



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ  
ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ  
ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗΣ

**ΚΑΙΝΟΦΑΝΗ ΤΡΟΦΙΜΑ, ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟ  
ΚΑΙ ΝΕΟΦΟΒΙΑ: ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ  
**ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

Αθήνα, Μάιος 2021



ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ  
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ'

**ΚΑΙΝΟΦΑΝΗ ΤΡΟΦΙΜΑ, ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟ  
ΚΑΙ ΝΕΟΦΟΒΙΑ: ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

**ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

ΕΞΕΤΑΣΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ

Δριχούτης Ανδρέας, Αναπληρωτής Καθηγητής (επιβλέπων)

Κλωνάρης Ευστάθιος, Καθηγητής

Χατζημιχαήλ Κωνσταντίνος, Επίκουρος Καθηγητής

Αθήνα, Μάιος 2021

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή μελέτη αποσκοπεί σε μια εμπειρική διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της προτίμησης των καταναλωτών για καινοφανή τρόφιμα, των προτιμήσεών τους για κίνδυνο και της νεοφοβίας. Επιπρόσθετα, εξετάζονται διάφοροι παράγοντες που συνδέονται με την νεοφοβία τροφίμων όπως οι δέκα καταστάσεις της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας. Τα δεδομένα για την πραγματοποίηση της έρευνας συλλέχθηκαν με διαδικτυακά δομημένα ερωτηματολόγια μέσω της πλατφόρμας Google Forms στο χρονικό διάστημα από 9/2/2021 έως 19/2/2021 τα οποία απαντήθηκαν από 262 καταναλωτές. Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι η πλειοψηφία των καταναλωτών αναλαμβάνει ρίσκο στην καθημερινότητά του, ενώ παρατηρείται μέτρια προθυμία δοκιμής και χαμηλή συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών τροφίμων. Στην οικονομετρική ανάλυση που έγινε διαπιστώθηκαν ισχυροί συσχετισμοί στα ακόλουθα ζευγάρια μεταβλητών: i) προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων-οικονομική προσφορά των 100.000€ (Dohmen *et al.*, 2011), ii) συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων-οικονομική προσφορά των 100.000€ (Dohmen *et al.*, 2011) και iii) προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων-προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων.

## **ABSTRACT**

This thesis aims to empirically investigate the relationship among consumers' preferences for novel foods, their risk preferences and food neophobia. In addition, various other factors associated with food neophobia are examined, such as personality traits. The survey data were collected via a structured online questionnaire through the Google Forms platform in the period from 2/9/2021 to 2/19/2021 filled out by 262 consumers. Results show that the majority of consumers take risk in their daily routine, while there is a medium willingness to try and a low frequency of consuming novel foods. Econometric analysis found strong correlations in the following pairs of variables: a) willingness to try ordinary foods-risk taking, b) willingness to try novel foods-risk taking and c) willingness to try novel foods-willingness to try ordinary foods.

## ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ

Ο κάτωθι υπογεγραμμένος φοιτητής, *ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ*, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Πτυχιακή Εργασία με τίτλο «Καινοφανή τρόφιμα, προτιμήσεις για κίνδυνο και νεοφοβία: Μια εμπειρική διερεύνηση» καθώς και τα ηλεκτρονικά αρχεία και πηγαίοι κώδικες που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στα πλαίσια αυτής της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν, και η οποία έχει εκπονηθεί στο Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, υπό την επίβλεψη του μέλους του Τμήματος κ. *ΔΡΙΧΟΥΤΗ ΑΝΔΡΕΑ*, αποτελεί αποκλειστικά δικό μου, μη υποβοηθούμενο πόνημα, δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής. Τα σημεία όπου έχουν χρησιμοποιηθεί ιδέες, κείμενο, αρχεία ή / και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή και η σχετική αναφορά περιλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή. Η πτυχιακή εργασία αυτή υποβάλλεται σε μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για την απόκτηση Πτυχίου από το τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης, του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οιοδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού. Η πτυχιακή εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας του φοιτητή και του επιβλέποντος της εκπόνησής της. Τα φυσικά αυτά πρόσωπα έχουν και τα πνευματικά δικαιώματα στη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της πτυχιακής εργασίας σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια. Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

.....  
ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

6 Μαΐου 2021

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....</b>	<b>3</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>4</b>
<b>ΔΗΛΩΣΗ ΕΡΓΟΥ .....</b>	<b>5</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>9</b>
1.1 Έννοια της καινοτομίας τροφίμων.....	9
1.2 Οφέλη, τεχνικές επεξεργασίας και παρουσία αλλεργιογόνων σε καινοφανή τρόφιμα	9
1.3 Έννοια της νεοφοβίας τροφίμων.....	10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ .....</b>	<b>12</b>
2.1 Εισαγωγή .....	12
2.2 Στάση και συμπεριφορά καταναλωτών απέναντι σε καινοτόμα προϊόντα.....	12
2.3 Επίδραση της νεοφοβίας των τροφίμων στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας κάθε καταναλωτή.....	21
2.4 Προτιμήσεις για κίνδυνο και αντίληψη των ατόμων για τις επιλογές τους.....	23
2.5 Γενική τάση ανάληψης κινδύνου.....	25
2.6 Οικονομική τάση επιχειρηματικού κινδύνου.....	26
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΑ- ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ.....</b>	<b>28</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ .....</b>	<b>30</b>
4.1 Περιγραφική ανάλυση .....	30
4.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά.....	30
4.3 Γενικές ερωτήσεις.....	35
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ .....</b>	<b>45</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....</b>	<b>50</b>
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....</b>	<b>51</b>
<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....</b>	<b>55</b>

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 2.5.1 Κλίμακα γενικής τάσης ανάληψης κινδύνου .....	26
Πίνακας 2.6.1 Κλίμακα οικονομικής τάσης επιχειρηματικού κινδύνου .....	27
Πίνακας 5.1 Αποτελέσματα παλινδρόμησης με ανεξάρτητες μεταβλητές την προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων, την προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων, τη συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων & την συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών προϊόντων .....	45

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Γράφημα 4.2.1 Ηλικιακές ομάδες συμμετεχόντων.....	30
Γράφημα 4.2.2 Ποσοστά του δείγματος με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης.....	31
Γράφημα 4.2.3 Εργασιακή κατάσταση συμμετεχόντων της έρευνας.....	32
Γράφημα 4.2.4 Οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού του δείγματος .....	33
Γράφημα 4.2.5 Παρουσίαση αριθμού ατόμων νοικοκυριού .....	34
Γράφημα 4.3.1 Προθυμία ανάληψης ρίσκου των συμμετεχόντων στην έρευνα.....	35
Γράφημα 4.3.2 Προθυμία ανάληψης κινδύνων σε διαφορετικές καταστάσεις .....	36
Γράφημα 4.3.3 Νεοφοβία τροφίμων.....	37
Γράφημα 4.3.4 Το χαρακτηριστικό της εξωστρέφειας.....	38
Γράφημα 4.3.5 Το χαρακτηριστικό της συνεργατικότητας.....	39
Γράφημα 4.3.6 Το χαρακτηριστικό της ευσυνειδησίας.....	39
Γράφημα 4.3.7 Το χαρακτηριστικό του νευρωτισμού.....	40
Γράφημα 4.3.8 Το χαρακτηριστικό της δεκτικότητας στην εμπειρία .....	40
Γράφημα 4.3.9 Το χαρακτηριστικό της ειλικρίνειας.....	41
Γράφημα 4.3.10 Προθυμία καταναλωτών να δοκιμάσουν γνωστά τρόφιμα.....	42
Γράφημα 4.3.11 Προθυμία καταναλωτών να δοκιμάσουν ασυνήθιστα τρόφιμα.....	42

Γράφημα 4.3.12 Συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων τροφίμων .....	43
Γράφημα 4.3.13 Συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών τροφίμων.....	43
Γράφημα 4.3.14 Η ερώτηση των 100.000€ .....	44



# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

## 1.1 Έννοια της καινοτομίας τροφίμων

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), το «νέο φαγητό» ορίζεται ως ένα πρόσφατα αναπτυγμένο, καινοτόμο προϊόν· ένα τρόφιμο που παράγεται με τη χρήση νέων τεχνολογιών και διαδικασιών παραγωγής ή ένα τρόφιμο που καταναλώνεται παραδοσιακά εκτός ΕΕ και δεν έχει καταναλωθεί σε μεγάλο βαθμό εντός της ΕΕ. Ως εκ τούτου, η επίσημη έννοια περιλαμβάνει νέα τρόφιμα, τα οποία βασίζονται είτε σε καινοφανή συστατικά είτε σε καινοτόμο παραγωγή. Εάν ένα προϊόν ορίζεται επισήμως ως καινοτόμο ενώ μοιάζει με ένα γνωστό προϊόν, θα μπορούσε να θεωρηθεί οικείο, αλλά εάν ένα πολιτισμικά οικείο προϊόν δεν έχει δοκιμαστεί ακόμη, θα μπορούσε να θεωρηθεί νέο.

Έχοντας αυτό υπόψη, η αξιολόγηση της προδιάθεσης των μεμονωμένων καταναλωτών, αλλά και γενικότερα των διαφορετικών κοινωνιών για την αποδοχή νέων τροφίμων είναι ένα κρίσιμο πρώτο βήμα στην ανάπτυξη επιτυχημένων στρατηγικών για την καινοτομία των τροφίμων.

## 1.2 Οφέλη, τεχνικές επεξεργασίας και παρουσία αλλεργιογόνων σε καινοφανή τρόφιμα

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ), τα γενετικώς τροποποιημένα τρόφιμα ορίζονται ως τρόφιμα που προέρχονται από οργανισμούς των οποίων το γενετικό υλικό (DNA) έχει τροποποιηθεί με μη φυσικό τρόπο, για παράδειγμα μέσω της εισαγωγής ενός γονιδίου από διαφορετικό οργανισμό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα οφέλη που σχετίζονται με γενετικώς τροποποιημένα τρόφιμα, τα οποία ανήκουν στην κατηγορία καινοτόμων τροφίμων, περιλαμβάνουν βελτιωμένη απόδοση, βελτιωμένη αντοχή στις φυτικές ασθένειες, βελτιωμένη γεύση και άλλες παραμέτρους ποιότητας, καθώς και βελτιωμένη ανάπτυξη σε αντίξοες συνθήκες όπως ξηρασία και χαμηλές θερμοκρασίες (Rowland, 2002). Η γενετική τροποποίηση των καλλιεργειών μπορεί να οδηγήσει σε νέα τρόφιμα με βελτιωμένα ποιοτικά χαρακτηριστικά, βελτιωμένα χαρακτηριστικά διατροφής και υγείας, αντοχή στην αλλοίωση και ακόμη και μειωμένα επίπεδα αλλεργιογόνων, τα οποία έχουν άμεσο όφελος για τους καταναλωτές (Kuiper *et al.*, 2002, Taylor and Hefle, 2001).

Ωστόσο, η εφαρμογή των τεχνικών επεξεργασίας καινοφανών προϊόντων μπορεί να μειώσει ή να αυξήσει την αλλεργιογένεση (Davis, Smales, & James, 2001). Για παράδειγμα, ο αντίκτυπος της θερμικής επεξεργασίας στην παρουσία αλλεργιογόνων τροφίμων εξαρτάται από το ποια συγκεκριμένα αλλεργιογόνα υπάρχουν στα τρόφιμα. Το κύριο αλλεργιογόνο μήλου, Mal d 1, είναι μια πρωτεΐνη που εκφυλίζεται εύκολα μετά από θερμική επεξεργασία. Αντιθέτως, ορισμένα αλλεργιογόνα ψαριών δεν προκαλούν ανεπιθύμητη ενέργεια όταν το προϊόν είναι ωμό, αλλά παράγουν αλλεργική απόκριση μετά το μαγείρεμα (Davis *et al.*, 2001, Wigotzki, 2001). Απαιτείται περαιτέρω ανάλυση για να προσδιοριστεί συστηματικά ποια αλλεργιογόνα ενεργοποιούνται και ποια αποβάλλονται κατά τη διάρκεια διαφόρων μεθόδων επεξεργασίας καινοτόμων προϊόντων.

Τέλος, τα οφέλη των τεχνικών επεξεργασίας καινοτόμων προϊόντων περιλαμβάνουν την αύξηση της διάρκειας ζωής των προϊόντων χωρίς να επηρεάζουν αρνητικά τη δομή και τη γεύση.

### **1.3 Έννοια της νεοφοβίας τροφίμων**

Εδώ και μερικά χρόνια, ο τομέας των τροφίμων αντιμετωπίζει μια ολοένα και πιο ανταγωνιστική και παγκοσμιοποιημένη αγορά και πολύ πιο αυξημένη ζήτηση από τους καταναλωτές. Αυτή η κατάσταση ανάγκασε τους παραγωγούς και τους μεταποιητές τροφίμων, μεταξύ άλλων, να καινοτομήσουν και να αναπτύξουν νέα προϊόντα προκειμένου να βελτιώσουν τη θέση τους στον ανταγωνισμό. Ωστόσο, οι καινοτομίες στη βιομηχανία τροφίμων υπόκεινται σε υψηλό ποσοστό αποτυχίας στην αγορά, εν μέρει λόγω ενός φαινομένου γνωστού ως νεοφοβία.

