

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
“ΝΕΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ”



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ & ΔΙΑΤΡΟΦΗ: ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ”



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ
ΚΙΣΣΟΥΔΗΣ ΚΩΝ. ΜΙΧΑΗΛ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ
ΜΑΡΙ-ΝΟΕΛ ΝΤΥΚΕΝ

ΒΟΛΟΣ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2020

**“INNOVATION & NUTRITION: ADAPTING TO THE NEW
CONSUMER PREFERENCES IN NUTRITION”**

Δήλωση

Βεβαιώνω ότι η παρούσα εργασία είναι δική μου, δεν έχει συγγραφεί από άλλο πρόσωπο με ή χωρίς αμοιβή, δεν έχει αντιγραφεί από δημοσιευμένη ή αδημοσίευτη εργασία άλλου και δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί για βαθμολόγηση στο Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας ή αλλού. Βεβαιώνω ότι είμαι εν γνώσει των κανόνων περί λογοκλοπής του ΤΜΧΠΠΑ και ότι στο πλαίσιο αυτού έχουν τηρηθεί όλοι οι κανόνες κατά την ακαδημαϊκή δεοντολογία, σχετικά με αναφορές, βιβλιογραφία, κ.λ.π., τόσο από έντυπες όσο και από ηλεκτρονικές πηγές. Σε περίπτωση λογοκλοπής αποδέχομαι όλες ανεξαιρέτως τις ποινές που προβλέπουν οι εκάστοτε Κανονισμοί του ΠΘ ή και του ΤΜΧΠΠΑ.

Ημερομηνία: 04 Ιουνίου 2020

Όνοματεπώνυμο: Κισσούδης Κ. Μιχαήλ

Υπογραφή:

Σύντομη περίληψη

Οι πολλαπλές και σχετικά πρόσφατες διατροφικές κρίσεις αποτελούν ακόμα και σήμερα σημαντικό διακύβευμα τόσο για τον αγροδιατροφικό κλάδο όσο και για την υγεία παγκοσμίως, παρά τις σημαντικές προσπάθειες που έχουν καταβληθεί εδώ και 30 χρόνια για τη διασφάλιση της ποιότητας των τροφίμων. Οι αιτίες που προκάλεσαν την εμφάνιση αυτών των κρίσεων και την επανάληψή τους είναι πολλαπλές και οδήγησαν σε μια σταδιακή αλλαγή στις προτιμήσεις και συμπεριφορές τουλάχιστον ενός τμήματος των καταναλωτών. Ταυτόχρονα, οι επιχειρήσεις έπρεπε να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες και αναζητήσεις των καταναλωτών, προσφέροντας καινοτόμες λύσεις, ιδίως όσον αφορά την ποιότητα και την ασφάλεια των διατροφικών προϊόντων.

Πρώτος στόχος της παρούσας εργασίας είναι να εξεταστεί και να αξιολογηθεί κατά πόσο οι καταναλωτές εκφράζουν πραγματικά νέες προτιμήσεις και αλλάζουν την καταναλωτική τους συμπεριφορά, αναζητώντας τα νέα διατροφικά προϊόντα που όλο και περισσότερο εισέλθουν στην αγορά. Ο δεύτερος στόχος είναι να εξεταστεί κατά πόσο η εμφάνιση καινοτομικών διατροφικών προϊόντων στην αγορά – ως απάντηση στις κρίσεις - ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των καταναλωτών.

Μετά από μια ανασκόπηση της εξέλιξης της σχέσης μεταξύ διατροφικών συνήθειων και υγείας (ασφάλεια) καθώς και της διαχρονικής πορείας της βιομηχανίας τροφίμων, η έρευνα εστιάζεται στην αξιολόγηση των παραγόντων που οδηγούν τους καταναλωτές να αλλάζουν τις διατροφικές τους προτιμήσεις και συμπεριφορές και κατά συνέπεια ωθούν τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις νέες αναζητήσεις των καταναλωτών. Η προσπάθεια αξιολόγησης αυτής της εξέλιξης βασίστηκε σε εμπειρική έρευνα με ερωτηματολόγιο σε ένα τυχαίο δείγμα 420 ατόμων στην Ελλάδα.

Η έρευνα αναδεικνύει ότι περίπου ένα στους τέσσερις ερωτηθέντες δηλώνει ότι, έχει πραγματικά αλλάξει τις διατροφικές του συνήθειες. Αν οι περισσότεροι αναζητούν όντως καλύτερη ποιότητα και όχι φθηνότερα προϊόντα ή βελτίωση της συσκευασίας, η τάση αυτή οφείλεται στις ανησυχίες τους ως προς τον παράγοντα υγείας, όμως ταυτόχρονα αρκετοί καταναλωτές αναγνωρίζουν ότι δεν έχουν σημαντική γνώση ως προς το «τι τρώνε», αναδεικνύοντας σημαντική έλλειψη ενημέρωσης εκ μέρους των επιχειρήσεων και την ανάγκη δημιουργίας κανόνων επισήμανσης που θα εξασφαλίζουν μεγαλύτερη διαφάνεια.

Τέλος, ως προς τα καινοτόμα προϊόντα συμμερίζονται την άποψη ότι αυτά δεν παράγονται τόσο για να απαντήσουν στις απαιτήσεις και προτιμήσεις των καταναλωτών αλλά περισσότερο για να ευνοούν τις ίδιες τις επιχειρήσεις, κυρίως όσον αφορά την αύξηση των εσόδων τους αλλά και των μεριδίων της αγοράς που απευθύνονται.

Λέξεις κλειδιά

Καινοτομία, Διατροφή, Διατροφικές συνήθειες, Δίαιτα, Υγεία, Προσαρμογή.

Abstract

Multiple and relatively recent dietary crises are still a major concern for both the agri-food sector and health worldwide, despite the considerable efforts made over the last 30 years to ensure food quality. The causes of these crises and their recurrence are multiple and have led to a gradual change in the preferences and behaviours of at least one segment of consumers. At the same time, businesses had to adapt to the new conditions and consumer searches, offering innovative solutions, in particular with regard to the quality and safety of food products.

The primary goal of this dissertation is to examine and evaluate whether consumers are actually expressing new preferences and changing their consumer behavior, in search of new food products that are increasingly entering the market. The secondary objective is to examine whether the emergence of innovative food products on the market - in response to crises – meets consumer demands.

Following a review of the evolution of the relationship between eating habits and health (safety) as well as the food industry's longitudinal course, the research focuses on the assessment of the factors that drive consumers to change their habits and behaviours and thus encourage businesses to adapt to new consumer pursuits. The effort to evaluate this development was based on an empirical research conducted by utilising a questionnaire, answered by a random sample of 420 people in Greece.

The research reveals that approximately one out of four respondents have actually changed their eating habits. If most people are actually looking for better quality and not cheaper products, or improved packaging, this tendency is due to their concerns about their health status while at the same time many consumers recognize that they have no significant knowledge in regards to what they are actually eating, highlighting a significant lack of information on the part of businesses and the need to create labelling rules that will ensure greater transparency.

Finally, they share the view that innovative products are not created exclusively to respond to consumer demands and preferences but rather to favor the businesses themselves, in particular in terms of increasing their revenue.

Key-words

Innovation, Nutrition, Eating habits, Diet, Health, Adapting.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου, την κ. Ντωκέν για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση που μου πρόσφερε για την ολοκλήρωση της διπλωματικής και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε, καθώς και τον καθηγητή Δρ. Δ. Καλφούντζο για την υποστήριξη και την ώθηση που μου έδωσε για να ολοκληρώσω τις προσπάθειές μου.

Περιεχόμενα

Σύντομη περίληψη	4
Abstract.....	5
Ευχαριστίες.....	7
Περιεχόμενα.....	8
Κατάλογος πινάκων	10
Κατάλογος σχημάτων	10
Κατάλογος διαγραμμάτων	10
Εισαγωγή	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα.....	13
1.1 Η έννοια της καινοτομίας	13
1.1.2 Καινοτομία & Εφεύρεση	15
1.2 Δημιουργικότητα: Αρωγός της καινοτομίας.....	16
1.3 Η έννοια της επιχειρηματικότητας	18
1.3.1 Μορφές επιχειρηματικότητας.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Διατροφή και υγεία.....	22
2.1 Η διατροφή ως πηγή ζωής	22
2.2 Διατροφικές συνήθειες στην Ελλάδα	23
2.2.1 Η διατροφή στα χρόνια του Μεσαίωνα	23
2.2.2 Η διατροφή στα νεότερα χρόνια.....	24
2.2.3 Η βιομηχανική επανάσταση και η μετεξέλιξη της διατροφής.....	25
2.3 Διατροφικές συνήθειες της εποχής μας	26
2.4 Επιδράσεις της διατροφής	27
2.4.1 Παχυσαρκία	27
2.4.2 Διαιτητική διατροφή	28
2.4.3 Διατροφή και καρδιαγγειακά νοσήματα	29
2.4.4 Διατροφή και αυτοάνοσα νοσήματα.....	30
2.4.5 Τροφιμογενείς ασθένειες	30
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η εξέλιξη στην βιομηχανία τροφίμων.....	32
3.1 Βιομηχανοποίηση τροφίμων.....	32
3.2 Επιπτώσεις παραγωγής τροφίμων	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Νέες καταναλωτικές προτιμήσεις	38
4.1 Προσαρμογή στις νέες διατροφικές συνήθειες.....	38
4.2 Vegan διατροφή	39

4.3 Vegetarian διατροφή	39
4.4 Gluten free διατροφή	40
4.5 Meat-eaters διατροφή	41
4.6 Διατροφή και νέοι	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Μεθοδολογική προσέγγιση των αντιλήψεων των καταναλωτών.....	44
5.1 Ερευνητικό πρόβλημα	44
5.2 Ερευνητικά ερωτήματα.....	44
5.3 Είδος έρευνας	44
5.4 Δείγμα έρευνας	45
5.5 Δομή ερωτηματολογίου	45
5.6 Στατιστική μεθοδολογία και εγκυρότητα δεδομένων.....	47
5.6.1 Εγκυρότητα στατιστικών δεδομένων	47
5.6.2 Μεθοδολογία στατιστικής ανάλυσης.....	47
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : Οι στάσεις και αντιλήψεις των καταναλωτών.....	49
6.1 Σύντομο προφίλ των ερωτηθέντων.....	49
6.2 Ανάλυση ομάδων καταναλωτών	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Συμπεράσματα	55
Βιβλιογραφικές αναφορές	57
Παράρτημα	64

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1	Διαφορές μεταξύ επιχειρηματικότητας / ένδοεπιχειρηματικότητας	σ.21
Πίνακας 2	Ποσοστά μαθητών και μαθητριών που κατανάλωναν τις προτεινόμενες μερίδες κατανάλωσης τροφίμων σύμφωνα με τη Διατροφική Πυραμίδα	σ.42
Πίνακας 3	Παράγοντες διατροφικών προτιμήσεων	σ.46
Πίνακας 4	Συγκεντρωτικός πίνακας απαντήσεων ερωτηματολογίου επί της %	σ.52
Πίνακας 5	Μέση αξιολόγηση ερωτηθέντων με βάση την ηλικία	σ.53
Πίνακας 6	Μέση αξιολόγηση ερωτηθέντων με βάση τον αριθμό γευμάτων	σ.54

Κατάλογος σχημάτων

Σχήμα 1	Οι καινοτομίες ως υποσύνολο των εφευρέσεων	σ.15
Σχήμα 2	Επιβίωση και καθαρή παραγωγή θερμίδων συγκριτικά ανθρώπου/πιθήκου.	σ.22

Κατάλογος διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1	Μορφές καινοτομίας	σ.14
Διάγραμμα 2	Διαχρονική μεταβολή παροχής κρέατος στην Ελλάδα (1961-2009)	σ.41
Διάγραμμα 3	μεταβολή εμπορίου στην Ευρώπη των 19 & 28 χωρών (2009-18)	σ.65

Εισαγωγή

Η διατροφή του ανθρώπου ως γνωστικό αντικείμενο ανήκει στις επιστήμες της ζωής και σε σύγκριση με άλλες επιστήμες της ζωής, η ανάλυση του αντικείμενου αυτού απαιτεί όλο και περισσότερο διεπιστημονική προσέγγιση για την αντιμετώπιση των πολυδιάστατων και προσδιοριστικών συνιστωσών του. Ο ρόλος της τροφής για τον άνθρωπο, είναι πρώτιστης σημασίας όχι μόνο για τη βιολογική επιβίωση, αλλά και για την κοινωνική ζωή του. Αυτό εξηγεί επίσης ότι η διατροφή του ανθρώπου συχνά εξετάζεται και μελετάται ως ένα από τα κύρια στοιχεία του πολιτισμού μιας κοινωνίας. Από τις αρχές του 20ου αιώνα, η διατροφή αποτελεί όντως αντικείμενο επιστημονικής έρευνας ειδικά σε χώρες όπου η «γαστρονομία» θεωρείται βασική συνιστώσα της κουλτούρας (Maurizio, 1982; Febvre, 1938). Ο F. Braudel (1967)¹ υποστηρίζει ότι η διατροφή όπως και η ενδυμασία είναι δύο βασικές εκφράσεις της κουλτούρας και ως εκ τούτου πρέπει να περιλαμβάνονται στα ερευνητικά ενδιαφέροντα των επιστημών. Η τροφή είναι οικεία καθώς βρίσκεται στο επίκεντρο της καθημερινότητας, αλλά συνάμα είναι κάτι άγνωστο εάν μεταφερθούμε σε άλλα μέρη του πλανήτη, όπως η εξωτική κουζίνα ή η ανατολίτικη κουζίνα.

Οι ανθρώπινες κοινωνίες έχουν υιοθετήσει με άκρως διαφορετικές προσεγγίσεις για την ικανοποίηση αυτών των φυσιολογικών αναγκών. Πληθυσμοί αγροτών τρέφονται με τροφές που τους παρέχει η γη, ενώ κυνηγοί της Αρκτικής κάποτε ζούσαν σχεδόν εξ' ολοκλήρου με κρέας φαλαινών (ίσως το απόλυτο σε δίαιτες χαμηλής και υψηλής περιεκτικότητας σε υδατάνθρακες). Ωστόσο οι παραδοσιακές διατροφικές συνήθειες διαμορφώθηκαν κατά τη διάρκεια της παγκόσμιας ιστορίας. Η άνοδος των σύγχρονων βιομηχανικών κοινωνιών κατά τη διάρκεια των τελευταίων 300 χρόνων έχει αυξήσει την προσωπική επιλογή ενώ ταυτόχρονα μειώνει τη συνολική ποικιλομορφία των ανθρωπίνων προμηθειών όπως ακριβώς και οι διατροφικές συνήθειες και οι ατομικιστικές διατροφικές συνήθειες έχουν υπονομεύσει την αίσθηση της κοινότητας που σχηματίζεται στο τραπέζι. (Pilcher, 2017).

Οι σημαντικότερες στιγμές στην ιστορία της διατροφής λαμβάνουν χώρα στην εξέλιξη του ανθρώπου από κυνηγός-συλλέκτης καρπών σε καλλιεργητή γης και έπειτα η βιομηχανοποίηση των τροφίμων που σήμανε μία νέα σελίδα διαμορφώνοντας νέες συνθήκες στα διατροφικά προϊόντα μέσω των απαιτήσεων των καταναλωτών. Όσο η ιστορία προχωρά, οι κοινωνίες οργανώνονται και εξελίσσονται δημιουργώντας νέες κατευθύνσεις μέσω της επιστήμης και της τεχνολογίας. Έννοιες όπως η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα μπλέκονται στις εξελίξεις για να δημιουργήσουν τις νέες απαιτήσεις που οι καταναλωτές ακόμη δεν έχουν στο νου τους ή που θα θελήσουν στο μέλλον. Οι βελτιωμένες τεχνικές των επιχειρήσεων είναι αρμόδιες να ανακαλύψουν τις νέες συνήθειες και να τις κάνουν θεμιτές στους καταναλωτές.

Μέσω της καθημερινότητας, ο καταναλωτής αναζητά την ευκολία και την αμεσότητα η οποία δεν είναι πάντα η καλύτερη λύση. Όμως οι ενδεχόμενες αρνητικές επιπτώσεις της συγκεκριμένης συμπεριφοράς έχουν θορυβήσει ένα τμήμα των καταναλωτών. Έτσι όλο και περισσότερα άτομα εκφράζουν νέες καταναλωτικές αντιλήψεις και προτιμήσεις, με αποτέλεσμα να προσαρμόζουν σταδιακά την διατροφική τους συμπεριφορά δίνοντας όλο και περισσότερη σημασία όχι μόνο στην προέλευση (τοπικά προϊόντα) και το τρόπο παραγωγής των προϊόντων (Gallon et al. 1997; Brown, 2003; Schneider & Francis, 2005; Ness et al. 2010; Almili et al., 2011) άλλα και στις επιπτώσεις των διατροφικών συνήθειων στην υγεία τους (Vlontzos et al., 2018) αναζητώντας επίσης κατάλληλες πληροφορίες (Glanz et al.,

¹ Το βιβλίο του Braudel (1967) μεταφράστηκε το 1995 στα ελληνικά υπό τον τίτλο: Υλικός πολιτισμός, οικονομία και καπιταλισμός (15ος-18ος αιώνας), τ. Α', «Οι δομές της καθημερινής ζωής: το δυνατό και το αδύνατο».

1992). Το διακύβευμα για τις επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων είναι επομένως να αναπτυχθούν καινοτομικές στρατηγικές προκειμένου να ανταποκριθούν στις προαναφερόμενες αλλαγές των καταναλωτών.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο βασικός στόχος της παρούσας εργασίας είναι να εξεταστεί και να αξιολογηθεί κατά πόσο οι καταναλωτές εκφράζουν πραγματικά νέες προτιμήσεις και αλλάζουν την καταναλωτική τους συμπεριφορά, αναζητώντας νέα διατροφικά προϊόντα που όλο και περισσότερο εισέρχονται στην αγορά. Κατά συνέπεια, γίνεται προσπάθεια εκτίμησης του βαθμού ανταπόκρισης των επιχειρήσεων – μέσω της εμφάνισης καινοτομικών διατροφικών προϊόντων στην αγορά – στις νέες και μεταβαλλόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών.

Μετά από μια ανασκόπηση της εξέλιξης της σχέσης μεταξύ διατροφικών συνήθειων και υγείας (ασφάλεια) καθώς και της διαχρονικής πορείας της βιομηχανίας τροφίμων, η έρευνα εστιάζεται στην αξιολόγηση των παραγόντων που οδηγούν τους καταναλωτές να αλλάζουν τις διατροφικές τους προτιμήσεις και συμπεριφορές και κατά συνέπεια ωθούν τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις νέες αναζητήσεις των καταναλωτών.

Στο κεφάλαιο 1, παρουσιάζεται το «προφίλ καινοτομίας» που χαρακτηρίζει τις επιχειρήσεις του τομέα τροφίμων αναζητώντας μέσω της επιχειρηματικότητας το βαθμό που αναζητούνται τα καινοτόμα προϊόντα, καθώς και τον προσανατολισμό της καινοτομίας που κατευθύνεται στη δέσμευση για ενθάρρυνση νέων ιδεών και την καλλιέργεια καινοτόμων εργαζομένων (Baregheh, 2012).

Στο κεφάλαιο 2, εξετάζεται η πορεία της διατροφής από τα αρχαία χρόνια της Ελλάδος. Μεταξύ φιλοσοφικών αντιλήψεων, τα έργα του Πλάτωνα είχαν εμφανής αναφορές στην ανθρώπινη διατροφή και στο μέτρο κατανάλωσης που έπρεπε να τηρείται καθώς εάν αυτό ξεπεραστεί, η υπερβολή οδηγεί σε ασθένειες και κατά συνέπεια πρέπει να αποφεύγονται. Η εξέλιξη της σημερινής εποχής όμως κατευθύνει αρκετά στην οδό της υπερβολής εξελίσσοντάς τα διατροφικά νοσήματα (Skiadas, 2001).

Το κεφάλαιο 3 εστιάζεται στην αναπτυξιακή πορεία της βιομηχανοποίησης της παραγωγής τροφίμων η οποία μέσω της τεχνολογικής ανάπτυξης σε μηχανήματα και πρακτικές εξελίσσεται δρώντας και διαχειρίζοντας ακόμη και θερμιδικά τα τρόφιμα που παρασκευάζονται (Λιάκος, 2005).

Στο κεφάλαιο 4, γίνεται προσπάθεια ανάδειξης των σημαντικότερων διατροφικών αλλαγών που εμφανίζονται κατά τις τελευταίες δεκαετίες. Ο νέος τρόπος ζωής σχετίζεται αρκετά εκτός από το θέμα της καλύτερης υγείας και με το θέμα του βελτιωμένου ως προς την όψη σώματος (Sakamaki, 2005). Ωστόσο αυτή η συνήθεια περιορίζεται πληθυσμιακά και στον αντίποδα διαμορφώνεται μία ανησυχητική αύξηση παχυσαρκίας η οποία δρα πάνω στη νέα γενιά (Washi, 2010).

Τα δύο επόμενα κεφάλαια (5 και 6) αφορούν την εμπειρική έρευνα σε τυχαίο δείγμα καταναλωτών προκειμένου να γίνεται μια συστηματική αξιολόγηση των παραγόντων που οδηγούν τους καταναλωτές να αλλάζουν τις διατροφικές τους προτιμήσεις και συμπεριφορές και κατά συνέπεια να ωθούν τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν στις νέες αναζητήσεις των καταναλωτών.

Τέλος στο κεφάλαιο 7, παρουσιάζονται τα κύρια αποτελέσματα και συμπεράσματα της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Καινοτομία & Επιχειρηματικότητα

1.1 Η έννοια της καινοτομίας

Τις τελευταίες δεκαετίες, η καινοτομία έχει γίνει το έμβλημα της σύγχρονης κοινωνίας και μία λέξη-κλειδί που μπορεί να επιλύσει πολλά προβλήματα. Η προσπάθεια για καινοτομία είναι τόσο έντονη που όσοι καθυστέρησαν να το καταλάβουν, πρόσφατα ξεκίνησαν να τη χρησιμοποιούν, όπως, βιολόγοι για την καινοτομία ζώων (Reader & Laland, 2003) αλλά και φαρμακευτικές εταιρίες όπου αναζητούσαν θεραπείες ψυχιατρικών και νευρολογικών παθήσεων (Greely, 2008). Όλο και πιο συχνά, ο όρος καινοτομία χρησιμοποιείται σε οικονομικό, επιχειρηματικό και εμπορικό πλαίσιο.

Με τον όρο «καινοτομία», αναφερόμαστε καταρχήν σε μια νέα και πρωτοποριακή ιδέα με βάση την οποία δημιουργείται κάποιο προϊόν ή υπηρεσία ή ακόμα αναφέρεται στη διαδικασία της υλοποίησης της πρωτοποριακής ιδέας με ένα νέο τρόπο. Πρόκειται επομένως για την εφαρμογή νέων «ανακαλύψεων» οι οποίες αναμένονται να φέρουν ένα καινούριο αποτέλεσμα. Οποιαδήποτε καινοτομική διαδικασία πρέπει να συμβάλλει στην βελτίωση της αποδοτικότητας της παραγωγικής διαδικασίας και κατά συνέπεια στην οικονομική ανάπτυξη (Deakins & Freel, 2007).

Συγκεκριμένα, ως προς το προϊόν, η έμφαση του όρου καινοτομία δίνεται στο αποτέλεσμα της διαδικασίας, ενώ ως προς τη διαδικασία πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής - νέα ή βελτιωμένη - ή ακόμα σε νέα μέθοδο παροχής κοινωνικής υπηρεσίας².

Το 1957 ο R. Solow, σε μία ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν το εθνικό εισόδημα των ΗΠΑ, έδειξε ότι αυτό επηρεαζόταν πολύ περισσότερο από τη νέα τεχνολογία παραγωγής, παρά από παράγοντες όπως το κεφάλαιο και η εργασία. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τον κυρίαρχο ρόλο που κατέχει η νέα τεχνολογία στην κερδοφορία των επιχειρήσεων, έστρεψε μεγάλο μέρος του ενδιαφέροντος της οικονομικής επιστήμης στην ανάλυση του τρόπου με τον οποίο δημιουργείται η νέα τεχνολογία παραγωγής, καθώς και του τρόπου με τον οποίο οι επιχειρήσεις υιοθετούν καινοτομίες (Πετράκης, 2012).

Στον επιχειρηματικό τομέα, η καινοτομία συνδέεται με τα τμήματα έρευνας και ανάπτυξης (R&D, research and development) ενώ για την Ευρωπαϊκή Ένωση, η καινοτομία είναι επιτεύξιμος στόχος μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων συνεργασίας μεταξύ διακρατικών εταιριών και μετράτε με το innovation scorecard³. Το σημαντικότερο κριτήριο για οποιαδήποτε καινοτομία είναι μία σημαντική αλλαγή ή διαφοροποίηση σε υπάρχοντα προϊόντα (αγαθά ή υπηρεσίες), στις διαδικασίες, τις μεθόδους ή τις πρακτικές της επιχείρησης (Γκαγκάτσιος, 2008).

Στην πράξη, η καινοτομία αποτελεί το μεγαλύτερο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που μπορεί μία επιχείρηση να κερδίσει, αν και εφόσον καταφέρει να εισάγει πρώτη καινοτόμα προϊόντα πριν από τους ανταγωνιστές της. Αποτέλεσμα αυτής της εξέλιξης είναι οι καινοτόμες επιχειρήσεις να αποκτούν σημαντικά μερίδια στις αγορές τους, πράγμα που συνεπάγεται αύξηση της κερδοφορίας τους.

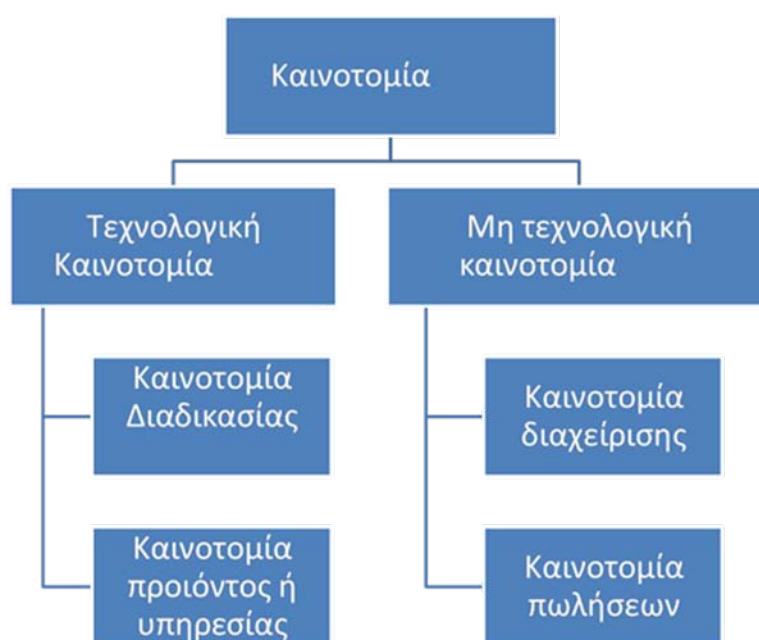
Συμπερασματικά η έννοια της καινοτομίας – όταν αναλύεται κατά τομείς - μπορεί να αναφέρεται στις εξής έννοιες,

² ΟΟΣΑ, εγχειρίδιο Frascati 2015 (<https://www.oecd.org/sti/inno/frascati-manual.htm>)

³ Κάρτα ανάλυσης δεικτών καινοτομίας (παράρτημα)

- 1) Σε επιχειρηματικό επίπεδο: η καινοτομία μπορεί να συμβάλλει στην επιτυχημένη ανάπτυξη της επιχείρησης μέσω των κερδοφόρων εσόδων.
- 2) Σε βιομηχανικό επίπεδο: η καινοτομία αναπτύσσει επιτυχώς την παραγωγή, την καλή ποιότητα των προϊόντων, την απασχολήσει των εργαζομένων, το εμπόριο, τις αμοιβές των υπαλλήλων και τα κέρδη της επιχείρησης.
- 3) Σε γενικό επίπεδο: οι τεχνολογικές αλλαγές επηρεάζουν την απόδοση των πηγών παραγωγής, τον ρυθμό ανάπτυξης της οικονομίας και το επίπεδο διαβίωσης προς το καλύτερο. (Γιωργάκης & Ξανθουδάκης, 2015).

Όλα αυτά πηγάζουν ό μως από τις ιδέες δημιουργικών ανθρώπων, καθώς η δημιουργικότητα είναι η πηγή της καινοτομίας. Ο καθορισμός του προβλήματος και η οριοθέτηση του, η συλλογή πληροφοριών για το πρόβλημα, οι δυσκολίες και οι μέχρι τώρα αποτυχημένες μέθοδοι επίλυσης είναι όλα όσα χρειάζονται ώστε να φτάσουμε στην καινοτομία.



Πηγή: Εξέλιξη, κέντρο βιώσιμης επιχειρηματικότητας

Διάγραμμα 1, Μορφές καινοτομίας.

“Καινοτομία είναι το ειδικό εργαλείο των επιχειρηματιών, μέσω του οποίου εκμεταλλεύονται την αλλαγή σαν μια ευκαιρία για μια διαφορετική δραστηριότητα ή υπηρεσία. Μπορεί να παρουσιαστεί σαν μία πειθαρχία, μπορεί να διδαχθεί και είναι δυνατό να εξασκηθεί”.

Drucker, 2014

Μία ακόμη ενθάρρυνση ως προς την καινοτομία είναι ο “κατιδεασμός” ή αλλιώς καταγιτισμός ιδεών γνωστό ως “brainstorming”, μια τεχνική δημιουργικής σκέψης όπου μια ομάδα ατόμων μέσω της συνεργασίας μεταξύ τους αναζητούν και καταγράφουν τις ιδέες τους ώστε να καταφέρουν να λύσουν πιθανά επαγγελματικά προβλήματα ή ακόμη και προσωπικά. Ο σωστός τρόπος της διαδικασίας απαιτεί ένα συντονιστή όπου θα έχει και την ευθύνη της τήρησης των κανόνων μέσω της τεχνικής του Osborn (1963), ώστε να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα (Goldenberg, 2011). Αναφορικά οι κανόνες είναι η **απαγόρευση**

της κριτικής, η ενοθάρρυνση της υπερβολικής ιδέας, ο μεγάλος αριθμός ιδεών, η επέκταση των ιδεών αλλά και η αξιολόγηση αυτών (Παρασκευόπουλος, 2008). Σύμφωνα με τον Παναγής (2019), ο καταγιγισμός ιδεών «δεν αφορά ουσιαστικά την φορμαλιστική τυπική προσέγγιση της επίλυσης προβλημάτων αλλά την ανάδειξη της αποκλίνουσας σκέψης και της καινοτομίας».

