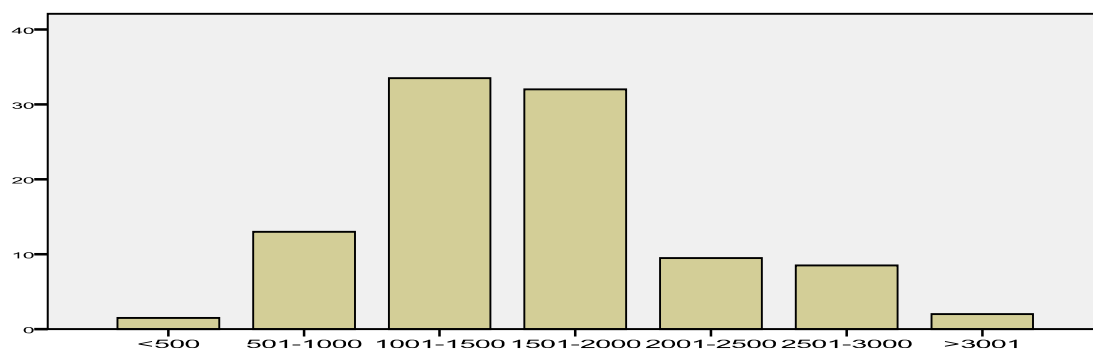
Γράφημα 7.1 Κατανομή του δείγματος βάσει την ηλικία (%)

Όπως φαίνεται στο γράφημα 7.2 το 39,5% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι λυκείου και το 33,5% έχει πανεπιστημιακή εκπαίδευση ή έχει αποφοιτήσει από ΤΕΙ. Το 17,5% των ερωτηθέντων έχει λάβει κατώτατη εκπαίδευση, ενώ ένα μικρό ποσοστό του δείγματος, μόλις το 3,5% έχει λάβει μεταπτυχιακές σπουδές. Το 6% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι σχολών ΙΕΚ και ΟΑΕΔ.



Γράφημα 7.2 Κατανομή του δείγματος βάσει το επίπεδο εκπαίδευση (%)

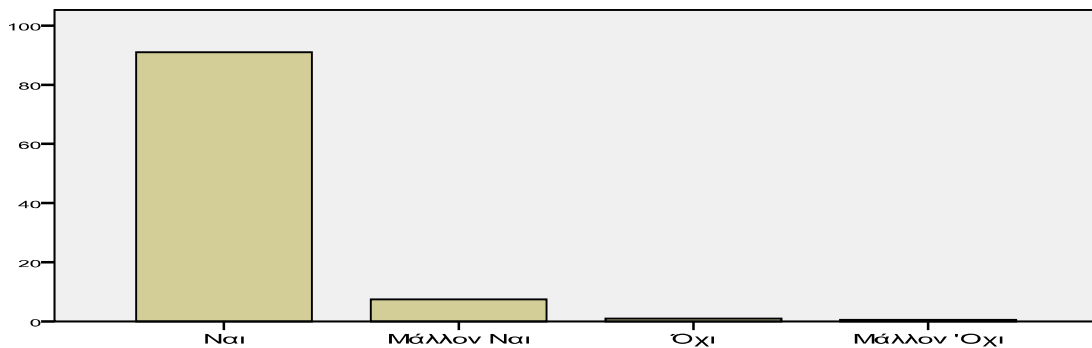
Ολοκληρώνοντας τη μελέτη γύρω από τα κοινωνικο-οικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος, παρουσιάζεται το γράφημα 7.3 στο οποίο παρουσιάζεται το μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα σε ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, η πλειονότητα των ερωτηθέντων (33,5%) δήλωσε μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα 1001-1500 ευρώ, ενώ το 32% των ερωτηθέντων δήλωσε εισόδημα μεταξύ 1501 και 2000 ευρώ. Από 2000 ευρώ και πάνω δήλωσε το 20% του δείγματος, ενώ από 501 έως 1000 ευρώ το 13%.



Γράφημα 7.3 Κατανομή του δείγματος βάσει το εισόδημα (%)

7.3 Η επίδραση των τροφίμων στην καλή υγεία των καταναλωτών

Όπως φαίνεται στο γράφημα 7.4 η πλειονότητα των καταναλωτών (91%) των πιστεύει πως η υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή βοηθάει στη διατήρηση της καλής υγείας, ενώ το 7,5% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι μάλλον με τον τρόπο αυτό μπορεί να διατηρηθεί. Αντίθετα, μόνο το 1,5% του δείγματος δεν πιστεύει απόλυτα ότι η επίτευξη της καλής υγείας μπορεί να προκύψει από μια υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή.



Γράφημα 7.4 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την βοήθεια που προσφέρει η υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή στην διατήρηση της καλής υγείας

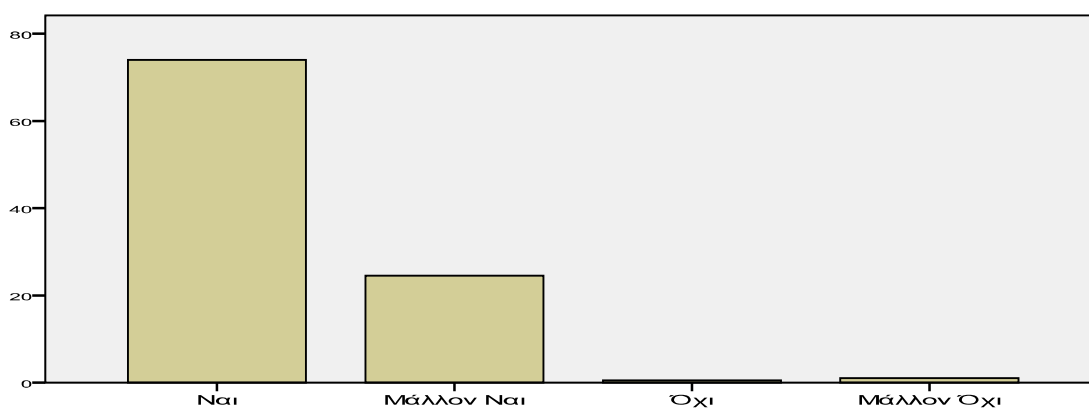
Στον πίνακα 7.1 φαίνεται ότι το 83,5% των ερωτηθέντων συμφωνεί στο ότι τα τρόφιμα παίζουν σημαντικό ρόλο για την καλή υγεία και το 15% ότι μάλλον παίζουν σημαντικό ρόλο. Από την άλλη πλευρά, το 1,5% φαίνεται να διαφωνεί για τον ρόλο των τροφίμων στην υγεία.