Η νεοφοβία τροφίμων ορίζεται ως η απροθυμία ή η άρνηση κατανάλωσης ή η τάση αποφυγής νέων τροφίμων (Pliner & Hobden, 1992). Οι Tuorila, Lahteenmaki, Pohjalainen and Lotti (2001) σημειώνουν ότι η νεοφοβία τροφίμων είναι ατομικό χαρακτηριστικό που εκδηλώνεται με την απόρριψη νέων ή άγνωστων τροφίμων ανεξάρτητα από την κουλτούρα του ατόμου. Σύμφωνα με τους Rozin and Fallon (1980), τους Fallon, Rozin and Pliner (1984) και τους Rozin, Haidt and McCauley (1993) υπάρχουν τρεις κύριοι λόγοι για την απόρριψη τροφίμων από τον άνθρωπο: η αποστροφή, ο κίνδυνος και η απέχθεια.

Η νεοφοβία συνιστά τόσο χαρακτηριστικό όσο και κατάσταση. Η νεοφοβία ως χαρακτηριστικό προσωπικότητας αξιολογείται με κλίμακες μέτρησης (Pliner, 1994, Pliner and Hobden, 1992, Pliner and Loewen, 1997), ενώ η νεοφοβία ως κατάσταση, μετριέται με

τη διεξαγωγή δοκιμών βάσει πειραμάτων που περιλαμβάνουν είδη τροφίμων, όπως δοκιμές που δείχνουν την προθυμία δοκιμής αγνώστων τροφίμων (Martins *et al.*, 1997, McFarlane and Pliner, 1997, Pelchat and Pliner, 1995, Pliner and Melo, 1997, Pliner and Stallberg-White, 2000) ή δοκιμές προτίμησης τροφίμων (Hobden and Pliner, 1995, Pliner *et al.*, 1995, Pliner and Loewen, 2002).

Οι κοινωνικο-δημογραφικές μεταβλητές διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο. Ειδικότερα τονίζεται η ηλικία με μεγαλύτερη αποδοχή στους νέους (Loewen and Pliner, 2000, Tuorila *et al.*, 2001), το φύλο με μεγαλύτερη δεκτικότητα στους άντρες (Meiselman, Mastroianni, Buller, & Edwards, 1999, Nordin *et al.*, 2004) και ο τόπος κατοικίας όπου ο αγροτικός πληθυσμός εμφανίζει υψηλότερο βαθμό νεοφοβίας από τον αστικό (Flight *et al.*, 2003, Tuorila *et al.*, 2001).

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

### **2.1 Εισαγωγή**

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται μια ανασκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας, η οποία σχετίζεται αφενός με την επίδραση της τροφικής νεοφοβίας σε διάφορους προσδιοριστικούς παράγοντες και αφετέρου με την επίδραση της αντίληψης του κινδύνου από τα άτομα για τις επιλογές τους. Προκειμένου να καταστεί εφικτή η παρουσίαση των κάτωθι ερευνών, πραγματοποιήθηκε αναζήτηση των διαθέσιμων πηγών στις διαδικτυακές βάσεις δεδομένων Google Scholar, Scopus και Science Direct. Οι λέξεις κλειδιά που χρησιμοποιήθηκαν είναι οι εξής: food neophobia, food neophobia scale, risk preferences in food neophobia, acceptance of food neophobia scale. Τα αποτελέσματα κυμάνθηκαν από 9.090 έως 21.700. Η επιλογή των ερευνητικών άρθρων έγινε βάσει της συχνότητας αναφορών παρόμοιων μελετών σε αυτές και της χρονολογικής σειράς με την οποία εμφανίστηκαν.

### **2.2 Στάση και συμπεριφορά καταναλωτών απέναντι σε καινοτόμα προϊόντα**

Η πρώτη έρευνα που παρουσιάζεται είναι αυτή των Russell and Worsley (2008) στην οποία διερευνάται η σχέση μεταξύ των διατροφικών προτιμήσεων, της νεοφοβίας και των χαρακτηριστικών των ερωτώμενων. Οι συμμετέχοντες ήταν 371 παιδιά ηλικίας 2-5 ετών από την Αυστραλία. Τα παιδιά προέρχονταν από διάφορες προσχολικές μονάδες, όπως για παράδειγμα κέντρα παιδικής μέριμνας, νηπιαγωγεία, παιδότοπους, βρεφονηπιακούς σταθμούς και κολυμβητήρια. Το 44,2% των παιδιών προερχόταν από τη μητροπολιτική περιοχή της Μελβούρνης και το υπόλοιπο 55,8% από την Αδελαΐδα. Η επιλογή των παιδιών έγινε βάσει του οικογενειακού εισοδήματος και του επιπέδου εκπαίδευσης των γονέων τους. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν από τους γονείς των παιδιών. Κάθε ερωτηματολόγιο περιείχε μια λίστα από 176 τρόφιμα και ροφήματα. Η πλειοψηφία αυτών ήταν απλά/καθημερινά και όχι συνδυασμοί γευμάτων ώστε τα παιδιά να είναι σε θέση να ξεχωρίσουν τις γεύσεις. Για τις ανάγκες της έρευνας, σχεδιάστηκε μία πενταβάθμια κλίμακα Likert σχετική με τις διατροφικές προτιμήσεις των παιδιών. Έγινε δειγματοληψία από 16 παιδιά για 6 τρόφιμα με σκοπό να εξεταστεί αν συμφωνούσαν οι απαντήσεις των γονέων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο με τις πραγματικές αναφορές των παιδιών. Το ποσοστό σύγκλισης ήταν 59%. Μια ακόμη μεταβλητή που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα ήταν τα μακροθρεπτικά στοιχεία. Επιπλέον, κατασκευάστηκε ο Δείκτης Υγιούς Προτίμησης (Healthy Preference Index) που μετρούσε πόσο συμπίπτουν οι διατροφικές προτιμήσεις των παιδιών

με τις διατροφικές συστάσεις. Το 90% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες και το υπόλοιπο (10%) άντρες. Το 54% των ερωτηθέντων είχαν ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι όσον αφορά **τις διατροφικές προτιμήσεις**, η μέση επιθυμία των παιδιών για 113 από τα 176 τρόφιμα και ροφήματα (ποσοστό 64%) **συσχετίστηκε αρνητικά με την νεοφοβία**. Πιο συγκεκριμένα, οι μεγαλύτερες αρνητικές συσχετίσεις παρατηρήθηκαν κατά σειρά στα λαχανικά, τα κρέατα και τα φρούτα. Παρ' όλα αυτά, **δεν σημειώθηκαν αξιόλογες συσχετίσεις της νεοφοβίας με την ηλικία των παιδιών, το ιστορικό άσθματος, το φύλο των παιδιών και την προσθήκη μακροθρεπτικών στοιχείων**.

Η έρευνα των Choe and Cho (2011) εστιάζει στην εξοικείωση των καταναλωτών με μη παραδοσιακά τρόφιμα. Στην έρευνα συμμετείχαν 416 Κορεάτες πολίτες, ενώ η συλλογή δεδομένων έγινε σε διάστημα 3 εβδομάδων την άνοιξη του 2008. Οι συμμετέχοντες ήταν 20-40 ετών. Το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από 4 ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιείχε 10 καταστάσεις της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων (food neophobia scale) οι οποίες βαθμολογούνταν από 1 έως 7 σε επταβάθμια κλίμακα Likert (Pliner and Hobden, 1992). Η δεύτερη ενότητα περιελάμβανε ερωτήσεις με σκοπό την αξιολόγηση των εμπειριών των ερωτηθέντων σε μη παραδοσιακά φαγητά εστιατορίου. Τα μη παραδοσιακά φαγητά προέρχονταν από 7 διαφορετικές χώρες συν 1 ολόκληρη ήπειρο και ήταν οι εξής: Βιετνάμ, Ινδία, Ταϊλάνδη, Μεξικό, Τουρκία, Ελλάδα, Μογγολία και Αφρική. Στην τρίτη ενότητα εκτιμήθηκε η εξοικείωση και η προθυμία δοκιμής των ερωτηθέντων σε 12 μη παραδοσιακά φαγητά σε επταβάθμια κλίμακα, όπου το 1 σήμαινε «καθόλου» και το 7 σήμαινε «πολύ». Σε αυτά τα 12 φαγητά συμπεριλήφθηκαν τα 8 της προηγούμενης ενότητας και επιπλέον 4 από τις εξής χώρες: Ιαπωνία, Ιταλία, Κίνα και ΗΠΑ. Η τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου εκμαίευε γενικές πληροφορίες όπως το φύλο, η ηλικία, οι δαπάνες και το εισόδημα των νοικοκυριών ανά μήνα καθώς επίσης και τον αριθμό των χωρών που επισκέφτηκαν οι ερωτώμενοι. Οι ερωτηθέντες διακρίθηκαν σε νεοφιλικούς, ουδέτερους και νεοφοβικούς. Οι νεοφιλικοί συγκέντρωναν βαθμολογία από 10 έως 24,4, οι ουδέτεροι από 24,5 έως 42,5 και οι νεοφοβικοί από 42,6 έως 70. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι νεοφιλικοί ήταν 65 (15,6%), οι ουδέτεροι 297 (71,4%) και οι νεοφοβικοί 54 (13%). Η μέση τιμή νεοφοβίας ήταν 33,5. Διαπιστώθηκε **σημαντική επίδραση της νεοφοβίας στις δαπάνες των καταναλωτών** και πιο συγκεκριμένα, οι καταναλωτές με υψηλότερα έξοδα ήταν λιγότερο νεοφοβικοί. Επίσης, οι καταναλωτές που επισκέπτονταν αυξανόμενο αριθμό ξένων χωρών, συγκέντρωσαν χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα νεοφοβίας τροφίμων. **Δεν**

**παρατηρήθηκε σημαντική επίδραση της νεοφοβίας στο φύλο, την ηλικία και το εισόδημα των νοικοκυριών.** Αναφορικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών για μη παραδοσιακά φαγητά εστιατορίου, διαπιστώθηκε ότι το βιετναμικό φαγητό ήταν το προτιμώμενο (86,5%), ακολουθούμενο από το ινδικό (61,3%), το ταϊλανδικό (43%), το μεξικανικό (38,7%), το τουρκικό (30,3%), το ελληνικό (22,4%) και το αφρικανικό (5%). Με εξαίρεση όσους δοκίμασαν φαγητά από το Βιετνάμ και τη Μογγολία, οι νεοφιλικοί έδειχναν μεγαλύτερη προθυμία δοκιμής μη παραδοσιακών φαγητών σε σχέση με τους νεοφοβικούς. Για τους Κορεάτες, το δημοφιλέστερο φαγητό ήταν το κινεζικό, ακολουθούμενο από το αμερικανικό, το ιταλικό και το ιαπωνικό, ενώ το αφρικανικό, το μογγολικό και το ελληνικό ήταν τα πιο αδιάφορα. Τέλος σημειώθηκαν σημαντικές διαφορές προτίμησης και προθυμίας δοκιμής σχεδόν σε όλα τα τρόφιμα μεταξύ νεοφιλικών, ουδέτερων και νεοφοβικών με εξαίρεση τα εξής τρόφιμα: παγωτό, yakult<sup>1</sup> και baba ghanoush<sup>2</sup>.

Η έρευνα που παρουσίασαν οι Fernández-Ruiz *et al.* (2012) είχε ως στόχο την προβολή της ισπανικής έκδοσης της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων χρησιμοποιώντας διαφορετικές ψυχομετρικές ιδιότητες. Η έρευνα διεξήχθη στην Ισπανία και οι συμμετέχοντες ήταν 309 κάτοικοι της Μαδρίτης, της Βαρκελώνης και της Βαλένθιας. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν τη νεοφοβική κλίμακα τροφίμων βαθμολογώντας τις 10 καταστάσεις της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων σε επταβάθμια κλίμακα Likert. Πενήντα από τους συμμετέχοντες επανέλαβαν το τεστ μετά από 20 μέρες. Ουσιαστικά, συμπλήρωναν ένα ερωτηματολόγιο προσδοκώμενης αρεσκείας και προθυμίας δοκιμής δύο άγνωστων τροφίμων στην ισπανική αγορά που ήταν η aloe vera και ένα γλυκό με ρύζι και σουσάμι. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής έδειξαν ότι **η νεοφοβία τροφίμων αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα επίδρασης στην ηλικία.** Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα άτομα ηλικίας 25-36 ετών είχαν χαμηλότερη νεοφοβία από τα άτομα άνω των 49 ετών. Η μέση νεοφοβία ήταν 31,74. **Δεν παρατηρήθηκε σημαντική επίδραση της νεοφοβίας τροφίμων στο φύλο.** Όσοι είχαν χαμηλή βαθμολογία στη νεοφοβική κλίμακα παρουσίασαν έντονη προθυμία να δοκιμάσουν καινοτόμα προϊόντα (Olabi *et al.*, 2009). Τέλος, οι νεοφιλικοί εμφάνισαν υψηλότερο βαθμό προθυμίας να δοκιμάσουν aloe vera και γλυκό με ρύζι και σουσάμι.

---

<sup>1</sup>Ιαπωνικό γλυκαντικό προβιοτικό ρόφημα γάλακτος που έχει υποστεί ζύμωση με το στέλεχος βακτηρίων *Lactobacillus paracasei* Shirota.

<sup>2</sup>Ορεκτικό Λιβανέζικης προέλευσης που αποτελείται από πουρέ μαγειρεμένης μελιτζάνας, ελαιόλαδο, χυμό λεμονιού, διάφορα καρυκεύματα και μερικές φορές ταχίνι.