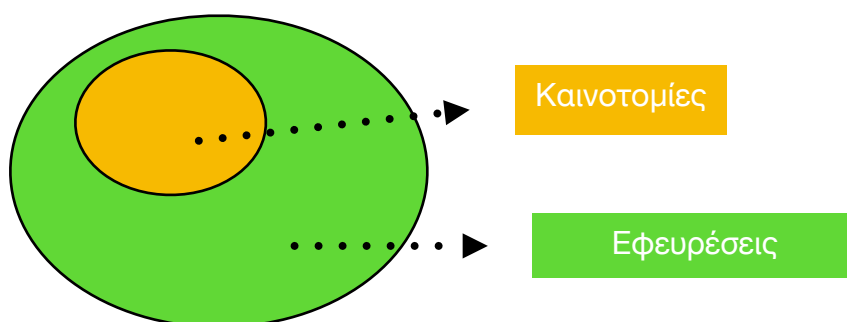
Τέλος, τέσσερις είναι οι βασικοί τρόποι αφύπνισης του μυαλού στην παραγωγή πρωτότυπων λύσεων και ειδικότερα:

- i) Η μέθοδος SCAMPER⁴, όπου δημιουργούνται ερωτήματα με σκοπό την ανάπτυξης μιας νέας ιδέας όπως π.χ. ποιες είναι οι άλλες χρήσεις, αν προσθέσουμε ή αφαιρέσουμε κάτι από την ιδέα, αν αντικαταστήσουμε, κ.α.),
- ii) η Δημιουργική Επίλυση Προβλημάτων βασίζεται στη Δημιουργική Σκέψη η οποία ορίζεται ως «η νοητική ικανότητα με την οποία η εξέταση και η επεξεργασία των δεδομένων του προβλήματος γίνεται με έναν πιο ελεύθερο τρόπο που του επιτρέπει νέους και ανορθόδοξους συνδυασμούς, με σκοπό την εύρεση μεγάλου αριθμού πρωτότυπων ιδεών και πιθανών λύσεων» (Παρασκευόπουλος, 2004: 25)
- iii) η πλάγια σκέψη και,
- iv) η τεχνική “κατάλογος χαρακτηριστικών” αλλά και πολλές άλλες μέθοδοι που παρακινούσαν ουσιαστικά το μυαλό και τους συμμετέχοντες να σκεφτούν και να παρακάμψουν την απλότητα ώστε να οδηγηθούν σε νέες ιδέες και αποτελέσματα.

1.1.2 Καινοτομία & Εφεύρεση

Η καινοτομία σχετίζεται με την εφεύρεση, καθώς η καινοτομία αποτελεί υποσύνολο ενός πολύ μεγάλου συνόλου εφευρέσεων. Για να κατανοηθεί όμως ο όρος της εφεύρεσης, “η εφεύρεση είναι μία ανακάλυψη, ενώ η καινοτομία είναι μία πραγμάτωση (Florida, 1990).

Σχήμα 1, Οι καινοτομίες ως υποσύνολο των εφευρέσεων.



Πηγή: Ίδια επεξεργασία

⁴ Η ονομασία Scamper προέρχεται από τα αρχικά των 7 λέξεων: Substitute (Υποκαθιστώ), Combine (Συνδυάζω), Adapt (Προσαρμόζω), Modify (Τροποποιώ), Put to other purposes (Βρίσκω εναλλακτικές λύσεις), Eliminate (Αφαιρώ) και Reverse/Rearrange (Αντιστρέφω/ Επαναπροσδιορίζω)

Επιπρόσθετα η εφεύρεση ορίζεται ως η δημιουργική πηγή των νέων διαδικασιών αλλά και η πηγή που καθιστά εφικτή την καινοτομία η οποία έχει επίδραση σε κοινωνικές, οικονομικές και χρηματικές διαδικασίες. Έτσι ως εφεύρεση, ορίζεται η δημιουργική διαδικασία ή η εξέλιξη, ενώ ως καινοτομία η πραγμάτωση και επιρροή αυτών των διαδικασιών-εξελίξεων στις κοινωνίες και τις αγορές. Αναφερόμενοι στα παραπάνω ανακαλύπτουμε παραδείγματα ακόμη και σε προηγούμενο αιώνα όπου εφευρέσεις μεγάλες προήλθαν από άτομα τα οποία το όνομά τους έχει ξεχαστεί, π.χ.

- Ηλεκτρική σκούπα, εφευρέθηκε από τον Murray Spengler αλλά εμπορεύτηκε από τον Hoover,
- Ραπτική μηχανή, εφευρέθηκε από τον E. Howe και κλάπηκε η ιδέα από τον I. Singer,
- Μοντέρνος τηλεγράφος, με εφευρέτη τον Γάλλο C. Chappe αλλά με κύριο όνομα τα επόμενα χρόνια μέχρι και σήμερα κατέχει ο Morse ο οποίος εφηύρε μόνο τον κώδικα (Μπακούρος, 2010).

Εν κατακλείδι οι διαφορές μεταξύ εφεύρεσης και καινοτομίας μπορούν να οριστούν ως εξής, όσο αφορά την εφεύρεση (Επίσημη εφημερίδα της Κυβέρνησης, 1998),

- Έκδοση διπλώματος ευρεσιτεχνίας (προστασία εφεύρεσης ως νέα, μη αυτονόητη και χρήσιμη),
 - Δεν έχει χρησιμοποιηθεί από άλλον,
 - Δεν ξανά απέκτησε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας και δεν ξανά προσφέρθηκε για πώληση,
- Ενώ ως καινοτομία θεωρείται η νέα διαφοροποίηση, η ευελιξία και η διευκόλυνση, όπως,
- Η άνετη και μακρινή επικοινωνία που προσέφερε η εφεύρεση του Bell,(Page, 1941),
 - Οι γρήγορες μεταφορές με τις εφευρέσεις των Otto & Diesel (Αυτοκίνητο),
 - Η εφεύρεση του Marconi με το ραδιόφωνο που και αυτό βρίσκεται στην καθημερινότητα του ανθρώπου.

Σύμφωνα με τις απόψεις του Αυστριακού οικονομολόγου J. Schumpeter , όντας και από τους πρώτους που ερευνήσαν την έννοια της καινοτομίας, χώρισε αυτή σε τρία μέρη,

- Την **βασική έρευνα**, όπου ουσιαστικά εξετάζεται η εφεύρεση,
- Την **εφαρμογή της έρευνας**, δηλαδή την μετατροπή της εφεύρεσης σε προϊόν/υπηρεσία,
- Την **διάχυση της καινοτομίας**, δηλαδή την μεταφορά της ιδέας σε άλλες επιχειρήσεις μέσω της διαδικασίας της αντιγραφής (Schumpeter, 1949).

1.2 Δημιουργικότητα: Αρωγός της καινοτομίας

Πριν πολλά χρόνια η άποψη για τη δημιουργικότητα ήταν πως αποτελούσε ξεχωριστό προσόν για κάποιους ανθρώπους, τους οποίους θεωρούσαν προικισμένους και το αξιοποιούσαν αυτό για να διακριθούν σε διάφορους τομείς. Σήμερα η δημιουργικότητα είναι η ικανότητα παραγωγής ενός νέου έργου ή μιας ιδέας με βάση τη φαντασία. Πλέον, επιστημονικά, δεν είναι προσόν αλλά αποτέλεσμα εκπαίδευσης και μάθησης μέσα από συγκεκριμένες διαδικασίες με τις οποίες ο καθένας ξεχωριστά μπορεί να ενεργοποιήσει αστείρευτες δυνάμεις του μυαλού του⁵. Η δημιουργικότητα έρχεται να ξυπνήσει παιχνίδια σκέψης στο μυαλό , δημιουργώντας εναλλακτικές σκέψεις έξω από τα καθιερωμένα μονοπάτια, σκέψεις εκτός σχεδιαγραμμάτων δημιουργώντας νέα αποτελέσματα τα οποία είναι ικανά να δώσουν απαντήσεις σε πολλά προβλήματα. Ωστόσο, τα ποιοτικά στοιχεία της

⁵ I. Παρασκευόπουλος, Δημιουργική σκέψη-Παραγωγή Καινοτόμων και πρωτότυπων Ιδεών, 2008.

δημιουργικότητας είναι α) η ευκαμψία της σκέψης, β) η πρωτοτυπία της ιδέας, γ) η ικανότητα διαφορετικής σκέψης, δ) ο τρόπος επίλυσης των προβλημάτων. Αφού ακολουθηθούν οι παραπάνω πρακτικές, έρχεται η καινοτόμος ιδέα, η οποία αποτελεί το επιστέγασμα των νέων ιδεών και διαφορετικών σκέψεων τη στιγμή που γίνεται πράξη σε κάποιο προϊόν ή υπηρεσία (Παρασκευόπουλος, 2008).

“Η επιστημονική και τεχνολογική πρόοδος είναι τόσο γρήγορη, ώστε ο άνθρωπος του αύριο είναι βέβαιο ότι δε θα ζήσει σε όλη του τη ζωή μέσα σε ομοιομορφες και αμετάβλητες επαγγελματικές, τεχνολογικές και κοινωνικές συνθήκες”.

-Mialaret, 1987

Μέσα από τα λόγια του G. Mialaret⁶, ενός ανθρώπου που η συνεισφορά στη δημιουργία και την ανάπτυξη των επιστημών της εκπαίδευσης έπαιξε σημαντικό ρόλο, διαπιστώνουμε την γρήγορη πρόοδο (τεχνολογική & επιστημονική) που συνεχώς ανανεώνεται και θα πρέπει να διδάσκεται η συνέχεια αυτών. Οφειλή του καθενός είναι και θα είναι να εκπαιδεύεται σε νέες μεθόδους και να παρακολουθεί τις εξελίξεις, αναπτύσσοντας δημιουργικούς τρόπους σκέψης, χωρίς να θεωρείται ιδιοφυΐα, μιας και ο ορισμός αυτός παρέπεμπε ορισμένες φορές σε ανθρώπους παρεξηγημένους, εκκεντρικούς και μερικές φορές αντικοινωνικούς (Glaveanu, 2010).

“I’m not young enough to know everything?”

-Wilde, 1894

Κάποια βασικά χαρακτηριστικά δημιουργικών ατόμων είναι,

- **Η πνευματική ευλογισία**, μεταβαίνοντας από τον ένα τρόπο προσέγγισης του προβλήματος στον άλλο,
- **Η πνευματική ευχέρεια**, είναι η ικανότητα παραγωγής διαφορετικών ιδεών για το ίδιο πρόβλημα,
- **Η πρωτοτυπία της σκέψης**, η ικανότητα του ατόμου να παράγει περίεργες, πρωτότυπες και παράτολμες ιδέες και λύσεις κατά τη διαδικασία προσέγγισης ενός προβλήματος.
- **Σχετική αδιαφορία για το κοινώς παραδεκτό**, με αναζήτηση του πρωτότυπου, του παράλογου, του εναλλακτικού,
- **Η ευαισθησία στα προβλήματα του περιβάλλοντος**, αντιλαμβάνονται και παρατηρούν λεπτομέρειες, που δεν είναι άμεσα αντιληπτές στους υπολοίπους, (Γκάνιος, 2006).

Προφανώς εάν ένα άτομο θεωρείται δημιουργικό δε σημαίνει ότι είναι επιτυχημένο σε όλους τους τομείς της ζωής του. Δε σημαίνει ότι είναι φιλικά ή ανεκτικά στις καταστάσεις αλλά η συνεισφορά τους εντοπίζεται στην παραγωγή του νέου, ανοίγοντας τους ορίζοντες της κοινωνίας που ζουν αλλά έρχεται και σε αντίθεση με την καθιερωμένη τάξη.

Βέβαια αν θέλουμε να κατηγοριοποιήσουμε τις θέσεις που επικρατούν σχετικά με τη δημιουργικότητα θα ήταν εφικτό να αναφέρουμε την **παραδοσιακή άποψη**, η οποία υποστηρίζει την ύπαρξη ορισμένων ταλαντούχων ανθρώπων με δεξιότητες που τους έκαναν να διαφέρουν από το πλήθος (π.χ. Μότσαρντ ή Αινστάιν) οπότε η δημιουργικότητα δεν είναι ίδια σε όλους τους ανθρώπους και δεν καλλιεργείτε και από την αντίθετη πλευρά η **σύγχρονη άποψη** η οποία υποστηρίζει ότι η δημιουργικότητα πηγάζει από την εξάσκηση και τη σκληρή δουλειά και μπορούν όλα τα άτομα να φτάσουν ως ένα βαθμό δημιουργικότητας, οπότε η δημιουργικότητα μπορεί να καλλιεργηθεί.

⁶ G. Mialaret, Ένας από τους ιδρυτές του επιστημονικού κλάδου των επιστημών εκπαίδευσης.

1.3 Η έννοια της επιχειρηματικότητας

Η έννοια της επιχειρηματικότητας συναντάται από τα αρχαία χρόνια και εντοπίζεται σε δύο σημαντικούς άξονες,

- Στην ανακάλυψη και κυρίως την υλοποίηση νέων ευκαιριών,
- Στη σύλληψη της καινούριας ιδέας για τη δημιουργία μιας καινούριας επιχείρησης.

Η λέξη “επιχειρηματικότητα” έχει αρχίσει και συναντάται στο δρόμο, στην καθημερινότητα, στην πολιτική, στα πανεπιστήμια και γενικότερα στην εκπαίδευση. Μέσα από την επιχειρηματικότητα παράγεται η τεχνογνωσία και η καινοτομία καθώς μέσα από επιχειρηματικές πρωτοβουλίες μπορεί να δημιουργηθούν νέες επιχειρήσεις αλλά εξίσου σημαντικός είναι και ο εκσυγχρονισμός τους, μιας και αυτό θα σημαίνει αύξηση του εθνικού πλούτου, αλλά και νέες θέσεις εργασίας.

Οι έννοιες όμως της επιχειρηματικότητας είναι πολλαπλές καθώς η λέξη από μόνη της δεν δίνει σαφή αποτελέσματα. Μία διαφορετική έννοια είναι η προσπάθεια μετατροπής της ιδέας σε ένα αποτέλεσμα και από τη διαδικασία να προκύπτει οικονομικό κέρδος μέσω της πώλησης προϊόντος/αγαθού ή υπηρεσίας ενώ η πρώτη εμφάνιση της έννοιας έγινε το 1730 από τον Γάλλο οικονομολόγο R.Cantillon αναφέροντας πως επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια εκμετάλλευσης της διαφοράς των τιμών ανάμεσα στην αγορά με μία βεβαιωμένη τιμή και στην πώληση των αγαθών.

Αν και η επιχειρηματικότητα είναι η πηγή νέας οικονομίας, οι δημιουργοί νέων επιχειρήσεων θεωρούνται σπάνιο είδος ακόμη και σε οικονομίες που βασίζονται στην καινοτομία. Με ποσοστό 1-2% του εργατικού δυναμικού να ξεκινούν μία νέα επιχείρηση μέσα σε ένα έτος⁷, όμως παρόλα αυτά να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας αλλά και προβληματισμούς σχετικά με την πιθανότητα αυτές οι θέσεις να χαθούν μέσω της “δημιουργικής καταστροφής” λόγω της επιδίωξης της άμεσης παραγωγικότητας.

Το κίνητρο για την επίτευξη της επιχειρηματικότητας έρχεται να αντικρούσει μία οικονομία που μπορεί να κυλάει ομαλά, με τους επιχειρηματίες να κερδίζουν χρήματα και για αυτό το λόγο να μη ρισκάρουν σε κάτι καινούριο αποφεύγοντας έτσι την καινοτομία και το R&D. Αυτές όμως θεωρούνται στάσιμες επιχειρήσεις και θα είναι οι πρώτες που θα δυσκολευτούν απέναντι στις ξαφνικές εισαγωγές όταν αυτές εμφανιστούν. Άρα το κίνητρο είναι η συνεχής ανανέωση των ιδεών και των προϊόντων/υπηρεσιών μέσα από την κατεύθυνση των καταναλωτών/χρηστών αυτών (Καραγιάννης, 2010).

Για να έρθουμε σε αυτό το αποτέλεσμα ο κύριος συντελεστής όσων αναφέρθηκαν είναι ο ίδιος ο επιχειρηματίας. Ο επιχειρηματίας είναι αυτός που ιδρύει οργανισμούς με δικά του έξοδα, με σκοπό την εκμετάλλευση ευκαιριών στην αγορά. Σε μία αγορά που κανένα αποτέλεσμα δεν είναι προφανές στην πολύωρη και απαιτητική καθημερινότητα μιας επιχείρησης. Παρόλα αυτά σύμφωνα με τον Schumpeter (1934) ο επιχειρηματίας ως άλλος “Ερμής”⁸ φέρει τη δημιουργική ανταπόκριση στις απαιτήσεις της αγοράς.

Ωστόσο, συμπεραίνοντας την σύνδεση της καινοτομίας με την επιχειρηματικότητα θα μπορούσαμε να σχετίσουμε αυτές τις έννοιες με το υπόδειγμα των πέντε κύριων πηγών δημιουργικής καταστροφής του Schumpeter (creative destruction) όταν εμφανίζονται νέες

⁷ Πηγή: Innovation Union Scoreboard. World Bank.

⁸ Α. Στέφος, 1988 (απόσπασμα .. Θεωρούμενος ως νεότερος από τους θεούς, ο Ερμής δεν κατέχει υψηλή θέση στην ολυμπιακή ιεραρχία. Εκτελεί τις εντολές του Κρονίδα και διαβιβάζει, ως κήρυκας και αγγελιοφόρος, τις βουλήσεις και οδηγίες του, στους θνητούς και αθανάτους, ολύμπιους και υποχθόνιους).

ανταγωνιστικές επιχειρήσεις και “αναγκάζουν” σε κλείσιμο αυτές που δυσκολεύονται να ανταποκριθούν, οι οποίες είναι :

- 1) Η εισαγωγή ενός νέου αγαθού (η μια σημαντική βελτίωση της ποιότητας ενός αγαθού που ήδη υπάρχει) ,
- 2) Η εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής (δηλαδή μιας καινοτομίας στις διαδικασίες) ,
- 3) Το άνοιγμα μιας νέας αγοράς (ιδίως μιας εξαγωγικής αγοράς σε νέα εδάφη) ,
- 4) Η κατάκτηση μιας νέας πηγής προσφοράς πρώτων υλών ή ημικατεργασμένων αγαθών,
- 5) Η δημιουργία ενός νέου είδους βιομηχανικής οργάνωσης, δηλαδή μια οργανωτική καινοτομία , (Deakins & Freel, 2007).

1.3.1 Μορφές επιχειρηματικότητας

Ένα ηλιακό σύστημα, αποτελείται από πολλούς διαφορετικούς πλανήτες. Έτσι και η επιχειρηματικότητα ως ένα άλλο ηλιακό σύστημα έχει τους δικούς της πλανήτες που ο κάθε ένας έχει κάτι διαφορετικό και του δίνει μοναδική αξία. Η σημασία και ο ρόλος όλων των ειδών επιχειρηματικότητας στην οικονομία και την κοινωνία παραμένει ίδιος και καθοριστικός, ωστόσο διακρίνονται σε διαφορετικές μορφές για να μπορεί να αποσαφηνιστεί εύκολα και πιο ευδιάκριτα η επιρροή της στην κοινωνία. Μορφές επιχειρηματικότητας είναι:

A. Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Από το 1972 έως το 1982 ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών στις Ηνωμένες Πολιτείες αυξήθηκε κατά 69%. Αυτό αντιπροσωπεύει ποσοστό αύξησης πέντε φορές μεγαλύτερο από εκείνο των ανδρών κατά την ίδια περίοδο. Από το 1977 έως το 1980, το ποσοστό των μη γεωργικών εκμεταλλεύσεων, που απασχολούνταν από γυναίκες, αυξήθηκε από 22,6% σε 26,1%. Επιπλέον, ο αριθμός των μη γεωργικών, ατομικών εκμεταλλεύσεων που εκμεταλλεύονται ζευγάρια αυξήθηκε από 284.405 το 1981 σε 440.000 το 1982. Σε μελέτη που πραγματοποιήθηκε και κάλυψε 18 κράτη (Hisrich & Brush, 1984) υπήρξε ως αποτέλεσμα πως η γυναίκα επιχειρηματίας, δεν ήταν η “μέση” γυναίκα και πως τα προβλήματα που αντιμετώπιζε στον επιχειρηματικό τομέα ήταν διαφορετικά από τα προβλήματα ενός άνδρα επιχειρηματία. Τι ήταν αυτό όμως που έκανε τις γυναίκες να διεκδικήσουν την είσοδό τους στην επιχειρηματικότητα; Μέσα από υποθέσεις, ένας λόγος είναι η στασιμότητα στις εργασίες τους και η μη ανάπτυξη τους σε υψηλότερες θέσεις ενώ μια διαφορετική προσέγγιση είναι πως η λειτουργία μιας επιχείρησης, φαντάζει περισσότερο προσιτή από τον απαιτητικό ρόλο της γυναίκας στην ανατροφή των παιδιών και της οικογένειας (Scott, 1986).

Σήμερα, η γυναικεία επιχειρηματικότητα συνεχίζει να υφίσταται και είναι αποδεκτή καθώς η γυναίκα πέρα από στήριγμα του άνδρα είναι και ισότιμο μέλος της κοινωνίας και δει της επιχειρηματικής. Ο συνδυασμός εργασίας και οικογένειας έχει επιτευχθεί και αυτό αποδεικνύεται και από το ότι οι γυναίκες επιχειρηματίες δραστηριοποιούνται στις περιοχές διαμονής τους. Στην Ελλάδα ο συχνότερος τομέας απασχόλησης των γυναικών είναι το λιανικό εμπόριο, οι υπηρεσίες παροχής υπηρεσιών αλλά και η παραγωγή προϊόντων μέσω των συνεταιρισμών που δημιουργούνται κατά τόπους(έρευνα ICAP group, www.protothema.gr).

B. Πράσινη Επιχειρηματικότητα

Τα περιβαλλοντικά ζητήματα καθίστανται ολοένα και περισσότερο αναπόσπαστο κομμάτι της κοινωνίας και συνάμα της επιχειρηματικότητας. Έχει υποστηριχθεί από πολλούς μελετητές ότι οι ολιστικές πράσινες επιχειρηματικές λύσεις που προσδίδουν αξία σε οργανισμούς και τους ενδιαφερόμενους θα πρέπει να ενταχθούν στο βασικό σύστημα των

επιχειρήσεων⁹, τόσο ώστε η αντιμετώπιση των φυσικών περιβαλλοντικών προβλημάτων να γίνει ζήτημα «επιβίωσης και ευημερίας» κάθε επιχείρησης. Καθημερινά πολλές οργανώσεις θεωρούν κατακερματισμένες λειτουργίες τις περιβαλλοντικές δραστηριότητες των επιχειρήσεων (όπως η ελαχιστοποίηση των αποβλήτων, ο έλεγχος της ρύπανσης, η ανακύκλωση κλπ.) ωστόσο γίνονται προσπάθειες μέσω της πράσινης επιχειρηματικής κουλτούρας να αναπτυχθούν μοντέλα που θα οδηγούν σε σταθερή απόδοση και πράσινη προστιθέμενη αξία (Green Value Added/GVA), (Ndubisi, 2009).

Σήμερα οποιαδήποτε επιχειρηματική πρωτοβουλία θα πρέπει να εναρμονίζεται με τους κανόνες που ορίζονται για την προστασία του περιβάλλοντος και για να καλύπτονται οι ανάγκες των πολιτών αλλά και των κοινωνιών μέσω της καλύτερης ποιότητας ζωής. Πολλές επιχειρήσεις θέτουν σε πρώτο πλάνο την φιλικότητα απέναντι στο περιβάλλον μέσω της επένδυσής τους και αυτό ονομάζεται πράσινη επιχειρηματικότητα (Ντόκας, 2017).

Γ. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Σαφής ορισμός που αφορά την κοινωνική επιχειρηματικότητα δεν υπάρχει, όμως εξ ορισμού μπορούμε να αναλογιστούμε την συνεισφορά της επιχειρηματικότητας στην κοινωνία με ένα διαφορετικό τρόπο.

Τα τελευταία χρόνια πολλά κινήματα ασκούν κριτική στο κράτος πρόνοιας για την βελτιστοποίηση παροχών προς ανθρώπους που έχουν μεγαλύτερες ανάγκες (πχ. άτομα με αναπηρίες) και επιζητούν την ισότιμη συμμετοχή τους στο σχεδιασμό της κοινωνικής πολιτικής. Η κοινωνική δραστηριότητα διαφέρει από τις άλλες καθώς δεν είναι το κέρδος ο πρωταρχικός της ρόλος αλλά η προσφορά στην κοινωνία είτε μέσω ανθρώπων, είτε μέσω των τεχνών και του περιβάλλοντος.

Σε μία περίοδο παγκόσμιας κρίσης η κοινωνική επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει σε μία πιο δίκαιη κοινωνία με ανθρωποκεντρικό πρόσωπο (Κώστας, 2014).

Δ. Ενδοεπιχειρηματικότητα (intrapreneurship)

Ενδοεπιχειρηματικότητα ορίζεται η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας εντός των συνόρων μιας επιχείρησης. Πηγάζει από επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που αφορούν την παραγωγή της καινοτομίας με σκοπό την αύξηση του κέρδους της επιχείρησης. Συνήθως η διαδικασία ξεκινάει από την πρωτοβουλία ενός στελέχους ή μιας ομάδας προτείνοντας την ιδέα τους και αναζητώντας τα κεφάλαια για την υλοποίηση. Η διαφορά στην ενδοεπιχειρηματικότητα έρχεται στην έννοια του ρίσκου καθώς η αποτυχία θα επιφέρει συνέπειες κατά βάση στον επιχειρηματία καθώς θα έχει από την αρχή επωμισθεί το κόστος, παρά στον ενδοεπιχειρηματία που η χειρότερη συνέπεια που θα μπορούσε να έχει είναι η απώλεια της θέσης του (Antoncic & Hisrich, 2001).

⁹ π.χ., Banerjee et al., 2003, Coddington, 1993, Charter 1992, Menon & Menon, 1997 · Ottman, 1993 · Polonsky, 1995 · Porter & van der Linde, 1995 · Peattie, 1995.

Πίνακας 1, διαφορές μεταξύ επιχειρηματικότητας / ένδοεπιχειρηματικότητας.

Entrepreneurship v Intrapreneurship	
Entrepreneurship	Intrapreneurship
<i>Entrepreneurial activity by Entrepreneur</i>	<i>Entrepreneurial activity by employees and managers</i>
<i>Rewards go to Entrepreneur</i>	<i>Rewards (most) go to company</i>
<i>Risk taken by Entrepreneur</i>	<i>Risk taken by company</i>

tutor2u

Πηγή: tutor2u.net

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Διατροφή και υγεία

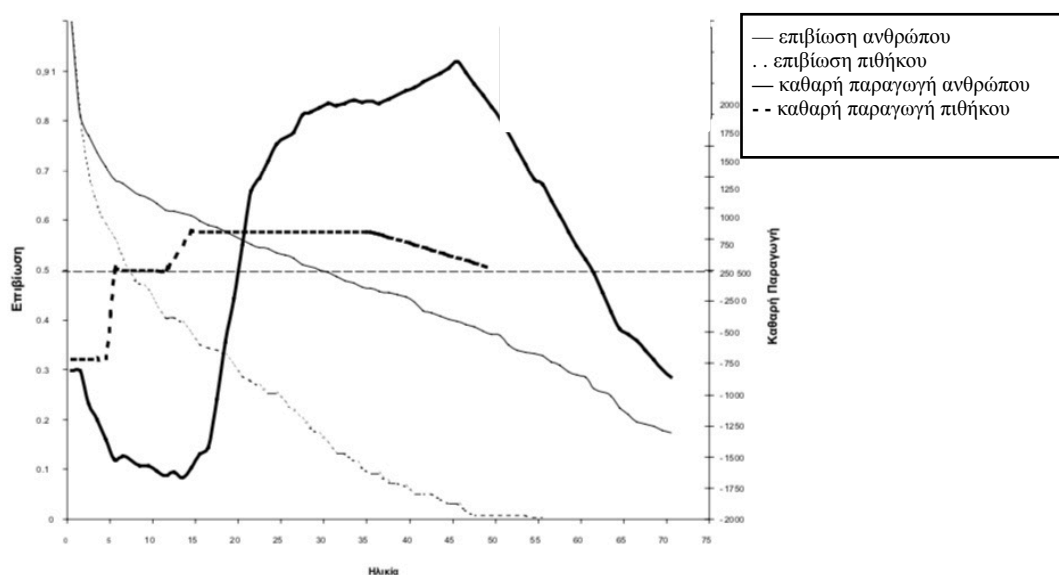
2.1 Η διατροφή ως πηγή ζωής

Η τροφή για τον άνθρωπο ήταν πάντα και θα είναι η πηγή ενέργειας του, για να μπορεί να δραστηριοποιείται στην καθημερινότητά του και πάνω απ όλα για να επιβιώσει. Ο άνθρωπος ως ον, έχει μάθει να μοιράζεται την τροφή του και με αυτή να συντηρεί και να μεγαλώνει τους ανθρώπους που βρίσκονται κοντά είτε γιατί πρόκειται για γαλουχία είτε για ανθρώπους που μπορεί να μην έχουν τη δυνατότητα να συντηρηθούν μόνοι τους, είτε γιατί υπάρχει θέληση (Kaplan & Gurven, 2001). Πολλά ζώα, έντομα (μυρμήγκια, μέλισσες), σαρκοφάγα (λιοντάρια, λύκοι) , πτηνά(κοράκια) μοιράζονται το φαγητό τους, αλλά ο άνθρωπος διαφέρει καθώς η συμπεριφορά του στο να μοιραστεί δε σταματάει τη στιγμή που θα συνειδητοποιήσει ότι κάποιο μέλος είναι ικανό να βρει τροφή (κάτι που τα ζώα το κάνουν) , αντίθετα μπορεί να μοιράσει φαγητό επειδή θα βρεθεί σε κάποια εκδήλωση ή σε κάποιο φιλικό σπίτι. Πρώτιστος λόγος όμως θα είναι πάντα η επιβίωση.