Πίνακας 7.1 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με το ρόλο των τροφίμων στην καλή υγεία των ανθρώπων

Ερώτηση: Πιστεύετε ότι τα τρόφιμα παίζουν σημαντικό ρόλο για την καλή υγεία του ανθρώπου;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	167	83,5%
Μάλλον ναι	30	15%
Όχι	2	1%

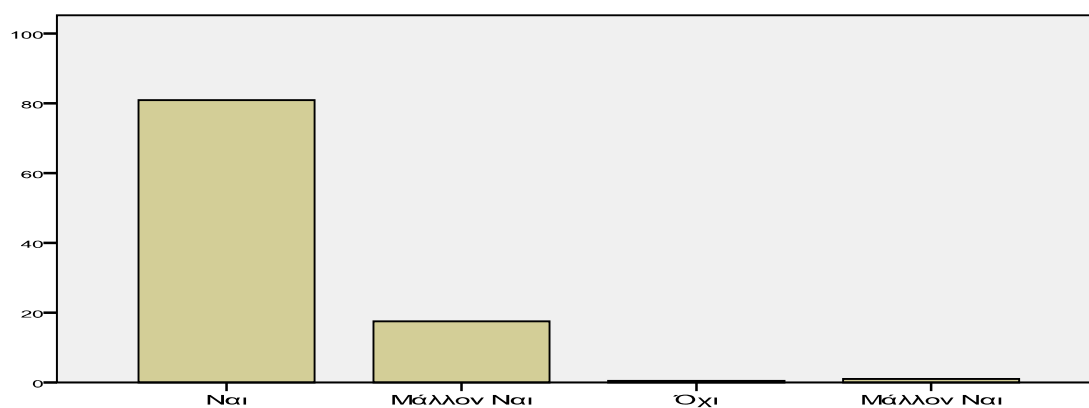
Μάλλον όχι	1	0,5%
-------------------	---	------

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, (74%) πιστεύει ότι τα τρόφιμα μπορούν να βελτιώσουν την καλή υγεία των ανθρώπων, ενώ το 24,5% ότι μάλλον μπορούν (γράφημα 7.5). Ένα μικρό ποσοστό, το 5%, απάντησε ότι τα τρόφιμα δεν μπορούν να τη βελτιώσουν και το 1% ότι μάλλον δεν μπορούν.



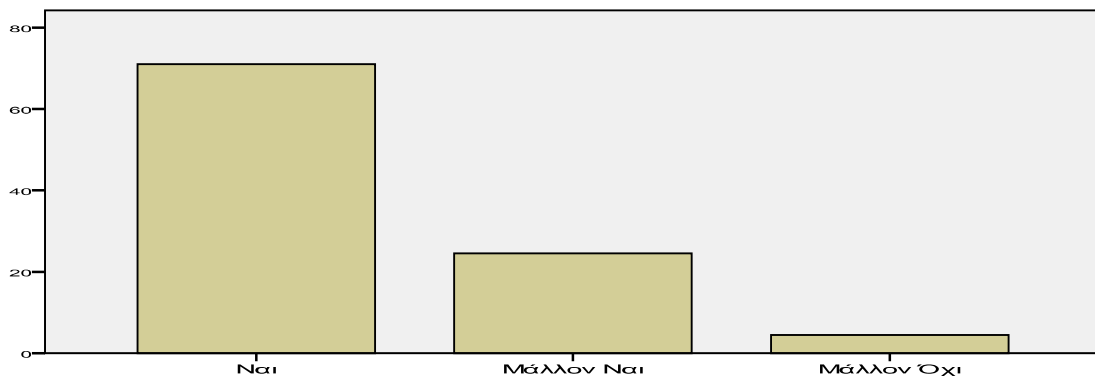
Γράφημα 7.5 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την επίδραση των τροφίμων στη βελτίωση της υγείας (%)

Από την άλλη πλευρά, το 81% του δείγματος πιστεύει ότι μέσω της διατροφής μπορούν να αντιμετωπιστούν ασθένειες όπως η χοληστερίνη, η οστεοπόρωση κ.α., ενώ το 17,5% φαίνεται να έχει λίγες επιφυλάξεις, όπως παρουσιάζεται στο γράφημα 7.6. Σχεδόν αρνητικό φαίνεται το 1,5% του δείγματος το οποίο δεν πιστεύει στα παραπάνω.



Γράφημα 7.6 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την αντιμετώπιση παθήσεων – ασθενειών μέσω της διατροφής (%)

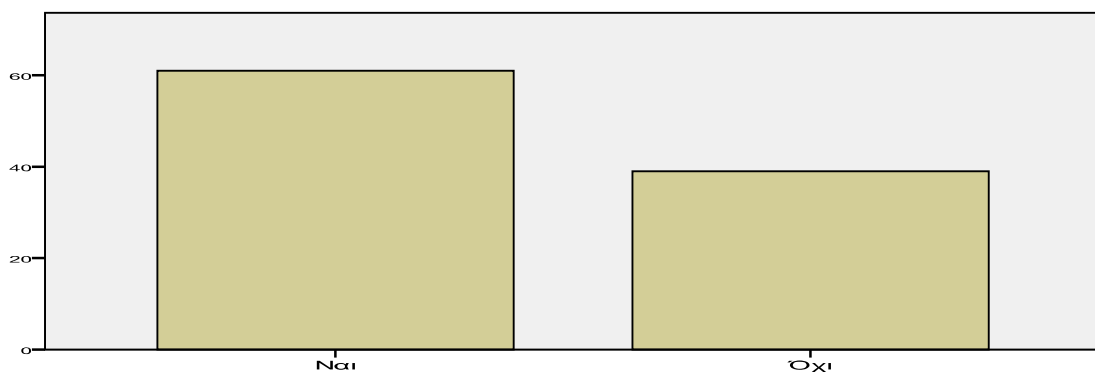
Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γράφημα 7.7 το οποίο δείχνει ότι το 71% των ερωτηθέντων πιστεύει στην πρόληψη μιας ασθένειας μέσω της διατροφής παρά στην αντιμετώπισή της, ενώ το 24,5% πιστεύει ότι η πρόληψη είναι μάλλον πιο εύκολη από την αντιμετώπιση. Αντίθετα, το 4,5% πιστεύει ότι η πρόληψη μάλλον δεν είναι πιο εύκολη απ' ό τι η αντιμετώπιση οποιουδήποτε προβλήματος υγείας.