Στην έρευνα των Paupério *et al.* (2014), επιχειρείται η ερμηνεία και ο έλεγχος των ψυχομετρικών ιδιοτήτων της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων της Πορτογαλίας καθώς επίσης ο προσδιορισμός συστάδων (clusters) της νεοφοβίας στα τρόφιμα. Οι ερωτηθείσες ήταν 219 έγκυες γυναίκες σε 2 νοσοκομεία της πόλης Πόρτο, στην Πορτογαλία. Οι γυναίκες κατά τη διεξαγωγή της έρευνας βρίσκονταν στο τελευταίο 3μηνο της εγκυμοσύνης. Η έρευνα έλαβε χώρα την περίοδο Απριλίου-Ιουλίου του 2011. Εκτός από τη συμπλήρωση της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων, συμπλήρωναν και ένα ερωτηματολόγιο συχνότητας κατανάλωσης τροφίμων. Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο περιελάμβανε ένα καθολικό στοιχείο για φρούτα, ένα για λαχανικά και οκτώ κατηγορίες συχνότητας κατανάλωσης άλλων τροφίμων. Το εύρος των απαντήσεων κυμαινόταν από 1 φορά τη βδομάδα έως 4 ή περισσότερες φορές την ημέρα. Οι γυναίκες ταξινομήθηκαν ως προς τη μόρφωσή τους σε 3 επίπεδα εκπαίδευσης τα οποία ήταν: υποχρεωτική εκπαίδευση (1-9 χρόνια), δευτεροβάθμια εκπαίδευση (10-12 χρόνια) και πανεπιστημιακή εκπαίδευση (>12 χρόνια). Επίσης, ως προς την ηλικία ταξινομήθηκαν σε ηλικιακές ομάδες μέχρι 25 ετών, από 26 έως 34 ετών και 35 ετών και άνω. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι εξαιτίας του χαμηλού συντελεστή μίας εκ των 10 καταστάσεων της νεοφοβικής κλίμακας τροφίμων, πραγματοποιήθηκε μια δεύτερη παραγοντική ανάλυση. Βάσει αυτής προέκυψαν 2 παράγοντες κατάταξης των καταστάσεων της νεοφοβικής κλίμακας: στον Παράγοντα Α κατατάχθηκαν οι νεοφιλικές καταστάσεις, ενώ στον Παράγοντα Β οι αντίστοιχες νεοφοβικές. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι γυναίκες με υψηλότερη μόρφωση συγκέντρωσαν συντριπτικά υψηλότερη βαθμολογία στον Παράγοντα Α απ' ότι στον Β και ως εκ τούτου χαρακτηρίστηκαν νεοφιλικές. Επίσης οι γυναίκες που λαμβάνουν τουλάχιστον 5 μερίδες φρούτων ή λαχανικών τη μέρα, συγκέντρωσαν υψηλότερη βαθμολογία στον Παράγοντα Α και χαμηλότερη στον Παράγοντα Β. **Δεν παρατηρήθηκε σημαντική επίδραση της νεοφοβίας τροφίμων στην ηλικία των γυναικών.** Τέλος οι γυναίκες ταξινομήθηκαν σε 3 συστάδες (clusters) βάσει της μέσης τιμής σε κάθε παράγοντα. Η Συστάδα 1 χαρακτηρίστηκε από μέτριες βαθμολογίες σε όλες τις καταστάσεις με υψηλότερη βαθμολογία στον Παράγοντα Α. Η Συστάδα 2 είχε επίσης μέτριες βαθμολογίες σε όλες τις καταστάσεις με υψηλότερη βαθμολογία στον Παράγοντα Β. Η Συστάδα 3 είχε την υψηλότερη βαθμολογία στον Παράγοντα Α και τη χαμηλότερη στον Παράγοντα Β. Οι γυναίκες που πέτυχαν βαθμολογίες ανάλογες της Συστάδας 3 χαρακτηρίστηκαν ως ακραία νεοφιλικές.

Η έρευνα των Ristic *et al.* (2016), πραγματοποιήθηκε στην πόλη της Αδελαΐδας, στην Αυστραλία. Στόχος της έρευνας ήταν η κατασκευή και προβολή μιας κλίμακας νεοφοβίας

κρασιού (wine neophobia scale) με παρόμοιες ιδιότητες με την κλίμακα τροφικής νεοφοβίας. Η κλίμακα νεοφοβίας κρασιού αποτελείται από 8 καταστάσεις, ενώ η κλίμακα τροφικής νεοφοβίας από 10. Στην αρχική έρευνα συμμετείχαν 207 φοιτητές και προσωπικό από 2 πανεπιστημιακά ιδρύματα της Αδελαΐδας στη Νότια Αυστραλία. Οι συμμετέχοντες ήταν ηλικίας 19-60 ετών και είχαν καταναλώσει κρασί τις τελευταίες 2 εβδομάδες. Έπρεπε να συμπληρώσουν και το ερωτηματολόγιο που αφορούσε την κλίμακα τροφικής νεοφοβίας, αλλά και το αντίστοιχο της κλίμακας νεοφοβίας κρασιού. Να σημειωθεί ότι οι καταστάσεις προβάλλονταν με τυχαία σειρά. 471 καταναλωτές κρασιού οι οποίοι πληρούσαν τα ανωτέρω κριτήρια και δεν είχαν συμπεριληφθεί στην αρχική έρευνα, συμπεριλήφθησαν σε μια επανεξέταση της πρώτης μέσω διαφημίσεων σε τοπικές εφημερίδες. Συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο που αφορούσε μόνο τη κλίμακα νεοφοβίας κρασιού. Μετά από σχεδόν 1 χρόνο, οι 159 από αυτούς συμπλήρωσαν ξανά τη κλίμακα νεοφοβίας κρασιού και επιπλέον ερωτήθηκαν για διάφορα θέματα συμπεριφοράς. Όσον αφορά την εφαρμογή της κλίμακας νεοφοβίας κρασιού, 1.000 Αυστραλοί καταναλωτές που πληρούσαν τα κριτήρια της αρχικής έρευνας και δεν είχαν συμπεριληφθεί σε καμία από τις 2 έρευνες προσεγγίστηκαν από μια εταιρεία μάρκετινγκ και κλήθηκαν να συμπληρώσουν τα δημογραφικά τους στοιχεία και τη κλίμακα νεοφοβίας κρασιού μέσω διαδικτυακού ερωτηματολογίου. Τα αποτελέσματα της αρχικής έρευνας έδειξαν ότι οι μέσες βαθμολογίες νεοφοβίας τροφίμων και κρασιού ήταν 24 και 20,3 αντιστοίχως. Η μέση βαθμολογία νεοφοβίας κρασιού των 471 συμμετεχόντων της δεύτερης έρευνας ήταν 24,1, ενώ η μέση βαθμολογία νεοφοβίας κρασιού που σημείωσαν οι 1.000 συμμετέχοντες της τρίτης έρευνας ήταν 32,6. Όσοι καταναλωτές σημείωσαν βαθμολογία κάτω από 27 χαρακτηρίστηκαν νεοφιλικοί, ενώ όσοι σημείωσαν βαθμολογία πάνω από 39 χαρακτηρίστηκαν νεοφοβικοί. Η εκπροσώπηση των 2 φύλων ήταν περίπου ίση, αλλά δεν προσδιορίστηκαν σημαντικές φυλετικές διαφορές στις νεοφοβικές και στις νεοφιλικές τάσεις για το κρασί. **Η νεοφοβία για το κρασί αυξανόταν ανάλογα με την ηλικία.** Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι συμμετέχοντες άνω των 55 είχαν υψηλότερη βαθμολογία νεοφοβίας κρασιού (34,0) απ' ό,τι οι νεότεροι (32,2) (Fernández-Ruiz *et al.*, 2013; Meiselman *et al.*, 2010). Επίσης, **αξιοσημείωτο ρόλο έπαιξε και το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων.** Όσοι ήταν πτυχιούχοι πανεπιστημίου, είτε κάτοχοι απλού τίτλου σπουδών είτε μεταπτυχιακού διπλώματος, ήταν νεοφιλικοί σε ποσοστό 52,7% και νεοφοβικοί σε ποσοστό 34,2%.



Όσοι δεν ολοκλήρωσαν την τριτοβάθμια εκπαίδευση ήταν ως επί το πλείστον νεοφοβικοί και μάλιστα είχαν υψηλότερη μέση βαθμολογία νεοφοβίας στο κρασί (33,5) έναντι αυτών που ήταν κάτοχοι απλού τίτλου σπουδών (30,8) και μεταπτυχιακού διπλώματος (32,1).

Τέλος, η νεοφοβία συνδέεται και με το εισόδημα των καταναλωτών. Αναφορικά με τα άτομα υψηλού εισοδήματος που υπερβαίνουν τα 100.000 δολάρια Αυστραλίας, η αναλογία των νεοφιλικών ως προς το κρασί (33,5%) ήταν σημαντικά υψηλότερη από την αντίστοιχη των νεοφοβικών (18,5%).

Η έρευνα των Sogari *et al.* (2018) πραγματοποιήθηκε στην πόλη Πάρμα, στην Ιταλία. Στόχος της έρευνας αποτέλεσε η διερεύνηση της σχέσης μεταξύ της προθυμίας δοκιμής και της συμπεριφοράς των καταναλωτών κατά την κατανάλωση εντόμων. Η έρευνα διεξήχθη την άνοιξη του 2016 στην οποία έλαβαν μέρος 88 Ιταλοί ηλικίας 18-40 ετών. Στο πρώτο μέρος του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες δήλωναν τα κοινωνικά και δημογραφικά τους στοιχεία (φύλο, ηλικία, καταγωγή) και ρωτήθηκαν προαιρετικά αν έχουν δοκιμάσει έντομα. Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες δήλωναν κατά πόσο συμφωνούσαν ή διαφωνούσαν με τις 10 καταστάσεις της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας βαθμολογώντας με -3 (δεν συμφωνώ καθόλου) έως +3 (συμφωνώ απόλυτα). Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες βαθμολόγησαν δύο ιδιότητες της κατανάλωσης εντόμων (εμφάνιση και γεύση) με εύρος από -3 (εξαιρετικά αρνητική) έως +3 (εξαιρετικά θετική). Μετά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, προσφέρονταν για δοκιμή το προϊόν εντόμων (μη επεξεργασμένο γλυκό ζελέ) και το προϊόν με βάση έντομα (επεξεργασμένο γλυκό ζελέ). Τα αποτελέσματα της έρευνας έδειξαν ότι **οι άντρες είναι πιο δεκτικοί να δοκιμάσουν έντομα από τις γυναίκες**. Το 42% των συμμετεχόντων υποστήριξε ότι είχε ήδη δοκιμάσει έντομα τουλάχιστον μία φορά. Το 75% των συμμετεχόντων έφαγε και από τα δύο γλυκά, το 19% έφαγε μόνο το επεξεργασμένο γλυκό ζελέ και το υπόλοιπο 6% δεν έφαγε κανένα γλυκό. Τέλος, τα άτομα που συγκέντρωσαν χαμηλότερη βαθμολογία στην κλίμακα νεοφοβίας ήταν πιο πρόθυμα να δοκιμάσουν έντομα όπως και τα άτομα που είχαν μεγαλύτερη έκθεση στο παρελθόν σε αυτά.

Στην έρευνα των Babicz-Zielińska *et al.* (2017), στόχος ήταν η εκτίμηση της στάσης των ατόμων απέναντι στην καινοτομικότητα και ο εντοπισμός πηγών γνώσεων σχετικά με την υγιεινή διατροφή. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Σεπτέμβριο του 2016 στις επαρχίες Pomorskie και Zachodniopomorskie της Πολωνίας. Στην έρευνα συμμετείχαν 596 άτομα με διαφορετικά κοινωνικο-δημογραφικά στοιχεία. Σχεδιάστηκε η κλίμακα τροφικής νεοφοβίας και για κάθε πρόταση οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να εκφράσουν τη γνώμη τους σε

πενταβάθμια κλίμακα Likert. Οι σημάνσεις ήταν 1= «συμφωνώ απολύτως» έως 5= «διαφωνώ απολύτως», ενώ το 3 ήταν το ουδέτερο σημείο. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι σε γενικές γραμμές η στάση των συμμετεχόντων απέναντι στην καινοτομικότητα ήταν αρνητική. Συγκεκριμένα, το 31% είχαν αρνητική στάση, το 57% ουδέτερη στάση και το 12% θετική στάση. Αναφορικά με την νεοφοβία στα τρόφιμα, τα αποτελέσματα ήταν τα εξής: το 82% δήλωσε την επιθυμία να φάει μόνο γνωστά τρόφιμα, αλλά ταυτόχρονα το 57% δήλωσε ότι θα προσπαθούσε να δοκιμάσει νέα τρόφιμα. Μόνο το 18% δήλωσε ότι παρήγγειλε ένα νέο άγνωστο φαγητό, ενώ πάνω από τους μισούς δήλωσαν ότι τους άρεσαν ασυνήθιστα γεύματα και ανάλογος ήταν ο αριθμός που έδειξε φόβο να τα δοκιμάσει. Σύμφωνα με τους Dąbrowska *et al.* (2011) μόνο το 28% των ατόμων ηλικίας άνω των 60 ετών δήλωσε ότι γνώριζε τα καινοτόμα τρόφιμα. **Η νεοφοβία τροφίμων δεν ήταν σημαντικός παράγοντας που επηρέασε το φύλο, ενώ αντιθέτως επηρεάστηκε από την ηλικία σε μεγάλο βαθμό.** Τα άτομα ηλικίας 51-60 ετών κράτησαν ουδέτερη στάση απέναντι στην καινοτομικότητα, τα άτομα ηλικίας 61-70 ετών είχαν θετική στάση και τα άτομα άνω των 70 ετών είχαν αρνητική στάση. Το 40% των ατόμων που ήταν σε πολύ δυσχερή οικονομική κατάσταση δήλωσαν θετική στάση απέναντι σε ασυνήθιστα τρόφιμα. Τέλος, όσον αφορά το επίπεδο μόρφωσης, το 65% των ατόμων που είχαν λάβει βασική εκπαίδευση δήλωσε αρνητική στάση απέναντι στα νέα τρόφιμα (Jeżewska-Zychowicz *et al.*, 2009).