Τα τελευταία χρόνια μεγάλη προσπάθεια έχει γίνει για να συσχετιστεί η διατροφή με την διατήρηση της υγείας. Ειδικότερα, έρευνες έχουν αποδείξει πως ο τρόπος που τρεφόμαστε παίζει σημαντικό ρόλο στην πρόληψη κατά της παχυσαρκίας και των νοσημάτων που συνοδεύει. Παρατηρήθηκε λοιπόν πως η βάση της Μεσογειακής διατροφής στηριζόταν στην χρήση πληθώρας τροφίμων που δεν βασίζονταν στο κρέας αλλά κυρίως στην υψηλή κατανάλωση φρούτων, λαχανικών, οσπρίων, ξηρών καρπών και ελαιολάδου.

Στο σχήμα 2 παρουσιάζεται η παραγόμενη ενέργεια σε διαφορετικούς κύκλους ζωής μεταξύ ανθρώπου και πιθήκου (καθώς είναι οι πιο στενοί συγγενείς του ανθρώπου) αλλά και ο χρόνος που απαιτείται ώστε να ξεκινήσει να παράγει.

Σχήμα 2, Επιβίωση και καθαρή παραγωγή θερμίδων συγκριτικά ανθρώπου-πιθήκου.



Πηγή : Kaplan & Gurven, 2001

2.2 Διατροφικές συνήθειες στην Ελλάδα

2.2.1 Η διατροφή στα χρόνια του Μεσαίωνα

Η ιστορία, μας έχει διδάξει βασικούς κανόνες επιβίωσης του ανθρώπου μέσα από τη διδασκαλία και με βάση τον άνθρωπο της παλαιολιθικής εποχής (homo sapiens). Έχουμε διδαχθεί για την αναζήτηση της τροφής του, για την επιβίωση, αρχικά μέσα από το κυνήγι των άγριων ζώων και τη συγκομιδή οποιουδήποτε αγριόχορτου που θα κάλυπτε την παραμικρή διατροφική του ανάγκη. Όλα αυτά, πριν 10.000 χρόνια (Singh, 2013)

Η ανάπτυξη που γνώρισαν οι Ελληνικές πόλεις κατά την αρχαιότητα καθορίστηκε και από τις συνθήκες διατροφής. Από την εξέλιξη της μαγειρικής των αρχαίων Ελλήνων, δημιουργήθηκε η ρωμαϊκή κουζίνα, η οποία με τη σειρά της υπήρξε το υπόστρωμα για να βασιστεί η σύγχρονη, υψηλού επιπέδου, αυθεντική κουζίνα στην Ευρώπη. Και λόγω των περιβαλλοντικών συνθηκών, και λόγω της γεωγραφικής τοποθεσίας της χώρας αλλά και των γεωργικών δραστηριοτήτων που δημιούργησαν επάρκεια προϊόντων. Το καλό φαγητό είχε κάνει ήδη την εμφάνισή του στα σπίτια των ανθρώπων και αυτοί είχαν διαχωρίσει τις τροφές, σε διαφορετικές ώρες της ημέρας ανάλογα τα “θέλω” τους. Τα σιτηρά, τα φρούτα, οι ξηροί καρποί, τα ψάρια αλλά και ο οίνος αποτελούσαν τις διατροφικές συνήθειες των Ελλήνων σχεδόν σε όλη τη διάρκεια της ημέρας και πάντα με μέτρο καθώς θεωρούσαν πως η “πολυφαγία” προκαλεί “πνευματική νωθρότητα” και “ψυχική οργή” (Πλάτωνος, Πολιτεία). Αντίθετα, απουσίαζε το κρέας ειδικά από οικόσιτα ζώα καθώς αυτά τα χρησιμοποιούσαν ως πηγή για το γάλα και το τυρί. Πολύ σπάνια θα γινόταν μία θυσία για μία γιορτή.

Η πορεία των χρόνων δεν υπήρξε η ίδια και κατά τα χρόνια του μεσαίωνα (7ος-15ος αι.) οι κοινωνικές ανισότητες ήταν ιδιαίτερα μεγάλες και το επίπεδο διαβίωσης του μέσου πολίτη είχε υποβαθμισθεί. Κατά συνέπεια και στον τομέα της διατροφής η απόσταση των πλουσίων και των χαμηλότερων στρωμάτων μεγάλωνε. Από τη μία η πείνα ήταν μια καθημερινή συνήθεια και από την άλλη γεμάτα τραπέζια με κάθε είδους φαγητό. Προσεγγίζοντας την διατροφική συνήθεια των μεσαιωνικών χρόνων μέσα από εικονογραφικές παραστάσεις της εποχής, τον μεγάλο ρόλο έχει ο άρτος, ο οποίος καταναλώνεται καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας και από όλες τις κοινωνικές τάξεις ενώ σημαντικό ρόλο έπαιζαν και κάποια συνοδευτικά αυτού όπως το τυρί, οι ελιές, τα όσπρια τα ψάρια και το κρέας. Αντιθέτως στις τάξεις των “φτωχών” κυριαρχούσαν τα κηπευτικά τα οποία οι ευγενείς τα θεωρούσαν ευτελή τροφή και τα απέφευγαν. Αν αναλογιστούμε τη “νόσο των ευγενών” μπορούμε να διακρίνουμε την καθιστική ζωή αυτών αλλά και την πολυφαγία τους ενώ από την άλλη πλευρά οι οικονομικά ασθενέστεροι που εργαζόντουσαν και έτρωγαν λιτά απέφευγαν τις αρρώστιες (Ματάλα, 2015).



Πηγή: Μικρογραφία από Ευαγγέλιο, Παρίσι, Εθνική Βιβλιοθήκη.

Εικόνα 1, Γεωργοί εισπράττουν το ημερομίσθιό τους για την καλλιέργεια αμπελώνα.

Στους μετέπειτα μεσαιωνικούς χρόνους, κατά τα βυζαντινά χρόνια αυξήθηκε η κατανάλωση φρούτων και ξηρών καρπών επί το πλείστον ως επιδόρπιο. Η αύξηση των ποσοτήτων κρέατος και πουλερικών άρχισε να αυξάνεται σημαντικά στις εύπορες οικογένειες καθώς θεωρείτο πολυτελή εδέσματα. Μέσα από αυτά τα χρόνια και τις συνήθειες αυτές ξεκινήσαν και οι διάφορες παρασκευές αλλαντικών που γνωρίζουμε μέχρι και σήμερα.

2.2.2 Η διατροφή στα νεότερα χρόνια

Η διατροφή στο μονοπάτι των χρόνων κατά τα νεότερα χρόνια συνέχισε να έχει αγροτικό χαρακτήρα. Τα χρόνια της Τουρκοκρατίας δεν αφήσαν πολλούς να έχουν τη δυνατότητα διαφορετικών διατροφικών συνηθειών, οπότε οι καρποί της γης από το σιτάρι μέχρι τα φρούτα και τα βότανα ήταν αυτά που μεσουρανούσαν στα τραπέζια των σπιτιών. Μέσα από ένα ναυτικό ντοκουμέντο (το κατάστιχο του Κων/νου) του 19ου αι. μέσα από τις διαδρομές του караβιού στη μεσόγειο αναφέρονται οι διαφοροποιήσεις των διατροφικών συνηθειών από πόλη σε πόλη. Γίνονται αναφορές για πάνω από 110 διαφορετικά είδη τροφών συνολικά ενώ σε κάθε λιμάνι ανεφοδιασμού υπήρχε και κάτι διαφορετικό ως διατροφικό “στοιχείο” της περιοχής (Ματάλα, 2015). Η ανάπτυξη των ταξιδιών στη Μεσόγειο έφερε ψηλά στη διατροφή τα ζυμαρικά, το ρύζι και τα σαλιγκάρια ενώ εξ ανατολάς και μέσα από τα ταξίδια στην Πόλη, το σταυροδρόμι των πολιτισμών, προμηθεύονταν καφέ, τσάι και ότι νέο τρόφιμο πρωτοεμφανιζόταν.

Από τον 17ο αιώνα και μετά σημαντικές διατροφικές αλλαγές έρχονται να επηρεάσουν τον Ελληνικό πολιτισμό ο οποίος εμπλουτίζεται με τρόφιμα από την Ευρώπη και το “Νέο Κόσμο”. Στα μέσα του 19ου αιώνα κάνουν την εμφάνισή τους καθυστερημένα στην ανατολική Ευρώπη οι κόνδυλοι πατάτας, οι πιπεριές, το καλαμπόκι, η γαλοπούλα και το κακάο τα οποία είναι κάποια από αυτά που συμπληρώσαν τη διατροφή των Ελλήνων.

2.2.3 Η βιομηχανική επανάσταση και η μετεξέλιξη της διατροφής

Κοντά στο έτος 1800 μ.Χ. έρχεται μία ιστορική περίοδο η οποία φέρνει αλλαγές στην τεχνολογία, την οικονομία, την κοινωνία αλλά και στον πολιτισμό. Στην Ευρώπη αρχίζει να παρατηρείται πρόοδος στον τομέα των τροφίμων με αλλαγές στην παρασκευή, την επεξεργασία αλλά και την συντήρηση αυτών. Το τέλος της Γεωργικής Επανάστασης (1660-1750) στη Μεγάλη Βρετανία ήταν το έναυσμα των εξελίξεων και της ανάπτυξης που θα επεκτεινόταν σε όλη την Ευρώπη και τον κόσμο. Τα πλουσιοπάροχα εδάφη της Βρετανίας έδωσαν ακόμη μία ώθηση στην εξέλιξη των τεχνολογικών αναβαθμίσεων αφού με την ολοκλήρωση της ατμομηχανής του J. Watt, ο ατμός έγινε η πρώτη μοντέρνα πηγή ενέργειας και το ξεκίνημα της εξέλιξης της βιομηχανίας και των τροφίμων. Εξέλιξη όχι τόσο γρήγορα αναπτυσσόμενη σε αυτό τον τομέα όσο στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας αλλά με αξιόλογους πειραματισμούς για την εξέλιξή του (Berg, 1988).

Η συνέχεια των χρόνων την περίοδο 1850-1860 έφερε την αρχή των ανθρώπων που μεσολαβούσαν στην πώληση αγαθών όπου αγόραζαν από τους αγρότες προϊόντα και στη συνέχεια τα πουλούσαν σε μεταποιητές και χονδρεμπόρους δημιουργώντας νέα δίκτυα, και την επόμενη δεκαετία (1870) ξεκίνησε δειλά-δειλά η εμφάνιση των επιχειρήσεων μαζικού λιανικού εμπορίου και πολυκαταστημάτων. Πλέον η επιλογή της τροφής έμοιαζε ατομική υπόθεση του καθενός βάση των γεύσεων και των προτιμήσεων που είχαν (Burns, 1959).

Για πρώτη φορά στην ανθρώπινη ιστορία η παραγωγική δύναμη των ανθρώπων έχει φτάσει σε σημείο ώστε να μπορεί να επιτύχει συνεχή και ταχύ απεριόριστο πολλαπλασιασμό αγαθών του ανθρώπου και υπηρεσιών (Domestic system & putting out system to factory system¹⁰).

Έχοντας γυρίσει σελίδα και γνωρίζοντας πως έχουμε εισχωρήσει σε μία νέα περίοδο πραγμάτων, η εξέλιξη, συνεχώς είναι η διαφοροποίηση και η βελτίωση. Τα πρώτα χρόνια ο άνθρωπος αφού είχε καταφέρει να βρει τροφή για να επιβιώσει, η επόμενη σκέψη ήταν να καταφέρει να την διατήρηση και να την προστατεύσει. Τότε ήθελε να το κάνει για να μην τη στερηθεί από τα άγρια ζώα που θα τη διεκδικούσαν ή από άλλους όμοιους του που μπορεί να πεινούσαν. Σήμερα αναζητούμε την προστασία στο χρόνο αλλά και την φθορά.

Πλέον, οι καιροί αλλάζουν και μαζί πρέπει να αλλάζουν και οι συνήθειες των ανθρώπων. Πολλές φορές ακόμη και χωρίς να το θέλουμε. Τα χρήματα έχουν αρχίσει να επηρεάζουν περισσότερο και εφόσον η μαζική παραγωγή έχει ξεκινήσει αναζητούνται και τα ανάλογα εργατικά χέρια να το υποστηρίξουν, τα οποία στο μεγαλύτερο βαθμό προέρχονται από φτωχούς εργαζόμενους και από αγροτικό πληθυσμό που ακολούθησε τη βιομηχανία εκεί που βρισκόταν δημιουργώντας με γοργούς ρυθμούς τα μπλοκ των πόλεων και την μαζική συγκέντρωση αυτών στο αστικό περιβάλλον.

Αφού η συγκέντρωση του πλήθους αποκτούσε προβάδισμα στις πόλεις, σήμαινε προφανώς και αλλαγές στις συνήθειες των λαών στην καθημερινότητά τους σε όλους τους τομείς, όπου ένας από αυτούς ήταν και η διατροφή τους. Από το 1950 και μετά η αστικοποίηση έφερε και τις ανάλογες αλλαγές στην Ελληνική κουζίνα αφού από το 1922 και μετά η Μικρασιατική κουζίνα έχει κάνει την εμφάνισή της στην Ελλάδα ενεργά. Σημαντικότερο στοιχείο πλέον είναι τα επεξεργασμένα τρόφιμα και μία κουζίνα επηρεασμένη από πολλές τοπικές κουζίνες και ξένες επιρροές που στο πέρασμα των χρόνων Ελληνοποιήθηκαν. Η σύγχρονη ελληνική κουζίνα έχει πλέον υλικά που ήταν άγνωστα μέχρι τον μεσαίωνα. Η νουβέλ κουζίν, μία νεότερη τάση της γαλλικής κουζίνας επηρέασε με την

¹⁰ Η μετάβαση από την οικοτεχνία και την επεξεργασία στο σπίτι, στην συγκέντρωση ανθρώπινου δυναμικού και μηχανών για παραγωγή.

σειρά της την επαγγελματική εστίαση και άφησε μία αισθητική που θεωρείται από πολλούς ως πρότυπη φόρμα.

Έτσι η νέα αστική κουζίνα αποφάσισε να εξοστρακίσει βάνουσα ό,τι θύμιζε την γαστρονομική ένδεια της απλής σε υλικά και μέσα λαϊκής κουζίνας και επιδόθηκε στην παρασκευή περισσότερο περίπλοκων εδεσμάτων με αποτέλεσμα πολλά πιάτα της ελληνικής παράδοσης που ανακαλύπτουμε ξανά να μας φαίνονται φτωχά όσο και αν τα μαγειρέσουμε καλά έστω και αν έχουν πραγματική ουσία και γεύση και είναι πολύ ανώτερα της αντίστοιχης γαλλικής κουζίνας. Στη συνέχεια έρχεται η επιρροή της Αμερικής, που εκτός από τις σπουδαίες ανακαλύψεις, έφερε και το fast food. Σήμερα, δυστυχώς παρατηρείται πως η διατροφή μας αλλάζει εις βάρος της υγείας μας, καθώς φεύγουμε από τους παραδοσιακούς τρόπους ζωής και εμλεκόμαστε στους ρυθμούς της σύγχρονης εποχής, στην οποία υπερτερεί το έτοιμο και βιομηχανοποιημένο φαγητό και η έλλληψη άσκησης.

Συνέπεια είναι ότι μια σειρά από ασθένειες ταλαιπωρούν την Ελλάδα, την Ευρώπη αλλά και όλο το δυτικό κόσμο. Κάτι τέτοιο είναι αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης και της εκβιομηχάνισης του συστήματος των τροφίμων που έχουν υποβαθμίσει την ποιότητα των προϊόντων διατροφής. Έτσι οι κάτοικοι των αστικών κέντρων δεν έχουν επίγνωση της ποιότητας των μεταποιημένων προϊόντων που καταναλώνουν, ούτε των επιπτώσεων που έχει η παραγωγή αυτών των προϊόντων στο περιβάλλον. Τα καταναλωτικά προϊόντα της βιομηχανικής παραγωγής, έχουν εφήμερο χαρακτήρα και περιορίζουν την διαιτητική ποικιλία (Flaceliere, 2007).

2.3 Διατροφικές συνήθειες της εποχής μας

“Η τροφή να είναι το φάρμακό σου και το φάρμακο σου να είναι η τροφή σου” είπε ο Ιπποκράτης, και πράγματι οι μεταγενέστεροι του το τηρούσαν με ευλάβεια δημιουργώντας κλίμα σεβασμού στα τραπέζια τους. Οι ρυθμοί ανάπτυξης ζωής των πολιτισμών όμως είχαν διαφορετική άποψη και θέληση να αντιστρέψουν τα λόγια του Ιπποκράτη δημιουργώντας συνήθειες διαφορετικές ως προς τις διατροφικές ανάγκες των ανθρώπων. Τα ράφια των καταστημάτων είναι πλέον γεμάτα με χιλιάδες προϊόντα, κατηγοριοποιώντας ακόμη και τους ανθρώπους μέσα από τις συσκευασίες ή και το κοινό που μπορεί να απευθύνονται. Προϊόντα για νεογνά, για μικρά παιδιά, για εφήβους, για νέους και ηλικιωμένους είναι αυτά που αναζητούνται καθημερινά για να επεξεργαστούν ή να αναμειχθούν στα σπίτια του καθενός για να καλύψουν τις ανάγκες αυτών και των οικογενειών τους. Οι διατροφικές ανάγκες οπότε έχουν διαμορφωθεί ανάλογα με την ηλικία αλλά και σίγουρα τα “Θέλω” του κάθε ανθρώπου.

Μία άλλη διαφορετική προσέγγιση στην διατροφή δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια με τα καταστήματα έτοιμου φαγητού. Από την αρχαία Ελλάδα και τη Ρώμη υπήρχαν κάποιου είδους χώροι εστίασης (Madden, 1995) όπως τα πανδοχεία και τα καπηλεία τα οποία εξυπηρετούσαν τους ταξιδιώτες. Το φαγητό στο χέρι πρωτοεμφανίστηκε σε μία διεθνή έκθεση στο S. Louis το 1904¹¹ με τη μορφή του hamburger όπως το γνωρίζουμε μέχρι και σήμερα ενώ η εμφάνιση των πρώτων καταστημάτων fast-food ήταν το 1940 από τους αδελφούς McDonald στην Καλιφόρνια ¹². Την επόμενη δεκαετία η Δύση άνοιξε τον όρο “γρήγορο φαγητό” με την εξάπλωση τους σε όλη σχεδόν την Αμερική με τα Burger King

¹¹ N. Ross, great American food chronicles: the hamburger, 1989

¹² McDonald's Corporation - The McDonalds and Their Restaurant».

στην Florida και τα Wendy's¹³ στο Οχάιο. Όλα τα προαναφερόμενα fast-food υιοθέτησαν το σύστημα των McDonald's δημιουργώντας το "speedee service system" και το self-service αφού πλέον δεν υπήρχαν σερβιτόροι στα καταστήματα, ο πελάτης αφού έκανε την παραγγελία του, ανέμενε να παραλάβει το φαγητό του. Φαγητό το οποίο ήταν διαθέσιμο σε συσκευασίες μιας χρήσης και απλούστευε ακόμη περισσότερο τη διαδικασία. Στην Ελλάδα δειλά-δειλά τη δεκαετία του 1960 εμφανιστήκαν οι γνωστές ταβέρνες και χρόνο με το χρόνο η κατηγορία των "έτοιμων φαγητών" αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς μέχρι και σήμερα. Το 1975 η εμφάνιση του fast-food στην Ελλάδα είναι γεγονός με τη δημιουργία δύο καταστημάτων Goody's¹⁴ στη Θεσσαλονίκη. Από την επόμενη χρονιά η εξάπλωση της αλυσίδας αυτής αλλά και η είσοδος νέων ανταγωνιστών είχε έντονο χαρακτήρα με τα μεγάλα παγκόσμια ονόματα ταχυφαγείων να επισκέπτονται και να επενδύουν στην Ελλάδα.

Η εξέλιξη από εκείνα τα χρόνια είναι ραγδαία και τα ταχυφαγεία έχουν εξαπλωθεί σε κάθε γειτονιά παρέχοντας υπηρεσίες σε όσους επιθυμούν να καταναλώσουν φαγητό ή ροφήματα στο σπίτι μεταφέροντάς τα σε κάθε σημείο. Πλέον κάθε είδους φαγητό μπορεί να φτάσει σε όποιον έχει την επιθυμία να το καταναλώσει σε πολύ λίγο χρόνο και όλη αυτή νέα μόδα έχει αγαπηθεί αφού έρευνα¹⁵ του 2017 αποκάλυψε ότι δαπανήθηκαν 6,5 δις Ευρώ στην Ελλάδα σε ένα χρόνο για την αγορά έτοιμων φαγητών.

2.4 Επιδράσεις της διατροφής

2.4.1 Παχυσαρκία

Είναι αλήθεια πως η εποχή που διανύουμε έχει τοποθετήσει τις διατροφικές συνήθειες του ανθρώπου σε ένα διατροφικό περιβάλλον διαφορετικό από αυτό που ο άνθρωπος πραγματικά δημιουργήθηκε. Η πρόσληψη τροφής και θρεπτικών συστατικών μεταξύ των κυνηγών και των ανθρώπων της Παλαιολιθικής εποχής σε σχέση με νεότερης εποχής ανθρώπων διαφέρει κατά πολύ με σημαντικότερες διαφορές στην μείωση της κατανάλωσης λιπαρών οξέων ω-3, αντιοξειδωτικών και βιταμινών και στην αντίπερα όχθη την σημαντική αύξηση κατανάλωσης υδατανθράκων, κορεσμένων λιπαρών οξέων (SFA) και τρανς λιπαρών οξέων, αλλαγές που συναντώνται τα τελευταία 100-150 χρόνια.

Οι διατροφικές αυτές αλλαγές σε συνδυασμό με τη σημερινή καθημερινή δραστηριότητα του ανθρώπου, συμπεριλαμβανομένου της καθιστικής ζωής, το καθημερινό στρες, την ατμοσφαιρική και περιβαλλοντική ρύπανση και των συνηθειών που έχει αποκτήσει ο άνθρωπος με την υπερβολική κατανάλωση καπνικών προϊόντων, την κατανάλωση αλκοόλ και την υπερβολική κατανάλωση γρήγορων σνακ και γευμάτων μπορεί να έχει προκαλέσει βλάβη στα γονίδια μας οδηγώντας στην εμφάνιση φαινοτύπων NCDs¹⁶. Εντυπωσιακός είναι ακόμη ο αυξημένος κίνδυνος που έχει παρατηρηθεί σε αναπτυσσόμενες χώρες (Ινδία, Κίνα, Ινδονησία, Βραζιλία) όπου η αύξηση του εισοδήματος έφερε ταυτόχρονη αύξηση στη διαθεσιμότητα και κατανάλωση έτοιμων φαγητών και υψηλότερο κίνδυνο για

¹³ McDonald's, Burger King, Wendy's- Καταστήματα γρήγορου φαγητού.

¹⁴ https://www.vivartia.com/?page_id=1207

¹⁵ <http://www.ielka.gr/?p=2189>

¹⁶ European Academy of Allergy and Clinical Immunology, <https://www.allergy.org.gr/KJLMOLOI/wp-content/uploads/2015/12/AsthmaGiaAnartisi.pdf>

καρδιαγγειακές παθήσεις, εγκεφαλικά επεισόδια, υπέρταση και σακχαρώδη διαβήτη(Singh, 2013).

Οι επιπτώσεις του έτοιμου φαγητού και των συνηθειών του ανθρώπου, έχουν ως αντίκτυπο πολλές φορές τον όρο της παχυσαρκίας¹⁷. Αυτό αποκτά μεγαλύτερο ενδιαφέρον ως προς την έρευνα όταν ο όρος γίνεται σύνθετος και αναφερθούμε στην παιδική παχυσαρκία. Στο δυτικό κόσμο σε μεγαλύτερο βαθμό αλλά και στον υπόλοιπο κόσμο, έχει πάρει εκτεταμένες διαστάσεις και η αντιμετώπιση του πλέον είναι επιτακτική. Οι συνήθειες των νέων με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των video-games, το χρόνο που δαπανά ο γονιός με το παιδί του αλλά και με πια μέσα το αποφεύγει ώστε να επωφεληθεί από τον ελάχιστο χρόνο που μπορεί να έχει για ξεκούραση, δημιουργούν ένα λανθασμένο διατροφικό μοντέλο το οποίο δύσκολα αντιμετωπίζεται. Σημαντικό είναι ακόμη πως η παιδική παχυσαρκία συνδέεται με αρκετούς κινδύνους για όλη τη διάρκεια ζωής των παιδιών καθώς ακόμη υπάρχουν αυξημένες πιθανότητες να διατηρήσουν το βάρος τους ως ενήλικες (Singh, 2008).

2.4.2 Διαιτητική διατροφή

Λόγω της μεταβολής των καιρών και των νέων συνηθειών που έφεραν την αύξηση του ανθρώπινου σωματικού βάρους, αναζητούνται τρόποι ρυθμίσεις αυτού με περιορισμό στη καθημερινή διατροφή για συγκεκριμένο συνήθως χρονικό διάστημα ή μείωση των θερμιδικών προσλαμβανόμενων στοιχείων ώστε να μειωθεί το βάρος του σώματος. Μία δίαιτα όμως μπορεί να θεωρηθεί λανθασμένη αν δεν συμπεριλαμβάνει ισορροπημένα διατροφικά στοιχεία (ενέργεια, υδατάνθρακες, αμινοξέα, κ.α.) και να μην μπορεί να υποστηρίξει τον μεταβολισμό του οργανισμού δίνοντάς του αρνητική ώθηση δημιουργώντας κινδύνους. Μία σωστή δίαιτα που θα περιλαμβάνει φρούτα, λαχανικά και δημητριακά, αποφεύγετε καθώς απομακρύνεται από τις συνήθειες που κάποιος μπορεί να είχε έχοντας όμως λάβει υπόψιν και τη γεωγραφική θέση του εκάστοτε πληθυσμού αφού οι διατροφικές συνήθειες διαφέρουν (π.χ. στην Ασία καταναλώνονται μεγάλες ποσότητες υγιεινών τροφών στην καθημερινότητα των πολιτών).

Άρα για την αποφυγή των κινδύνων που μπορεί μία δίαιτα να φέρει πρέπει να τηρείται η διατροφική πυραμίδα ώστε ο οργανισμός να μπορεί να προσλάβει τα απαραίτητα καθημερινά θρεπτικά στοιχεία που χρειάζονται για να μπορεί να αντεπεξέλθει (Nestle, 2013).



Πηγή : USDA, Τμήμα Γεωργίας Ηνωμένων Πολιτειών

Εικόνα 2, διατροφική πυραμίδα διατροφικών κατευθύνσεων.

¹⁷ Η υπερβολική συσσώρευση λίπους στο λιπώδη ιστό (Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας)

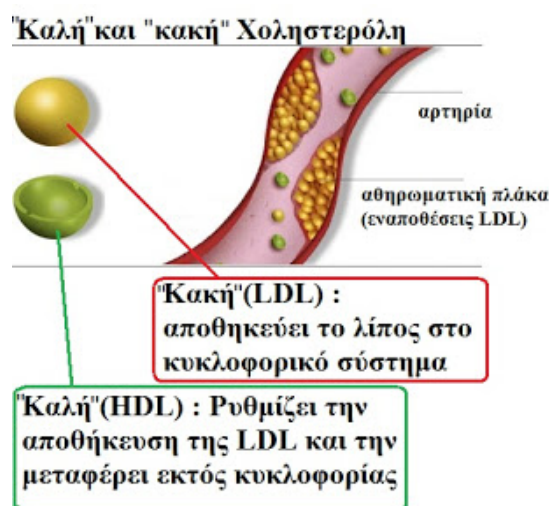
Ως υποκατηγορία της διαιτητικής διατροφής με αρνητικό αντίκτυπο θεωρείται ακόμη και ο υποσιτισμός. Υποσιτισμός είναι η στέρηση ενός οργανισμού σε ορισμένα θρεπτικά συστατικά τα οποία είναι απαραίτητα για τη φυσιολογική λειτουργία του οργανισμού. Από εκεί και έπειτα η έλλειψη αυτή οδηγεί σε λοιμώξεις οι οποίες εάν δεν αντιμετωπιστούν άμεσα μπορεί να επιφέρουν ακόμη και το θάνατο (Keusch, 2003).

Δεν είναι τυχαία η χορήγηση ενισχυτικής τροφής στη Μαθητική πολυκλινική Αθηνών στις περιπτώσεις των άπορων μαθητών που κρίνονταν οριακές και στέλνονταν εκεί από τους σχολιάτρους, καθώς η υπηρεσία σχολικής υγιεινής που είχε συσταθεί από το Υπουργείο Παιδείας αδυνατούσε να ανταποκριθεί στο θέμα της ελλιπούς διατροφής των μαθητών (Θεοδώρου, 2009).

2.4.3 Διατροφή και καρδιαγγειακά νοσήματα

Λαμβάνοντας υπόψιν όσα αναφέρθηκαν σε προηγούμενες ενότητες, συμπεραίνουμε τις αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων και των λαών. Όλα αυτά δημιούργησαν τροφές αυξημένες σε λιπαρά και σε στοιχεία τα οποία επιβαρύνουν τον ανθρώπινο οργανισμό. Αν αναρωτηθούμε ποια είναι η νόσος που σφράγισε τον 20ο αιώνα θα καταλήξουμε στην **αρτηριοσκλήρυνση**¹⁸.

Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες σήμερα είναι η χοληστερόλη και δίνεται τεράστια σημασία στην αντιμετώπιση αυτής σε άτομα που παρουσιάζουν αυξημένα επίπεδα της ουσίας στο αίμα. Σαφώς και ο στόχος δεν είναι η εξάλειψή της, μιας και η ουσία είναι απαραίτητη στον οργανισμό αφού αποτελεί μέρος της δομής του κυττάρου. Η περίσσια όμως ουσία στον οργανισμό εναποθέτετε σε σημεία των τοιχωμάτων των αρτηριών δημιουργώντας το πρώτο στάδιο της αρτηριοσκλήρυνσης όπου πιθανόν μια προοδευτική στένωση της αρτηρίας θα οδηγήσει σε πιθανό έμφραγμα ή εγκεφαλικό επεισόδιο (Πίτσαβος, 2003).