Γράφημα 7.7 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την πρόληψη μιας ασθένειας μέσω της διατροφής (%)

7.4 Η γνώση των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα

Όπως φαίνεται στο γράφημα 7.8 το 61% των ερωτηθέντων γνωρίζει τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα, έναντι του 39% που δεν γνωρίζει την επιστημονική ορολογία των συγκεκριμένων τροφίμων.



Γράφημα 7.8 Κατανομή των δειγματος στην ερώτηση αναφορικά με τη γνώση ύπαρξης των λειτουργικών τροφίμων (%)

Από τους ερωτηθέντες που απάντησαν ότι γνωρίζουν τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα, το 15% δήλωσε ότι ενημερώθηκε για τα τρόφιμα αυτά από τον οικογενειακό τους ιατρό, το 29,5% ότι ενημερώθηκε από βιβλία και περιοδικά, ενώ το 38%, που αποτελεί και το μεγαλύτερο ποσοστό του δείγματος, ότι ενημερώθηκε από την τηλεόραση. Το 10% των ερωτηθέντων, δήλωσε ότι ενημερώθηκε μέσω του διαδικτύου, ενώ το 5% μέσω του ραδιόφωνου. Τέλος, το 3%, όπως φαίνεται στον πίνακα 7.2, πληροφορήθηκε για τα λειτουργικά τρόφιμα από τις εφημερίδες, ενώ το 4% δήλωσε ότι πληροφορήθηκε για τα συγκεκριμένα τρόφιμα από συγγενείς και φίλους.

Πίνακας 7.2 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα μέσα ενημέρωσης των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα

Ερώτηση: Από ποιο μέσο μάθατε για τα λειτουργικά τρόφιμα;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Οικογενειακός ιατρός	30	15 %
Βιβλία και περιοδικά	59	29,5%
Τηλεόραση	76	38%
Διαδίκτυο	20	10%
Ραδιόφωνο	10	5%
Εφημερίδα	6	3%
Συγγενείς και φίλοι	8	4%

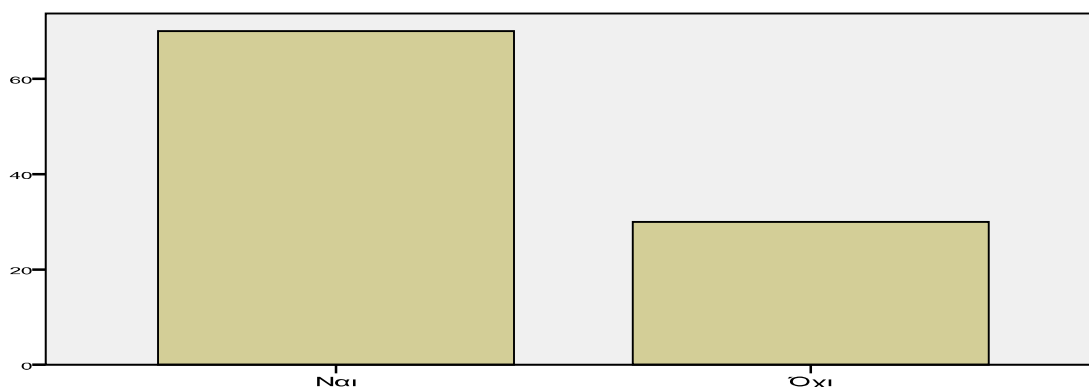
Το 22% των ερωτηθέντων που απάντησαν ότι δεν γνωρίζουν τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα, δήλωσαν ότι θα ήθελαν να ενημερωθούν από τον οικογενειακό τους ιατρό. Το 18% ότι θα ήθελε να πληροφορηθεί από βιβλία και περιοδικά, ενώ το 15,5% ήθελε να πληροφορηθεί για τα συγκεκριμένα τρόφιμα από την τηλεόραση. Το 7,5% του δείγματος, δήλωσε ότι προτιμά να ενημερωθεί από το διαδίκτυο και το 6% από το ραδιόφωνο. Ακόμα, ως μέσο ενημέρωσης για τα λειτουργικά τρόφιμα το 3,5% επιλέγει την εφημερίδα και το 3% τα γυμναστήριο και τα συγγενικά πρόσωπα (πίνακας 7.3).

Πίνακας 7.3 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα μέσα ενημέρωσης των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα

Ερώτηση: Από ποιο μέσο θα θέλατε να ενημερωθείτε για το τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Οικογενειακός ιατρός	44	22%
Βιβλία και περιοδικά	18	9%
Τηλεόραση	31	15,5%
Διαδίκτυο	15	7,5%
Ραδιόφωνο	12	6%
Εφημερίδα	7	3,5%
Γυμναστήριο και συγγενείς	6	3%

7.5 Η καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων

Όπως προκύπτει από την ανάλυση των δεδομένων και παρουσιάζεται στον γράφημα 7.9, το 70% των ερωτηθέντων καταναλώνει λειτουργικά τρόφιμα (140 καταναλωτές), ενώ το 30% δεν τα καταναλώνει (60 καταναλωτές).



Γράφημα 7.9 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την κατανάλωση των λειτουργικών τροφίμων από τους ερωτηθέντες (%)

Όπως φαίνεται στον πίνακα 7.4, από τους 140 ερωτηθέντες που απάντησαν ότι καταναλώνουν λειτουργικά τρόφιμα, οι 32 τα καταναλώνουν καθημερινά, οι 52, δυο με τρεις φορές την εβδομάδα και οι 36, δυο με τρεις φορές το μήνα. Μόνο 20 ερωτηθέντες τα καταναλώνουν σπάνια.

Πίνακας 7.4 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τη συχνότητα κατανάλωσης των λειτουργικών τροφίμων

Ερώτηση: Πόσο συχνά καταναλώνετε λειτουργικά τρόφιμα;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Κάθε μέρα	32	16%
2-3 φορές την εβδομάδα	52	26%
2-3 φορές το μήνα	36	18%
Σπάνια	20	10%

Όπως φαίνεται στον πίνακα 7.5, οι πιο δημοφιλείς κατηγορίες λειτουργικών τροφίμων είναι τα γαλακτοκομικά με ποσοστό 56,6%, τα δημητριακά με 35%, τα αρτοσκευάσματα με ποσοστό 28% και τα μπισκότα με 13,5%. Ακολουθούν οι κατηγορίες, ροφήματα με ποσοστό 9%, τα προϊόντα διαίτης με ποσοστό 7,5%, οι γλυκαντικές ύλες και τα κρεατοσκευάσματα με ποσοστό 5,5% έκαστος, οι βρεφικές τροφές με ποσοστό 4,5% και τα γλυκίσματα με ποσοστό 2,5%.