Οι Idowu-Adebayo *et al.* (2020) παρουσίασαν μια έρευνα που εξέτασε τη συμπεριφορά των Νιγηριανών καταναλωτών απέναντι σε ένα ρόφημα εμπλουτισμένο με κουρκουμά. Η έρευνα διεξήχθη στη νοτιοδυτική γεωπολιτική ζώνη της Νιγηρίας, στη μητροπολιτική περιοχή Akure. Συμμετείχαν 483 άτομα ηλικίας 16-75 ετών και τα δεδομένα συλλέχθηκαν εντός 3 εβδομάδων το φθινόπωρο/χειμώνα του 2018. Κάθε ερωτηματολόγιο περιελάμβανε τέσσερα στάδια. Στο πρώτο στάδιο, οι καταναλωτές δήλωναν αν επιθυμούσαν να δοκιμάσουν ροφήματα εμπλουτισμένα με κουρκουμά ή κάποια εγχώρια ροφήματα όπως zobo και γάλα σόγιας. Οι απαντήσεις καταγράφηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert. Στη συνέχεια, δοκίμασαν 8 ροφήματα και βαθμολογούσαν σε εννιαβάθμια κλίμακα όπου 1= «δεν μου αρέσει καθόλου» και 9= «μου αρέσει πολύ». Στο δεύτερο στάδιο, οι ερωτώμενοι έκριναν όλα τα ροφήματα σε πενταβάθμια κλίμακα όπως περιέγραψαν οι Frank *et al.* (1994). Το τρίτο στάδιο αφορούσε ατομικά δεδομένα των καταναλωτών όπως το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, ο αριθμός των περιοχών που επισκέφτηκαν και το εισόδημα νοικοκυριού. Το τελευταίο στάδιο περιείχε μια λίστα 20 καταστάσεων σχετική με τη στάση των καταναλωτών απέναντι στην κατανάλωση τροφίμων και γι' αυτό το λόγο επιλέχθηκαν εξήντα άτομα με

τυχαία δειγματοληψία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η αξιοπιστία του γκρουπ (60 άτομα) ήταν υψηλή και ανήλθε σε 98%. Από τους ερωτώμενους, το 83,2% (402 άτομα) καταναλώνει γάλα σόγιας και το 90,5% καταναλώνει zobo (437 άτομα) (Nepote *et al.*, 2009). **Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η νεοφοβία κυριαρχεί στους πολύ μορφωμένους ανθρώπους.** Συγκεκριμένα, το 21% δήλωσε ότι δεν του άρεσε το ρόφημα και το 5% δήλωσε απροθυμία. Οι υψηλότερες βαθμολογίες νεοφοβίας και συγκεκριμένα το αίσθημα της απέχθειας σημειώθηκε στους άνδρες (23,7%), στην ηλικιακή ομάδα των 26-35 ετών (23%) και στα άτομα μεσαίου εισοδήματος.

Οι Dor and Niculescu (2020) παρουσίασαν μια έρευνα με στόχο να προσδιοριστεί η νεοφοβία σε παιδιά προσχολικής ηλικίας και να συσχετιστεί με τα ατομικά φυσιολογικά χαρακτηριστικά των παιδιών και των οικογενειών τους και με τη διατροφή των παιδιών. Η έρευνα διεξήχθη στην πόλη της Κραϊόβα, στη Ρουμανία. Οι συμμετέχοντες ήταν 168 παιδιά ηλικίας 2-5 ετών τα οποία νοσηλεύτηκαν στην 1η Παιδιατρική Κλινική του Περιφερειακού Νοσοκομείου Έκτακτης Ανάγκης της Κραϊόβα με οξείες ασθένειες που, όμως, δεν είχαν αλλεργικά συμπτώματα. Οι γονείς των παιδιών συμπλήρωναν ένα ερωτηματολόγιο με τα ιατρικά δεδομένα των παιδιών, τις ποσοτικές και ποιοτικές διατροφικές τους συνήθειες, τη σύνδεση μεταξύ της νεοφοβίας και του φύλου, την ποιότητα των καταναλισκόμενων τροφίμων, τη διατροφή, το βάρος, τη διάρκεια του θηλασμού, τη διαφοροποίηση των τροφίμων, το επίπεδο εκπαίδευσης των μητέρων τους, την οικογενειακή κατάσταση και την παρουσία νεοφοβίας σε έναν από τους δύο γονείς. Η νεοφοβική κλίμακα τροφίμων περιείχε 6 ερωτήσεις σχετικές με τη συμπεριφορά των παιδιών απέναντι σε καινοτόμα τρόφιμα. Οι βαθμολογίες κυμαίνονταν από 1 («διαφωνώ») μέχρι 4 («συμφωνώ»). Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης των μητέρων των παιδιών, το 4,2% δεν είχε κάποιου είδους μόρφωση, το 11,3% ήταν απόφοιτες πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, το 19% απόφοιτες γυμνασίου, το 50,6% απόφοιτες λυκείου, το 4,8% απόφοιτες πανεπιστημίου και το υπόλοιπο 10,1% απόφοιτες κολλεγίου. Τα αποτελέσματα που παρουσιάστηκαν έδειξαν ότι όσον αφορά τη διατροφή των παιδιών σε καθημερινή βάση, το 79,8% κατανάλωνε κρέας, το 83,3% λαχανικά, το 86,9% γαλακτοκομικά προϊόντα και το 32,7% φρούτα. Η μεγαλύτερη βαθμολογία στην κλίμακα νεοφοβίας παρατηρήθηκε στα παιδιά των οποίων οι μητέρες δεν είχαν λάβει κάποια μόρφωση (20), ενώ η μέγιστη βαθμολογία ήταν 23. Υψηλή βαθμολογία κατεγράφη και στην περίπτωση των παιδιών που είχαν νεοφοβικούς γονείς (19,2 για τις μητέρες και 18,6 για τους πατέρες) έναντι των παιδιών που δεν είχαν νεοφοβικούς γονείς (13,6). **Δεν καταγράφηκε σημαντική σχέση μεταξύ της βαθμολογίας της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας και του**

**βάρους των παιδιών κατά τη γέννηση και το θηλασμό τους.** Τέλος σχετικά με τη διατροφή των παιδιών παρατηρήθηκε ότι τα παιδιά με υψηλή βαθμολογία στη κλίμακα νεοφοβίας κατανάλωναν λιγότερα φρούτα και περισσότερα προϊόντα ταχυφαγείου (fast-food). Κατά μέσο όρο, τα κορίτσια κατανάλωναν λιγότερα γαλακτοκομικά προϊόντα, ενώ τα αγόρια λιγότερα γλυκά.

Η τελευταία έρευνα που παρουσιάζεται είναι αυτή των Mamei *et al.* (2019). Σε αυτή την έρευνα, έγινε προσπάθεια να ερμηνευθεί η συμπεριφορά των ανθρώπων με διαβήτη τύπου 1 απέναντι στη νεοφοβία τροφίμων. Σε αυτή την έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τις 7 Ιανουαρίου 2018 έως τις 30 Ιουνίου 2019 συμμετείχαν 31 ασθενείς με διαβήτη τύπου 1. Η έρευνα έλαβε χώρα στην Ιταλία και συγκεκριμένα στο Μιλάνο. Τα κριτήρια συμπερίληψης των συμμετεχόντων στην έρευνα περιελάμβαναν: διάγνωση διαβήτη τύπου 1, εντατική θεραπεία με ινσουλίνη, ηλικία συμμετεχόντων 6-15 ετών και διαβήτη διαρκείας τουλάχιστον 12 μηνών. Τα κριτήρια αποκλεισμού από την έρευνα ήταν τα ακόλουθα: διαβήτης τύπου 2, διαβήτης ωριμότητας, διαβητικό σύνδρομο και κάπνισμα. Για την εφαρμογή της έρευνας, χρησιμοποιήθηκαν άλλα 31 υγιή άτομα ηλικίας 6-15 ετών και έφηβοι οι οποίοι αποτέλεσαν την ομάδα ελέγχου. Και οι 2 ομάδες (διαβητικοί και υγιείς) αξιολογήθηκαν ως προς τη γευστική ικανότητα, τη νεοφοβία τροφίμων, την προτίμηση τροφίμων και την απόκριση στην προπυλοθειουρακίλη (PROP). Η προπυλοθειουρακίλη είναι δραστική ουσία που χρησιμοποιείται για τη θεραπεία του υπερθυρεοειδισμού. Η απόκριση σε προπυλοθειουρακίλη αξιολογήθηκε σύμφωνα με τη διαδικασία που περιγράφεται από τους Bartoshuk *et al.* (2016). Συλλέχθηκαν τα εξής στοιχεία για κάθε ασθενή: ηλικία, φύλο, εθνικότητα, ύψος, βάρος, Δείκτης Μάζας Σώματος, ηλικία διάγνωσης με διαβήτη τύπου 1, διάρκεια της νόσου και τύπος θεραπείας με ινσουλίνη είτε ημερήσιες ενέσεις ή συνεχής υποδόρια έγχυση. Για τη γευστική ικανότητα εκτιμήθηκαν 4 γεύσεις: πικρό, αλμυρό, γλυκό και ξινό. Για την ικανότητα αναγνώρισης καθεμιάς γεύσης, υπολογίστηκε η Συνολική Βαθμολογία Γεύσης η οποία ορίστηκε ως το άθροισμα των απαντήσεων των συμμετεχόντων για κάθε γεύση. Χρησιμοποιήθηκε η ιταλική έκδοση της κλίμακας παιδικής τροφικής νεοφοβίας (Laureati *et al.*, 2015) για την αξιολόγηση της νεοφοβίας τροφίμων σε παιδιά και εφήβους. Η κλίμακα σχεδιάστηκε βάσει 8 καταστάσεων (4 νεοφιλικών και 4 νεοφοβικών). Οι απαντήσεις βασίστηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα. Το 1 αντιστοιχούσε σε «εντελώς ψευδές» και το 5 σε «εντελώς αληθές». Αντίστοιχα, για τις προτιμήσεις στα τρόφιμα χρησιμοποιήθηκε ερωτηματολόγιο 44 στοιχείων βάσει προηγούμενου ερωτηματολογίου (Smith *et al.*, 2016). Τα παιδιά και οι έφηβοι δήλωναν τι τους αρέσει σε επταβάθμια κλίμακα

όπου το 1 αντιστοιχούσε σε «υπερβολικά κακό» και το 7 σε «υπερβολικά καλό». Κάθε μεμονωμένο στοιχείο ανήκε σε μία από τις ακόλουθες γενικές κατηγορίες: λαχανικά (καρότο, μπρόκολο και ντομάτα), φρούτα (μπανάνα, ροδάκινο και μήλο), αμυλούχα (ζυμαρικά, ψωμί και ρύζι), λίπη και έλαια (βούτυρο και ελαιόλαδο), κρέατα και θαλασσινά (λευκό κρέας, κόκκινο κρέας και ψάρια), γαλακτοκομικά (γάλα και τυρί) και γλυκά και αλμυρά σνακ (σοκολάτα, πατατάκια και παγωτό). Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας έδειξαν ότι για τη γευστική ικανότητα, ο μέσος όρος της Συνολικής Βαθμολογίας Γεύσης ήταν 11,5 για τους διαβητικούς και 13,4 για τους υγιείς. Οι σημαντικότερες διαφορές παρατηρήθηκαν στη διάκριση της πικρής (2,9 έναντι 3,5) και της ξινή γεύσης (2,1 έναντι 2,9). Αυτό σήμαινε ότι οι διαβητικοί συνάντησαν μεγαλύτερη δυσκολία στο να ξεχωρίσουν την πικρή και τη ξινή γεύση συγκριτικά με την αλμυρή και τη γλυκιά γεύση. Επιπλέον, παρατηρήθηκαν διαφορές μεταξύ των 2 ομάδων στους μέσους όρους των βαθμολογιών όσον αφορά τις προτιμήσεις σε ορισμένα τρόφιμα. Οι πιο αξιοσημείωτες διαφορές σημειώθηκαν στα λαχανικά (4,8 έναντι 4,1) και στα φρούτα (5,9 έναντι 5,3). Στις εναπομείνουσες κατηγορίες τροφίμων παρατηρήθηκαν υποτυπώδεις διαφορές. Τέλος όσον αφορά την πικρή χημική ένωση προπυλοθειουρακίλη, οι διαβητικοί παρουσίασαν μειωμένη απόκριση σε αυτήν.

Οι παράγοντες που συσχετίζονται με τη νεοφοβία είναι οι εξής: διατροφικές προτιμήσεις, έξοδα/δαπάνες, επίπεδο μόρφωσης, εισόδημα, παρουσία νεοφοβίας στο οικογενειακό περιβάλλον και ευπαθείς ομάδες. Αντιθέτως, το φύλο και τα ατομικά φυσιολογικά χαρακτηριστικά δεν φαίνεται να συσχετίζονται με τη νεοφοβία. Αναφορικά με την ηλικία, ορισμένα ερευνητικά άρθρα αναφέρουν συσχέτιση με τη νεοφοβία, ενώ άλλα όχι.