Πηγή: https://medlabgr.blogspot.com/2011/11/h_10.html

Εικόνα 3, η εναπόθεση της χοληστερόλης στα τοιχώματα αρτηρίας.

¹⁸ Β. Δημόπουλος, (1998), Ανευρυσματική νόσος των στεφανιαίων αρτηριών.

2.4.4 Διατροφή και αυτοάνοσα νοσήματα

Οι αυτοάνοσες ασθένειες αποτελούν ένα σύνολο νοσημάτων με κοινή πολυπαραγοντική αιτιολογία. Η συχνότητα των νοσημάτων είναι μεγαλύτερη στις ανεπτυγμένες χώρες όμως αυτό δε σημαίνει πως η συχνότητα δεν αυξάνεται στις χώρες που ακολουθούν την ανάπτυξη. Οι αυτοάνοσες ασθένειες συνδέονται άρρηκτα με τη διατροφή και σε αρκετές περιπτώσεις μπορούν και βελτιώνουν τη νόσο ή περιορίζουν τους κινδύνους των ασθενών ή αν υπάρξει κατάχρηση να δυσχεραίνει την κατάσταση. Πολλά τρόφιμα και τα συστατικά τους έχουν χαρακτηριστεί επιβλαβή για τον ανθρώπινο οργανισμό με κυριότερο παράγοντα κινδύνου τη λακτόζη, την γλουτένη, τα ζωικά λίπη, διατροφές πλούσιες σε λιπαρά αλλά και ένας αθόρυβος “κακός” παράγοντας όπως το αλάτι το οποίο συμβάλει στην ανάπτυξη διάφορων νόσων, ενώ στον αντίποδα υπάρχουν τα Ω3 λιπαρά οξέα και οι φυτικές ίνες που επιφέρουν θετικά αποτελέσματα.

Κάποιες αυτοάνοσες ασθένειες που η διατροφή θεωρείται σημαντική στη θεραπεία ή βελτίωση της υγείας του ασθενούς που νοσεί είναι,

- **Ρευματοειδή αρθρίτιδα**, Παρότι υπάρχουν πολλές φαρμακευτικές θεραπείες για την ύφεση της νόσου η σωστή διατροφή συμβάλει στη βελτίωση των συμπτωμάτων ή στη μείωση των δόσεων των φαρμάκων (κορτιζονούχα),
- **Σκλήρυνση κατά πλάκας(ΣκΠ)**, Η ανθυγιεινή διατροφή αποτελεί επιβαρυντικό παράγοντα της ΣκΠ και η βελτίωση της κατάστασης του ασθενούς με διαφοροποιημένη και ισορροπημένη διατροφή ακόμη ερευνάται. Ωστόσο πολλοί ασθενείς στρέφουν τα μάτια τους στην καλύτερη διατροφή στοχεύοντας στον περιορισμό των συμπτωμάτων και την ύφεση της νόσου.
- **Ψωρίαση**, Η ψωρίαση και η διατροφή έχει συσχετιστεί αρκετά τα τελευταία χρόνια. Η συμπληρωματική διατροφή μπορεί και προσφέρει μια συμπληρωματική θεραπευτική προσέγγιση με σημαντικότερες προσθήκες τα Ω3 λιπαρά οξέα, το ιχθυέλαιο, η βιταμίνη D, η βιταμίνη B12 και το σελήνιο (Βράνου, 2018).

2.4.5 Τροφιμογενείς ασθένειες

Τροφιμογενείς ασθένειες καλούνται οι ασθένειες που προέρχονται από τα τρόφιμα ή από συνθήκες που επηρεάζουν αυτά, όπως,

- Ανεπαρκή ψύξη τροφίμων,
- Μολυσμένες πρώτες ύλες,
- Ανεπαρκή θερμική επεξεργασία,
- Φαγητά που καταναλώθηκαν πολύ μετά την προετοιμασία τους,
- Φαγητά που μολύνθηκαν από το προσωπικό προετοιμασίας αυτών,
- Επιμολύνσεις από τα μηχανήματα επεξεργασίας ή τα μαγειρικά σκεύη(Σκάρας, 2008).

Οι τροφιμογενείς ασθένειες αναμένεται να παρουσιάσουν παγκόσμια αύξηση τα επόμενα χρόνια και βασικοί λόγοι αυτής της αύξησης είναι,

- **Η μεγάλη αλλαγή στις συνήθειες των καταναλωτών**, αφού όλο και περισσότεροι τρώνε μακριά από το σπίτι, σε εστιατόρια, καφετέριες και τόπους μαζικής διατροφής και έτσι χάνουν τον έλεγχο της προετοιμασίας των γευμάτων τους.
- **Η αύξηση της μαζικής παραγωγής τροφίμων και της εμπορίας** σε εθνικό και διεθνές επίπεδο εκθέτει τεράστιους αριθμούς καταναλωτών σε πιθανούς κινδύνους.

- Η αύξηση του ποσοστού των ανοσοκατεσταλμένων ατόμων.
- Η αυξημένη κατανάλωση τροφίμων που υπέστησαν ήπια θερμική επεξεργασία είτε από άγνοια είτε από εμπιστοσύνη στις υπηρεσίες ελέγχου τροφίμων.
- Οι τάσεις προς κατανάλωση "φυσικών" τροφών οι οποίες δεν υπέστησαν "τελική" θερμική επεξεργασία.
- Η ταχύτερη επέκταση του τουρισμού σε περιοχές και χώρες όπου η βιομηχανία παραγωγής και σερβιρίσματος φαγητών συχνά δεν είναι έτοιμη για την εξυπηρέτηση των εκατομμυρίων τουριστών που έρχονται μέσα σε σχετικά βραχύ χρονικό διάστημα. Επίσης ο τουρίστας συχνά έχει άγνοια των τοπικών μεθόδων επεξεργασίας, αποθήκευσης και προσφοράς των τροφίμων/φαγητών και δε λαμβάνει τα μέτρα του.
- Η αυξημένη κίνηση μεταναστών / εργατών, η οποία χαρακτηρίζεται από αναρίθμητες αλλαγές κοινωνικο-οικονομικές, οικολογικές, και διατροφικές και ατομικής υγιεινής. Τα άτομα αυτά συχνά είναι φορείς παθογόνων μικροβίων και παρασίτων αγνώστων στη νέα χώρα εργασίας τους(King, 2000).
- Η βελτίωση των εθνικών υπηρεσιών δημόσιας υγείας και των στατιστικών προγραμμάτων ώστε να γίνεται καλύτερη καταγραφή και ανάλυση των συγκεντρωμένων στοιχείων νοσηρότητας από τροφιμογενείς ασθένειες.
- Η καλύτερη πληροφόρηση και ενημέρωση των καταναλωτών ώστε να αναγνωρίζουν περιπτώσεις τροφιμογενών ασθενειών, οι οποίες σήμερα διαφεύγουν.
- Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών στη συντήρηση, διακίνηση, αποθήκευση και προσφορά των τροφίμων. Συχνά δίνεται προτεραιότητα στην εμπορία του προϊόντος και όχι στην ασφάλεια του προϊόντος. Αυτό είναι ένα σοβαρό πρόβλημα στις υπανάπτυκτες και αναπτυσσόμενες χώρες.
- Η επέκταση του διεθνούς εμπορίου σε πρώτες ύλες και τελικά προϊόντα και το άνοιγμα νέων αγορών. Συχνά οι πρώτες ύλες είναι αμφιβόλου υγιεινής κατάστασης, πράγμα που έχει επιπτώσεις στην τεχνολογία παραγωγής και υγιεινής του τελικού προϊόντος.



Πηγή: <https://es.123rf.com>

Εικόνα 4, Σχηματική σωματική απεικόνιση διατροφικών προτιμήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η εξέλιξη στην βιομηχανία τροφίμων

3.1 Βιομηχανοποίηση τροφίμων

Η εξέλιξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια εισχώρησε στα τρόφιμα και στη διατροφή μέσω της βιομηχανίας τροφίμων. Η χρήση της τεχνολογικής διευκόλυνσης και η ανάλυση πληροφοριών θα επιτρέψουν στη βιομηχανία να αναπτυχθεί και να γίνει ισχυρή (Lee, 2015). Με τον τρόπο αυτό η βιομηχανία τροφίμων επωφελήθηκε αναπτύσσοντας τον κλάδο της και δημιούργησε μία νέα οικονομία. Η ευελιξία πλέον στην παραγωγή έχει βοηθήσει στις αλλαγές και στις διορθώσεις σφαλμάτων ενώ δεν επηρεάζεται ο χρόνος παραγωγής, πράγμα που σήμαινε την ικανοποίηση των πελατών ακόμα και σε συνθήκες χαμηλού όγκου παραγωγής, την άμεση λήψη αποφάσεων και την αύξηση της παραγωγικότητας και της αποδοτικότητας των πόρων. Μέσω της τεχνολογίας αναζητείται και η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας καθώς γίνεται προσπάθεια μίας βιομηχανικής ψηφιοποίησης αρχικά στην Ευρώπη η οποία θα προσφέρει οφέλη μίας ψηφιακής ενιαίας αγοράς η οποία θα εξασφαλίζει ότι κάθε Ευρωπαϊκή βιομηχανία η οποία θα ανήκει σε οποιοδήποτε κλάδο, ανεξάρτητα από το μέγεθος της, θα μπορεί να επωφεληθεί από τις ψηφιακές καινοτομίες.

Η συνεχής αλλαγή και ανάπτυξη στη βιομηχανία τροφίμων παίζει σημαντικό ρόλο σε όλες τις διαδικασίες παραγωγής τροφίμων και πρέπει να δίνουν απαντήσεις σε κάθε πρόκληση και πιθανό πρόβλημα που μπορεί να παρουσιαστεί. Η συνεχής πίεση για νέα πράγματα και εξυπηρέτηση των καταναλωτών έχει οδηγήσει τον κλάδο σε συνεχή καινοτομία και αυτό απαιτεί συνεχή αναβάθμιση των μηχανών παραγωγής.

Ο όρος βιομηχανία χρησιμοποιείται και αναφέρετε σε εταιρείες παραγωγής, επεξεργασίας και πώλησης τροφίμων, ποτών και συμπληρωμάτων διατροφής και ειδικότερα περιλαμβάνει όλα τα στάδια της διαδικασίας συμπεριλαμβανομένου και του σχεδιασμού, κατασκευής, συντήρησης και διανομής στους πελάτες (Luque, 2017).

Στην βιομηχανία τροφίμων η καινοτομία είναι η κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη καθώς ο βασικός στόχος είναι η εξυπηρέτηση των πελατών και των καταναλωτών με καλά και ποιοτικά τρόφιμα που παράγονται με αποτελεσματικό και βιώσιμο τρόπο, χωρίς να βλάπτεται το περιβάλλον. Ακόμη η τεχνολογική ανάπτυξη έχει καταστήσει δυνατή την παραγωγή προϊόντων με όλο και πιο υψηλή προστιθέμενη αξία και ο αυξανόμενος ανταγωνισμός από βιομηχανίες με χαμηλό κόστος παραγωγής έχει οδηγήσει σε μεγάλες απαιτήσεις. Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες της ανάπτυξης της καινοτομίας είναι η έρευνα και ανάπτυξη που πραγματοποιείται.

Τις τελευταίες δεκαετίες, περίπου από το 1990 και έπειτα, τα μάτια των επιχειρήσεων και των βιομηχανιών έχουν στραφεί στη διατροφική επανάσταση βλέποντας πως εκεί δημιουργείται ένα κενό λόγω της αλλαγής συνηθειών των ανθρώπων αλλά και των απαιτήσεων των καταναλωτών που συνεχώς αναζητούν κάτι καινούριο ώστε να το συμπεριλάβουν στις διατροφικές συνήθειες της ημέρας τους. Η αποτυχία συνήθως δεν είναι στα σχέδια καμίας επιχείρησης/βιομηχανίας και έτσι πρέπει να κινηθούν στα νέα δεδομένα ή να είναι αυτοί που θα αναζητήσουν τα νέα μελλοντικά δεδομένα που θα χρειαστεί ο καταναλωτής και θα πρέπει να, Α) αναπτύξουν ιδιωτικά προϊόντα τα οποία θα καινοτομούν και θα διαφέρουν από την αγορά και Β) θα πρέπει να αναπτύξουν ως επιχειρήσεις/βιομηχανίες την ικανότητα να αποδείξουν τα οφέλη αυτών των προϊόντων. Με αυτό τον τρόπο θα αυξηθεί η αγοραστική κίνηση των προϊόντων αλλά θα υπάρξει αύξηση και στο κέρδος, κάτι που στοχεύουν οι επιχειρήσεις (DeFelice, 1995).

Από την πλευρά του καταναλωτή, με γνώμονα πως το φαγητό είναι αναγκαιότητα της ζωής, τις τελευταίες δεκαετίες προκαλούνται ανησυχίες ως προς την ποιότητα και την ασφάλεια των τροφίμων λόγω της σύνδεσής τους με την ανθρώπινη υγεία. Τα τρόφιμα που δε θεωρούνται ασφαλή ενέχουν κινδύνους για την υγεία μέσω των αδιάκριτων προσμείξεων για τη συντήρηση των τροφίμων. Η παρουσία π.χ. υπολειμμάτων φυτοφαρμάκων σε όσπρια και γεωργικά προϊόντα είναι και ο λόγος της εκκίνησης της βιολογικής γεωργίας, που βέβαια θα χρειαστεί αρκετά χρόνια ώστε να υιοθετηθεί σε παγκόσμιο επίπεδο.

Όπως αναφέρθηκε στο κεφάλαιο 2, μετά το 1800 η πορεία της τεχνολογικής ανάπτυξης είχε αρχίσει να αυξάνει ρυθμούς. Ο άνθρωπος είχε και έχει μάθει να καταναλώνει τροφές και μέχρι το τέλος του Μεσαίωνα τις αναζητούσε στη φύση για άμεση σχεδόν κατανάλωση. Έπειτα ξεκίνησε η αποθήκευση κάποιων τροφών που κατάλαβε ότι στο πέρας του χρόνου δεν αλλοιωνόταν ή δεν επηρέαζαν με άσχημα αποτελέσματα την υγεία του ατόμου που θα τα καταλάωνε. Η συνέχεια των χρόνων συνοπτικά έφερε διάφορες εφευρέσεις ώστε να κατορθώσουν να διατηρήσουν τροφές για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα.

Σήμερα ο άνθρωπος έχει την ικανότητα να αγοράζει τροφές επεξεργασμένες και συσκευασμένες με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να τις καταναλώσει ακόμη και μετά από χρόνια εφόσον αυτά παραμένουν συσκευασμένα στην αρχική τους συσκευασία. Για να συμβεί αυτό, στο περιεχόμενο της συσκευασίας πρέπει να υπάρξει κάποια παρέμβαση ώστε να μπορέσει να διατηρηθεί και αυτό είναι η διαδικασία της επεξεργασίας.

“Επεξεργασία των τροφίμων λοιπόν, είναι μία σειρά διαδικασιών για τη μετατροπή μη επεξεργασμένων τροφίμων, σε τρόφιμα με παρατεταμένη διάρκεια αποθήκευσης.”

Ghoshal, 2018

Ένας ακόμη λόγος της επεξεργασίας τροφίμων είναι η τροποποίηση της γεύσης, των αρωμάτων και της υφής για την βελτίωση της αισθητικής αλλά και των θρεπτικών στοιχείων των τροφίμων (Ghoshal, 2018).

Οι βιομηχανίες επεξεργασίας τροφίμων προσπαθούν να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των καταναλωτών για προσιτά, θρεπτικά, γρήγορα και ασφαλή είδη διατροφής καθώς θα θεωρηθούν ως λύση στις καθημερινές τους ανάγκες ωστόσο ο καταναλωτής είναι αυτός που στο τέλος κάνει την επιλογή και ταυτόχρονα κρίνει το αποτέλεσμα.

Οι βιομηχανίες σήμερα έχουν το πλεονέκτημα να ελίσσονται στη δημιουργία των προϊόντων και συγκεκριμένα να έχουν τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν τις νέες ιδέες που τους εμφανίζονται σε όλα τα στάδια της διαδικασίας παραγωγής. Πιο συγκεκριμένα, τα στάδια αυτά είναι,

- **Η επιλογή & συλλογή των πρώτων υλών**, (όπου εκεί συλλέγονται όλες οι πρώτες ύλες που είναι απαραίτητες και σχετίζονται με το προϊόν ή τις δραστηριότητες γύρω από αυτό π.χ. επεξεργασία προϊόντος, συσκευασία προϊόντος),
- **Ο ποιοτικός έλεγχος**, η ταχεία ανάπτυξη των βιομηχανιών τροφίμων και οι απαιτήσεις των πελατών για ασφαλή και ποιοτικά τρόφιμα έχουν οδηγήσει στην αύξηση του αριθμού των ελέγχων χωρίς συγκεκριμένη συχνότητα αλλά και ελέγχους καθ' όλη τη διάρκεια της επεξεργασίας έως και το τελικό προϊόν (Κέντσα , 2008),
- **Η επεξεργασία των υλών** (όπου η πρώτη ύλη ξεκινά τη μετατροπή της σε προϊόν π.χ. κοπή, τεμαχισμός και με τις κατάλληλες προσμίξεις και διεργασίες),
- **Έλεγχος τελικού προϊόντος**, (άλλος ένας ποιοτικός έλεγχος όπου διαπιστώνεται η καταλληλότητα του προϊόντος πριν εμπορευτεί στην αγορά),

- **Συσκευασία**, (το προϊόν πλησιάζει στο τελικό του στάδιο, έχει ελεγχθεί και εγκριθεί η καταλληλότητά του και τοποθετείται στην τελική συσκευασία του),
- **Πακετάρισμα**, οι συσκευασίες τοποθετούνται είτε σε κιβώτια είτε σε ειδικά τελάρα κατάλληλα για χρήση τροφίμων και αποθηκεύονται σε αποθήκες με κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας και υγρασίας έως ότου έρθει η στιγμή για να μεταφερθούν με μεγαλύτερη ευκολία στους αρμόδιους διανομείς ή στα τελικά σημεία ¹⁹.

A. Πρώτες ύλες

Οι βιομηχανίες τροφίμων πρέπει να αντιλαμβάνονται πλέον πόσο σημαντικά είναι όλα τα στάδια παραγωγής για να παραχθεί ένα προϊόν το οποίο θα είναι αξιόπιστο, και πολύ σημαντικότερη η αναφορά στις πρώτες ύλες. Το φυσικό περιβάλλον είναι αυτό στο οποίο παράγονται οι πρώτες ύλες, για την παρασκευή των τροφίμων και των ποτών. Περίπου το 70% των γεωργικών προϊόντων που χρειάζεται ο τομέας στην ΕΕ αγοράζεται από την ΕΕ.

Για τη μακροχρόνια υγεία και την ευημερία του κλάδου, είναι ζωτικής σημασίας να υπάρχουν συστήματα γεωργικής παραγωγής τα οποία να είναι βιώσιμα. Η βιομηχανία τροφίμων και ποτών, παρόλο που δεν συμμετέχει άμεσα στην γεωργία, έχει εμπλακεί σε μια σειρά από συγκεκριμένες πρωτοβουλίες για την υποστήριξη βιώσιμων γεωργικών πρακτικών στην ΕΕ αλλά και παγκόσμιο επίπεδο. Η βιομηχανία προωθεί μια ολιστική προσέγγιση για τη βιώσιμη γεωργία που αποσκοπεί στην παραγωγή ασφαλών τροφίμων και προμηθειών, τόσο σε ποιότητα όσο και ποσότητα, στην προστασία του φυσικού του περιβάλλοντος και τη βελτίωση των κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών στις τοπικές κοινότητες (Baldwin, 2015). Η πρώτη ύλη είναι αυτή που πολλές φορές προκαθορίζει το αποτέλεσμα του προϊόντος και η επιλογή του χρίζει ιδιαίτερης προσοχής και μεταχείρισης ώστε να διατηρήσει τις ιδιαιτερότητες του έως τη στιγμή της επεξεργασίας.

B. Ποιοτικός έλεγχος

Ποιότητα ονομάζουμε την ικανότητα του προϊόντος/υπηρεσίας να μπορεί να ικανοποιεί τους σκοπούς για τους οποίους προορίζεται. Αποτελεί το σύνολο των χαρακτηριστικών του που αναφέρονται ώστε να προτιμηθεί από τους καταναλωτές και να γίνει αποδεκτό. Η ποιότητα των τροφίμων εξαρτάται αρχικά από την ποιότητα των πρώτων υλών και στη συνέχεια από την τεχνολογία παραγωγής και γι' αυτό συνδέεται και με το κόστος αυτής (Τζιά & Παππά, 2005)

Ο λόγος για τον οποίο ξεκίνησε να υφίσταται ο ποιοτικός έλεγχος είναι για την ασφάλεια όσων καταναλώνονται από τον άνθρωπο. Η αρχή έγινε στην Αμερική την δεκαετία του 1960 όπου η εταιρεία Pillsbury²⁰ σε συνεργασία με τα ερευνητικά εργαστήρια του Αμερικανικού στρατού, προχώρησαν στην ανάπτυξη διαδικασιών που σκοπό είχαν τη δημιουργία ασφαλών τροφίμων. Οι διαδικασίες αυτές είχαν τη βάση τους στην αναγνώριση των κινδύνων που μπορεί να υπήρχαν στις πρώτες ύλες ή που μπορεί να δημιουργούνται κατά τη διαδικασία παραγωγής ή διακίνησης των τροφίμων. Στη συνέχεια αναζητήσαν τα σημεία της διαδικασίας παραγωγής όπου θα μπορούσαν να επέμβουν και να διορθώσουν τα σφάλματα. Αυτά τα σημεία ονομάστηκαν Κρίσιμα Σημεία Ελέγχου (Ιωάννης, 2005).

Τα τρόφιμα και ιδιαίτερα τα ζωικής προέλευσης αποτελούν συχνά αιτία διαταραχών της υγείας του ανθρώπου. Παρά ταύτα τα βασικά ερωτήματα ως προς την πηγή και τη φύση των διαφόρων ιδιοτήτων των τροφίμων που είναι υπεύθυνα για την διαταραχή της υγείας

¹⁹ Προσωπικές σημειώσεις από την επίσκεψη στο εργοστάσιο Τσακίρης chips στην Αταλάντη Φθιώτιδος (04/2019).

²⁰ <https://www.pillsbury.com>

των ανθρώπων άρχισαν να επιλύονται μόνο πρόσφατα. Σήμερα γνωρίζουμε ότι οι περισσότερες από τις διαταραχές αυτές οφείλονται κυρίως σε **βιολογικούς παράγοντες** και ιδιαίτερα σε :

- Διάφορους μικροοργανισμούς (βακτήρια, μύκητες, ιοί και τα τοξικά προϊόντα αυτών),
- Παράσιτα και Πρωτόζωα,
- Φυτικής ή ζωϊκής προέλευσης τοξίνες,
- Διάφορες χημικές ουσίες, που προστίθενται στις τροφές ή απορροφώνται από τις τροφές κατά τη διάρκεια της παραγωγής, βιομηχανοποίησης, μεταφοράς και συντήρησης των τροφίμων (νιτρικά, νιτρώδη, αντιβιοτικά, ορμόνες, φυτοφάρμακα).

Η πρόοδος στην Τεχνολογία Τροφίμων και την Εμπορία είναι ταχύτατη και επαναστατική με αποτέλεσμα την εμφάνιση χιλιάδων νέων τύπων τροφίμων ευκολίας. Υπολογίζεται ότι μόνο στην Ελληνική Αγορά περισσότερα από τα μισά τρόφιμα εμφανίστηκαν για πρώτη φορά μέσα στην τελευταία δεκαπενταετία. Δυστυχώς τα Εθνικά προγράμματα προστασίας τροφίμων των διαφόρων κρατών δεν παρουσιάζουν παρόμοιο πρόοδο και εξέλιξη με αποτέλεσμα να δημιουργούνται συνεχώς νέας φύσης προβλήματα υγιεινής τροφίμων με σοβαρές οικονομικές επιπτώσεις (π.χ. διοξίνες)²¹.

Γ. Επεξεργασία

Η προσπάθεια του ανθρώπου να επεξεργαστεί και να συντηρήσει τα τρόφιμα ήταν το σημάδι για την αρχή του πολιτισμού. Οι διάφορες ανακαλύψεις καιρό με τον καιρό και τα απανωτά λάθη τα οποία στοίχιζαν την απώλεια των τροφίμων που προσπαθούσε ο άνθρωπος να συντηρήσει τον καθοδηγούσαν σε διάφορες επινοήσεις και ιδέες ώστε να αναπτύξει τον τρόπο συντήρησης και επεξεργασίας αυτών. Τα τρόφιμα διαχωρίζονται σε ωμά και νωπά, όπου ωμά είναι τα τρόφιμα από την πρωτογενή διαδικασία μέσω της συγκομιδής, αλίευσης ή σφαγής και τα οποία δεν έχουν υποβληθεί σε καμία περαιτέρω επεξεργασία, ενώ νωπά τρόφιμα θεωρούνται αυτά που δεν επέρχεται ουσιαστική μεταβολή των χαρακτηριστικών τους, παρά μόνο μία πιθανή ελάχιστη κατεργασία όπως ο καθαρισμός ή ο τεμαχισμός. Η επεξεργασία των τροφίμων γίνεται για να δημιουργηθούν νέα προϊόντα υψηλότερης αξίας αλλά και για τη μακροχρόνια συντήρηση αυτών ώστε να υπάρχει η δυνατότητα να διατεθούν σε απομακρυσμένες περιοχές αλλά και για να υπάρχει επάρκεια προϊόντων αναλόγως τη ζήτηση της αγοράς.

Δ. Τελικό προϊόν

Καθημερινά συναντούμε και καταναλώνουμε προϊόντα, ή μιλάμε για αυτά. Πολλές φορές εργαζόμαστε για αυτά και η κατανάλωσή τους μας διατηρεί στην καθημερινότητα. Τα τελικά προϊόντα που καταναλώνουμε περνάμε από τα στάδια που αναφέραμε και θα αναφέρουμε μέχρι τη στιγμή τοποθέτησής τους στο τελικό σημείο και της αγοράς από τον καταναλωτή. Για να εξασφαλισθεί όμως ότι το τελικό προϊόν που φτάνει στα χέρια του καταναλωτή ότι θα είναι σύμφωνο με τις συγκεκριμένες προδιαγραφές, χρησιμοποιείται το σύστημα διασφάλισης ποιότητας. Αν οι έλεγχοι είναι συχνοί, μειώνεται η πιθανότητα να εμφανισθούν ελαττωματικά προϊόντα, μειώνοντας το κόστος από πολλά ελαττωματικά προϊόντα αλλά αυξάνεται το συνολικό κόστος του ποιοτικού ελέγχου και αυτό είναι αλληλένδετο με την αύξηση της τελικής τιμής του προϊόντος.

²¹ Σημειώσεις υγιεινής εγκαταστάσεων βιομηχανίας τροφίμων (ΓΠΑ).

Ε. Συσκευασία

Αν ανατρέξουμε στα προηγούμενα κεφάλαια, διαπιστώνουμε την σημαντικότητα της συσκευασίας για την προστασία των προϊόντων και των τροφίμων από τα αρχαία χρόνια. Οι πρώτες συσκευασίες που ανακαλύφθηκαν ήταν κορμοί δέντρων, φύλλα ακόμη και δέρματα ζώων τα οποία τα χρησιμοποιούσαν για την αποθήκευση συνήθως τροφίμων τα οποία προερχόντουσαν από τις δραστηριότητες της φύσης είτε ήταν το κυνήγι είτε από καλλιέργεια γης. Επόμενα σκεύη με το πέρασμα των χρόνων ήταν τα αγγεία από πηλό, μόλυβδο χρυσό ή άργιλο ενώ κοντά στο έτος 600 π.Χ. η εποχή σηματοδοτήθηκε με την ανακάλυψη του φελλού²² με τον οποίο κατορθώσαν να κλείνουν τα σκεύη και να προστατεύουν ακόμη περισσότερο τα τρόφιμα (Μπλούκας, 2004).

Με το πέρασμα των χρόνων, με τις συνεχόμενες ανακαλύψεις και εφευρέσεις η τεχνολογία ξεκίνησε να αναλαμβάνει δράση. Μία νέα εποχή πλησιάζει και οι όροι διαφοροποιούνται ανάλογα με τις ανάγκες της κοινωνίας. Νέα υλικά, νέοι τρόποι συσκευασίας αφού πλέον η βιομηχανοποίηση είναι γεγονός.

Σήμερα, συσκευασία τροφίμων ορίζεται η διαδικασία σχεδιασμού, κατασκευής και τοποθέτησης των προϊόντων σε κατάλληλους περιέκτες οι οποίοι περιέχουν το προς πώληση προϊόν σε συγκεκριμ ένες ποσότητες διασφαλίζοντας την ποιότητα και προστατεύοντας το προϊόν από εξωτερικούς παράγοντες ενώ ταυτόχρονα πληροφορεί και προσελκύει τον καταναλωτή και παρέχει άνεση στην εμπορευματοποίηση του.

Σημεία σταθμός στη συσκευασία των τροφίμων στη σύγχρονη εποχή θεωρούνται,

- Η ανακάλυψη του λευκοσιδήρου και η κατασκευή ερμητικά κλειστών κονσερβών στις αρχές του 19ου αιώνα.
- Η κατασκευή χαρτοσακούλας, κυματοειδούς χαρτονιού και γενικότερα η μαζική χρήση κουτιών από χαρτόνι.
- Η ανακάλυψη των πλαστικών κατά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο.
- Η κατασκευή των πρώτων δίσκων αλουμινίων για καταψυγμένα τρόφιμα τη δεκαετία του '60.
- Η κατασκευή κονσερβών για μύρα και ανθρακούχα αναψυκτικά.
- Η ανακάλυψη του επιχρωμιωμένου χάλυβα στην Ιαπωνία.
- Η χάρτινη ασηπτική συσκευασία της Tetra Pak για συσκευασία γάλακτος μακράς διάρκειας.
- Η κατασκευή των πολύφυλλων μεμβρανών (laminates) και των μεμβρανών συνεξώθησης (co-extruded films), όπου πιθανότατα αποτελούν τη σημαντικότερη εξέλιξη των τελευταίων ετών (Μπλούκας, 2004).