Πίνακας 7.5 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τις κατηγορίες των λειτουργικών τροφίμων που καταναλώνουν οι ερωτηθέντες

Ερώτηση: Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκουν;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Γαλακτοκομικά	113	56,5%
Βρεφικές τροφές	9	4,5%
Δημητριακά	70	35%
Μπισκότα	27	13,5%
Αρτοσκευάσματα	56	28%

Κρεατοσκευάσματα	11	5,5%
Προϊόντα διαίτης	15	7,5%
Γλυκαντικές ύλες	11	5,5%
Γλυκίσματα	5	2,5%
Ροφήματα	18	9%

Όσον αφορά τους λόγους για τους οποίους καταναλώνουν τα λειτουργικά τρόφιμα, από τους 140 ερωτηθέντες που τα καταναλώνουν, οι 100 δήλωσαν πως τα καταναλώνουν για προληπτικούς λόγους και οι 40 για θεραπευτικούς (πίνακας 7.6).

Πίνακας 7.6 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τους λόγους κατανάλωσης των λειτουργικών τροφίμων

Ερώτηση: Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε, τα καταναλώνετε για:		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Προληπτικούς λόγους	100	50%
Θεραπευτικούς λόγους	40	20%

Αναφορικά με την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι ερωτηθέντες ως προς τα λειτουργικά τρόφιμα, η έρευνα έδειξε ότι από τους 140 που τα καταναλώνουν, οι 69 (34,5%) τα εμπιστεύεται και οι 71 (35,5%) ότι μάλλον τα εμπιστεύονται (πίνακας 7.7).

Πίνακας 7.7 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την εμπιστοσύνη των ερωτηθέντων ως προς τις ιδιότητες των λειτουργικών τροφίμων

Ερώτηση: Εμπιστεύεστε τα λειτουργικά τρόφιμα για τις ιδιότητες που ισχυρίζονται ότι προσφέρουν;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	69	34,5%
Μάλλον ναι	71	35,5%
Όχι	-	-
Μάλλον όχι	-	-

Σύμφωνα με τον πίνακα 7.8, από τους 140 ερωτηθέντες που τα αγοράζουν, οι 26 τα καταναλώνουν ανεξάρτητα από τη γεύση τους, οι 54 είναι πρόθυμοι να τα καταναλώσουν ό,τι γεύση και αν έχουν, ενώ οι 39 δεν τα καταναλώνουν αν δεν τους αρέσει η γεύση τους. Τέλος, 21 ερωτηθέντες απάντησαν ότι μάλλον δεν θα καταναλώναν τα λειτουργικά τρόφιμα αν δεν τους άρεσε η γεύση τους.

Πίνακας 7.8 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων ανεξάρτητα από τη γεύση τους

<i>Ερώτηση: Θα καταναλώνατε ένα λειτουργικό τρόφιμο για τα οφέλη που σας προσφέρει ανεξάρτητα από τη γεύση του;</i>		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	26	13%
Μάλλον ναι	54	27%
Όχι	39	19,5%
Μάλλον όχι	21	10,5%

Όσον αφορά την επιρροή της διαφήμισης στους ερωτηθέντες, όπως φαίνεται στον πίνακα 7.9, οι 73 παραδέχτηκαν ότι μάλλον επηρεάζονται από τις διαφημίσεις, ενώ οι 42 ότι επηρεάζονται σίγουρα από αυτές. Αντίθετα, οι 14 καταναλωτές δήλωσαν ότι δεν επηρεάζονται εξ' ολοκλήρου από τις διαφημίσεις ενώ οι 11 ότι δεν επηρεάζονται καθόλου από αυτές.

Πίνακας 7.9 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την επίδραση της διαφήμισης στην επιλογή αγοράς λειτουργικών τροφίμων

<i>Ερώτηση: Η διαφήμιση ενός λειτουργικού προϊόντος που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, σας επηρεάζει στην επιλογή αγοράς του συγκεκριμένου τροφίμου;</i>		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	42	21%
Μάλλον ναι	73	36,5%
Όχι	11	5,5%

Μάλλον όχι	14	7%
-------------------	----	----

Όπως φαίνεται στον πίνακα 7.10, η μάρκα των λειτουργικών τροφίμων παίζει σημαντικό ρόλο για τους ερωτηθέντες, αφού οι 47 από τους 140 που τα καταναλώνουν, δεν τα αγοράζουν αν η μάρκα τους, τους είναι άγνωστη ενώ οι 46 δήλωσαν ότι μάλλον δεν θα αγοράσουν ένα λειτουργικό τρόφιμο άγνωστης μάρκας. Από την άλλη πλευρά, 40 από τους ερωτηθέντες μάλλον θα καταναλώναν λειτουργικά τρόφιμα όπου η μάρκα τους θα ήταν άγνωστη, ενώ μόνο 7 καταναλώνουν λειτουργικά τρόφιμα ακόμα και όταν η μάρκα τους δεν είναι γνωστή.

Πίνακας 7.10 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την αγορά ή όχι μιας άγνωστης μάρκας

Ερώτηση: Θα καταναλώνετε ένα λειτουργικό τρόφιμο που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, αν η μάρκα του σας ήταν εντελώς άγνωστη;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	7	3,5%
Μάλλον ναι	40	20%
Όχι	47	23,5%
Μάλλον όχι	46	23%

Στον πίνακα 7.11, παρουσιάζεται ο παράγοντας τιμή, όπου οι 41 καταναλωτές από τους 140 που αγοράζουν λειτουργικά τρόφιμα, δεν επηρεάζονται από την τιμή τους, ενώ οι 39 δεν επηρεάζονται πάρα πολύ. Οι 36 ερωτηθέντες επηρεάζονται μερικώς, ενώ για τους 24 η τιμή αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την αγορά λειτουργικών τροφίμων.

Πίνακας 7.11 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με την τιμή ως παράγοντα αγοράς των λειτουργικών τροφίμων

Ερώτηση: Η τιμή αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για εσάς στην αγορά λειτουργικών τροφίμων;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
Ναι	24	12%

Μάλλον ναι	36	18%
Όχι	41	20,5%
Μάλλον όχι	39	19,5%

Τέλος, στον πίνακα 7.12 παρουσιάζονται τα ποσά τα οποία είναι διατεθειμένοι να δαπανήσουν οι ερωτηθέντες για τα λειτουργικά τρόφιμα μηνιαίως. Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε ότι οι 69 ερωτηθέντες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν από 101 έως 150 ευρώ μηνιαίως και οι 50 προτίθενται να ξοδέψουν από 50- 100 ευρώ το μήνα. Οι 18 ερωτηθέντες, μπορούν και θέλουν να ξοδέψουν από 151-200 ευρώ και μόνο 2 είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν από 201-250 ευρώ μηνιαίως. Τέλος, 1 ερωτηθείς δήλωσε ότι δεν είναι διατεθειμένος να ξοδέψει παραπάνω από 30 ευρώ το μήνα για την αγορά λειτουργικών τροφίμων.