### **2.3 Επίδραση της νεοφοβίας των τροφίμων στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας κάθε καταναλωτή**

Η έρευνα που πραγματοποίησαν οι Knaapila *et al.* (2011) είχε ως στόχο τη μελέτη γενετικών και περιβαλλοντικών επιπτώσεων στη νεοφοβία τροφίμων και τη διερεύνηση των σχέσεων της νεοφοβίας τροφίμων με τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας και τον δείκτη μάζας σώματος. Οι συμμετέχοντες ήταν 1.175 ενήλικοι Φινλανδοί ηλικίας 20-25 ετών, η πλειοψηφία των οποίων (1.030) ήταν δίδυμοι. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε την χρονική περίοδο 2006-2009 στο Ελσίνκι. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν από την πλειοψηφία των συμμετεχόντων (67%) κατά την περίοδο επίσκεψής τους σε ερευνητική κλινική για διδύμους. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν και επέστρεψαν δύο ερωτηματολόγια: το πρώτο ζητούσε από τους συμμετέχοντες να αναφέρουν το βάρος και το ύψος τους, καθώς και άλλα ατομικά

στοιχεία, ενώ το δεύτερο ζητούσε τη βαθμολόγηση τροφίμων και αναψυκτικών βάσει των χαρακτηριστικών προσωπικότητας και την εκτίμηση της αξιοπιστίας των κλιμάκων που αφορούσαν τη νεοφοβία τροφίμων και τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας. Η νεοφοβία τροφίμων μετρήθηκε χρησιμοποιώντας την κλίμακα τροφικής νεοφοβίας των Pliner and Hobden (1992) η οποία περιείχε 10 καταστάσεις η καθεμιά από τις οποίες προσέφερε 7 εναλλακτικές απαντήσεις βαθμολόγησης από 1= «διαφωνώ απολύτως» έως 7= «συμφωνώ απολύτως». Τα χαρακτηριστικά προσωπικότητας μετρήθηκαν χρησιμοποιώντας 67 στοιχεία της φινλανδικής έκδοσης (Pulver *et al.*, 1995; Raunonen *et al.*, 2003) των πέντε παραγόντων (NEO Five- Factor Inventory) των Costa and McRae (1985, 1992). Η καταγραφή των πέντε παραγόντων μετρούσε πέντε μεγάλες διαστάσεις της προσωπικότητας που ήταν οι εξής: νευρωτισμός, εξωστρέφεια, δεκτικότητα στην εμπειρία, ευσυνειδησία και συνεργατικότητα (John and Srivastava, 1999). Επίσης, βαθμολογήθηκαν η ευχαρίστηση από την κατανάλωση 49 διατροφικών ειδών (41 φαγητά και 8 αναψυκτικά) και η συχνότητα κατανάλωσης 46 ειδών (38 φαγητά και 8 αναψυκτικά) χρησιμοποιώντας 7 και 6 κατηγορίες αντίστοιχα. Η βαθμολογία της κλίμακας ευχαρίστησης κυμαινόταν από «πολύ δυσάρεστο» (1) έως «πολύ ευχάριστο» (7), ενώ η αντίστοιχη για τη συχνότητα χρήσης από «ποτέ» (1) έως «πολλές φορές την ημέρα» (6). Η μέση βαθμολογία της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας όλων των συμμετεχόντων ήταν 31,2. Μεταξύ των πέντε χαρακτηριστικών προσωπικότητας, η δεκτικότητα στην εμπειρία συνδέεται περισσότερο αρνητικά με την τροφική νεοφοβία και στα δύο φύλα, ενώ η εξωστρέφεια συνδέεται εξίσου αρνητικά με την τροφική νεοφοβία μόνο στους άντρες. Όλες οι συσχετίσεις μεταξύ της τροφικής νεοφοβίας και της ευχαρίστησης κατανάλωσης των διατροφικών ειδών ήταν αρνητικές. Μεταξύ των υπό μελέτη ομάδων τροφίμων, η νεοφοβία τροφίμων συσχετίστηκε πιο αρνητικά με την ευχαρίστηση από την κατανάλωση φρούτων, λαχανικών και ψαριών, ενώ οι συντελεστές συσχέτισης για τις άλλες ομάδες τροφίμων ήταν αμελητέοι. Οι περισσότεροι συσχετισμοί μεταξύ της νεοφοβίας τροφίμων και της συχνότητας χρήσης των διατροφικών ειδών ήταν αρνητικοί. Επίσης, η συχνότητα χρήσης όλων των ειδών φρούτων, λαχανικών και ψαριών σχετίζεται μετρίως αρνητικά με τη νεοφοβία τροφίμων και στα 2 φύλα.

Η έρευνα των Nezelek and Forestell (2019) είχε ως στόχο τη συσχέτιση μεταξύ της νεοφοβίας τροφίμων και της προσωπικότητας. Σε αυτή την έρευνα συμμετείχαν εθελοντικά 716 προπτυχιακοί φοιτητές της πόλης Πόζναν, στην Πολωνία. Μια παραγοντική ανάλυση εκτίμησε ότι η νεοφοβία τροφίμων συνίστατο σε δύο παράγοντες, οι οποίοι χαρακτηρίστηκαν ως παράγοντες προσέγγισης και αποφυγής. Οι συμμετέχοντες απάντησαν τα ερωτηματολόγια

ως μέρος σειράς ερωτηματολογίων που χορηγήθηκαν σε όλους τους φοιτητές στην αρχή του εξαμήνου. Από τους 716 συμμετέχοντες, 438 (61%) ήταν γυναίκες και η μέση ηλικία των συμμετεχόντων ήταν τα 19 έτη. Οι συμμετέχοντες συμπλήρωσαν τον κατάλογο πέντε παραγόντων (big five inventory) που αποτελείται από 44 ερωτήσεις (John and Srivastava, 1999) και την κλίμακα τροφικής νεοφοβίας (Pliner and Hobden, 1992). Οι απαντήσεις για το μοντέλο πέντε παραγόντων βαθμολογήθηκαν σε πενταβάθμια κλίμακα και κυμάνθηκαν από «απόλυτη διαφωνία» έως «απόλυτη συμφωνία», ενώ οι αντίστοιχες για τη νεοφοβία τροφίμων βαθμολογήθηκαν σε επταβάθμια κλίμακα και κυμάνθηκαν από «απόλυτη συμφωνία» έως «απόλυτη διαφωνία». Οι μισές καταστάσεις της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας κατατάχθηκαν στους παράγοντες προσέγγισης, ενώ οι υπόλοιπες στους παράγοντες αποφυγής. Η μέση βαθμολογία της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας όλων των συμμετεχόντων ήταν 32,21. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι παράγοντες προσέγγισης συσχετίστηκαν θετικά με την εξωστρέφεια, την συνεργατικότητα, την ευσυνειδησία και την δεκτικότητα στην εμπειρία. Αντιθέτως, οι παράγοντες αποφυγής συσχετίστηκαν αρνητικά με την εξωστρέφεια, την συνεργατικότητα και την δεκτικότητα στην εμπειρία ενώ συσχετίστηκαν θετικά με τον νευρωτισμό.

## **2.4 Προτιμήσεις για κίνδυνο και αντίληψη των ατόμων για τις επιλογές τους**

Ο Petrolia (2016) παρουσίασε μια έρευνα στην οποία διερευνάται εάν οι επιλογές των ατόμων υπό κίνδυνο συσχετίζονται με τις αντιλήψεις τους για τον κίνδυνο. Σχεδίασε ένα πείραμα επιλογής για να εκμαιεύσει τις προτιμήσεις των καταναλωτών για διάφορες ποικιλίες στρειδιών και των χαρακτηριστικών τους σε σχέση με τις τιμές. Το γενικότερο κίνητρο για το πείραμα ήταν να κατανοήσει καλύτερα την αγορά για τις αναγνωρισμένες ποικιλίες στρειδιών του Κόλπου του Μεξικού, τόσο κατά μήκος της ακτής του Κόλπου όσο και σε άλλες αγορές των ΗΠΑ. Υπήρξαν τέσσερις σχεδιασμοί: α) εξειδικευμένη υψηλή πληροφόρηση, β) εξειδικευμένη χαμηλή πληροφόρηση, γ) γενική υψηλή πληροφόρηση και δ) γενική χαμηλή πληροφόρηση. Ο σχεδιασμός της υψηλής πληροφόρησης περιελάμβανε πέντε χαρακτηριστικά που εξετάστηκαν και ήταν τα εξής: επωνυμία στρειδιών-τοποθεσία συγκομιδής, τιμή, μέγεθος, αλμυρότητα και μέθοδος παραγωγής (άγρια ή εκτρεφόμενη). Ο σχεδιασμός της χαμηλής πληροφόρησης περιελάμβανε μόνο 2 χαρακτηριστικά: επωνυμία και τιμή στρειδιών. Οι απαντήσεις εκμαιεύτηκαν χρησιμοποιώντας την μέθοδο της καλύτερης-χειρότερης επιλογής (best-worst elicitation). Αυτή η μορφή επιλογής ζητούσε από τους

συμμετέχοντες να διαλέξουν την καλύτερη επιλογή και ακολούθως τη χειρότερη. Από τις εναπομείνουσες εναλλακτικές, υποδείκνυαν την καλύτερη και ακολούθως την χειρότερη. Ακολουθήθηκε η ανωτέρω διαδικασία μέχρις ότου να επιτευχθεί ολοκληρωμένη βαθμολόγηση. Η αντίληψη του κινδύνου σχετικά με την ασφάλεια των τροφίμων εκμαιεύθηκε με τη χρήση της ερώτησης «Παρακαλώ αξιολογήστε τι θεωρείτε ως συνολικό επίπεδο ασφάλειας των θαλασσινών γενικά από τα ακόλουθα μέρη, όπου το 1 σημαίνει αδύναμο και το 10 σημαίνει εξαιρετικό». Τα μέτρα προτίμησης κινδύνου προέκυψαν χρησιμοποιώντας 3 διαφορετικές μεθόδους και τα οποία αναφέρθηκαν ως *Holt and Laury*, *Υγεία* και *Αυτοαξιολόγηση*. Το μέτρο προτίμησης κινδύνου *Holt and Laury* χρησιμοποίησε ένα πείραμα των Holt and Laury (2002) με πραγματικά χρήματα όπου περιλαμβάνει επιλογές μεταξύ λαχνών. Το μέτρο προτίμησης κινδύνου *Υγεία* χρησιμοποίησε έναν υποθετικό πειραματικό σχεδιασμό κινδύνου υγείας για να μιμηθεί το πείραμα των Holt and Laury. Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να κάνουν πέντε επιλογές η καθεμία από τις οποίες ήταν μεταξύ χαμηλής και υψηλής διακύμανσης κινδύνου των ημερών νοσηλείας εξαιτίας ασθένειας. Το μέτρο προτίμησης κινδύνου *Αυτοαξιολόγηση* βασίστηκε στην απάντηση της ερώτησης «Χρησιμοποιώντας την παρακάτω κλίμακα, πείτε μας πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την ακόλουθη δήλωση σχετικά με την εργασία και τη ζωή σας: Τείνω να μην αναλαμβάνω πολλούς κινδύνους στην καθημερινή ζωή». Οι επιλογές απόκρισης ήταν: «Συμφωνώ απόλυτα», «Συμφωνώ εν μέρει», «Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ», «Διαφωνώ εν μέρει» και «Διαφωνώ απόλυτα». Η εν λόγω έρευνα διεξήχθη σε δύο ημερολογιακές περιόδους: η πρώτη κατά τον Απρίλιο του 2013 και η δεύτερη κατά το Νοέμβριο του 2013. Η ομάδα-στόχος αποτελείτο από ενήλικες ηλικίας 18 ετών και άνω. Η δειγματοληψία περιορίστηκε σε ερωτηθέντες εντός ή πλησίον της ακτής του Κόλπου του Μεξικού. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι συσχετισμοί μεταξύ των μέτρων *Holt and Laury* και *Υγεία*, *Holt and Laury* και *Αυτοαξιολόγηση* και *Υγεία* και *Αυτοαξιολόγηση* ήταν κατά αντιστοιχία μετρίως θετικοί, αδύναμοι αλλά θετικοί και σχεδόν μηδενικοί. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, αρνητική χρησιμότητα παρατηρήθηκε στα μικρά στρείδια (έναντι των μεσαίων), στα αλμυρά στρείδια και στα στρείδια του Κόλπου του Μεξικού και του Ειρηνικού (έναντι του Ατλαντικού), ενώ θετική χρησιμότητα στα άγρια στρείδια (έναντι των εκτρεφόμενων). Για τα στρείδια των ακτών του Κόλπου του Μεξικού, οι επιδράσεις των προτιμήσεων του κινδύνου διέφεραν μεταξύ των τύπων αντίληψης του κινδύνου.