Πλέον στην καθημερινότητα μας όλο και περισσότερα προϊόντα συσκευάζονται και διατίθενται προς πώληση διασφαλίζοντας το προϊόν. Η καθημερινότητα των προηγούμενων ετών εναλλάσσεται δίνοντας την ευκαιρία στον καταναλωτή να αγοράσει τη σαλάτα του γεύματος του συσκευασμένη παρά να μπει στη διαδικασία αγοράς οπωροκηπευτικών, δίνοντας του ακόμη και το ψωμί κομμένο μέσα σε κλειστή συσκευασία διαφοροποιώντας την αγορά του από τον παραδοσιακό φούρνο και όλα αυτά γιατί οι καιροί αλλάζουν.

Η εξέλιξη της συσκευασίας τροφίμων είναι γεγονός αφού οι ιδιότητες του να εμποδίζουν το οξυγόνο ή την υγρασία ή την αντιμικροβιακή ιδιότητα για τα τρόφιμα δείχνει την καινοτομία και τροφοδοτεί ιδέες για νέα προϊόντα (Risch, 2009).

²² Φελλοφόρος δρυς, ένα πολύτιμο δασοπονικό είδος με πολλαπλές χρήσεις. <http://212.205.18.22/journals/ethg/images/43/ethg43p12-14.pdf>

Ακόμη, οι πιέσεις των καταναλωτών για πληροφόρηση, οδήγησαν στη θέσπιση κανονισμών που εξασφαλίζουν περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα. Πλέον οι ετικέτες των τροφίμων πρέπει να περιέχουν καταλόγους συστατικών και βασικές πληροφορίες σχετικά με τα θρεπτικά στοιχεία ώστε οι καταναλωτές που προτίθενται να αγοράσουν, να έχουν τη σωστή πληροφόρηση (Singer & Mason, 2006).

ΣΤ. Πακετάρισμα

Το πακετάρισμα αποτελεί την τελική απόθεση του προϊόντος σε συγκεκριμένα πακέτα ή κουτιά ώστε να μπορέσει να μεταφερθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Η τοποθέτηση γίνεται περισσότερο έχοντας την εικόνα της μεταφοράς και πώς αυτή μπορεί να γίνει ευκολότερη και ο μαλότερη χωρίς περιττές μεταφορές και χωρίς ανεκμετάλλετους χώρους.

3.2 Επιπτώσεις παραγωγής τροφίμων

Η παραγωγή τροφίμων έχει μπει στις ράγες της βιομηχανοποίησης σε μεγάλες βιομηχανίες και εργοστάσια. Αυτός όμως δεν είναι λόγος επανάπαυσης και αποφυγής προβλημάτων. Έτσι λοιπόν υποδεχόμαστε τις επιπτώσεις και σε αυτό το στάδιο παραγωγής οι οποίες μπορεί να είναι δύο και είναι οι εξής,

A. Μία μεγάλη βιομηχανία είναι πλούσια και μπορεί να διατηρεί ερευνητικά κέντρα για τη μελέτη ανάπτυξης νέων προϊόντων και τον ποιοτικό έλεγχο.

Παράδειγμα αποτελούν οι μεγάλες αμερικάνικες εταιρείες των οποίων τα ερευνητικά κέντρα θα ήταν παράδειγμα προς μίμηση για τα Πανεπιστήμια πολλών προηγμένων χωρών, και

B. Λόγω του όγκου παραγωγής και έκτασης διανομής των προϊόντων, ένα σφάλμα στην παραγωγή θα καταλήξει σε οδυνηρό αποτέλεσμα με επιπτώσεις στην υγεία των καταναλωτών και αχρήστευση ή κατάσχεση των προϊόντων της βιομηχανίας από τις κρατικές αρχές.

Η αλλαγή αυτή έχει επιταχύνει την κεντρική παραγωγή όλο και μεγαλύτερων ποσοτήτων πρώτων υλών και βιομηχανοποιημένων τροφίμων από λιγότερες παραγωγικές μονάδες. Έτσι στις ΗΠΑ το 1947 υπήρχαν 40.000 εργοστάσια τροφίμων έναντι 22.000 το 1970 ενώ τα παντοπωλεία μειώθηκαν από 260.000 το 1960 σε 110.000 το 1980 (Σκανδάμης, 2010).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Νέες καταναλωτικές προτιμήσεις

4.1 Προσαρμογή στις νέες διατροφικές συνήθειες

Από τα χρόνια του τροχού έως σήμερα, έχουν περάσει χιλιάδες χρόνια. Οι άνθρωποι αλλάξαν, εξελίχθηκαν μέρα με τη μέρα, ανακαλύπτοντας νέα πράγματα, αρχικά με το ένστικτο και με σκοπό την επιβίωση και στη συνέχεια για εξυπηρέτηση, άνεση και ευκολία. Αφού τα χρόνια περνούσαν η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργούσε νέες καταστάσεις και νέες προκλήσεις που θα έκαναν τον κόσμο να αλλάξει, να αναπτυχθεί. Η καινοτομία μπήκε στις ζωές των ανθρώπων και της κοινωνίας με απώτερο σκοπό τη δημιουργία του “νέου”, είτε αφορούσε την τεχνολογία είτε την εξυπηρέτηση με μη τεχνολογικό εξοπλισμό.

Τα τελευταία χρόνια οι άνθρωποι έχουν μπει σε μία καθημερινότητα που θα την παρομοιάζαμε με ένα τρένο που καθημερινά κάνει το δρομολόγιό του, με τις προβλεπόμενες στάσεις. Από το πρωινό ξύπνημα, την κάθε μία δραστηριότητα της ημέρας μέχρι τη στιγμή της βραδινής κατάκλισης. Αυτό έφερε την αναζήτηση ευκολίας και του να κινηθεί ο καθένας γρήγορα για να κερδίσει λίγα λεπτά από την καθημερινότητα του, για να το προσαρμόσει στη δραστηριότητα που επιθυμεί περισσότερο από τις άλλες. Η διατροφή δεν θα μπορούσε να λείπει από καμία από τις παραπάνω αναφορές, καθώς πάντα η διατροφική απόλαυση θα έδινε χαρά στον άνθρωπο αν διαρκούσε περισσότερο. Η ευκολία μέσω των καταστημάτων γρήγορων γευμάτων που ξεκίνησαν να ξεπηδούν σαν μανιτάρια σε κάθε γωνιά των πόλεων ήταν και είναι η χαρά μεγάλου μέρους του πληθυσμού της γης και τόπος συγκέντρωσης χαρούμενων στιγμών.

Τα τελευταία χρόνια η κοινωνία έχει αρχίσει να αλλάζει κάποιες διατροφικές συνήθειες, όχι ολοκληρωτικά, ούτε αποκλείοντας τις συνήθειες που είχε, αλλά για πολλούς άλλους λόγους όπως,

- αποφυγή περιττών λιπαρών και μη θρεπτικών στοιχείων,
- βελτίωση της προσωπικής εικόνας(βάρους, σώμα),
- φιλοζωίας (vegetarian ή vegan),
- υγείας, αφού πολλές ασθένειες μπορεί να φέρουν βελτίωση μέσω της προσεγγίσιμης ή βελτιωμένης διατροφής (πχ. άνοια, νόσος alzheimer), (Ikeda, 2002).

Όλα αυτά δείχνουν μία αλλαγή στην εξέλιξη του διαχρονικού διατροφικού ταξιδιού και επιβεβαιώνονται με έρευνες που συμβαίνουν ανα διαστήματα είτε σε συγκεκριμένες κατηγορίες ανθρώπων, είτε γενικότερα. Πιο συγκεκριμένα, μεταξύ των ετών 1995-2003, παρατηρήθηκαν βελτιώσεις στη διατροφή καθώς υπήρξε αύξηση κατανάλωσης λαχανικών και περιορισμός κατανάλωσης λιπαρών (Phelan, 2012).

Παρόλα αυτά οι άνθρωποι και οι κοινωνίες ξεκινούν να δημιουργούν διατροφικές κοινότητες με συγκεκριμένους κανόνες ως προς τα καταναλωτικά αγαθά που θα περιλαμβάνονται στην καθημερινότητά τους και αντιτίθενται στις αντίθετες διατροφικές ομάδες για τους λόγους που αναφέρθηκαν πιο πάνω αλλά ακόμη και για ηθικούς λόγους.

4.2 Vegan διατροφή

Vegan διατροφή θεωρείται η αυστηρά χορτοφαγική διατροφή. Στην κατηγορία αυτή, όσοι την πλαισιώνουν δεν καταναλώνουν φυσικά κρέας σε καμία περίπτωση, ενώ δεν καταναλώνουν αυγά, γαλακτοκομικά και στιδήποτε θεωρείται παράγωγο του κρέατος, ακόμη και μελιού ²³. Το 2006 μια δημοσκόπηση στην Αμερική από την Harris Interactive ανέφερε πως το 1,4% του Αμερικανικού πληθυσμού ήταν vegan επειδή δεν κατανάλωνε κρέας, ψάρι, γαλακτοκομικά ή αυγά. Από τότε η διατροφική κατηγορία των vegan συνεχώς αυξάνεται με μεγαλύτερη δημοτικότητα στους νέους αλλά και στις γυναίκες. Οι βασικότεροι λόγοι της αύξησης αυτής, επικεντρώνονται γύρω από τους περιβαλλοντικούς πόρους της γης με σημαντικότερο τα ζητήματα που σχετίζονται με τα ζώα και τη χρήση αντιβιοτικών και διεγερτικών ουσιών ώστε να αναπτύσσονται με ταχύς ρυθμούς για γρήγορο κέρδος μέσω της άμεσης κατανάλωσης αλλά και τις απειλές των ζωνοδόσων μέσω των κινδύνων που μπορεί να έχουν αυτού του είδους οι διαδικασίες ανάπτυξης.

Ακόμη ένας λόγος αυτής της διατροφικής επιλογής είναι οι αλλεργίες που μπορεί να αντιμετωπίζει κάποιος από τα γαλακτοκομικά προϊόντα (δυσανεξία στη λακτόζη), έτσι έχουν κατευθυνθεί στα υποκατάστατα των γαλακτοκομικών προϊόντων με βάση τη σόγια. Φυσικά ως προς την κατάσταση της υγείας, η αυστηρά χορτοφαγική διατροφή έχει θετικά και αρνητικά στοιχεία. Στη vegan διατροφή η πρόσληψη στοιχείων όπως μαγνήσιο, φολικό οξύ, βιταμίνες C & E και σίδηρο είναι υψηλότερη, ενώ τείνει να είναι χαμηλή σε θερμίδες, κορεσμένα λιπαρά, ασβέστιο και χοληστερόλη πράγμα που στο σύνολο της μειώνει τον κίνδυνο καρδιαγγειακών νόσων, παχυσαρκίας και κάποιων τύπων διαβήτη και καρκίνου (Strohle, 2006). Αντίθετα, η αποφυγή των υπολοίπων τροφών και συνάμα βιταμινών, όπως η βιταμίνη D, είναι ένα πρόβλημα που εμφανίζεται στους πληθυσμούς των vegan και συνδέεται με αυξημένο κίνδυνο καρκίνου ενώ η χαμηλή πρόσληψη ασβεστίου λόγω αποφυγής των γαλακτοκομικών προϊόντων μπορεί να αποδειχθεί πρόβλημα για τους vegan που θα σχετίζεται με τα οστά τους (Winston, 2009).

Συμπερασματικά, οι άνθρωποι που ακολουθούν vegan διατροφή, είναι πιο λεπτοί, έχουν χαμηλότερη χοληστερίνη και αρτηριακή πίεση αλλά είναι ανησυχητική η πιθανότητα θραύσης των οστών τους λόγω της έλλειψης ασβεστίου ενώ πρέπει να αναζητούν τροφές εμπλουτισμένες με βιταμίνες B-12 ²⁴ προς κατανάλωση.

4.3 Vegetarian διατροφή

Η εκδοχή του χορτοφάγου διαφέρει από τη διατροφή των vegan καθώς οι δεύτεροι θέτουν πολύ πιο αυστηρούς περιορισμούς στο πιάτο τους. Σύμφωνα με την Αμερικανική Διαιτητική Εταιρεία, χορτοφαγία ορίζεται η διαίτα που δεν περιλαμβάνει κρέας, πουλερικά, θαλασσινά ή προϊόντα που τα περιέχουν (Βαγενά, 2017). Οι vegetarian σε αντίθεση με τους vegan καταναλώνουν παράγωγα ζωικής προέλευσης (γαλακτοκομικά, αυγά).

Στη δεκαετία του 1940-1950 η αποφυγή κρέατος θεωρήθηκε πως οφείλεται στη θρησκευτική πίστη καθώς δεν υπήρχε άλλο νόημα για την αποφυγή τροφών εκείνη την εποχή. Στη συνέχεια την δεκαετία 1960-1970 η αποφυγή κρέατος “πολιτικοποιήθηκε” καθώς θεωρήθηκε ένας τρόπος για να κάνει κάποιος πολιτική δήλωση ενώ η επόμενη δεκαετία από

²³ American Dietetic Association (ADA). Position of the American Dietetic Association: Vegetarian Diets. J Am Diet Assoc. 2009 .

²⁴ Η βιταμίνη B12 βρίσκεται στα τρόφιμα ζωικής προέλευσης.

το 1980 και έπειτα η αποφυγή κρέατος άρχισε να θεωρείται ως ένας υγιεινός τρόπος ζωής είτε υπήρχαν κίνητρα για καλή υγεία είτε όχι. Ανέκαθεν ο τίτλος των χορτοφάγων δεχόταν αμφισβήτηση και πολλές φορές γελοιοποίηση ενώ ως σύνολο θεωρούντο εκκεντρικοί. Αν και πλέον ο αριθμός των ανθρώπων που αποφεύγουν το κρέας αυξάνεται συνεχώς η ετικέτα ως “χορτοφάγος” μεταφέρει μαζί του ποικίλες επισημάνσεις σχετικά με τις πεποιθήσεις που δεν σχετίζονται με τη διατροφή και την υγεία αλλά εν μέρει στους κοινωνικούς κανόνες και προσδοκίες. Οι ερευνητές που μελετούν τη διατροφή, μπορεί να χρησιμοποιούν πολλές φορές τον όρο “χορτοφάγος” ως περιγραφή μιας συγκεκριμένης διατροφής, όμως ακριβής ορισμός δεν παρέχεται. Λίγες γραμμές πιο πάνω έγινε αναφορά στη χορτοφαγία και τη περιλαμβάνει (βάσει της Αμερικανικής Διαιτητικής Εταιρείας) και σε αυτό αντιτίθεται το ιατρικό λεξικό Dorland το οποίο ορίζει τους χορτοφάγους ως εκείνους που τρώνε τρόφιμα αποκλειστικά φυτικής προέλευσης και το American Heritage Dictionary και η Merriam-Webster στο οποίο αναφέρεται ότι μερικές φορές στη χορτοφαγία περιλαμβάνονται γαλακτοκομικά προϊόντα (Weinsier, 2000).

Συμπέρασμα, η vegetarian διατροφή είναι μία ήπιας μορφής vegan διατροφή αλλά όχι με τόσο δυνατούς περιορισμούς ως προς την κατανάλωση παραγώγων ζωικών προϊόντων. Υποκατηγορίες αυτών είναι όσοι καταναλώνουν γαλακτοκομικά, αυγά και χόρτα (γαλακτοαυγοχορτοφάγοι), όσοι καταναλώνουν τα παραπάνω με εξαίρεση τα αυγά (γαλακτοχορτοφάγοι) και όσοι καταναλώνουν αυγά, μα όχι γαλακτοκομικά (αυγοχορτοφάγοι).

4.4 Gluten free διατροφή

Η γλουτένη είναι ένα μίγμα πρωτεϊνών της γλιαδίνης και της γλουτελίνης, οι οποίες είναι ενωμένες με άμυλο μέσα στο σπόρο του σιταριού, του κριθαριού, της σίκαλης και της βρώμης. Χρησιμοποιείται σε πολλά τρόφιμα ως πυκνωτικό και συνδετικό μέσω, ενισχυτικό γεύσης και συμπλήρωμα διατροφής²⁵. Η αρχική σκέψη πως η γλουτένη μπορεί να βρίσκεται μόνο σε προϊόντα τα οποία έχουν σχέση με τα άλευρα πρέπει να καταρριφθεί καθώς συναντάτε σε σούπες, ζωμούς, σάλτσες σαλάτας ή τύπου κέτσαπ αλλά και σε τρόφιμα όπως οι καφέδες, τα γαλακτοκομικά, το ξίδι, ακόμη και στην μύρα αφού κύριο συστατικό της είναι το κριθάρι. Η γλουτένη ακόμη χρησιμοποιείται στη vegan και vegetarian διατροφή ως συμπλήρωμα πρωτεΐνης αφού δεν υπάρχει πρόσβαση σε άλλες πηγές πρωτεϊνών.

Η διατροφή με αποφυγή της γλουτένης ήρθε στο προσκήνιο καθώς ευθύνεται για πολλές διαταραχές στην υγεία του ανθρώπου και ορίστηκε ως “δυσανεξία στη γλουτένη”. Πρόκειται για μία πάθηση κληρονομική κατά την οποία ο οργανισμός αντιδρά παράγοντας αντισώματα τα οποία καταστρέφουν το εσωτερικό τοίχωμα του λεπτού εντέρου. Όσοι νοσούν από δυσανεξία στη γλουτένη μπορεί να μην εμφανίσουν συμπτώματα άμεσα αλλά ίσως και μετά από χρόνια.

Συμπέρασμα για τη διατροφή χωρίς γλουτένη, είναι πως η γλουτένη μπορεί να αντιστάθμιση πρωτεϊνικά γεύματα σε κάποιους που δεν έχουν πρόσβαση στην πρωτεΐνη, όμως η αποφυγή της συνιστάται σε άτομα που έχουν δυσανεξία στη γλουτένη με μία διατροφή χωρίς γλουτένη. Αν και αποδεδειγμένη θεραπεία δεν υπάρχει, αν αποκλειστεί η γλουτένη από τη διατροφή τα συμπτώματα βελτιώνονται. Η παραπάνω διατροφή δεν

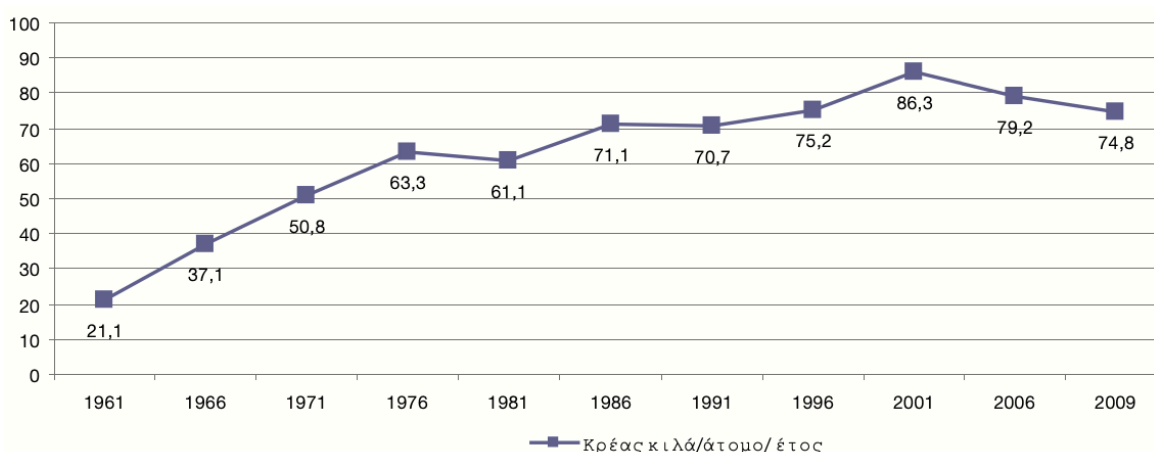
²⁵ <https://www.diatrofi.gr/food/sistatika/3836-τι-είναι-η-γλουτένη/>

συνιστάται ως μέθοδος αδυνατίσματος καθώς δεν υπάρχουν αποδείξεις ή μελέτες που να αποδεικνύουν απώλεια βάρους λόγω της αποφυγής γλουτένης ²⁶ .

4.5 Meat-eaters διατροφή

Η διατροφή που περιλαμβάνει κρέας είναι το σύνολο των διατροφών που προαναφερθήκαν αλλά καταναλώνεται και κρέας. Μπορεί στην διατροφή με κρέας κάποιος να μην καταναλώνει χορτοφαγικά ή γαλακτοκομικά φαγητά ή μπορεί να καταναλώνει προϊόντα με ή χωρίς γλουτένη. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν το κόκκινο κρέας, το λευκό κρέας, τα πουλερικά και τα ψάρια-θαλασσινά. Το κρέας και τα πουλερικά αποτελούν βασικές πηγές πρωτεϊνών αλλά και πηγές λίπους το οποίο κυμαίνεται από 4% κατά βάρος στα άπαχα πουλερικά, έως και 30-40% σε λιπαρά μέρη οικόσιτων ζώων (WCRF, 2007) ²⁷.

Για να αναλογισθούμε το μέγεθος του ποσοστού κρέατος που καταναλώνουμε αρκεί να ανατρέξουμε στα στοιχεία των Φύλλων Ισοζυγίων Τροφίμων του FAO και να κάνουμε σύγκριση του έτους 1961 με το έτος 2001 για τη χώρα της Ελλάδος όπου η παροχή κρέατος ανήλθε σε 21,1 κιλά/ άτομο/ έτος το 1961 vs 86,3 κιλά/ άτομο/ έτος το 2001 ενώ μέχρι το 2009 υπήρξε μία μείωση που έφτασε τα 74,8 κιλά/ άτομο/ έτος.



Πηγή : FAO, 2012, <http://faostat.fao.org/site/354/default.aspx>

Διάγραμμα 2, Διαχρονική μεταβολή παροχής κρέατος στην Ελλάδα το διάστημα 1961-2009.

Η κατανάλωση κρέατος αναφορικά με την υγεία του ανθρώπου σχετίστηκε με 8% μικρότερο κίνδυνο εμφάνισης στεφανιαίας νόσου (σε φυσιολογική κατανάλωση 100γρ./ημέρα) αλλά και κατά 23% μεγαλύτερο κίνδυνο της ίδιας ασθένειας στην υπερβολική κατανάλωση του κρέατος. Ακόμη έρευνα που διεξήχθη στην Ελλάδα (CARDIO 2000) έδειξε πως η αυξημένη κατανάλωση κόκκινου κρέατος αυξάνει την πιθανότητα εμφάνισης στεφανιαίων νόσων σε συνδυασμό και με την κατανάλωση λευκού κρέατος (Kontogianni, 2008).

Συμπέρασμα ως προς τη διατροφή όπου περιλαμβάνεται το κρέας, είναι αρχικά πως η αυξημένη χωρίς μέτρο κατανάλωση κρέατος σχετίζεται με δυσμενείς επιδράσεις στην υγεία.

²⁶ Journal of the American Dietetic Association

²⁷ <https://www.wcrf.org>

Ακόμη η κατανάλωση επεξεργασμένου κρέατος έχει ακόμη περισσότερο επιβαρυντική δράση στην υγεία του καρδιαγγειακού συστήματος (Λίνου, 2014).²⁸

4.6 Διατροφή και νέοι

Η διατροφή και η προσαρμογή της δεν είναι εύκολο να θεσπιστεί όπως δεν είναι εύκολη και η αλλαγή διατροφικών συνηθειών. Ο κάθε άνθρωπος είναι ελεύθερος ως προς τις επιλογές του να επιλέξει τι θα καταναλώσει εκτός εάν ληφθούν ιατρικές οδηγίες οι οποίες θα τον καθοδηγούν ή θα τον περιορίζουν διατροφικά. Ακόμη και αυτός όμως ο περιορισμός πρέπει να είναι δεκτός από τον άνθρωπο που τον λαμβάνει και να αναζητά τα θετικά αποτελέσματα του λόγου που τον περιορίσαν. Η υγιεινή διατροφή είναι σημαντικός παράγοντας βελτίωσης και πρόληψης πιθανόν δυσλειτουργιών και η εκμάθηση των νέων σε αυτό μόνο θετικά αποτελέσματα μπορεί να αποφέρει. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με μελέτη που διεξήχθη στην Ελλάδα (Τσαμίτα, 2007) για τις διατροφικές συνήθειες των νέων, έδειξε πως ενώ οι νέοι συμμερίζονται την τάση του υγιεινού μέσω των γαλακτοκομικών και των φρούτων και τα καταναλώνουν ως ένα βαθμό, ίσως μη ικανοποιητικό (Πίνακας 1), αποφεύγουν τα λαχανικά σε πολύ μεγάλο ποσοστό. Στις ΗΠΑ καθώς και σε χώρες της Ευρώπης όπου μελέτες με μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων ανάδειξαν παρόμοια αποτελέσματα.

Πιο συγκεκριμένα, σε έρευνα στις ΗΠΑ. σε δείγμα 3.307 νέων παιδιών και εφήβων, το 30-36% καταναλώνει τις προτεινόμενες μερίδες τροφών βάσει της νέας διατροφικής πυραμίδας (US Department of Agriculture, 2005) ενώ έρευνα που διεξήχθη σε χώρα της Ευρώπης και συμμετείχαν 3.540 νέα παιδιά και έφηβοι διαπιστώθηκε ότι λιγότερο από το 50% αυτών καταναλώνει καθημερινά γαλακτοκομικά προϊόντα (Τσαμίτα, 2007). Η Δυτική διατροφή και σε αυτές τις ηλικίες είναι ζητούμενο από τα ίδια τα παιδιά λόγω γεύσεων, μόδας και αμεσότητας και συνεχώς κερδίζει έδαφος, πράγμα που οδηγεί στην αναγκαιότητα παρεμβάσεων στην καθημερινότητα των νέων και μέσω της οικογένειας και μέσω του σχολικού περιβάλλοντος.

Πίνακας 2, ποσοστά μαθητών και μαθητριών που καταναλώναν τις προτεινόμενες μερίδες κατανάλωσης τροφίμων σύμφωνα με τη Διατροφική Πυραμίδα (US Department of Agriculture, 1992).

Ομάδες τροφίμων και προτεινόμενες μερίδες	Γαλακτοκομικά 2-3 μερίδες %	Δημητριακά 6-11 μερίδες %	Πρωτεϊνούχες τροφές 2 μερίδες %	Λαχανικά 3-5 μερίδες %	Φρούτα 2-4 μερίδες %
Σύνολο	58.57	4.05	14.95	.93	38.01
Αγόρια	29.60	3.43	9.03	.62	17.76
Κορίτσια	28.97	.62	5.92	.31	20.25
A' τάξη	24.30	1.87	6.85	-	15.89
B' τάξη	21.50	1.87	5.61	.31	12.77
Γ' τάξη	12.77	.31	2.49	.62	9.35

Πηγή: Μελέτη διατροφικών συνηθειών μαθητών σε μία πόλη της Ελληνικής επαρχίας.

²⁸ Εθνικός Διατροφικός Οδηγός για ενήλικες.

Συμπεράσματα

Η διατροφική αλλαγή είναι πλέον γεγονός και ο παγκοσμίως πληθυσμός συμμετέχει σε αυτή την εφόσον η καθημερινότητά του έχει αλλάξει. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας βοήθησε στο να υπάρχουν άμεσα προς κατανάλωση προϊόντα τα οποία υπό διαφορετικές συνθήκες θα χρειαζόντουσαν χρόνο για να παρασκευαστούν και να καταναλωθούν. Πιθανές επιπτώσεις που θα μπορούσαν να προξενήσουν δύσκολες καταστάσεις μπόκαν στο στόχαστρο ως παραδείγματα προς αποφυγήν (π.χ. διατροφικές ασθένειες) και έτσι οι νέες τάσεις διατροφής ξεκίνησαν να αναπτύσσονται.

Τα νέα προϊόντα δημιουργούν νέες προδιαγραφές τις οποίες ο καταναλωτής αναγνωρίζει μέσω της συσκευασίας ώστε να αποφασίσει εάν το προϊόν είναι αυτό που τον εξυπηρετεί και τον καλύπτει στις διατροφικές του ανάγκες. Μέσα από αυτές της συνήθειες οι καταναλωτές μπορούν να τοποθετηθούν σε διαφορετικές κατηγορίες ανάλογα της διατροφής που αναζητούν είτε τοποθετείται στις veggie διατροφές είτε όχι καθώς καταναλωτές που βρίσκονται στον ίδιο χώρο μπορεί να έχουν διαφορετικές διατροφικές συνήθειες.

Η ανάπτυξη των νέων συνηθειών όμως δεν αναδεικνύει ένα νέο κόσμο καθώς ο εθισμός στο γρήγορο φαγητό μεγαλώνει παγκοσμίως και ιδιαίτερα στις νέες ηλικίες δημιουργώντας “παρενέργειες” οι οποίες θα πρέπει να αποφευχθούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Μεθοδολογική προσέγγιση των αντιλήψεων των καταναλωτών

5.1 Ερευνητικό πρόβλημα

Ο κλάδος τροφίμων και ποτών αποτελεί σημαντικό κλάδο οικονομικής δραστηριότητας σε όλες τις χώρες της Ευρώπης και ειδικότερα στην Ελλάδα όπου λειτουργούν περίπου 16.000 επιχειρήσεις (PwC, 2018), η πλειοψηφία τους είναι πολύ μικρές (κάτω από 10 εργαζομένους) ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (1% περίπου) είναι μεγάλες και συγκεντρώνουν το 68% του συνόλου των εσόδων του κλάδου. Σε αυτό το πλαίσιο, η ανταγωνιστικότητα, ειδικά μεταξύ των μεγαλύτερων επιχειρήσεων είναι όλο και πιο έντονη.