Πίνακας 7.12 Κατανομή του δείγματος στην ερώτηση αναφορικά με τα χρήματα που είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν οι καταναλωτές για την αγορά λειτουργικών τροφίμων

Ερώτηση: Πόσα χρήματα από το μηνιαίο εισόδημά σας είστε διατεθειμένοι να δαπανήσετε για την αγορά λειτουργικών τροφίμων τον μήνα;		
Μεταβλητή	Συχνότητα	Ποσοστό
50-100	69	34,5%
101-150	50	25%
151-200	18	9%
201-250	2	1%
Άλλο ποσό	1	0,5%

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

8.1 Εισαγωγή

Η εξέλιξη και η πρόοδος της τεχνολογίας, καθώς και η ανάγκη των καταναλωτών να θωρακίσουν τον οργανισμό τους μέσω της διατροφής, οδήγησε σε μια νέα κατηγορία τροφίμων, τα λειτουργικά τρόφιμα. Τα λειτουργικά τρόφιμα ονομάστηκαν έτσι, χάρη στην ιδιότητά τους να προσφέρουν επιπλέον όφελος από ότι τα συμβατικά τρόφιμα στον οργανισμό. Εμφανίστηκαν για πρώτη φορά στην Ιαπωνία τη δεκαετία του 1980 και εξαπλώθηκαν ραγδαία σ' ολόκληρο τον κόσμο. Στη χώρα μας, παρουσιάστηκαν πρόσφατα αλλά βρήκαν πρόσφορο έδαφος για να αναπτυχθούν.

Τα λειτουργικά τρόφιμα οφείλουν την αναγνωσιμότητά τους και την εξάπλωσή τους στην ολοένα και μεγαλύτερη ανάγκη των ανθρώπων να προφυλάξουν τον οργανισμό τους από παθήσεις όπως ο καρκίνος, τα εμφράγματα, η χοληστερίνη, η οστεοπόρωση κ.α. Το κόστος της ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης που συνεχώς αυξάνεται, καθώς και το υψηλό ποσοστό θνησιμότητας ατόμων ηλικίας 35-50 ετών οδήγησε τους ανθρώπους στην επιθυμία να προλαμβάνουν τις ασθένειες παρά να τις θεραπεύουν. Επιπλέον, η ενημέρωση για θέματα υγείας και ιδιαίτερα της σχέσης διατροφής και καλής φυσικής κατάστασης καθώς και περιβαλλοντικά θέματα όπως η ρύπανση του αέρα, των υδάτων και κατ' επέκταση και των τροφίμων, απασχολεί μεγάλη μερίδα καταναλωτών, οι οποίοι προσπαθούν να προφυλάξουν και να δυναμώσουν τον οργανισμό τους.

Έρευνες που έχουν διεξαχθεί σε Έλληνες καταναλωτές για τη διερεύνηση της αγοραστικής τους συμπεριφοράς γύρω από τα τρόφιμα και ιδιαίτερα τα λειτουργικά, έδειξαν ότι χρειάζονται μεγαλύτερη εκπαίδευση και επιμόρφωση, έτσι ώστε να μπορούν να ακολουθήσουν κάποιους βασικούς κανόνες διατροφής σε ολόκληρη τη ζωή τους, να αποκτήσουν ορθολογική συμπεριφορά και καταναλωτική συνείδηση. Από τα παραπάνω αποτελέσματα δημιουργήθηκε η ανάγκη για περαιτέρω διερεύνηση του θέματος τόσο με ποσοτική όσο και ποιοτική έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε Σαμιώτες καταναλωτές και

παρουσιάζεται στη παρούσα πτυχιακή εργασία. Τα συμπεράσματα των ερευνών παρατίθενται στις επόμενες ενότητες.

8.2 Συμπεράσματα ποιοτικής έρευνας

Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την ποιοτική έρευνα που διεξήχθη σε 8 Σαμιώτες καταναλωτές, έδειξαν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων εμπιστεύονται τα λειτουργικά τρόφιμα για τις ευεργετικές ιδιότητες που έχουν αφού τα χρησιμοποιούν καθημερινά ή σχεδόν καθημερινά. Όσον αφορά τον όρο «λειτουργικά τρόφιμα» τον γνωρίζουν τα άτομα μικρότερης ηλικίας και υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου, σε αντίθεση με τα άτομα χαμηλότερου μορφωτικού επιπέδου που τα καταναλώνουν χωρίς να γνωρίζουν ότι λέγονται έτσι.

Ο παράγοντας τιμή δεν τους επηρεάζει ιδιαίτερα αφού οι περισσότεροι θεωρούν πολύ σημαντικό το θέμα της υγείας. Αυτό επαληθεύεται και από τη μελέτη των νοικοκυριών και της επιρροής μεταξύ των μελών τους. Στις περισσότερες περιπτώσεις, το ένα μέλος της οικογένειας τα κατανάλωσε αρχικά και στη συνέχεια τα πρόσθεσαν στο διαιτολόγιό τους και τα υπόλοιπα μέλη. Επίσης, όσον αφορά τα νοικοκυριά με παιδιά, αποδείχθηκε ότι αυτά που έχουν ανήλικα παιδιά καταναλώνουν λειτουργικά τρόφιμα όπως χυμούς, μπισκότα, δημητριακά και γιαούρτια, ενώ τα ενήλικα παιδιά που εξακολουθούν να συγκατοικούν με τους γονείς τους, αποφασίζουν μόνο τους εάν θα καταναλώσουν και ποια λειτουργικά τρόφιμα. Επισημαίνουν όμως, ότι πολλές φορές καταναλώνουν κάποια τρόφιμα χωρίς να είναι επιλογή τους, μόνο και μόνο επειδή τα έχουν αγοράσει οι γονείς τους και βρίσκονται στο σπίτι.

Τέλος, οι λόγοι για τους οποίους τα καταναλώνουν είναι τόσο για πρόληψη όσο και για θεραπεία κάποιου προβλήματος υγείας.