Η έρευνα των Lusk and Coble (2005) είχε ως πρωταρχικό στόχο να διερευνήσει την επίδραση της αντίληψης του κινδύνου στη ζήτηση των καταναλωτών για γενετικώς



τροποποιημένα (ΓΤ) τρόφιμα. Στην έρευνα αυτή συμμετείχαν 50 φοιτητές στους οποίους προσφέρθηκαν 10 δολάρια για να συμμετέχουν σε ερευνητική συνεδρία διάρκειας μίας ώρας. Οι φοιτητές κλήθηκαν να απαντήσουν σε ερωτήσεις σχετικά με τις καταναλωτικές τους συνήθειες, τις αντιλήψεις τους σχετικά με τον κίνδυνο κατανάλωσης ΓΤ τροφίμων και την αποδοχή της γενετικής τροποποίησης στην παραγωγή τροφίμων. Τα άτομα ρωτήθηκαν σε ποιο βαθμό συμφωνούν με τρεις δηλώσεις σχετικά με την προθυμία αποδοχής κινδύνου (1= συμφωνώ απόλυτα και 9= διαφωνώ απόλυτα). Στο πείραμα, οι προτιμήσεις κινδύνου των ατόμων προέκυψαν ακολουθώντας μεθόδους που περιγράφηκαν από τους Holt and Laury (2002). Για να προσδιοριστούν οι αντιλήψεις των ατόμων για τον κίνδυνο κατανάλωσης ΓΤ τροφίμων, τα άτομα ρωτήθηκαν εάν συμφωνούσαν ή διαφωνούσαν με αρκετές δηλώσεις σχετικά με τον κίνδυνο κατανάλωσης ΓΤ τροφίμων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η πλειοψηφία των ατόμων αποστρέφεται τον κίνδυνο. Περίπου το 12% του δείγματος εμφάνισε συμπεριφορά αποδοχής του κινδύνου, ενώ το υπόλοιπο παρουσίασε συμπεριφορά αποστροφής απέναντι στον κίνδυνο. Τα περισσότερα άτομα αποδέχθηκαν ΓΤ τρόφιμα και ήταν πρόθυμα να καταναλώσουν και να αγοράσουν τέτοιου είδους τρόφιμα. Λίγο πάνω από το μισό δείγμα έδειξε ότι είχε καταναλώσει εν γνώσει του ΓΤ τρόφιμα. Επίσης, οι αντιλήψεις του κινδύνου επηρέασαν σημαντικά την κατανάλωση, την αγορά και την αποδοχή. Επιπλέον, τα άτομα που είχαν μεγαλύτερη αντίληψη του κινδύνου κατανάλωσης ΓΤ τροφίμων δήλωσαν μικρότερη πιθανότητα να καταναλώσουν ή να αγοράσουν ΓΤ τρόφιμα. Τα άτομα που είχαν μεγαλύτερη αντίληψη του κινδύνου κατανάλωσης ΓΤ τροφίμων θεωρούν τα τρόφιμα ως λιγότερο αποδεκτά από τα άτομα με μικρότερη αντίληψη του κινδύνου. Για παράδειγμα, μια αύξηση κατά μία μονάδα στην κλίμακα αντίληψης του κινδύνου συνδέθηκε με 58% αύξηση της πιθανότητας ενός ατόμου να ανήκει στη χαμηλότερη κατηγορία αποδοχής ΓΤ τροφίμων. Τα άτομα που αποστρέφονται περισσότερο τον κίνδυνο αποδέχτηκαν επίσης σε μικρότερο βαθμό την χρήση γενετικής τροποποίησης στην παραγωγή τροφίμων απ' ό,τι τα άτομα που αποστρέφονται λιγότερο τον κίνδυνο.

## **2.5 Γενική τάση ανάληψης κινδύνου**

Αυτό ήταν ένα γενικό μέτρο ανάληψης κινδύνου στο οποίο οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να δηλώσουν την ατομική ανάληψη κινδύνου σε μια κλίμακα εύρους από 0 έως 10. Όσο απλό και αν φαίνεται, αυτό το μέτρο κινδύνου έδειξε σημαντική συσχέτιση με τη συμπεριφορά πραγματικού κινδύνου που αφορά τις χρηματοοικονομικές επενδύσεις, την αυτό-

απασχόληση, τη συμμετοχή σε αθλήματα ακόμη και το κάπνισμα (Dohmen *et al.*, 2011). Η ερώτηση ήταν η εξής: Πώς βλέπετε τον εαυτό σας; Γενικά είστε άνθρωπος που προετοιμάζεται πλήρως να αναλάβει ρίσκο ή προσπαθείτε να το αποφύγετε; Παρακαλώ σημειώστε την απάντησή σας στην κλίμακα, όπου το 0 σημαίνει «καθόλου πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο» και το 10 «πολύ πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο».

**Πίνακας 2.5.1** Κλίμακα γενικής τάσης ανάληψης κινδύνου

---

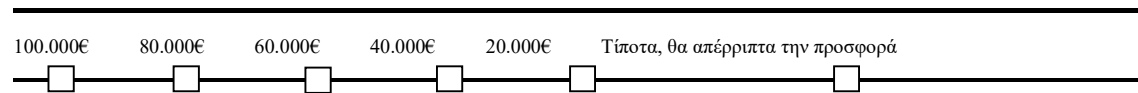
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Καθόλου πρόθυμος					Ούτε πρόθυμος,					Πολύ πρόθυμος
να αναλάβω ρίσκο					ούτε απρόθυμος					να αναλάβω ρίσκο
					να αναλάβω ρίσκο					
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

## 2.6 Οικονομική τάση επιχειρηματικού κινδύνου

Η οικονομική τάση επιχειρηματικού κινδύνου είναι γνωστή και ως «η ερώτηση επιχειρηματικού κινδύνου» ή «η ερώτηση των 100.000€» η οποία φαίνεται να προβλέπει αποφάσεις οικονομικού περιεχομένου (Dohmen *et al.*, 2011). Οι Leuermann and Roth (2012) ανέφεραν μια σημαντική σχέση μεταξύ αυτής της ερώτησης και της μαιευτικής μεθόδου των προτιμήσεων κινδύνου των Holt and Laury (2002). Η ερώτηση ήταν η εξής: Παρακαλώ σκεφτείτε τι θα κάνατε στην ακόλουθη κατάσταση: Φανταστείτε ότι είχατε κερδίσει 100.000€ σε μια λαχειοφόρο αγορά. Αμέσως μετά τη συλλογή των κερδών σας, λαμβάνετε την ακόλουθη οικονομική προσφορά, οι συνθήκες της οποίας είναι οι ακόλουθες: Υπάρχει μια ευκαιρία να διπλασιάσετε τα χρήματά σας. Υπάρχει ίση πιθανότητα να χάσετε τα μισά χρήματα. Έχετε τη δυνατότητα να επενδύσετε όλα σας τα χρήματα, μέρος των χρημάτων ή να απορρίψετε την προσφορά. Τι μερίδιο των κερδών σας στη λαχειοφόρο αγορά θα επενδύατε σε αυτή την οικονομικά επικίνδυνη αλλά και επικερδή επένδυση; Τι κλάσμα των κερδών σας θα θέλατε να στοιχηματίσετε στην επικίνδυνη αλλά εξίσου πολλά υποσχόμενη λαχειοφόρο αγορά;

**Πίνακας 2.6.1** Κλίμακα οικονομικής τάσης επιχειρηματικού κινδύνου



### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΕΡΕΥΝΑ- ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Βασικό σκοπό της παρούσας μελέτης αποτελεί η διερεύνηση της στάσης των καταναλωτών απέναντι σε καινοτόμα προϊόντα μέσω της προθυμίας δοκιμής, καθώς και η ανάληψη ρίσκου των καταναλωτών σε διαφορετικές καταστάσεις.

Ο συνολικός αριθμός των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ήταν 262, εκ των οποίων 163 γυναίκες (ποσοστό 62,21%) και 99 άνδρες (ποσοστό 37,79%). Οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να απαντήσουν σε ένα δομημένο ερωτηματολόγιο μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Google Forms. Πιο συγκεκριμένα, η συλλογή των δεδομένων της έρευνας πραγματοποιήθηκε στο χρονικό διάστημα μεταξύ 9 και 19 Φεβρουαρίου του 2021. Το μοναδικό κριτήριο συμμετοχής ενός ατόμου ήταν αυτό να έχει συμπληρώσει το 18<sup>ο</sup> έτος της ηλικίας του.

Το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε δύο σκέλη. Το 1<sup>ο</sup> σκέλος αφορούσε την στάση των καταναλωτών απέναντι σε καινοφανή και συνηθισμένα προϊόντα, ενώ το 2<sup>ο</sup> αφορούσε την εκτίμηση της ανάληψης ρίσκου των καταναλωτών γενικά, αλλά και σε πιο συγκεκριμένες περιπτώσεις.

Στην 1<sup>η</sup> ερώτηση του ερωτηματολογίου, οι συμμετέχοντες κλήθηκαν να δηλώσουν την προθυμία τους να δοκιμάσουν μια σειρά καινοφανών, αλλά και συνηθισμένων τροφίμων. Η 2<sup>η</sup> ερώτηση αφορούσε τη συχνότητα με την οποία οι συμμετέχοντες καταναλώνουν τα τρόφιμα της 1<sup>ης</sup> ερώτησης. Στην 3<sup>η</sup> ερώτηση παρουσιάζονταν μια σειρά από 18 προτάσεις εκ των οποίων οι 10 πρώτες αναφέρονταν στις καταστάσεις της κλίμακας τροφικής νεοφοβίας (Pliner and Hobden, 1992). Οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν κατά πόσο συμφωνούν ή διαφωνούν με αυτές τις προτάσεις. Η 4<sup>η</sup> ερώτηση αναφερόταν σε 12 καταστάσεις βάσει του μοντέλου των 6 παραγόντων NEO PI-R/ HEXACO (Costa and McCrae, 1992b) σχετικά με τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας κάθε καταναλωτή.

Στην 5<sup>η</sup> ερώτηση, οι καταναλωτές κλήθηκαν να βαθμολογήσουν τους εαυτούς τους σε κλίμακα από το 0 έως το 10 με βάση την προθυμία ή την αποφυγή ανάληψης κινδύνου. Στην 6<sup>η</sup> ερώτηση παρουσιάζονταν οι 6 καταστάσεις της κλίμακας DOSPERT (Blais and Weber, 2006) στην οποία τα άτομα κλήθηκαν να αξιολογήσουν την προθυμία ανάληψης κινδύνου. Η τελευταία ερώτηση αναφερόταν στο εξής υποθετικό σενάριο των Dohmen *et al.* (2011):

*[Φανταστείτε ότι έχετε κερδίσει 100.000€ σε μια λαχειοφόρο αγορά. Αμέσως μετά τη συλλογή των κερδών σας, λαμβάνετε την ακόλουθη οικονομική προσφορά, οι συνθήκες της οποίας είναι οι ακόλουθες: Υπάρχει μια ευκαιρία να **διπλασιάσετε** τα χρήματά σας. Υπάρχει **ιση***

*πιθανότητα να χάσετε τα μισά χρήματα. Έχετε τη δυνατότητα να επενδύσετε όλα σας τα χρήματα, μέρος των χρημάτων ή να απορρίψετε την προσφορά. Τι μερίδιο των κερδών σας στη λαχειοφόρο αγορά θα επενδύατε σε αυτή την οικονομικά επικίνδυνη αλλά και επικερδή επένδυση;]*

Οι ενδεχόμενες απαντήσεις που μπορούσαν να δοθούν ήταν οι εξής: 100.000€, 80.000€, 60.000€, 40.000€, 20.000€ ή απόρριψη της προσφοράς.

Το τελευταίο κομμάτι του ερωτηματολογίου αφορούσε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων, όπου προσδιορίστηκαν το φύλο, η ηλικία, το επίπεδο εκπαίδευσης, η εργασιακή κατάσταση, η οικονομική κατάσταση κάθε νοικοκυριού και ο αριθμός μελών κάθε νοικοκυριού.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

### 4.1 Περιγραφική ανάλυση

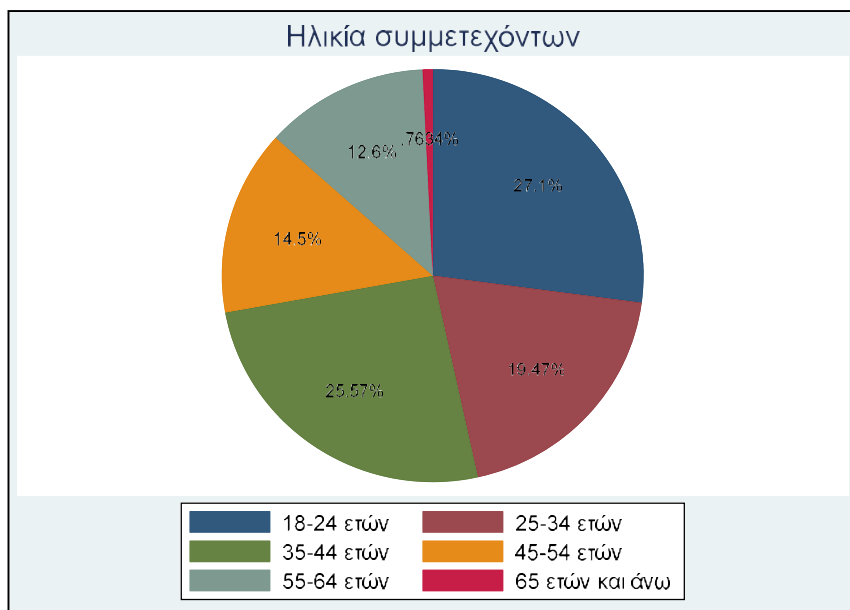
Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν καταχωρήθηκαν σε μορφή φύλλου Microsoft Excel. Για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πρόγραμμα Stata. Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε από συνολικό δείγμα 262 ατόμων, ενώ με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν δημιουργήθηκε το προφίλ των συμμετεχόντων ως προς τα δημογραφικά στοιχεία τους.