Λόγω της ανταγωνιστικής φύσεως τη αγοράς, οι επιχειρήσεις ωθούνται στη συνεχή επένδυση κεφαλαίου στον τομέα της έρευνας και ανάπτυξης (R&D), έτσι ώστε να αυξήσουν την διαφοροποίηση των προϊόντων τους από αυτά των ανταγωνιστών τους, με σκοπό να επιτύχουν μια αύξηση του μεριδίου αγοράς τους και την επίτευξη της προτίμησης των τελικών καταναλωτών ως προς τα νέα-καινοτόμα προϊόντα τους.

Η συνεχής έρευνα για νέα προϊόντα καθώς και οι υψηλές δαπάνες για την εκπόνηση της, καθιστούν σημαντική την μελέτη του ρυθμού και της έντασης προσαρμογής των τελικών καταναλωτών σε αυτά καθώς και τη στάση τους απέναντι τους.

5.2 Ερευνητικά ερωτήματα

Τα κύρια ερωτήματα που καλείται να απαντήσει η παρούσα έρευνα, βασισμένα στη σημαντικότητα του προαναφερθέντος προβλήματος, είναι ως ακολούθως :

- Μέσω ποιων χαρακτηριστικών του, επιτυγχάνει ένα προϊόν, την δημιουργία της ανάγκης κατανάλωσης του στον τελικό χρήστη;
- Ποιοι είναι οι πιθανοί παράγοντες που θα ωθήσουν η θα αποτρέψουν τον καταναλωτή από το να αγοράσει ένα προϊόν;
- Ποια είναι η αντίληψη των περισσότερων καταναλωτών ως προς τον στόχο των σύγχρονων διαφημιστικών στρατηγικών, να τους δημιουργήσουν την πεποίθηση ότι τα καινοτόμα προϊόντα παράγονται με σκοπό την βελτίωση των διατροφικών συνηθειών τους;
- Ποια η στάση των καταναλωτών ως προς τη μεταβολή των διατροφικών τους συνηθειών που επιφέρει η προσαρμογή στα νέα αυτά προϊόντα;

5.3 Είδος έρευνας

Στο πλαίσιο της προσπάθειας διατύπωσης βασικών απαντήσεων στα προαναφερθέντα ερωτήματα, διεξήχθη μια πρωτογενής έρευνα μέσω ερωτηματολογίων. Η επιλογή των μεταβλητών - ερωτήσεων, πραγματοποιήθηκε με σκοπό την απόκτηση πληροφοριών οι οποίες έχουν μεγάλη ερμηνευτική ισχύ ως προς τις ανεξάρτητες μεταβλητές, και βοηθούν στη δημιουργία σχέσεων και συσχετίσεων βάση των οποίων μπορούν να εξαχθούν αξιόπιστα συμπεράσματα.

Ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων, έγινε με σκοπό την απόκτηση ενός όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικού και τυχαίου δείγματος του γενικού πληθυσμού. Έχοντας ένα ικανό αντιπροσωπευτικό δείγμα του συνολικού πληθυσμού μπορεί να εξαχθούν συμπεράσματα τα οποία να αντικατοπτρίζουν τη συμπεριφορά ολόκληρου πληθυσμού με σχετικά μικρά ποσοστά λάθους. Φυσικά τα αποτελέσματα δε σημαίνει ότι είναι από μόνα τους αξιόπιστα και ερμηνεύσιμα (Μπώκος, 2001). Για το λόγο αυτό εφαρμοστήκαν συστηματικά οι απαραίτητοι στατιστικοί έλεγχοι, προκειμένου να επιβεβαιωθεί η ισχύς των αποτελεσμάτων (πιστότητα και ακρίβεια εκτίμησης).

5.4 Δείγμα έρευνας

Με γνώμονα την αντικειμενικότητα και την έγκυρη εξαγωγή αποτελεσμάτων, η έρευνα δεν επικεντρώθηκε σε μία συγκεκριμένη ομάδα ανθρώπων. Συγκεκριμένα, έγινε μια προσπάθεια απόκτησης ενός όσο το δυνατόν πιο διαφοροποιημένου δείγματος ανθρώπων στο οποίο περιλαμβάνονται άτομα διάφορων κοινωνικών, μορφωτικών και εργασιακών τάξεων, με ιδιαίτερη προσοχή στην ισομερή στάθμιση του δείγματος μεταξύ των δύο φύλων αλλά και των ηλικιακών ομάδων. Μετά από λεπτομερή έλεγχο των ερωτηματολογίων για τυχόν απουσίες απαντήσεις η ανακρίβειες, συγκεντρώθηκαν 420 έγκυρα ερωτηματολόγια.

Αξίζει να αναγνωριστεί ότι η επίτευξη τελείως αντιπροσωπευτικών δειγμάτων είναι πολύ σπάνια, ό μως η χρήση τυχαίου δείγματος με ικανοποιητικό μέγεθος δημιουργεί τουλάχιστον μεγαλύτερη δυνατότητα αντιπροσώπευσης του πληθυσμού από το δείγμα (Marshall, 1996).

Για τον λόγο αυτό, ο διαμοιρασμός των ερωτηματολογίων έγινε για τους εταιρικούς υπαλλήλους μέσω ομαδικής αποστολής μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και μέσω της ανάρτησης του ερωτηματολογίου σε διάφορες διαδικτυακές πλατφόρμες, σχετικές με θέματα διατροφής και επιχειρηματικότητας, για την απόκτηση ενός πιο ετερογενούς δείγματος. Οι συμμετέχοντες, ενημερώθηκαν σχετικά με το σκοπό της έρευνας και τους γνωστοποιήθηκε ότι θα τηρηθεί πλήρης ανωνυμία των απαντήσεων.

Τέλος, η χρονική περίοδος της έρευνας (δυνατότητα συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου) διήρκεσε από την 7η έως την 13η Νοεμβρίου 2019, έως όπου το τυχαίο δείγμα έφτασε σε σχετικά επιθυμητό μέγεθος της τάξης των 400 παρατηρήσεων, μέγεθος που αντιστοιχεί σε 95% επίπεδο εμπιστοσύνης και σε 5% σφάλμα δειγματοληψίας.

5.5 Δομή ερωτηματολογίου

Το σχετικό ερωτηματολόγιο, το οποίο δημιουργήθηκε μέσω της ειδικής πλατφόρμας της Google, έχει διαχωριστεί σε δύο μέρη και εμπεριέχει συνολικά δεκαέξι (16) ερωτήσεις.

Στο πρώτο μέρος, περιλαμβάνονται συνολικά τρεις ερωτήσεις, από τις οποίες οι δύο είναι δημογραφικού χαρακτήρα (Φύλο, Ηλικιακή ομάδα) και η τρίτη αφορά τον αριθμό των γευμάτων που καταναλώνει ο συμμετέχων κατά τη διάρκεια της ημέρας, βασικό χαρακτηριστικό των διατροφικών συνηθειών.

Στο δεύτερο μέρος, ακολουθούν δεκατρείς (13) ερωτήσεις, οι οποίες είναι σταθμισμένες χρησιμοποιώντας μια κλίμακα Likert 5 σημείων ως ακολούθως: 1- διαφωνώ απόλυτα, 2- διαφωνώ, 3- ούτε διαφωνώ, ούτε συμφωνώ, 4- συμφωνώ, 5- συμφωνώ απόλυτα.

Στην προσπάθεια σχεδιασμού ενός έγκυρου ερωτηματολογίου αναζητήθηκαν οι παράγοντες των διατροφικών προτιμήσεων με σκοπό να συνεισφέρουν στην επιλογή των ερωτήσεων που θα παρέχουν τη μέγιστη πληροφορία ως προς τα ερευνητικά ερωτήματα. Οι παράγοντες αυτοί είναι,

- Η τιμή,
- Η ασφάλεια & η υγεία,
- Η γνώση για τη διατροφή,
- Η συμπεριφορά,
- Η εμφάνιση.

Πίνακας 3, Παράγοντες διατροφικών προτιμήσεων

Συνιστώσες	Ερωτήσεις	Βιβλιογραφία
Οικονομικοί λόγοι	3	-O'kane (2011:271) -Vlontzos & Duquenne (2014:208) -Lusk (2016)
Υγεία-ασφάλεια	4,6,7,8	-Vlontzos & Duquenne (2016) -Canavari (2009: 88) -Trussell (2003:285) -McCarthy (2007) -Willet (1994)
Γνώση	9,10,11	-Worsley, (2002) -Wardle (2000) -Lappalainen (1998)
Συμπεριφορά	1	-Dixon (2001:461S) -Worsley (2002) -Story (1989)
Εμφάνιση	2,5	-Kothari (1999:6) -Elmqvist (2005) -Bordo (2009)

Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Το ερωτηματολόγιο παρατίθεται στο σχετικό παράρτημα, ακολουθούμενο επίσης και από τον αντίστοιχο ηλεκτρονικό σύνδεσμο.

5.6 Στατιστική μεθοδολογία και εγκυρότητα δεδομένων

5.6.1 Εγκυρότητα στατιστικών δεδομένων

Η επίτευξη στατιστικής έγκυρων αποτελεσμάτων, απαιτεί αρχικά την διασφάλιση της εγκυρότητας των δεδομένων προς ανάλυση. Συνεπώς, αρχικά ελέγχθηκαν τα αποκτηθέντα ερωτηματολόγια για τυχών απούσες απαντήσεις και όσο είναι δυνατό τυχαία επιλογή απαντήσεων (για παράδειγμα, ερωτηματολόγια στα οποία είχε επιλεγθεί μόνο η πρώτη απάντηση σε κάθε ερώτηση).

Αφού διασφαλίστηκε η εγκυρότητα των δεδομένων, ακολούθησε στατιστική ανάλυση των αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, ο υπολογισμός των περιγραφικών χαρακτηριστικών του δείγματος διεξήχθη στο Excel, ακολουθούμενος από τεστ στατιστικής σημαντικότητας (statistical significance tests) τα οποία έγιναν στο πρόγραμμα στατιστικής ανάλυσης SPSS και αναλύονται περαιτέρω σε επόμενη παράγραφο.

5.6.2 Μεθοδολογία στατιστικής ανάλυσης

Παραλλήλως με τα βασικά περιγραφικά στοιχεία του δείγματος, χρησιμοποιήθηκαν επίσης κάποια τεστ στατιστικής σημαντικότητας στη προσπάθεια του ερευνητή να διακρίνει στατιστικώς σημαντικές διαφορές η ομοιότητες των διάφορων ομάδων, χωρισμένες με βάση διάφορες μεταβλητές όπως για παράδειγμα το βάρος η το φύλο, στις απαντήσεις τους σε κάθε ερώτηση - εξαρτημένη μεταβλητή.

Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκαν 2 τεστ αυτού του τύπου, λόγω της διαφοροποίησης των ανεξάρτητων - ομαδοποιητικών μεταβλητών, τα οποία παρουσιάζονται αναλυτικά στη συνέχεια αυτής της παραγράφου:

- Mann - Whitney test
- Kruskal - Wallis test

Αναλυτικότερα, το τεστ Mann – Whitney χρησιμοποιήθηκε στη προσπάθεια του ερευνητή να ελέγξει αν υπάρχουν στατιστικώς σημαντικές διαφορές η ομοιότητες στις απαντήσεις μεταξύ ομάδων του δείγματος οι οποίες διαχωρίστηκαν με βάση το φύλο. Για την διεξαγωγή των ίδιων ελέγχων με βάση την ηλικιακή ομάδα και τον αριθμό των ημερησίων γευμάτων, χρησιμοποιήθηκε το Kruskal – Wallis τεστ λόγω του μεγαλύτερου αριθμού ενδο-ομάδων στις αντίστοιχες κατηγορικές μεταβλητές. Η περιγραφή των δύο μεθόδων ελέγχου περιγράφεται παρακάτω:

Mann-Whitney U

Πρόκειται για έναν μη παραμετρικό έλεγχο της ισότητας δύο μέσων μεταξύ ανεξάρτητων δειγμάτων, τα οποία όμως δεν ακολουθούν κανονική κατανομή.

Το κριτήριο Mann-Whitney είναι ένας βαθμολογικός έλεγχος που εξετάζει την υπόθεση ότι το άθροισμα των βαθμών των θέσεων των παρατηρήσεων του ενός δείγματος είναι ίσο με το άθροισμα των βαθμών των θέσεων των παρατηρήσεων του άλλου δείγματος.

Εάν η υπόθεση ότι τα αθροίσματα είναι ίσα δεν απορριφθεί, τότε συνεπάγεται ότι η κατανομή των παρατηρήσεων της μιας ομάδας είναι σχεδόν ίδια με την κατανομή της άλλης και ότι οι παρατηρήσεις εμφανίζονται με τυχαίο τρόπο τόσο στη μια όσο και στην άλλη ομάδα. Συνεπώς, η διαφοροποίηση λόγω της κατηγορικής μεταβλητής δεν σχετίζεται με τη συνεχή μεταβλητή.

Kruskall-Wallis H

Πρόκειται για έναν μη παραμετρικό έλεγχο, που αποσκοπεί στον έλεγχο συσχέτισης μεταξύ μιας συνεχούς μεταβλητής με μια κατηγορική, η οποία έχει περισσότερες από δύο κατηγορίες με ίσο ή διαφορετικό πλήθος ατόμων ανά κατηγορία. Η μέθοδος χρησιμοποιείται όταν δεν ισχύουν οι υποθέσεις εφαρμογής της One-Way ANOVA, δηλαδή όταν οι κατανομές δεν είναι κανονικές και οι διασπορές δεν είναι ίσες, ή όταν η μεταβλητή είναι διατεταγμένη. Η μέθοδος βασίζεται στην ίδια λογική των ελέγχων εξετάζοντας αν ένα σύνολο k ανεξάρτητων ομάδων προέρχονται από τον ίδιο πληθυσμό. Σε αντίθεση με τον έλεγχο One-way ANOVA που εξετάζει την ισότητα των μέσων, εδώ χρησιμοποιείται το άθροισμα των βαθμών των θέσεων των παρατηρήσεων.

Αποτελεί μια επέκταση του κριτηρίου Mann-Whitney U για k ανεξάρτητες ομάδες. Κατ' επέκταση η υπόθεση που εξετάζεται είναι αν οι ομάδες έχουν ίσο μέσο βαθμών (δηλ. τυχαία διάταξη) ή κάποια ομάδα διαφοροποιεί τη διάταξη των παρατηρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : Οι στάσεις και αντιλήψεις των καταναλωτών

6.1 Σύντομο προφίλ των ερωτηθέντων

Στο παρών κεφάλαιο, παρουσιάζονται τα βασικά περιγραφικά στοιχεία του δείγματος, με βάση τις 3 κύριες ομαδοποιητικές μεταβλητές.

Φύλο

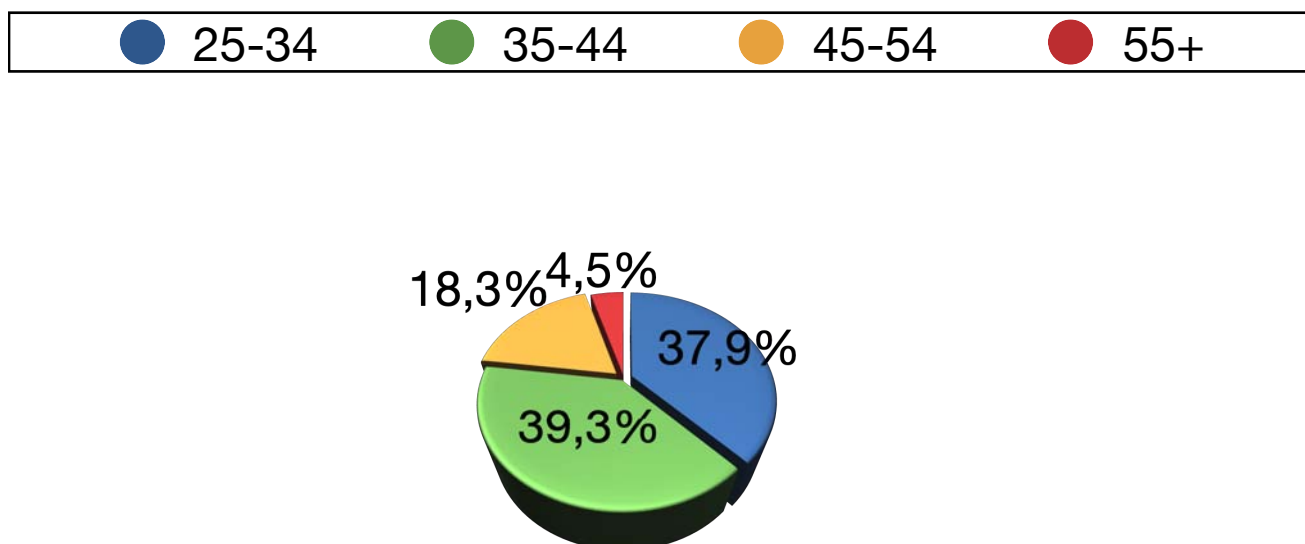
Στο σύνολο των 420 ερωτηθέντων, οι 251(59,8%) ανήκουν στο γυναικείο φύλο, ενώ οι 169 (40,2%) στο ανδρικό. Η αιτία αυτής της αρκετά μεγάλης ενδοδειγματικής διαφοροποίησης, πιθανώς έγκειται στο γεγονός ότι οι άνδρες παρουσιάζουν μεγαλύτερα επίπεδα δυσκολοπιστίας, είτε όσον αφορά τις διαδικτυακές έρευνες, είτε ως προς την αυστηρή διατήρηση της ανωνυμίας των απαντήσεων.

Ηλικία

Το πρώτο συμπέρασμα που εξάγεται όσον αφορά τη συμμετοχή στην έρευνα ανα ηλικιακή ομάδα, είναι ότι πρόκειται για ένα αρκετά νεαρό δείγμα, με περίπου τα $\frac{3}{4}$ (77,2%) του δείγματος να δηλώνουν ηλικία κάτω των 45 ετών.

Η μικρή παρατηρούμενη συμμετοχή των μεγαλύτερων ηλικιών στο δείγμα (4,5%, άνω των 55 ετών) κρίνεται ως λογική, διότι συμβαδίζει με την παγκόσμια τάση χρήσης του διαδικτύου με βάση την ηλικία των χρηστών (Zickuhr & Madden, 2012).

Τα ακριβή ποσοστά για κάθε ηλικιακή ομάδα, παρουσιάζονται αναλυτικά στο παρακάτω γράφημα:

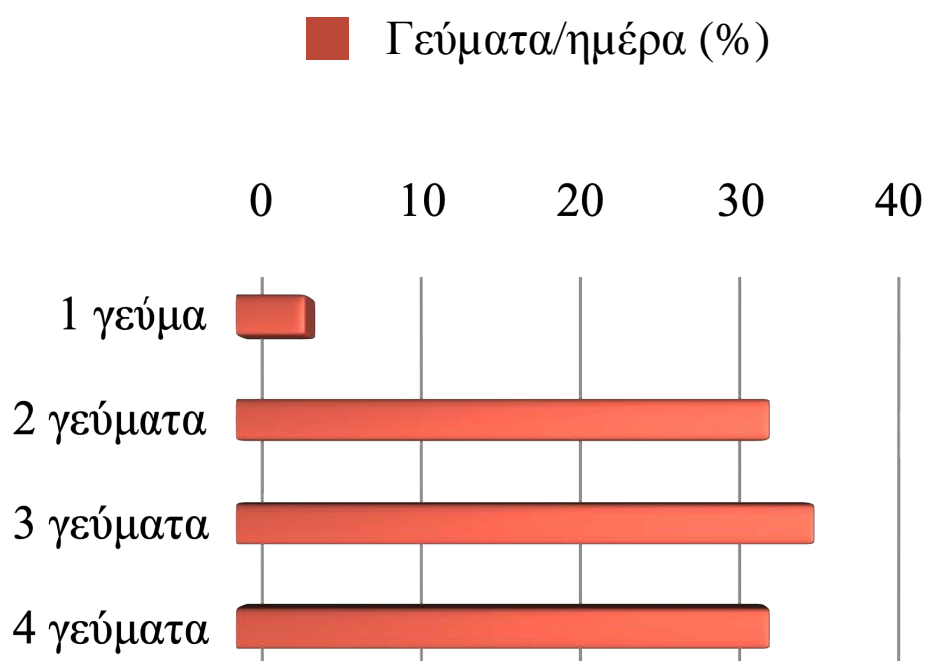


Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Γράφημα 1, ηλικιακό δείγμα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα.

Αριθμός ημερησίων γευμάτων

Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζεται αναλυτικά ο αριθμός των γευμάτων που καταναλώνουν ανά ημέρα οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Η πρώτη τάση που παρατηρείται, είναι ότι η επιλογή των τριών γευμάτων την ημέρα παρουσίασε τη μεγαλύτερη συχνότητα εμφάνισης στο συγκεκριμένο δείγμα (33,6%), ακολουθούμενη με μικρή διαφορά από την επιλογή των δύο (31,4%), και έπειτα των τεσσάρων (30,9%) γευμάτων. Η μικρή συχνότητα εμφάνισης της επιλογής του ενός γεύματος ανά ημέρα (4.1%), κρίνεται από τον ερευνητή λογική, καθώς δε συμβαδίζει πλήρως με τα συνηθισμένα μοτίβα διατροφής που παρατηρούνται στις σύγχρονες κοινωνίες.



Πηγή: Ίδια επεξεργασία.

Γράφημα 2, αριθμός επιλογής γευμάτων ανα ημέρα.

- Πραγματική αλλαγή στις διατροφικές τους συνήθειες έχει παρουσιάσει το 24,3% του δείγματος, αναζητώντας ποιοτικά προϊόντα (βάση LIKERT 5) ενώ ταυτόχρονα ελάχιστοι, μόνο το 6,9% δεν έχουν τροποποιήσει τις διατροφικές τους συνήθειες. Το συμπέρασμα αυτό, αναδεικνύει ότι για τις επιχειρήσεις υπάρχουν όντως ευκαιρίες ως προς την προσφορά νέων ποιοτικών προϊόντων.
- Η επιλογή της “μάρκας” δεν φαίνεται να παρουσιάζει τόσο ισχυρή επιρροή στην επιλογή των προϊόντων, σε αντίθεση με τη θεωρητική υπόθεση ότι υπερισχύει ως παράγοντας επιλογής, αφού μόνο το 16,4% του δείγματος επιλέγει τρόφιμα με βάση τη μάρκα, σχεδόν το ίδιο ποσοστό με τους καταναλωτές που η μάρκα δεν τους αφορά καθόλου (14,5%)²⁹.
- Η επιλογή τροφών με βάση την τιμή ισομοιράζει τους καταναλωτές σε τρεις υποομάδες. Το 33,5% (τιμές 4&5) δηλώνει ότι η τιμή είναι καθοριστική έως και πολύ καθοριστική για την επιλογή των διατροφικών προϊόντων, το 33,3% (τιμές 1&2) επιλέγει τρόφιμα χωρίς να σκέπτεται την τιμή, ενώ το 33,1% είναι ουδέτερο ως προς την τιμή.
- Η προέλευση των διατροφικών προϊόντων δείχνει να απασχολεί τους καταναλωτές. Σχεδόν τα 2/3 των καταναλωτών (63,1%) θεωρούν την προέλευση καθοριστική ή σχεδόν καθοριστική για την επιλογή τους (τιμές 4&5) ενώ μόλις το 6,4% δεν το απασχολείται με την προέλευση (τιμή 1).
- Η επιλογή τροφών που σχετίζονται με την σωματική εμφάνιση και την υγεία δείχνουν σημαντική ενίσχυση στις θετικές επιλογές. Ως προς την αναζήτηση τροφών που αποφέρουν καλή εικόνα του σώματος συμφώνησε ή σχεδόν συμφώνησε το 68,8% (τιμές 4&5) ενώ μόλις το 9,2% (τιμές 1&2) δεν τους αφορά.³⁰ Άρα οι καταναλωτές τείνουν να επιλέγουν και να κινούνται σε προσεγμένα προϊόντα ως προς την καλή υγεία.
- Ένα ποσοστό καταναλωτών αναζητά τρόφιμα αφού πρώτα ελέγξει το θερμιδικό περιεχόμενο των προϊόντων. Μόλις το 16,7% γνωρίζει απόλυτα το θερμιδικό περιεχόμενο των τροφών που καταναλώνει.
- Στη συνολική “γνωριμία” των καταναλωτών με τα τρόφιμα (συστατικά, προέλευση, διατροφικά πλεονεκτήματα) συμβαδίζει η γνώση των περιεχομένων της στερεάς τροφής που καταναλώνουν με την αντίστοιχη για τα προϊόντα σε υγρή μορφή αφού τα ποσοστά αποκλίνουν ελάχιστα. Μόλις το 9% γνωρίζει αυτό που τρώει (ομοίως το 12,1% αυτού που πίνουνε). Στον αντίποδα το 8,3% δεν γνωρίζει αυτό που τρώει (ομοίως το 6,2% αυτού που πίνουνε), άρα ο παράγοντας γνωριμία με το τι καταναλώνεται έχει σημαντικά κενά απέναντι στον καταναλωτή.
- Οι καταναλωτές έχουν συνειδητοποιήσει την επέλαση των νέων προϊόντων στην αγορά τροφίμων και ειδών διατροφής. Παρόλα αυτά, θεωρούν ότι δεν παράγονται τόσο για να εξυπηρετήσουν τις δικές τους ανάγκες και προτιμήσεις. Το συμπέρασμα αυτό εξάγεται εφόσον τα αποτελέσματα στο αν τα καινοτόμα προϊόντα εξυπηρετούν τους καταναλωτές ή τις επιχειρήσεις είναι αντιστρόφως ανάλογα υπέρ των επιχειρήσεων. Δηλαδή, μόλις το 10,2% πιστεύει ότι τα νέα προϊόντα εξυπηρετούν τους καταναλωτές (τιμή 5). Αντίστοιχα το 35% πιστεύει ότι θα εξυπηρετούνται οι επιχειρήσεις (τιμή 5) κάτι που σημαίνει πως οι εταιρείες θα πρέπει να επισημάνουν εντονότερα τα οφέλη που μπορεί να έχουν τα προϊόντα στους καταναλωτές.

²⁹ Αντίστοιχα είναι και τα ποσοστά ως προς την επιλογή της συσκευασίας.

³⁰ Αντίστοιχα είναι και τα ποσοστά αναζήτησης τροφών σκεπτόμενοι την υγεία.

6.2 Ανάλυση ομάδων καταναλωτών

Από την έρευνα, προκύπτει ότι οι αλλαγές στις διατροφικές συνήθειες (Πίνακας 4) είναι σχετικά περιορισμένες ανεξάρτητα από το φύλο (λίγο παραπάνω από την μέση τιμή 3 στη κλίμακα 1 έως 5).

Οι καταναλωτές δηλώνουν μέτρια γνώση ως προς το θερμιδικό περιεχόμενο των τροφών καθώς και ως προς το τι τρώνε και τι πίνουν (βαθμολόγηση κοντά στη μέση τιμή 3). Η επιλογή τροφικών προϊόντων έχει άμεση σχέση με την υγεία ανεξάρτητα από το φύλο, οι άνδρες όπως και οι γυναίκες βαθμολογούν υψηλά τον παράγοντα αυτό. Φαίνεται επίσης να μην δίνουν ιδιαίτερη σημασία στη τιμή, τη μάρκα και τη συσκευασία (Πίνακας 4). Όμως οι άνδρες σε σχέση με τις γυναίκες δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα στους δύο παράγοντες: μάρκα και συσκευασία (στατιστικά σημαντική διαφορά). Η προέλευση των προϊόντων απασχολεί περισσότερο τις γυναίκες (3,8 έναντι 3,5 για τους άνδρες).

Πίνακας 4, Συγκεντρωτικός πίνακας απαντήσεων ερωτηματολογίου επί της % .

		Φύλο			Mann-Whitney Test
		Σύνολο	Άνδρες	Γυναίκες	p-value(*)
1	Αλλαγή διατροφικών συνήθειων	3,58	3,50	3,63	,138
2	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη συσκευασία	2,75	3,04	2,55	,000
3	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα την τιμή	2,96	2,93	2,98	,325
4	Αποφυγή γευμάτων σκεπτόμενος το βάρος	3,16	3,18	3,16	,501
5	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη μάρκα?	3,17	3,46	2,97	,000
6	Αναζήτηση της προέλευσης των προϊόντων	3,70	3,53	3,81	,006
7	Ενδιαφέρον για το καλό του σώματος	3,89	3,83	3,94	,182
8	Αναζήτηση τροφικών προϊόντων με γνώμονα την υγεία	4,03	3,98	4,07	,118
9	Γνώση του θερμιδικού περιεχομένου των τροφών	2,95	2,69	3,12	,000
10	Γνώση σχετικά με τι τρώνε	3,10	2,99	3,17	,071
11	Γνώση σχετικά με τι πίνουν	3,26	3,28	3,25	,390
12	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τους καταναλωτές	3,28	3,36	3,23	,098
13	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τις Επιχειρήσεις	4,01	3,99	4,02	,352

Πηγή: Ίδια επεξεργασία

(*) Με τον έλεγχο Mann-Whitney, εξετάζεται σε ποιο βαθμό η αξιολόγηση των παραγόντων διαφέρει σημαντικά (με στατιστικούς όρους) μεταξύ των ανδρών και των γυναικών. Όταν η p-value είναι < 0,05, η διαφορά μεταξύ των δύο μέσων τιμών (άνδρες και γυναίκες) θεωρείται σημαντική. Ο έλεγχος Mann-Whitney συνιστάται για μη κανονικές μεταβλητές και όταν εξετάζονται δύο υπό-ομάδες πληθυσμού.

Πηγή: Ίδια επεξεργασία

Όσο αφορά την ηλικία, η στάση των καταναλωτών παρουσιάζει ορισμένες σημαντικές διαφορές. Όπως προκύπτει από τον πίνακα 5, δεν παρατηρούνται σημαντικές διαφορές ανάλογα με την ηλικία ως προς τις διατροφικές συνήθειες. Η αξιολόγηση των παραγόντων: τιμή, υγεία και φυσική κατάσταση, δεν διαφέρει ανάλογα με την ηλικία.

Αντιθέτως, οι νέοι καταναλωτές σε σχέση με τους μεγαλύτερους δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε θέματα όπως συσκευασία και μάρκα των προϊόντων. Η προέλευση όπως και το θερμιδικό περιεχόμενο των τροφίμων αποκτούν μεγαλύτερη βαρύτητα με την ηλικία (ειδικά για τα άτομα 55 ετών και άνω). Το αποτέλεσμα αυτό είναι λογικό δεδομένου ότι ο βαθμός γνώσης (συστατικά, προέλευση, διατροφικά πλεονεκτήματα) φαίνεται να αυξάνει με την ηλικία.