Στα πλαίσια της ποιοτικής έρευνας πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις σε υπεύθυνους εταιρειών παραγωγής λειτουργικών τροφίμων στην Ελλάδα. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι εταιρείες αυτές δραστηριοποιήθηκαν στον χώρο παραγωγής των λειτουργικών τροφίμων λόγω της δύναμής τους και του κύρους τους να πραγματοποιούν εξειδικευμένες έρευνες. Η εξέλιξη και η πρόοδος της τεχνολογίας σηματοδότησε στην ανάπτυξη αυτής της νέας

κατηγορίας τροφίμων, παρόλο που ακόμα βρίσκεται σε νηπιακό στάδιο σε σχέση με τις ξένες αγορές που είναι ήδη αναπτυγμένες. Επιπλέον, αυτό που τονίζουν και οι τρεις εταιρείες είναι οι συνεργασίες τους με γιατρούς, ιατρικούς συλλόγους, κέντρα ερευνών και πανεπιστήμια, έτσι ώστε μέσω ανεξάρτητων ερευνών να πιστοποιούν την αποτελεσματικότητα των τροφίμων τους.

8.3 Συμπεράσματα ποσοτικής έρευνας

Τα αποτελέσματα της ποσοτικής έρευνας έδειξαν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι η υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή βοηθάει στη διατήρηση της καλής υγείας καθώς τα τρόφιμα παίζουν σημαντικό ρόλο στην υγεία των καταναλωτών και μπορούν να συμβάλουν θετικά στην βελτίωσή της. Επίσης, πιστεύουν ότι μέσω της διατροφής μπορεί να αντιμετωπιστούν παθήσεις όπως η χοληστερίνη, η οστεοπόρωση, η δυσανεξία στο γάλα και να βοηθήσουν στην πρόληψη εμφάνισης ασθενειών όπως ο καρκίνος και τα εμφράγματα. Ακόμα, πιστεύουν ότι είναι πιο εύκολο να προλαμβάνονται οι ασθένειες παρά να θεραπεύονται.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό των ερωτηθέντων που γνωρίζουν την ύπαρξη των λειτουργικών τροφίμων (61% των ερωτηθέντων), έναντι αυτών που δεν γνωρίζουν ότι λέγονται έτσι, ενώ μπορεί και να τα καταναλώνουν (39% των ερωτηθέντων). Το ακριβές ποσοστό των καταναλωτών που δεν γνωρίζουν τον όρο «λειτουργικά τρόφιμα» ενώ τα καταναλώνουν είναι το 9% των ερωτηθέντων και προκύπτει από τη διαφορά των ατόμων που τα καταναλώνουν (70% του δείγματος) και αυτών που δηλώνουν ότι γνωρίζουν την ύπαρξη των λειτουργικών τροφίμων (61% του δείγματος).

Από τους ερωτηθέντες που καταναλώνουν λειτουργικά τρόφιμα, οι περισσότεροι τα έχουν προσθέσει στη διατροφή τους για προληπτικούς λόγους και η συχνότητα κατανάλωσής τους κυμαίνεται από 2 έως 3 φορές την εβδομάδα αλλά και λίγο πιο αραιά, από 2 έως 3 φορές το μήνα. Οι δημοφιλέστερες κατηγορίες λειτουργικών τροφίμων μεταξύ άλλων είναι τα γαλακτοκομικά, τα δημητριακά και τα αρτοσκευάσματα. Οι περισσότεροι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι μάλλον θα κατανάλωναν τα συγκεκριμένα τρόφιμα ανεξάρτητα από τη γεύση τους, προκειμένου να επωφεληθούν από τις ευεργετικές ιδιότητες τους, ενώ δεν θα αγόραζαν καθόλου ένα λειτουργικό τρόφιμο άγνωστης μάρκας.

Τέλος, η πλειονότητα των ερωτηθέντων που καταναλώνουν τα τρόφιμα αυτά, δήλωσε ότι τα εμπιστεύεται για τα οφέλη που μπορούν να προσφέρουν στον οργανισμό ενώ ταυτόχρονα ένα μεγάλο ποσοστό παραδέχεται ότι επηρεάζεται από τις διαφημίσεις των συγκεκριμένων τροφίμων.

8.4 Περιορισμοί και προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία, στην πρωτογενή έρευνα πραγματοποιήθηκε τόσο ποιοτική όσο και ποσοτική έρευνα. Τα αποτελέσματα που προέκυψαν περιορίζονται στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Σάμου, ενώ σε μια μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί σε μια μεγαλύτερη περιοχή όπως του Βορειο-ανατολικού Αιγαίου, ή στα νησιά ολόκληρου του Αιγαίου, ακόμα και πανελλαδικά, έτσι ώστε τα αποτελέσματα που θα προκύψουν να μπορούν να συγκριθούν και να δείξουν την καταναλωτική συμπεριφορά των ερωτηθέντων βάσει τον τόπο διαμονής τους.

Οι συνεντεύξεις που πραγματοποιήθηκαν στην ποιοτική έρευνα σχετικά με τις επιχειρήσεις παραγωγής λειτουργικών τροφίμων για να διερευνηθεί ο τρόπος με τον οποίο αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις τα λειτουργικά τρόφιμα και οι λόγοι που τα παράγουν, έγιναν τηλεφωνικά. Αυτό ίσως να περιόρισε το χρόνο των συνεντεύξεων ενώ μπορεί και να υπήρξαν σημεία τα οποία δεν αναπτύχθηκαν πλήρως. Σε μια περαιτέρω έρευνα, οι συνεντεύξεις αυτές θα μπορούσαν να πραγματοποιηθούν πρόσωπο με πρόσωπο, έτσι ώστε να υπάρχει περισσότερος διαθέσιμος χρόνος, ο ερωτηθείς να νιώθει πιο άνετα και χαλαρά και να μπορεί να διευκρινιστεί οποιοδήποτε θέμα.

Στην προσπάθεια να διερευνηθεί η συμπεριφορά του καταναλωτή ως προς τα λειτουργικά τρόφιμα, εξετάστηκαν οι βασικοί παράγοντες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν την επιλογή των καταναλωτών στην αγορά των συγκεκριμένων τροφίμων. Παρόλα αυτά, υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που θα μπορούσαν να εξεταστούν σε μια μελλοντική έρευνα για τη διαμόρφωση των στάσεων και της συμπεριφοράς ως προς την κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων. Ενδεικτικά αναφέρονται οι παράγοντες, συνήθεια, κουλτούρα, ήθη και έθιμα, εθνική ταυτότητα.

Τέλος, επειδή οι στάσεις και οι αντιλήψεις μεταβάλλονται με το πέρασ του χρόνου είναι σημαντική η επανάληψη της έρευνας έτσι ώστε να μπορούν να καταγραφούν και να μελετηθούν οι αλλαγές.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

Bennett, Peter (1988) *Glossary of Marketing Terms*. Chicago, Illinois: American Marketing Association, pp. 117-118.