### 4.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά

Πιο αναλυτικά ως προς το φύλο, προέκυψε ότι το 62,21% των ερωτηθέντων είναι γυναίκες, ενώ το υπόλοιπο 37,79% άνδρες.

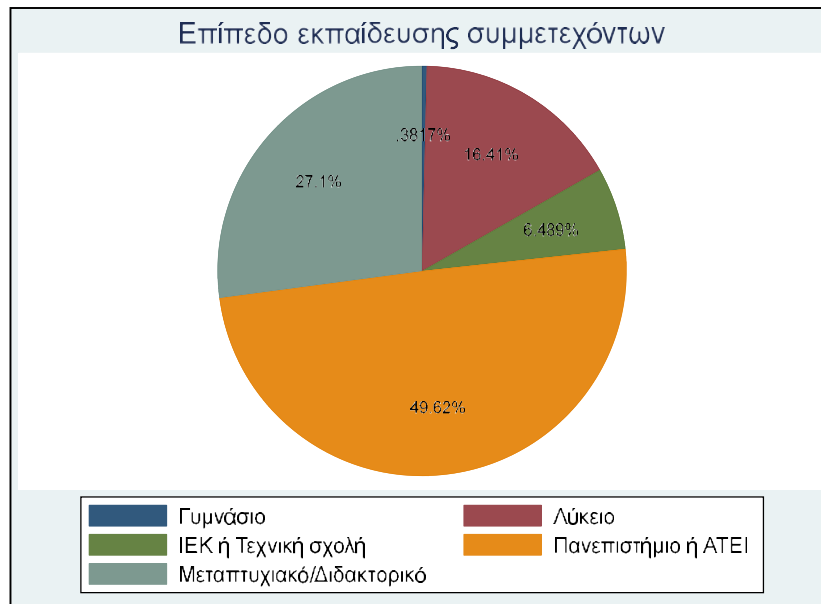
Σχετικά με την ηλικιακή κατηγορία των συμμετεχόντων, όπως φαίνεται στο Γράφημα 4.2.1, το 27,1% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 18-24 ετών και αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος. Ακολουθούν κατά σειρά: 35-44 ετών με ποσοστό 25,57%, 25-34 ετών με 19,47%, 45-54 ετών με 14,5%, 55-64 ετών με 12,6% και 65 ετών και άνω με ποσοστό μόλις 0,76%.

Γράφημα 4.2.1 Ηλικιακές ομάδες συμμετεχόντων



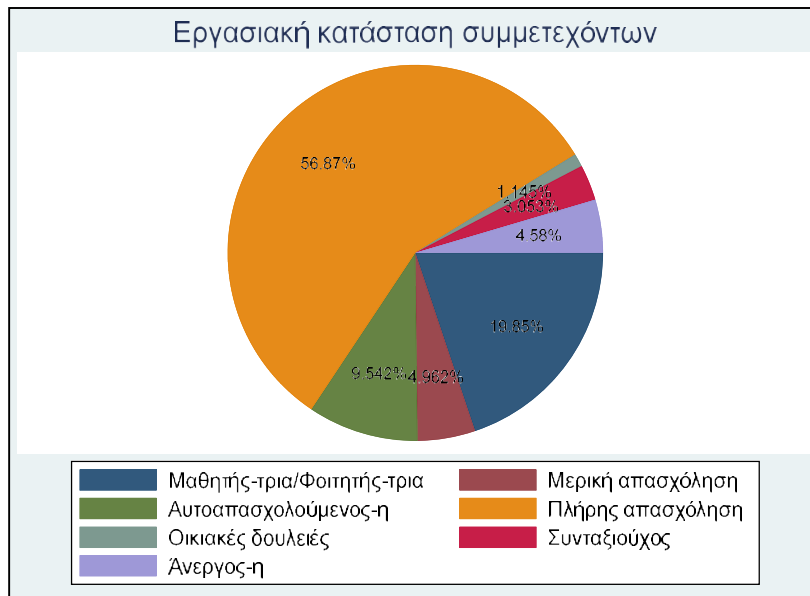
Αναφορικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων (Γράφημα 4.2.2), παρατηρείται ότι περίπου οι μισοί είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου ή ΑΤΕΙ με ποσοστό 49,62%. Αμέσως μετά ακολουθούν οι απόφοιτοι Μεταπτυχιακού ή Διδακτορικού με ποσοστό 27,1%, οι απόφοιτοι Λυκείου με 16,41%, οι απόφοιτοι ΙΕΚ ή Τεχνικής σχολής με 6,48% και οι απόφοιτοι Γυμνασίου με 0,38%.

**Γράφημα 4.2.2** Ποσοστά του δείγματος με βάση το επίπεδο εκπαίδευσης



Έπειτα στο Γράφημα 4.2.3 που παρουσιάζεται παρακάτω διακρίνεται η εργασιακή κατάσταση των συμμετεχόντων στην έρευνα. Πιο αναλυτικά το 56,87% του δείγματος δήλωσε ότι απασχολείται πλήρως, το 19,85% είναι φοιτητές, το 9,54% είναι αυτοαπασχολούμενοι, το 4,96% απασχολούνται μερικώς, το 4,58% είναι άνεργοι, το 3,05% είναι συνταξιούχοι και τέλος το 1,14% ασχολείται με οικιακές εργασίες.

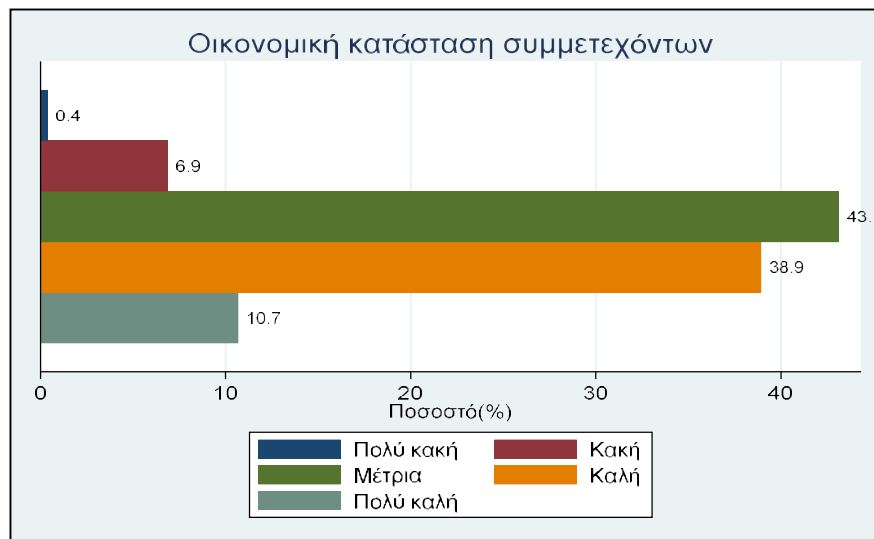
**Γράφημα 4.2.3** Εργασιακή κατάσταση συμμετεχόντων της έρευνας





Ακολουθεί η παρουσίαση της οικονομικής κατάστασης των νοικοκυριών των συμμετεχόντων της έρευνας (Γράφημα 4.2.4). Όπως διακρίνεται, το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος δήλωσε ότι η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού του χαρακτηρίζεται «Μέτρια» σε ποσοστό 43,1%. Αμέσως μετά και αρκετά κοντά στην προηγούμενη κατηγορία, οι ερωτώμενοι δήλωσαν ως «Καλή» την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού τους σε ποσοστό 38,9%. Τέλος από τους υπόλοιπους ερωτώμενους η οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού τους χαρακτηρίζεται ως «Πολύ καλή» από το 10,7%, «Κακή» από το 6,9% και «Πολύ κακή» από το 0,4% του δείγματος.

**Γράφημα 4.2.4** Οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού του δείγματος



Στο Γράφημα 4.2.5 παρουσιάζεται το μέγεθος του νοικοκυριού για τους συμμετέχοντες στην έρευνα. Συγκεκριμένα το 36,64% του δείγματος δήλωσε ότι το νοικοκυριό του αποτελείται από 4 άτομα, ενώ αμέσως μετά το 19,08% δήλωσε ότι το νοικοκυριό του αποτελείται από 2 άτομα, το 18,7% από 3 άτομα και το 14,5% ζει μόνο του. Το μικρότερο μέρος του δείγματος αποτελούν οι κατηγορίες των νοικοκυριών που αποτελούνται από 5 άτομα με ποσοστό 6,48%, από 6 άτομα με ποσοστό 3,43%, ενώ στη τελευταία θέση είναι τα νοικοκυριά που αποτελούνται από 7, 9 και 10 άτομα με ποσοστό 0,38%.

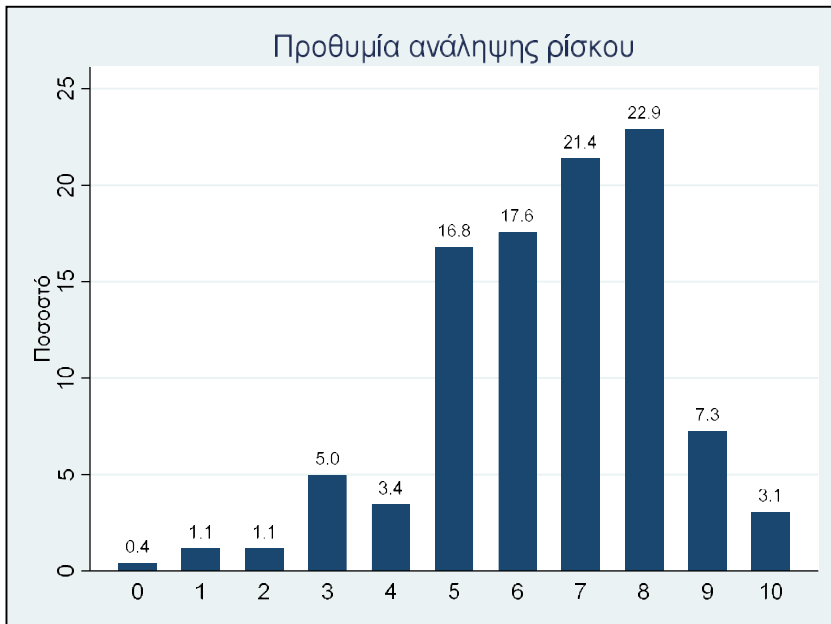
**Γράφημα 4.2.5** Παρουσίαση αριθμού ατόμων νοικοκυριού



### 4.3 Γενικές ερωτήσεις

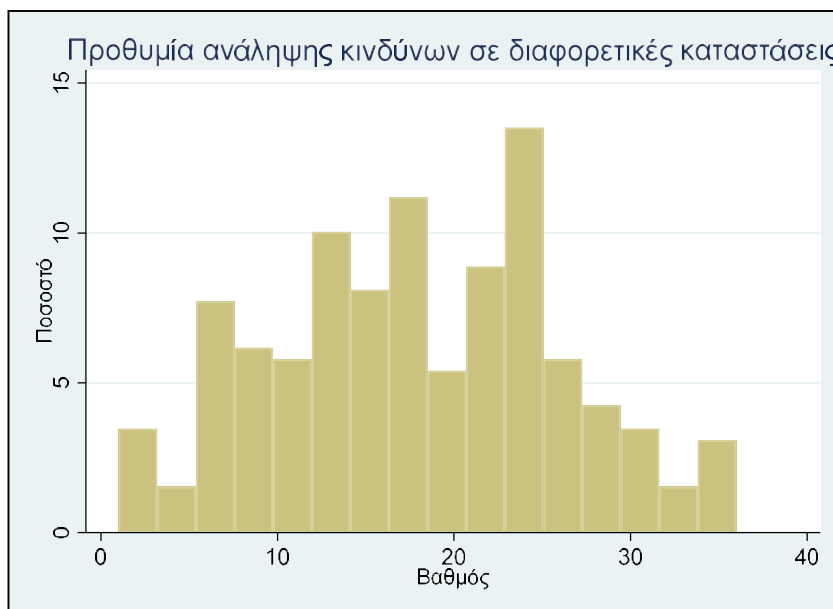
Οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με την προθυμία ανάληψης κινδύνου σε κλίμακα με βαθμολογία από 0 («πλήρης απροθυμία ανάληψης ρίσκου») έως 10 («πλήρης προθυμία ανάληψης ρίσκου»). Ο μέσος όρος της προθυμίας ανάληψης ρίσκου με βάση τη βαθμολόγηση που περιγράφηκε είναι 6,5 που σημαίνει ότι οι καταναλωτές έχουν μια σχετικά υψηλή προθυμία να αναλαμβάνουν τον κίνδυνο (Γράφημα 4.3.1).