Πίνακας 5, Μέση αξιολόγηση ερωτηθέντων με βάση την ηλικία³¹.

		Ηλικίες				Kruskal-Wallis H
		25 - 34	35 - 44	45 - 54	55+	p-value
1	Αλλαγή διατροφικών συνήθειων	3,69	3,62	3,38	3,16	0,241
2	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη συσκευασία	2,90	2,79	2,52	2,00	0,007
3	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα την τιμή	3,03	2,93	2,96	2,74	0,749
4	Αποφυγή γευμάτων σκεπτόμενος το βάρος	3,14	3,17	3,32	2,68	0,362
5	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη μάρκα?	3,29	3,32	2,79	2,42	0,002
6	Αναζήτηση της προέλευσης των προϊόντων	3,37	3,73	4,06	4,63	0,000
7	Ενδιαφέρον για το καλό του σώματος	3,97	3,76	3,96	4,11	0,269
8	Αναζήτηση τροφικών προϊόντων με γνώμονα την υγεία	4,00	3,96	4,17	4,37	0,112
9	Γνώση του θερμιδικού περιεχομένου των τροφών	2,76	3,05	3,00	3,42	0,092
10	Γνώση σχετικά με το τι τρώνε	2,81	3,25	3,21	3,84	0,000
11	Γνώση σχετικά με το τι πίνουν	3,01	3,38	3,39	3,84	0,001
12	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τους καταναλωτές	3,44	3,25	3,18	2,53	0,003
13	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τις Επιχειρήσεις	3,99	3,92	4,29	3,89	0,045

Πηγή: Ίδια επεξεργασία

³¹ Οι αριθμοί αναγράφονται με ακρίβεια διπλού δεκαδικού ψηφίου.

Πίνακας 6, Μέση αξιολόγηση ερωτηθέντων με βάση τον αριθμό γευμάτων.

		Γεύματα				Kruskal-Wallis H
		1	2	3	4(+)	p-value
1	Αλλαγή διατροφικών συνήθειων	3,47	3,42	3,62	3,72	0,206
2	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη συσκευασία	2,53	2,81	2,77	2,68	0,776
3	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα την τιμή	2,94	2,75	2,97	3,18	0,043
4	Αποφυγή γευμάτων σκεπτόμενος το βάρος	3,12	3,14	3,24	3,11	0,856
5	Επιλογή τροφικών προϊόντων με γνώμονα τη μάρκα?	3,53	3,03	3,23	3,20	0,363
6	Αναζήτηση της προέλευσης των προϊόντων	4,00	3,78	3,70	3,58	0,256
7	Ενδιαφέρον για το καλό του σώματος	3,88	3,60	3,94	4,15	0,000
8	Αναζήτηση τροφικών προϊόντων με γνώμονα την υγεία	4,06	3,74	4,12	4,22	0,001
9	Γνώση του θερμιδικού περιεχομένου των τροφών	2,59	2,59	3,02	3,28	0,001
10	Γνώση σχετικά με το τι τρώνε	3,12	2,94	3,01	3,35	0,024
11	Γνώση σχετικά με το τι πίνουν	3,41	3,17	3,21	3,40	0,353
12	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τους καταναλωτές	3,18	3,27	3,20	3,39	0,365
13	Τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τις Επιχειρήσεις	4,29	3,89	4,08	4,02	0,179

Πηγή: Ίδια επεξεργασία

Από την ανάλυση του πίνακα 6, προκύπτει το συμπέρασμα πως υπάρχουν σημαντικές διαφορές στην επιλογή των προϊόντων με βάση το ενδιαφέρον για το καλό του σώματος, την επιλογή των προϊόντων που συμβάλλουν η όχι στη βελτίωση της υγείας, και τη γνώση του περιεχομένου τους, αναλογικά με τον αριθμό γευμάτων ανα ημέρα. Η παρατήρηση αυτή μπορεί να ερμηνευθεί ως ορθή, διότι ο αριθμός των ημερησίων γευμάτων αποτελεί κύριο διαχωριστικό παράγοντα μεταξύ των ομάδων που τους απασχολεί η σωματική εμφάνιση και η συνεχής βελτίωση της υγείας τους, απο αυτές που δηλώνουν ότι δεν ενασχολούνται η δε τους ενδιαφέρουν οι παραπάνω συνήθειες. Επιπροσθέτως, η τιμή των προϊόντων έπαιξε ανέκαθεν καθοριστικό ρόλο στον αριθμό των γευμάτων ανα ημέρα, κυρίως μεταξύ των διάφορων εισοδηματικών ομάδων.

Τέλος, σύμφωνα με τους ερωτηθέντες, τα «νέα προϊόντα» θα εξυπηρετούν περισσότερο τις επιχειρήσεις παρά τους καταναλωτές: η μέση αξιολόγηση ανέρχεται σε 4,01 και 3,28 αντιστοίχως (Πίνακας 4). Ως προς την εξυπηρέτηση των καταναλωτών, οι νέοι 25 – 34 ετών (Πίνακας 5) εμφανίζονται πιο αισιόδοξοι (3,44), ειδικά σε σχέση με τους 55 ετών και άνω (2,53).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: Συμπεράσματα

Η συνεχής εξέλιξη του ανθρώπου και συνεπώς, μέσω μίας σχέσης άμεσης αιτιότητας, και αυτή του περιβάλλοντος που ζει και δραστηριοποιείται, δημιουργεί μία επίμονη προσμονή για νέα αγαθά και υπηρεσίες, η οποία ορίζει τη φύση του ως μία καταναλωτική μηχανή.

Λόγω αυτής της προσμονής, νέες καινοτόμες ιδέες παρουσιάζονται καθημερινά, και ως μια άλλη “φυσική επιλογή”, και όπως και στην επιστήμη της βιολογίας, δοκιμάζονται και είτε απορρίπτονται είτε προχωρούν στο “επόμενο στάδιο” μέσω μιας διαδικασίας δοκιμής και λάθους (trial and error).

Ως καίριο μέρος της ζωής του ανθρώπου, τα διατροφικά προϊόντα δε θα μπορούσαν να αποτελέσουν εξαίρεση αυτού του βασικού κανόνα. Από την αρχή της ιστορίας του ανθρώπου μέχρι και σήμερα, κυρίως μέσω της σύγχρονης τεχνολογίας, ο άνθρωπος κατέβαλε προσπάθειες για να αναπτύξει “τρόφιμα” τα οποία θα του παρέχουν ένα σύνδεσμο υψηλών ενεργειακών αποθεμάτων και απόλαυσης, έχοντας πάντα το μικρότερο κόστος για την υγεία του. Πλέον, η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας οδηγεί σε ένα αγώνα των επιχειρήσεων-παραγωγών να δημιουργήσουν προϊόντα που “υπακούν” μεν στις προτιμήσεις των καταναλωτών αλλά ταυτοχρόνως αυξάνουν τα κέρδη και το μερίδιο αγοράς των παραγωγών τους.

Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τους διακυμαίνοντες ρυθμούς προσαρμογής των διάφορων κοινωνικών υπό-ομάδων στα καινοτόμα προϊόντα, προκαλεί όπως είναι φυσικό αμείωτο ενδιαφέρον για την εκπόνηση μίας έρευνας όπως η παρούσα, που αναλύει πολλές από τις παραμέτρους του κοινωνικοοικονομικού αυτού μοντέλου.

Τα βασικά συμπεράσματα που απορρέουν από την παρούσα διπλωματική, παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω:

- Η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών με βάση το κόστος, για τους περισσότερους ίσως λειτουργούσε ως προοικονομία για πιθανών οικονομικά προβλήματα. Η πεποίθηση αυτή όμως καταρρίπτεται (Πίνακας 5), κάτι που σημαίνει πως η επίπτωση της κρίσης στον τομέα της διατροφής έχει περιοριστεί.
- Πολύ σημαντικές είναι όμως οι αλλαγές που σχετίζονται με το θέμα της υγείας (δηλαδή της επιλογής τροφών που είναι σχετικές με την καλή υγεία και το καλό του σώματος) ανεξαρτήτως όμως μάρκας ή συσκευασίας.
- Υπάρχει αναζήτηση ποιοτικών και υγιεινών προϊόντων όμως οι καταναλωτές θεωρούν ότι τα νέα προϊόντα που προσφέρονται στην αγορά αυτή τη στιγμή, δεν εξυπηρετούν πραγματικά στις ανάγκες και το όφελος των καταναλωτών. Εντούτοις με δεδομένη την πεποίθηση αυτή, θεωρούν πως τα νέα καινοτόμα προϊόντα ωφελούν τις επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται κυρίως με κίνητρο την αύξηση του κέρδους τους.
- Στις συνεντεύξεις, οι καταναλωτές παρατηρούν πως νέα προϊόντα που τίθενται στη κυκλοφορία συνεχώς καταργούνται μετά από ένα περιορισμένο χρονικό διάστημα οδηγώντας τους στο συμπέρασμα ότι δεν είναι απόλυτα επιτυχημένα ή καινοτόμα για να σταθούν στις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- Οι καταναλωτές δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την προέλευση των προϊόντων και την ποιότητα αυτών [καθημερινά καταναλώνουμε πλήθος τροφίμων που δεν γνωρίζουμε την πραγματική προέλευσή τους (Trusselle, 2003) και ακόμη περισσότερο οι γυναίκες.

- Όσον αφορά τις ηλικιακές ομάδες, παρατηρούμε πως οι νέοι δείχνουν μεγαλύτερη σημασία στην επιλογή της συσκευασίας και της μάρκας (brand name), σε σχέση με τους μεγαλύτερους.
- Η σημασία της προέλευσης στους νέους δεν έχει μεγάλη σημασία, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες ηλικίες. Βέβαια, η Ελλάδα είναι χώρα με έντονο ρυθμό γήρανσης (ΕΛΣΤΑΤ, 2019), το οποίο καθιστά αναμενόμενη την αυξανόμενη βαρύτητα της ομάδας των ηλικιωμένων μέσα στις επόμενες δεκαετίες. Αποτέλεσμα αυτού, θα είναι η προέλευση στο μέλλον να αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην επιλογή των αγαθών προς κατανάλωση, αναγκάζοντας τις επιχειρήσεις να σεβαστούν τις απαιτήσεις των καταναλωτών.
- Ιδιαίτερη βαρύτητα – ως προς τις μελλοντικές στρατηγικές των επιχειρήσεων - παρουσιάζει επίσης το γεγονός ότι οι νέες ηλικίες πιστεύουν περισσότερο ότι τα νέα καινοτόμα προϊόντα θα είναι πραγματικά προς όφελος των καταναλωτών, ενώ οι καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας συνεχίζουν να το αμφισβητούν. Η δυσπιστία αυτή οφείλεται ως ένα βαθμό στην έλλειψη ουσιαστικής πληροφόρησης καθώς και στην έλλειψη απόλυτης διαφάνειας ως προς την προέλευση των προϊόντων και τα συστατικά τους.
- Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να δημιουργήσουν στρατηγικές γύρω από το brand name, το οποίο θα ταυτίζεται με παραγωγή προϊόντων αναγνωρισμένα πραγματικά ως “υγιεινά & ασφαλή”.

Πιο συγκεκριμένα, η προώθηση των καινοτομικών δράσεων από τις επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων πρέπει να εστιάζεται στους 3 παρακάτω άξονες:

1. Τα προϊόντα να είναι συνώνυμα με την **ασφάλεια και την υγεία**,
 2. Να εξασφαλίζουν ποιοτικά προϊόντα **προσεγμένης προέλευσης**,
 3. Να ισχυροποιήσουν στρατηγικές του **brand name απέναντι στους νέους**.
- Επιπροσθέτως, οι καταναλωτές που δήλωσαν ότι λαμβάνουν αρκετά γεύματα μέσα στην ημέρα (4+) αναζητούν περισσότερο τροφές με γνώμονα την υγεία και το καλό του σώματός τους, κάτι που δείχνει σύνεση και σωστό χρονικό διαμοιρασμό των γευμάτων, ενώ γνωρίζουν καλύτερα το θερμιδικό περιεχόμενο των προϊόντων που επιλέγουν. Συγκεκριμένα, το γνωρίζουν καλύτερα οι μεγαλύτερες ηλικίες καθώς και οι γυναίκες. Επίσης, οι ερωτώμενοι που επιλέγουν να καταναλώσουν μόνο ένα γεύμα, είναι αυτοί που δίνουν έμφαση στην προέλευση του προϊόντος.
 - Τέλος, ο τύπος συσκευασίας και η ονομασία «μάρκα» συνεχίζουν να είναι χαρακτηριστικά τα οποία δεν ασκούν ισχυρή επιρροή στις επιλογές των καταναλωτών, επιβεβαιώνοντας ότι η αναζήτηση «ποιότητας» και «ασφαλείας» δεν συσχετίζεται άμεσα με την παρουσίαση (ειδικά η συσκευασία) των ίδιων των προϊόντων.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ελληνόγλωσσες βιβλιογραφικές αναφορές

Βαγενά, Μ. (2017) “Χορτοφαγικές δίαιτες και κίνδυνος ανάπτυξης οστεοπορωτικού κατάγματος”, Διπλωματική εργασία Ιατρικής Σχολής Πανεπιστημίου Θεσσαλίας.

Βράνου, Π. (2018) “ Η διατροφή ως θεμελιώδης παράγοντας αντιμετώπισης των αυτοάνοσων νοσημάτων”, Διπλωματική Εργασία, ΤΕΙ Λάρισας.

Γιωργάκης, Α.- Ξανθουδάκης, Γ. (2015) “Επιχειρηματικότητα Και Καινοτομία: Η Γνώμη Των Επιχειρήσεων Του Ηρακλείου”, Διπλωματική εργασία, Σχόλες Διοίκησης και Οικονομίας (ΣΔΟ), Κρήτη.

Γκαγκάτσιος, Ι. (2008) “Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα, Επιχειρήσεις”, Κέντρα Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΚΕΕ), Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Γενική Γραμματεία Εκπαίδευσης Ελληνικών, Αθήνα.

Γκάνιος, Γ. (2006) “Δημιουργικό άτομο: Παράμετροι της προσωπικότητας του”, Πρακτικά του Ελληνικού Ινστιτούτου Εφαρμοσμένης Παιδαγωγικής και Εκπαίδευσης (ΕΛΛ.Ι. Ε. Π. ΕΚ.), 3ο Πανελλήνιο Συνέδριο με θέμα: «Κριτική, Δημιουργική, Διαλεκτική Σκέψη στην Εκπαίδευση: Θεωρία και Πράξη», Αθήνα, 13-14 Μαΐου.

Δημόπουλος, Β. (1998) “Ανευρυσματική νόσος των στεφανιαίων αρτηριών”, Διδακτορική διατριβή Πανεπιστημίου Αθηνών, Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών.

Θεοδώρου, Β. (2009) “Υποσιτισμός και φυματίωση στο Μεσοπόλεμο, υγιεινή διατροφή και οργάνωση μαθητικών συσσιτίων (1928-1932)”, ΕΚΤ, e-journals 2009.

Ιωάννης, Α. (2005), “Εφαρμογή και έλεγχος του συστήματος HACCP”, Αμβροσιάδης, Εκδόσεις σύγχρονη Παιδεία, 2005.

Καραγιάννης, Η.- Μπακούρος, Ι. (2010) “Καινοτομία- Επιχειρηματικότητα (θεωρία-πράξη)”, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σοφία, 2010.

Κέντσα, Τ. (2008) “Ποιοτικός έλεγχος στις πρώτες ύλες και στα τελικά προϊόντα των προϊόντων ζύμης”. Διπλωματική Εργασία Σχολής Τεχνολογίας Τροφίμων ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας.

Κώστας, Α. (2014) “Κοινωνική οικονομία και κοινωνική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα”, Διδακτορική Διατριβή Παντείου Πανεπιστημίου Αθηνών, Εθνικό Αρχείο Διδακτορικών Διατριβών.

Λαδά, Φ. (2017) “Παιδική Παχυσαρκία”, Πτυχιακή εργασία ΤΕΙ Κρήτης.

Λίνου, Α. (2014) “Εθνικός διατροφικός οδηγός για ενήλικες”, Ινστιτούτο προληπτικής περιβαλλοντικής και εργασιακής ιατρικής (2014).

Λιάκος, Π. (2015) “Η εξέλιξη στη Βιομηχανία των Τροφίμων τα τελευταία 20 Χρόνια: 1990-2010”, Διπλωματική Εργασία Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου.

Λυμπερόπουλος, Γ. (1998) “Ιστορική Αναδρομή στην εξέλιξη της Διοίκησης Παραγωγής”, Υλικό Εθνικού Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Ματάλα, Α. (2015) “Διατροφή & πολιτισμός, βιοπολιτισμικές προσεγγίσεις της επιλογής τροφής”, Διατροφή & Πολιτισμός, Ελληνικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα και Βοηθήματα.

- Μπακούρος, Ι. (2010) “Βιώσιμη ανάπτυξη σε περίοδο κρίσης, (οικονομία-κοινωνία-περιβάλλον-Τεχνολογία)”, Εκδόσεις Σοφία.
- Μπλούκας, Ι. (2004) “Συσκευασία τροφίμων”, Εκδόσεις Σταμούλη, 2004.
- Ντόκας, Ε. (2017) “Νεανική Επιχειρηματικότητα”, Ιδρυματικό Αποθετήριο Ωκεανός.
- Παρασκευόπουλος, Ι. (2008) “Δημιουργική σκέψη-Παραγωγή Καινοτόμων και πρωτότυπων Ιδεών”, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων (ΙΔΕΚΕ).
- Πετράκης, Π. (2012) “Ανάλυση επιχειρηματικότητας”, Προγράμματα Συμπληρωματικής Εκπαίδευσης, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
- Πίτσαβος, Χ. (2003) “Χοληστερόλη και διατροφή, ο ρόλος τους στις καρδιοπάθειες”, Κοινωνία και υγεία ΙΙ: επίκαιρα προβλήματα υγείας και η αντιμετώπισή τους.
- Σαμαρά, Ε. (2014) “Τι είναι καινοτομία”, Υλικό Εκπαίδευσης Πανεπιστημίου Δυτικής Μακεδονίας.
- Σκανδάμης, Π.(2010) “Υγιεινή τροφίμων και εγκαταστάσεων βιομηχανιών τροφίμων”, Εργαστήριο Ποιοτικού Ελέγχου & Υγιεινής Τροφίμων και Ποτών, Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Σκάρας, Γ. (2008) “Οι σημαντικότερες τροφιμογενείς δηλητηριάσεις τα τελευταία δέκα χρόνια και οι οικονομικές συνέπειές τους”, Μεταπτυχιακή Ερευνητική Εργασία Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
- Στέφος, Α. (1988) “Ο Ερμής στην Ομηρική ποίηση”, Βιβλιοθήκη Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης.
- Σπανός, Ι.- Πλάτης, Π. (2011) “Φελλοφόρος δρυς, ένα πολύτιμο δασοπονικό είδος με πολλαπλές χρήσεις”, Ινστιτούτο Δασικών Ερευνών Θεσσαλονίκης (ΙΔΕΘ).
- Τζια, Κ.- Παππά ,Φ. (2005) “Ανάλυση επικινδυνότητας στα κρίσιμα σημεία ελέγχου (HACCP) σε χώρους μαζικής εστίασης”, Εκδόσεις Παπασωτηρίου 2005.
- Τσαμίτα, Ι.- Κοντογιάννη, Π.-Καρτερολιώτης, Κ. (2007) “ Αξιολόγηση διατροφικών συνηθειών μαθητών σε μία πόλη της Ελληνικής επαρχίας”, Εκδόσεις ΕΑΦΑ, 2007.
- Επίσημη Εφημερίδα της Κυβέρνησης, Οδηγία κατοχύρωσης εφεύρεσης , 06/04/1998

Ξενόγλωσσες βιβλιογραφικές αναφορές

- Antoncic, B.- Hisrich, R. (2001) "Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation", Journal of Business Venturing 16(5):495-527.
- Baldwin, C. (2015) “The 10 Principles of Food Industry Sustainability”, Εκδόσεις Wiley-Blackwell 2005.
- Baregheh, A. (2012) “Innovation in food sector SMEs”, Journal of Small Business and Enterprise Development 19(2):300-321.
- Bordo, S. (2009) “Not just a white girl's thing': The changing face of food and body image problems, Critical feminist approaches to eating dis/orders 2009 pp.46-59 ref.22

Burg, M. (1991) "Revisions and Revolution, Technology and productivity change in manufacture in Eighteenth century England", Economic Research Papers from University of Warwick - Department of Economics.

Burns, A. (1985) "The restructuring of the British coal industry", Cambridge Journal of Economics Vol. 9, No. 1 (March 1985), pp. 93-110.

Canavari, M. (2009) "International marketing and trade of quality food products", Εκδόσεις Wageningen Academic Publishers.

Deakins, D.- Freel, M. (2007) "Entrepreneurship and Small Firms", 1η Έκδοση, Εκδόσεις Κριτική.

DeFelice, S. (1995) "The nutraceutical revolution: its impact on food industry R&D", ELSEVIER, Trends in Food Science & Technology, Volume 6, Issue 2, February 1995, Pages 59-61.

Dixon, LB. (2001) "Let the Pyramid Guide Your Food Choices: Capturing the Total Diet Concept", The Journal of Nutrition, 2001 Feb;131(2S-1):461S-472S

Drucker. P. (2014) "Innovation and Entrepreneurship", Εκδόσεις Routledge.

Elmqvist, J. (2005) "Identifying hypothalamic pathways controlling food intake, body weight, and glucose homeostasis", Volume 493, Issue 1 Special Issue: The Anatomy of the Soul 5 December 2005 Pages 63-71.

Flaceliere, R. (2007) "Ο δημόσιος και ιδιωτικός βίος των αρχαίων Ελλήνων", Εκδόσεις Παπαδήμα.

Florida, R.-Kenney, M.(1990) "High-Technology Restructuring in the USA and Japan", Environment & Planning A: Economy and space, Volume: 22 issue: 2, page(s): 233-252

Ghoshal, G. (2018) "Food Processing for Increased Quality and Consumption", Elsevier Science Publishing Co Inc, Handbook of Food Bioengineering, Volume 18.

Glaveanu, V. (2010) "Paradigms in the study of creativity:introducing the perspective of cultural psychology", New Ideas in Psychology, 28 (1). pp. 79-93.

Goldenberg, O & Wiley, J. (2011) "Quality, Conformity, and Conflict: Questioning the Assumptions of Osborn's Brainstorming Technique", The Journal of Problem Solving: Vol. 3 : Iss. 2 , Article 5.

Hisrich, R. - Brush, C. (1984) "Women entrepreneurs: A longitudinal study", The Woman Entrepreneur: Management Skills and Business Problems (1984). Journal of Small Business Management, Vol. 22, Issue 1, p. 30-37.

Ikeda, M. (2002) " Changes in appetite, food preference, and eating habits in frontotemporal dementia and Alzheimer' s disease", Journal of Neurology, neurosurgery and psychiatry 2002 Oct 73(4):371-6.

Kaplan, H.- Gurven, M. (2005) "The natural history of human food and cooperation: A review and a new multi-individual approach to the negotiation of norms", Moral sentiments and material interests : the foundations of cooperation in economic life, p 75-114.

Keusch, G. (2003) "Symposium: Nutrition and Infection, Prologue and Progress Since 1968", Fogarty International Center, National Institutes of Health.

King, J.- Black, R. (2000) "Foodborne Illnesses and Nutritional Status: A Statement from an American Society for Nutritional Sciences Working Group", The Journal of Nutrition, Volume 130, Issue 10, October 2000, Pages 2613–2617.

- Kontogianni, D. (2008) "Relationship between meat intake and the development of acute coronary syndromes: the CARDIO2 000 case-control study", *European Journal of Clinical Nutrition*, 2008 Feb;62(2):171-7.
- Kothari, G. (1999) "If you are what you eat, then what am i?" *Kenyon Review* (Winter) 6-14.
- Kritikos, A. (2014) "Entrepreneurs and their impact on jobs and economic growth", *IZA World of Labor* .
- Lappalainen, R. (1998) "A pan EU survey of consumer attitudes to food, nutrition and health: an overview", *Food Quality and preference.*, 01 Nov 1998, 9(6):467-478.
- Lee, J.(2015) "Industrial Big Data Analytics and Cyber-physical Systems for Future Maintenance & Service Innovation", *Elsevier Procedia CIRP*, vol 38 p 3-7.
- Lusk, J. (2016) "Some vegetarians spend less money on food, others don' t", *Elsevier Ecological Economics* vol 130 p 232-242.
- Madden, J.(1995) "Daily Life in Ancient Rome", *JSTOR Archival Journal & Primary Source Collection*, Vol. 2 (1995), pp. 88-93
- McCarthy, M. (2007) "Who is at risk and what do they know? Segmenting a population on their food safety knowledge", *Food Quality and Preferences* vol 18, issue 2, p 205-217.
- Mialaret, G. (1987) "L'évolution technologique, la société et l'éducation", *International Review of Education* 33, 317-329.
- Ndubisi, N. (2009) "Green Entrepreneurship (GE) & Green Value Added (GVA): A Conceptual Framework", *International journal of entrepreneurship*, vol 13
- Nestle, M. (2013) "Food politics: How the food industry influences nutrition and health", *University of California Press* 2013.
- O' Kane, G. (2011) "What is the real cost of our food? Implications for the environment, society and public health nutrition", *Public Health Nutrition*, 2012 Feb;15(2):268-76.
- Page, A. (1941) "The Bell telephone system", *Harper & brothers*, 1941
- Pilcher, J. (2017) "Food in world history", 2nd Edition, Εκδόσεις Routledge.
- Reader, S.-Laland, K. (2003) "Animal innovation", Εκδόσεις Oxford University Press, 2003.
- Risch, S.(2009) "Food packaging history and innovations", *J. Agric. Food Chem.* 2009, 57, 18, 8089–8092
- Ross, N. (1989) "Great American food chronicles: the hamburger", *HighBeam Research*, Restaurant and Institutions Feb. 6 1989
- Sakamaki, R. (2005) "Nutritional knowledge, food habits and health attitude of Chinese university students– a cross sectional study", *Nutrition journal*, 2005 - Springer
- Scott, C. (1986) "Why more women are becoming entrepreneurs", *Journal of Small Business Management*.
- Schumpeter, A., J., (1949), "The Theory of Economic Development, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts".

Singer, P. & Mason, J. (2006) "The Way We Eat: Why Our Food Choices Matter", *Animal Liberation Philosophy and Policy Journal*.

Singh A.S., Mulder C., Twisk J.W., Mechelen W., Chinapaw M.J. (2008) "Tracking of childhood overweight into adulthood: a systematic review of literature", *Obes Rev.* vol 9, issue 5, p 474-488.

Singh, R. (2013) "Nutrition in Transition from Homo sapiens to Homo economicus", *The Open Nutraceuticals Journal*, 2013, 6: 6-17.

Skiadas, P. (2001) "Dietetics in ancient Greek philosophy: Plato's concepts of healthy diet", *European Journal of Clinical Nutrition*, 2001 Jul;55(7):532-7.

Story, M. (1989) "Food habits and dietary change of Southeast Asian refugee families living in the United States", *Journal of the American Dietetic Association*, 01 Jun 1989, 89(6):800-803.

Strohle, A, Waldmann, A, Wolters, M, Hahn, A. (2006) "vegetarian nutrition: preventive potential and possible risks", *Wiener Klinische Wochenschrift*, 2006 Oct;118(19-20):580-93.

Trusselle, J. (2003) "The birth place of food products: Do you know where your food comes from?" *6 Loy. Consumer L. Rev.* 285, vol 16, issue 3

Vlontzos, G. & Duquenne, MN. (2014) "Economic crisis and food selection: the financial, social, and spatial dimension", *International Journal of Agricultural Resources, Governance and Ecology*, vol 10, issue 2.

Vlontzos, G. & Duquenne, MN. (2016) "To eat or not to eat? The case of genetically modified (GM) food", *Nutrition and Food Science*, vol 46, issue 5.

Wardle, J. (2000) "Nutrition knowledge and food intake", *Elsevier, Appetite*, vol 34, issue 5, p 269-275.

Washi, S. (2010) "Poor diet quality and food habits are related to impaired nutritional status in 13- to 18-year-old adolescents in Jeddah", *Nutrition Research*, 30(8):527-34.

Wennekers, S.- Thurik, R. (2005) van Stel, A. & Noorderhaven, N., "Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 22 OECD countries, 1976-2000", *Institute for development Strategies*, Tinbergen Institute Discussion Paper, 2003-089/3.

Willet, W. (1994) "Diet and health: what should we eat?", *Science (New York, N.Y.)*, 1994 Apr 22;264(5158):532-7

Winston, C. (2009) "Health effects of vegan diets", *The American Journal of Clinical Nutrition*, Volume 89, Issue 5, May 2009, Pages 1627S–1633S.

Weinsier, R. (2000) "Use of the term vegetarian", *The American Journal of Clinical Nutrition*, 2000 May;71(5):1211-3.

Worsley, A. (2002) "Nutrition knowledge and food consumption: can nutrition knowledge change food behaviour?", *Asia Pacific Journal of Clinical Nutrition*, vol 11, issue 3, p S579-S585.

Zickuhr, K.-Madden, M. (2012) "Older adults and internet use", *Pew Internet & American Life Project*, 2012.