Denzin, K. & Lincoln, S. (1998) *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. London: SAGE Publications.

B. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Σιώμκος, Γ. Ι. (2002) *Συμπεριφορά Καταναλωτή & Στρατηγική Μάρκετινγκ*. 2^η έκδ. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.

Σταθακόπουλος, Β. (2001) *Μέθοδοι έρευνας αγοράς*. Αθήνα: Αθ. Σταμούλης.

Γ. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Amita Efzin(α) (n.d.) *Λειτουργικά τρόφιμα: Λειτουργικοί χυμοί*. Ανακτήθηκε στις 05 Απριλίου, 2009, από <http://www.amitaefzin.gr>

Amita Efzin(β) (n.d.) *Ευ ζην από την Amita*. Ανακτήθηκε στις 05 Απριλίου, 2009, από <http://www.amitaefzin.gr>

Ανυφαντάκη, Ε. (n.d.). *Λειτουργικά Γαλακτοκομικά Προϊόντα*. Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.iad.gr>

Becel Pro-activ (n.d.). Ανακτήθηκε στις 05 Ιανουαρίου, 2008, από <http://www.becelproactiv.gr>

Benecol (n.d.) Ανακτήθηκε στις 23 Απριλίου, 2009, από <http://www.benecol.gr>

Γεωργιοπούλου, Τ. (2004). *Ενισχυμένα- λειτουργικά τρόφιμα: ό,τι λάμπει δεν είναι χρυσός*. Η Καθημερινή, 28 Οκτωβρίου. Ανακτήθηκε στις 14 Ιανουαρίου, 2009, από <http://news.kathimerini.gr>

CRCCY, (n.d.). *Βιο-Λειτουργικά Τρόφιμα*. Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.crccy.com>

Elais (n.d). Ανακτήθηκε στις 05 Ιανουαρίου, 2008, από <http://www.elais.gr/products/becel>

Ελευθερίου, Σ. (2008). *Λειτουργικά τρόφιμα*. Ανακτήθηκε στις 15 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.mednutrition.gr>

EUFIC(α) (1998). *Κανονισμός της ΕΕ και αξιολόγηση των νέων τροφίμων*. Ανακτήθηκε στις 22 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.eufic.org/index/el>

EUFIC(β) (1999). *Λειτουργικά τρόφιμα*. Ανακτήθηκε στις 14 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.eufic.org/index/el>

EUFIC(γ) (2003). *Επιστημονική τεκμηρίωση: Ένα βασικό συστατικό για τα λειτουργικά τρόφιμα και τους ισχυρισμούς υγείας*. Ανακτήθηκε στις 16 Φεβρουαρίου, 2009, από <http://www.eufic.org/index/el>

ΕΦΕΤ (2009). *Ισχυρισμοί διατροφής και υγείας στα τρόφιμα*. Ανακτήθηκε στις 25 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.efet.gr>

Ζωΐδης, Ε. και Μουντζούρης, Κ. (n.d.). *Λειτουργικά συστατικά και Τρόφιμα*. Ανακτήθηκε στις 07 Νοεμβρίου, 2008, από <http://www.crccy.com>

Food-Info Foundation(α). *Λειτουργικά τρόφιμα*. (n.d.). Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://food-info.net/gr/ff/intro.htm>.

Food-Info Foundation(β). *Παραδείγματα συστατικών λειτουργικών τροφίμων*. (n.d.). Ανακτήθηκε στις 15 Μαρτίου, 2009, από <http://www.food-info.net/gr/ff/table.htm>

Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(α). *Λειτουργικά τρόφιμα*. (n.d.). Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.iad.gr/ver2/site/content.php?sel=74&artid=58>

Ίδρυμα Α. Δασκαλόπουλος(β). *Γιατί τρώμε ό,τι τρώμε: Επιλογή τροφίμων – μια σύνθετη συμπεριφορά*. (n.d.). Ανακτήθηκε στις 07 Νοεμβρίου, 2008, από <http://www.iad.gr/ver2/site/content.php?sel=107&artid=356>

Ίσαρη, Γ. και Παπανικήτας, Α. (2007). *Τα λειτουργικά τρόφιμα πόσο μας βοηθάνε τελικά;*. Ανακτήθηκε στις 22 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.mednutrition.gr>

Ιωάννου, Ε. και Ρίσβας, Γ. (2008). *Λειτουργικά τρόφιμα: Η συμβολή τους στον έλεγχο του βάρους*. Ανακτήθηκε στις 25 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.iatronet.gr>

Κατσανοπούλου, Μ (2008). *Η νέα γενιά «έξυπνων» τροφίμων*. Τα Νέα, 15 Οκτωβρίου, 2009, από <http://ygeia.tanea.gr>

Κόλλια, Γ. (2003). *Τι είναι λειτουργικά τρόφιμα και ποιες οι προοπτικές ανάπτυξής των;*. ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.iatronet.gr>

Κούτσικας, Κ. και Παπαχρήστου, Π. (n.d.). *Ο σύγχρονος τρόπος ζωής και διατροφής*. Ανακτήθηκε στις 07 Νοεμβρίου, 2008, από <http://www.dietologoi.gr>

Λεοντοπούλου, Ν. και Πετροπούλου, Μ. (2006). *Στροφή των καταναλωτών στα λειτουργικά τρόφιμα*. Κυριακάτικη Ελευθεροτυπία, ανακτήθηκε στις 22 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.enet.gr>

Μεσογειακή Διατροφή (2008). *Πόρισμα Πανελλαδικής έρευνας του ιδρύματος Αρ. Δασκαλόπουλος για τις καταναλωτικές συνήθειες των Ελλήνων*. Ανακτήθηκε στις 4 Φεβρουαρίου, 2009, από <http://www.mednutrition.gr>

Ξενάκης, Α. (n.d.). *Νεοφανή τρόφιμα και νάνο-βιοτεχνολογία*. Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.mednutrition.gr>

Παπαδοπούλου, Ε. (2008). *Εσείς έχετε ακούσει για τα λειτουργικά τρόφιμα;*. Ανακτήθηκε 22 Ιανουαρίου, 2009, από <http://www.medvoi365.gr>

Πέτσιος, Δ. (2009). *Η επιστήμη στο..... Τραπέζι σας*, Ελεύθερος Τύπος, ανακτήθηκε στις 15 Απριλίου, 2009 από <http://www.e-tipos.com>

Σουφλέρη, Ι. (2007). *ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ Πόσο λειτουργούν;*. Το Βήμα, 01 Απριλίου, Ανακτήθηκε στις 17 Οκτωβρίου, 2008, από <http://www.tovima.gr>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Το παρόν ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και διανέμεται στο πλαίσιο εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας με θέμα:

«Η συμπεριφορά των Ελλήνων καταναλωτών ως προς τα λειτουργικά τρόφιμα»

Οι πληροφορίες που θα προκύψουν, θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της έρευνας και είναι άκρως εμπιστευτικές. Η κατάθεση της γνώμης σας κρίνεται πολύτιμη για τη διεξαγωγή της έρευνας.

Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για τη συμμετοχή σας.

Φοιτήτρια: Εμμανουέλα Βακιάρου

Η επίδραση των τροφίμων στην υγεία

1. Πιστεύετε ότι η υγιεινή και ισορροπημένη διατροφή βοηθάει στη διατήρηση της καλής υγείας;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

2. Πιστεύετε ότι τα τρόφιμα παίζουν σημαντικό ρόλο για την καλή υγεία του ανθρώπου;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

3. Πιστεύετε ότι τα τρόφιμα μπορούν να βελτιώσουν την υγεία του ανθρώπου;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

4. Πιστεύετε ότι μέσω της διατροφής μπορούν να αντιμετωπιστούν κάποιες παθήσεις - ασθένειες (π.χ. μείωση της χοληστερίνης);

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

5. Πιστεύετε ότι η πρόληψη μιας ασθένειας μέσω της διατροφής είναι πιο εύκολη απ' ό,τι η αντιμετώπιση της ίδιας της ασθένειας;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

Η γνώση των καταναλωτών για τα λειτουργικά τρόφιμα

Ακολουθεί μια περιγραφή των λειτουργικών τροφίμων:

Λειτουργικά είναι τα τρόφιμα που έχουν σχεδιαστεί έτσι ώστε να παρέχουν κάποιο συγκεκριμένο όφελος για την υγεία, πέρα από τα θρεπτικά συστατικά που ούτως ή άλλως περιέχουν. Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων τροφίμων είναι οι μαργαρίνες που βοηθούν στη μείωση της χοληστερίνης όπως το Becel, η Μινέρβα Benecol και το γιαούρτι Actinia που βοηθάει στην καλή λειτουργία του εντέρου.

6. Γνωρίζατε την ύπαρξη των λειτουργικών τροφίμων με την επιστημονική τους ορολογία;

Ναι Όχι

Αν Ναι, συνεχίστε στην ερώτηση 6α. Αν Όχι, συνεχίστε στην ερώτηση 6β.

6.α) Από ποιο μέσο μάθατε για τα λειτουργικά τρόφιμα; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία κατηγορίες)

- i. Οικογενειακό γιατρό
- ii. Βιβλία και περιοδικά μα θέμα την υγεία
- iii. Τηλεόραση
- iv. Διαδίκτυο
- v. Ραδιόφωνο
- vi. Εφημερίδα
- vii. Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε)

6.β) Από ποιο μέσο θα θέλατε να ενημερωθείτε για το τι είναι τα λειτουργικά τρόφιμα; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία κατηγορίες)

- Οικογενειακό γιατρό
- Βιβλία και περιοδικά μα θέμα την υγεία
- Τηλεόραση
- Διαδίκτυο
- Ραδιόφωνο
- Εφημερίδα
- Άλλο (παρακαλώ αναφέρετε)

Κατανάλωση λειτουργικών τροφίμων

7. Έχετε καταναλώσει κάποιο λειτουργικό τρόφιμο;

Ναι Όχι

Αν Ναι συνεχίστε στην ερώτηση 8, αν Όχι συνεχίστε στην ερώτηση 17, στα

Δημογραφικά Στοιχεία

8. Πόσο συχνά καταναλώνετε λειτουργικά τρόφιμα;

- a) Κάθε μέρα
- b) 2 με 3 φορές την εβδομάδα

- c) 2 με 3 φορές το μήνα
- d) Σπάνια

9. Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε σε ποια από τις παρακάτω κατηγορίες ανήκουν (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία κατηγορίες);

- Γαλακτοκομικά προϊόντα
- Βρεφικά γάλατα
- Δημητριακά
- Μπισκότα
- Προϊόντα αρτοποιίας
- Κρεατοσκευάσματα
- Προϊόντα διαίτης
- Γλυκαντικές ύλες
- Γλυκίσματα
- Ροφήματα

10. Τα λειτουργικά τρόφιμα που καταναλώνετε, τα καταναλώνετε για:

- Προληπτικούς λόγους Θεραπευτικούς λόγους

11. Εμπιστεύεστε τα λειτουργικά τρόφιμα για τις ιδιότητες που ισχυρίζονται ότι προσφέρουν;

- Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

12. Θα καταναλώνατε ένα λειτουργικό τρόφιμο για τα οφέλη που σας προσφέρει ανεξάρτητα από τη γεύση του;

- Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

13. Η διαφήμιση ενός λειτουργικού προϊόντος που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, σας επηρεάζει στην επιλογή αγοράς του συγκεκριμένου τροφίμου;

- Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

14. Θα καταναλώνετε ένα λειτουργικό τρόφιμο που υπόσχεται βελτίωση της λειτουργίας του οργανισμού, αν η μάρκα του σας ήταν εντελώς άγνωστη;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

15. Η τιμή αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για εσάς στην αγορά λειτουργικών τροφίμων;

Ναι Μάλλον ναι Όχι Μάλλον όχι

16. Πόσα χρήματα από το μηνιαίο εισόδημά σας είστε διατεθειμένοι να δαπανήσετε για την αγορά λειτουργικών τροφίμων τον μήνα;

50-100€ 101-150€ 151-200€ 201-250€

ΑΛΛΟ (παρακαλώ γράψτε το ποσό).....

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

17. Φύλο:

Γυναίκα Άνδρας

18. Ηλικία:

18-25 26-35 36-45
46-55 56-65 66+

19. Εκπαίδευση:

Δημοτικό
Γυμνάσιο
Λύκειο
Πανεπιστήμιο/ΤΕΙ
Μεταπτυχιακό
Διδακτορικό
Άλλο

20. Οικογενειακή κατάσταση:

Άγαμος Έγγαμος

Άλλο.....

Πόσα παιδιά έχετε;

Κανένα 1 2 3 >3

21. Μηνιαίο οικογενειακό εισόδημα (σε ευρώ):

<500	<input type="checkbox"/>	2001-2500	<input type="checkbox"/>
500-1000	<input type="checkbox"/>	2501-3000	<input type="checkbox"/>
1001-1500	<input type="checkbox"/>	>3001	<input type="checkbox"/>
1501-2000	<input type="checkbox"/>		