Λιαδικτυακές πηγές

<https://www.oecd.org/sti/inno/frascati-manual.htm> (Frascati manual, OECD) (Προσβάσιμη στις 17-08-2019)

Εξέλιξη, κέντρο βιώσιμης επιχειρηματικότητας, <http://www.excelixi.org/knowledge-base/entrepreneurship/i-kainotomia-stin-epixeirimatikotita> (Προσβάσιμη στις 23-08-2019)

Frascati (manual 2015), ΟΟΣΑ <https://www.oecd.org/sti/inno/frascati-manual.htm> (Προσβάσιμη στις 23-08-2019)

<https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3352/1008.pdf> (Δημιουργική σκέψη-παραγωγή καινοτόμων και πρωτότυπων ιδεών) (Προσβάσιμη στις 21-08-2019)

<https://www.protothema.gr/economy/article/644500/auxithike-i-gunaikieia-epixeirimatikotita-to-2016-stin-ellada/> (Αυξήθηκε η γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα) (Προσβάσιμη στις 03-09-2019)

www.tutor2u.net (Intrapreneurship) (Προσβάσιμο στις 10-10-2019)

www.referenceforbusiness.com/businesses/M-Z/McDonald-s-Corporation.html (McDonald's corporation) (Προσβάσιμο στις 08-11-2019)

https://www.vivartia.com/?page_id=1207 (Η ιστορία των Goody's) (Προσβάσιμο στις 08-11-2019)

<http://www.ielka.gr/?p=2189> (Σημαντική η αγορά του έτοιμου φαγητού με ετήσια δαπάνη που φτάνει τα 6,5 δις. ευρώ) (Προσβάσιμο στις 02-11-2019)

<https://www.allerg.y.org.gr/KJLMOLOI/wp-content/uploads/2015/12/AsthmaGiaAnartisi.pdf> (Παγκόσμιος άτλας άσθματος) (Προσβάσιμο στις 20-11-2019)

<https://www.who.int> (Urgent health challenges for the next decade) (Προσβάσιμο στις 05-12-2019)

<https://www.usda.gov/topics/organic> (USDA organics) (Προσβάσιμο στις 29-11-2019)

<https://www.pillsbury.com> (Βιομηχανία έτοιμης ζύμης) (Προσβάσιμο 22-11-2019)

https://www.aua.gr/skandamis/html/bib_3.html (Υγιεινή τροφίμων και εγκαταστάσεων βιομηχανιών τροφίμων) (Προσβάσιμο 02-10-2019)

<http://212.205.18.22/journals/ethg/images/43/ethg43p12-14.pdf> (Φελλοφόρος δρυς) (Προσβάσιμο στις 10-10-2019)

<http://www.eatright.org/> (Healthy weight gain) (Προσβάσιμο στις 10-11-2019)

<https://www.diatrofi.gr/food/sistatika/3836-τι-είναι-η-γλουτένη/> (Τι είναι η γλουτένη) (Προσβάσιμο στις 10-12-2019)

<http://faostat.fao.org/site/354/default.aspx> (Προσβάσιμο στις 05-11-2019)

<https://www.wcrf.org> (World cancer research fund international) (Προσβάσιμο στις 12-12-2019)

www.USDA.gov (US department of agriculture) (Προσβάσιμο στις 01-12-2019)

<https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/9426718/4-05122018-AP-EN.pdf/223a34b1-1fc2-4b4a-bb16-d1d3d5477f09> (Newsrelease euroindicators) (Προσβάσιμο στις 14-01-2020)

http://www.cylaw.org/nomoi/arith/1998_1_016.pdf (Επίσημη εφημερίδα της κυβέρνησης, 1998) (Προσβάσιμο στις 12-12-2019)

<https://www.pwc.com/gr/en/publications/greek-thought-leadership/the-food%20&%20beverage-sector-in-greece.pdf> (Προσβάσιμο στις 20-01-2020)

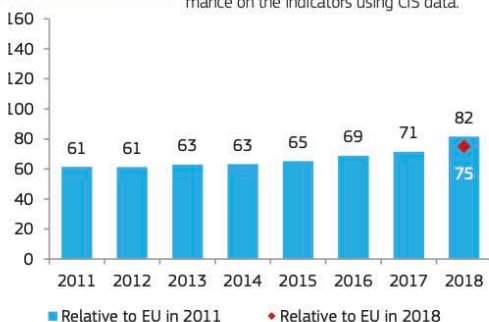
https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/5081/1/07_chapter6.pdf?fbclid=IwAR2oISJ11RyVi-uHB7McyJxE7ZNltVc1L6VwiR3NEwXECEHeLXlpjlushpc (Παραμετρικοί και μη παραμετρικοί έλεγχοι υποθέσεων) (Προσβάσιμο στις 19-01-2020)

Προσωπική επίσκεψη και συνέντευξη στο εργοστάσιο παραγωγής τσιπς “ Τσακίρης” στην Αταλάντη (Απρίλιος, 2019)

Προσωπικές συζητήσεις με καταναλωτές εντός αλυσίδας σουπερ-μάρκετ (Νοέμβριος, 2019)



Greece is a **Moderate Innovator**. Over time, performance has increased relative to that of the EU in 2011. The strong increase in 2018 is largely explained by improved performance on the indicators using CIS data.



Innovators, Linkages, and Employment impacts are the strongest innovation dimensions. Greece performs particularly well on Innovative SMEs collaborating with others, SMEs innovating in-house, and SMEs with marketing or organizational innovations. *Intellectual assets, Innovation-friendly environment* and *Finance and support* are the weakest innovation dimensions. Greece's lowest indicator scores are for Foreign doctorate students, Medium and high-tech product exports, and Venture capital expenditures.

Structural differences with the EU are shown in the table below. Many economic indicators are well below the EU average, including GDP per capita, the employment share in high and medium high-tech manufacturing, the turnover share of large enterprises, the value-added share of foreign-controlled enterprises, FDI net inflows, and top R&D spending enterprises per 10 million population. The employment share of services and enterprise births are above the EU average.

Greece	Relative to EU 2018 in 2018		Performance relative to EU 2011 in 2018	
	2018	2018	2011	2018
SUMMARY INNOVATION INDEX	75.0	61.4	61.6	
Human resources	78.2	69.3	95.6	
New doctorate graduates	70.9	69.2	103.0	
Population with tertiary education	120.0	111.2	143.3	
Lifelong learning	34.7	22.9	35.4	
Attractive research systems	59.2	55.5	66.6	
International scientific co-publications	77.6	78.0	112.8	
Most cited publications	78.4	76.4	85.9	
Foreign doctorate students	5.9	7.7	5.7	
Innovation-friendly environment	40.9	38.7	64.6	
Broadband penetration	22.2	22.2	44.4	
Opportunity-driven entrepreneurship	60.5	49.9	78.4	
Finance and support	44.4	20.7	48.5	
R&D expenditure in the public sector	77.8	30.9	72.0	
Venture capital expenditures	16.0	8.5	20.7	
Firm investments	66.0	69.1	78.7	
R&D expenditure in the business sector	39.3	18.5	45.1	
Non-R&D innovation expenditures	103.6	118.5	121.0	
Enterprises providing ICT training	52.6	66.7	66.7	
Innovators	145.7	93.6	132.4	
SMEs product/process innovations	137.8	79.9	133.8	
SMEs marketing/organizational innovations	142.5	117.2	121.6	
SMEs innovating in-house	157.5	83.5	141.8	
Linkages	111.5	80.2	115.9	
Innovative SMEs collaborating with others	201.6	112.6	215.3	
Public-private co-publications	41.1	31.3	48.2	
Private co-funding of public R&D exp.	75.3	77.5	72.2	
Intellectual assets	36.0	14.6	35.0	
PCT patent applications	16.1	11.0	14.6	
Trademark applications	67.6	24.8	75.3	
Design applications	25.0	10.1	23.0	
Employment impacts	84.2	92.0	87.9	
Employment in knowledge-intensive activities	75.3	67.9	82.1	
Employment fast-growing enterprises	91.0	109.4	92.1	
Sales impacts	66.3	59.4	68.2	
Medium and high-tech product exports	8.3	9.4	9.0	
Knowledge-intensive services exports	69.4	88.5	71.6	
Sales of new-to-market/firm innovations	138.8	85.1	134.6	

The colours show normalised performance in 2018 relative to that of the EU in 2018: dark green: above 120%; light green: between 90% and 120%; yellow: between 50% and 90%; orange: below 50%. Normalised performance uses the data after a possible imputation of missing data and transformation of the data.

	EL	EU
Performance and structure of the economy		
GDP per capita (PPS)	20,100	29,500
Average annual GDP growth (%)	1.7	2.2
Employment share manufacturing (NACE C) (%)	9.4	15.5
of which High and medium high-tech (%)	14.3	37.5
Employment share services (NACE G-N) (%)	46.1	41.8
of which Knowledge-intensive services (%)	28.7	35.0
Turnover share SMEs (%)	39.8	37.9
Turnover share large enterprises (%)	28.3	44.4
Foreign-controlled enterprises – share of value added (%)	3.7	12.6
Business and entrepreneurship		
Enterprise births (10+ employees) (%)	2.3	1.5
Total Entrepreneurial Activity (TEA) (%)	5.6	6.7
FDI net inflows (% GDP)	1.3	4.3
Top R&D spending enterprises per 10 million population	4.0	19.6
Buyer sophistication (1 to 7 best)	3.3	3.7
Governance and policy framework		
Ease of starting a business (0 to 100 best)	68.1	76.8
Basic-school entrepren. education and training (1 to 5 best)	1.8	1.9
Govt. procurement of advanced tech products (1 to 7 best)	2.6	3.5
Rule of law (-2.5 to 2.5 best)	0.2	1.2
Demography		
Population size (millions)	10.8	511.3
Average annual population growth (%)	-0.2	0.2
Population density (inhabitants/km ²)	82.4	117.5

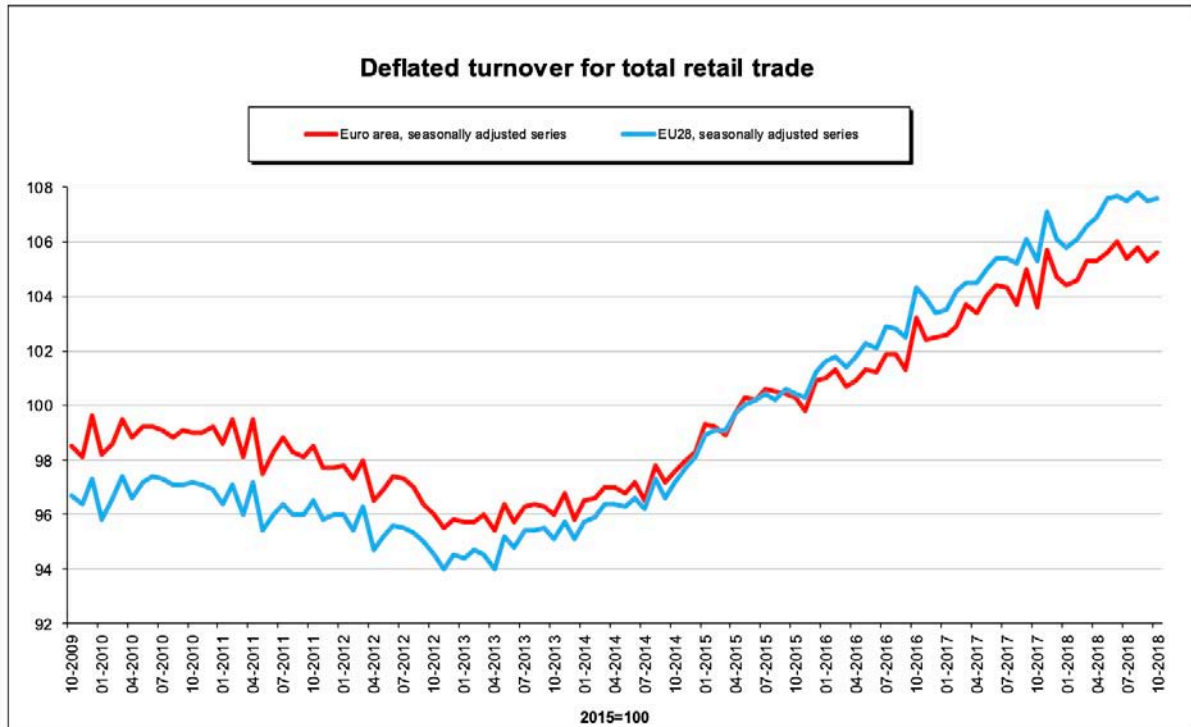
EU targets for 2020

Indicator	2014	Latest	Target ¹
Gross domestic expenditure on R&D (% of GDP)	0.83	1.13	1.20
Tertiary educational attainment (% of population aged 30-34)	37.2	44.3	32.0

1 Sources are provided in the introduction to the country profiles.

European Semester country report and country specific recommendations:
<https://io.jrc.ec.europa.eu/en/library/research-and-innovation-analysis-european-semester-2019-country-reports>
<https://io.jrc.ec.europa.eu/en/library/country-specific-recommendations-2019-research-and-innovation-analysis>

Εικόνα 5, innovation scoreboard 2019 για τη χώρα της Ελλάδας.



Πηγή: Eurostat

Διάγραμμα 3, μεταβολή εμπορίου στην Ευρώπη των 19 & 28 χωρών το διάστημα 2009-2018.



Εικόνα 6, στατιστικά στοιχεία πληθυσμού για το έτος 2019

Ερωτηματολόγιο έρευνας μεταπτυχιακής διατριβής,
Διαδικτυακός τόπος ερωτηματολογίου

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdcw9p1-ljBRHSO31M2dQDd8gRALf8cNY-i4yA86iJ1aq_wrnQ/viewform?usp=sf_link

Καινοτομία & Διατροφή "Προσαρμογή στις νέες καταναλωτικές προτιμήσεις στη διατροφή"

Στα πλαίσια της διπλωματικής εργασίας του μεταπτυχιακού προγράμματος του διατμηματικού τμήματος μεταπτυχιακών σπουδών του Πανεπιστημίου Θεσσαλίας, θα ήθελα να αφιερώσετε δύο λεπτά ώστε να συνεισφέρετε στα αποτελέσματα της έρευνας. Το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και καμία απάντηση δεν συνδέεται με πρόσωπα ή καταστάσεις.

Ευχαριστώ.

Κισσούδης Μιχαήλ

ΔΠΜΣ Νέα Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Ανάπτυξη

Φύλο *

Άρρεν

Θήλυ

Ηλικία *

25-34

35-44

45-54

55+

Πόσα γεύματα καταναλώνεται τη μέρα? *

1

2

3

4+

Στις παρακάτω ερωτήσεις, να απαντήσετε χρησιμοποιώντας την κλίμακα 1-5, με το ένα (1) να σημαίνει Όχι-καθόλου και το πέντε (5) Ναι-πάρα πολύ

Περιγραφή (προαιρετικό)

⋮

Έχετε αλλάξει διατροφικές συνήθειες τα τελευταία χρόνια? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

Αποφεύγετε γεύματα σκεπτόμενοι το βάρος σας? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Επιλέγετε τροφές με γνώμονα τη μάρκα? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Επιλέγετε τροφές με γνώμονα τη συσκευασία? *



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Επιλέγετε τροφές με γνώμονα την τιμή(φθηνά προϊόντα)? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι την προέλευση των προϊόντων? *



- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι το καλό του σώματος σας? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι την υγεία σας? *

⋮

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Γνωρίζετε το θερμιδικό περιεχόμενο των τροφών που καταναλώνεται? *

⋮

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

Σε τι βαθμό γνωρίζετε αυτό που τρώτε(συστατικά, προέλευση, διατροφικά πλεονεκτήματα)? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

⋮

Πιστεύετε ότι τα επόμενα χρόνια τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τους καταναλωτές? *

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Πιστεύετε ότι τα επόμενα χρόνια τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τις Επικοινωνίες? *

1

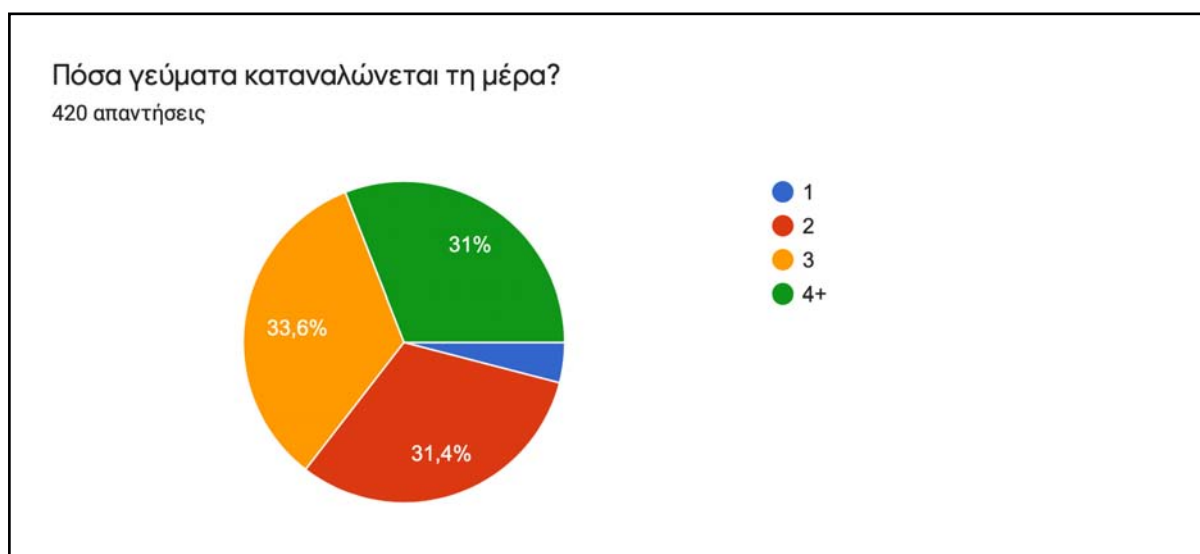
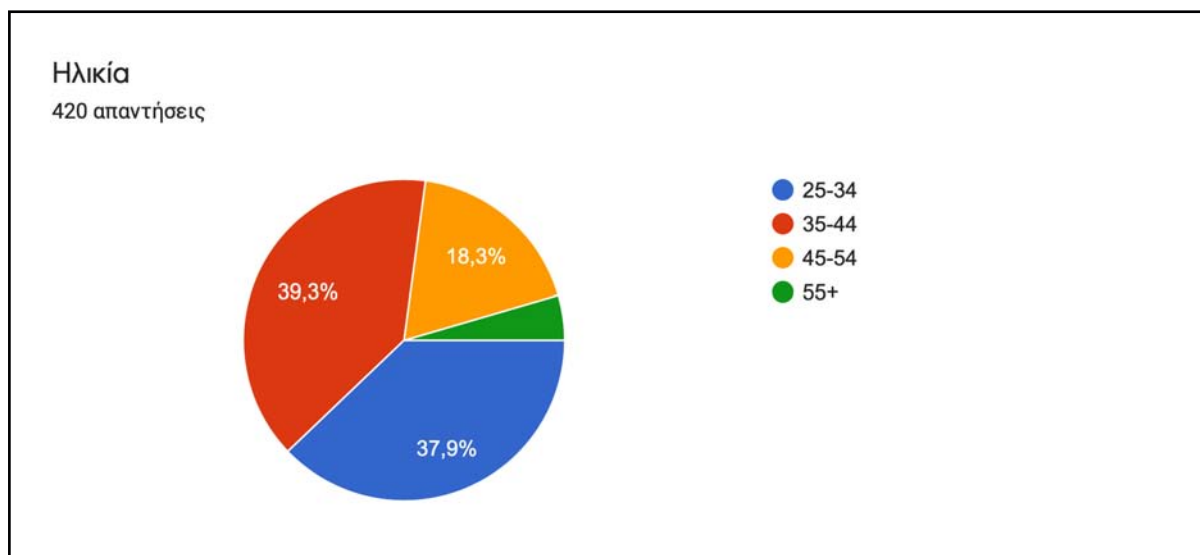
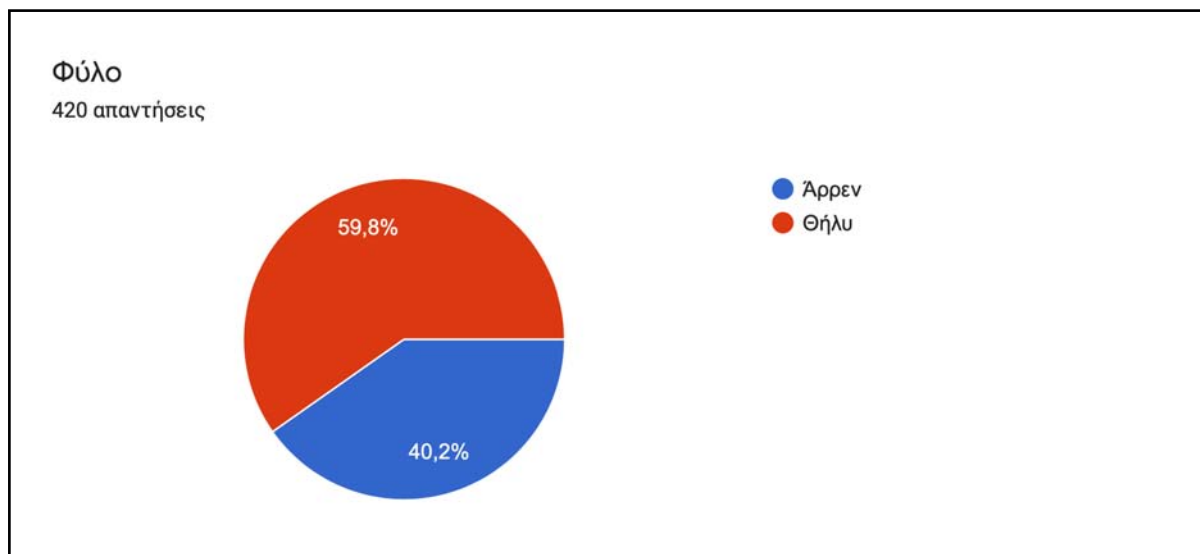
2

3

4

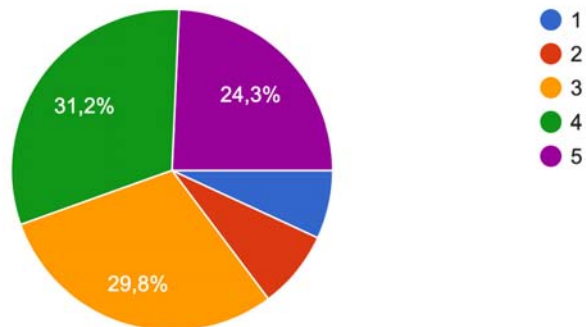
5

Απαντήσεις ερωτηθέντων ερωτηματολογίου



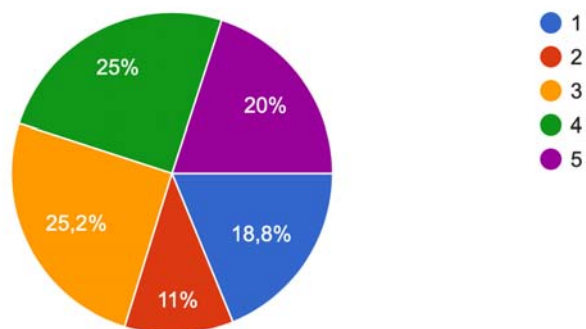
Έχετε αλλάξει διατροφικές συνήθειες τα τελευταία χρόνια?

420 απαντήσεις



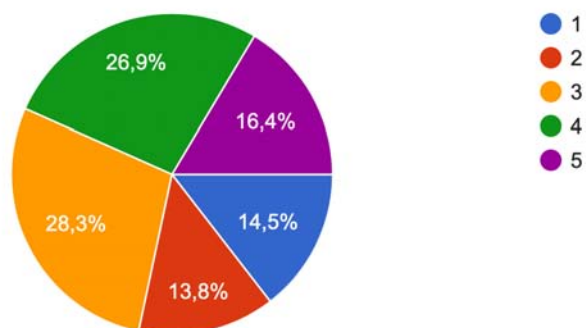
Αποφεύγετε γεύματα σκεπτόμενοι το βάρος σας?

420 απαντήσεις



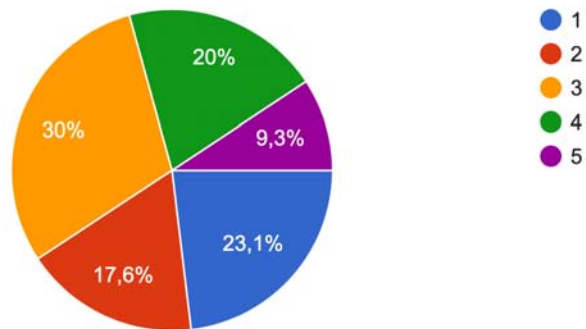
Επιλέγετε τροφές με γνώμονα τη μάρκα?

420 απαντήσεις



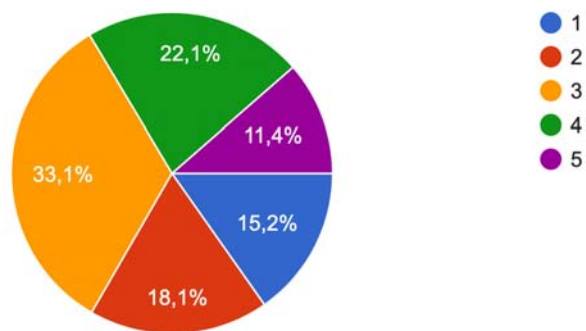
Επιλέγετε τροφές με γνώμονα τη συσκευασία?

420 απαντήσεις



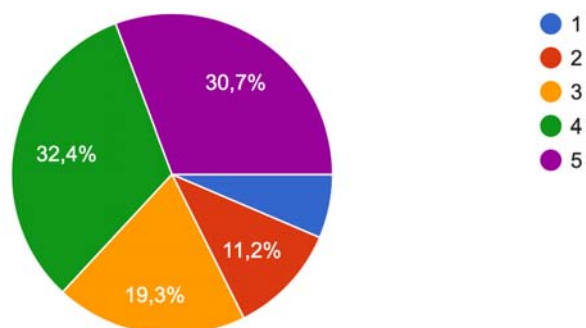
Επιλέγετε τροφές με γνώμονα την τιμή(φθηνά προϊόντα)?

420 απαντήσεις



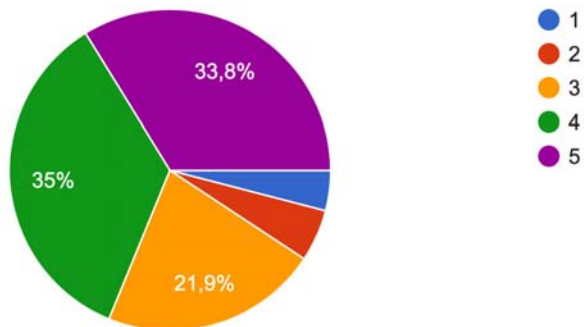
Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι την προέλευση των προϊόντων?

420 απαντήσεις



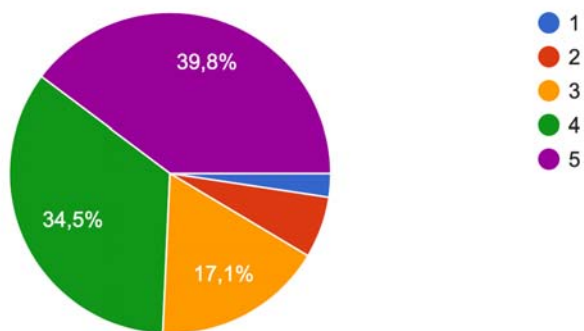
Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι το καλό του σώματος σας?

420 απαντήσεις



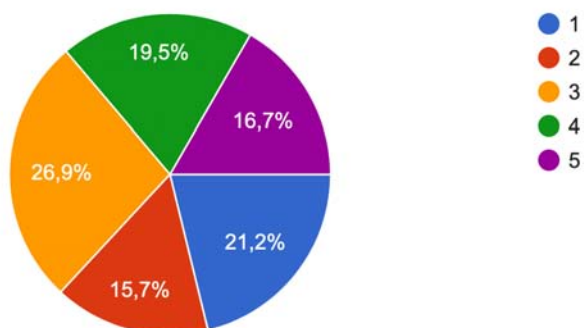
Αναζητάτε τροφές σκεπτόμενοι την υγεία σας?

420 απαντήσεις



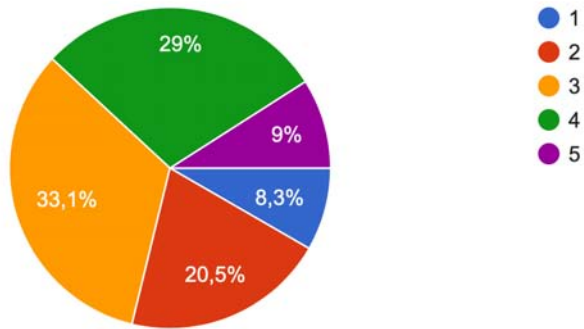
Γνωρίζετε το θερμιδικό περιεχόμενο των τροφών που καταναλώνεται?

420 απαντήσεις



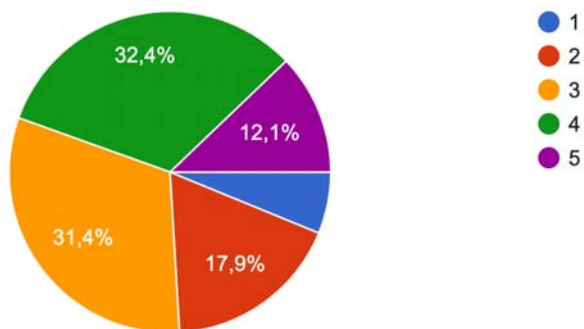
Σε τι βαθμό γνωρίζετε αυτό που τρώτε(συστατικά, προέλευση, διατροφικά πλεονεκτήματα)?

420 απαντήσεις



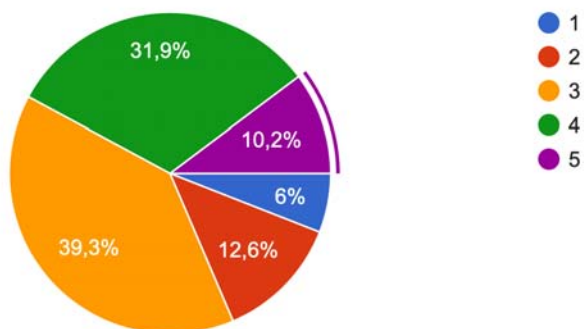
Σε τι βαθμό γνωρίζετε αυτό που πίνετε(συστατικά, προέλευση, διατροφικά πλεονεκτήματα)?

420 απαντήσεις



Πιστεύετε ότι τα επόμενα χρόνια τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τους καταναλωτές?

420 απαντήσεις



Πιστεύετε ότι τα επόμενα χρόνια τα "νέα προϊόντα" θα εξυπηρετούν τις Επιχειρήσεις?
420 απαντήσεις