**Γράφημα 4.3.1** Προθυμία ανάληψης ρίσκου των συμμετεχόντων στην έρευνα



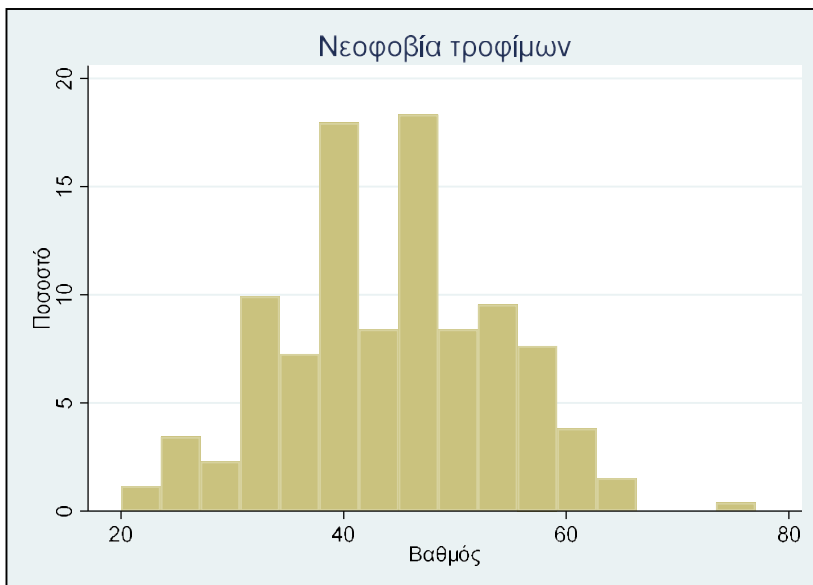
Στη συνέχεια οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν στην ερώτηση που αφορούσε την προθυμία ανάληψης κινδύνου στις ακόλουθες καταστάσεις (κλίμακα DOSPERT): στην οδήγηση, σε οικονομικά θέματα, στη διάρκεια μιας αθλητικής δραστηριότητας, στην εργασία, στην υγεία και στην εμπιστοσύνη σε τρίτους. Η βαθμολογία κάθε κατάστασης κυμαίνεται από 0 έως 6, ενώ η συνολική βαθμολογία είναι από 1 έως 36 (Γράφημα 4.3.2). Ο μέσος όρος είναι 17,91 και η διάμεσος 18, γεγονός που δείχνει ότι υπάρχει μια μέτρια προθυμία ανάληψης ρίσκου στις προαναφερθείσες καταστάσεις.

**Γράφημα 4.3.2** Προθυμία ανάληψης κινδύνων σε διαφορετικές καταστάσεις



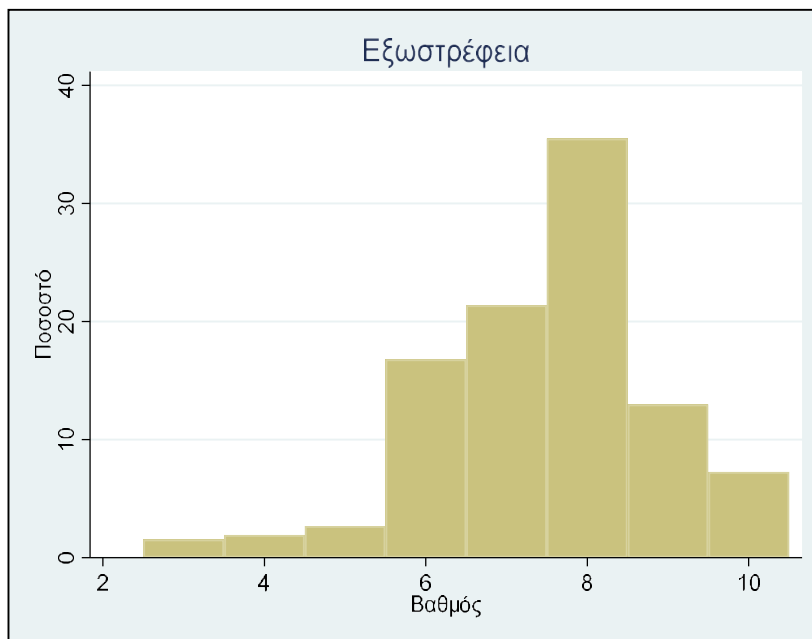
Κατόπιν οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν σε πενταβάθμια κλίμακα Likert μια σειρά προτάσεων βάσει των οποίων μετρήθηκε η συνολική διατροφική νεοφοβία (Γράφημα 4.3.3). Οι πιθανές απαντήσεις που μπορούσαν να δοθούν ήταν: «Διαφωνώ απόλυτα», «Διαφωνώ», «Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ», «Συμφωνώ», «Συμφωνώ απόλυτα». Οι επιλογές αυτές αντιστοιχίστηκαν κατά αύξουσα σειρά από το 1 έως το 5, ξεκινώντας από την απόλυτη διαφωνία και καταλήγοντας στην απόλυτη συμφωνία. Όπως φαίνεται και στο γράφημα, η ελάχιστη τιμή της συνολικής νεοφοβίας τροφίμων είναι 20 και η αντίστοιχη μέγιστη είναι 77, ενώ το εύρος τιμών είναι 18 έως 90. Ο μέσος όρος είναι 44,24, δείχνοντας ότι τα άτομα έχουν σχετικά μέτρια νεοφοβία σε καινοτόμα προϊόντα.

**Γράφημα 4.3.3** Νεοφοβία τροφίμων

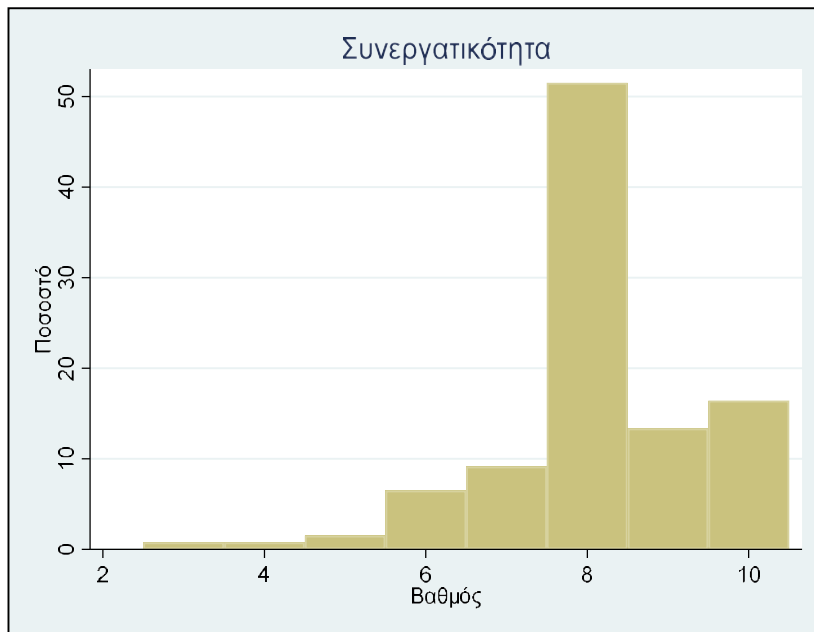


Έπειτα οι καταναλωτές αξιολόγησαν ορισμένες καταστάσεις που εντάσσονται στα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς τους μέσω μιας σειράς προτάσεων. Μετρήθηκαν τα έξι χαρακτηριστικά της προσωπικότητας δηλαδή η εξωστρέφεια (Γράφημα 4.3.4), η συνεργατικότητα (4.3.5), η ευσυνειδησία (Γράφημα 4.3.6), ο νευρωτισμός (4.3.7), η δεκτικότητα στην εμπειρία (Γράφημα 4.3.8) και η ειλικρίνεια (Γράφημα 4.3.9). Βάσει των απαντήσεων των ερωτηθέντων για την εξωστρέφεια, τη συνεργατικότητα και τη δεκτικότητα στην εμπειρία η βαθμολογία κυμαίνεται από 3 έως 10, ενώ για την ευσυνειδησία, το νευρωτισμό και την ειλικρίνεια από 2 έως 10. Ο μέσος όρος της βαθμολογίας για την εξωστρέφεια είναι 7,49, για τη συνεργατικότητα 8,12, για την ευσυνειδησία 7,72, για τον νευρωτισμό 4,73, για τη δεκτικότητα στην εμπειρία 7,51 και για την ειλικρίνεια 7,4. Οι αντίστοιχες διάμεσοι ήταν 8 για την εξωστρέφεια, τη συνεργατικότητα, την ευσυνειδησία, τη δεκτικότητα στην εμπειρία και την ειλικρίνεια, ενώ για τον νευρωτισμό ήταν 4. Αυτό δείχνει ότι οι καταναλωτές λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τα παραπάνω χαρακτηριστικά όσον αφορά την προσωπικότητά τους.

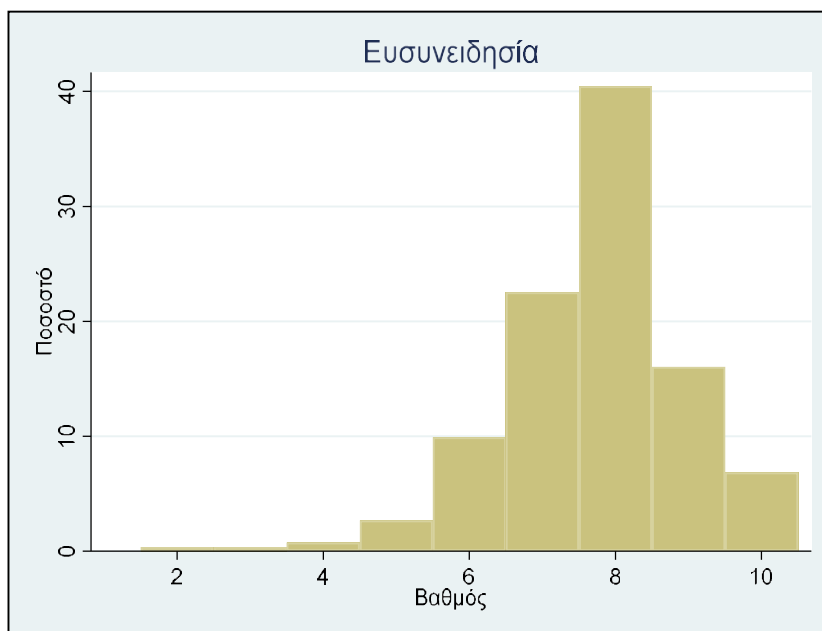
**Γράφημα 4.3.4** Το χαρακτηριστικό της εξωστρέφειας



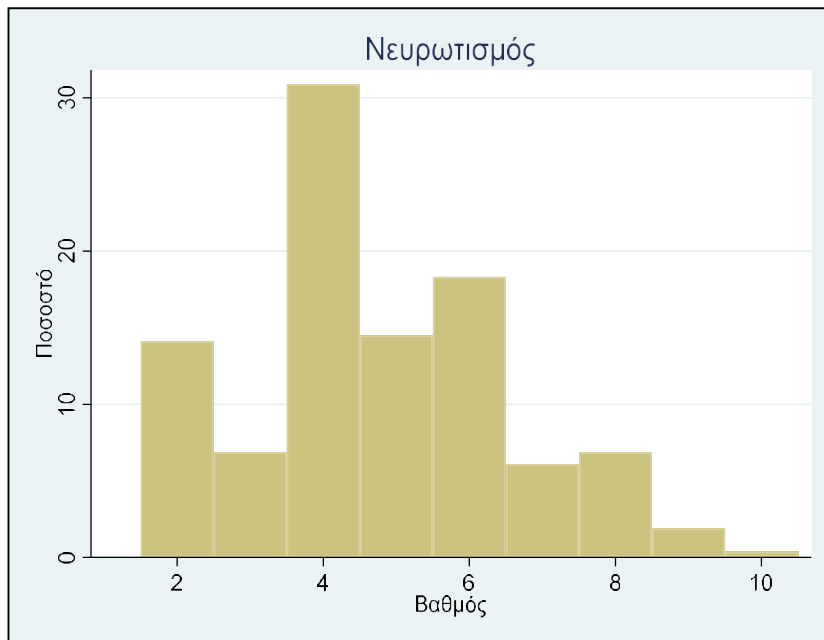
**Γράφημα 4.3.5** Το χαρακτηριστικό της συνεργατικότητα



**Γράφημα 4.3.6** Το χαρακτηριστικό της ευσυνειδησίας



**Γράφημα 4.3.7** Το χαρακτηριστικό του νευρωτισμού

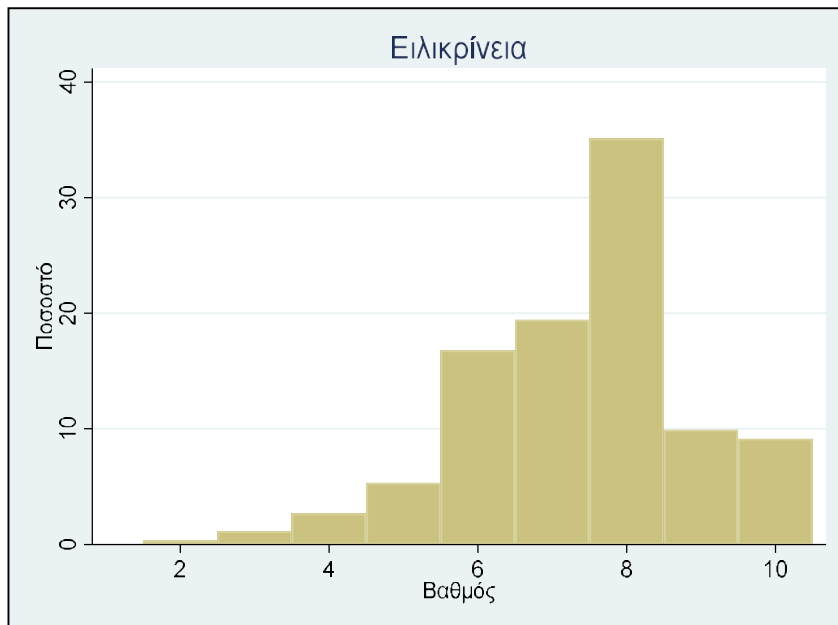


**Γράφημα 4.3.8** Το χαρακτηριστικό της δεκτικότητας στην εμπειρία



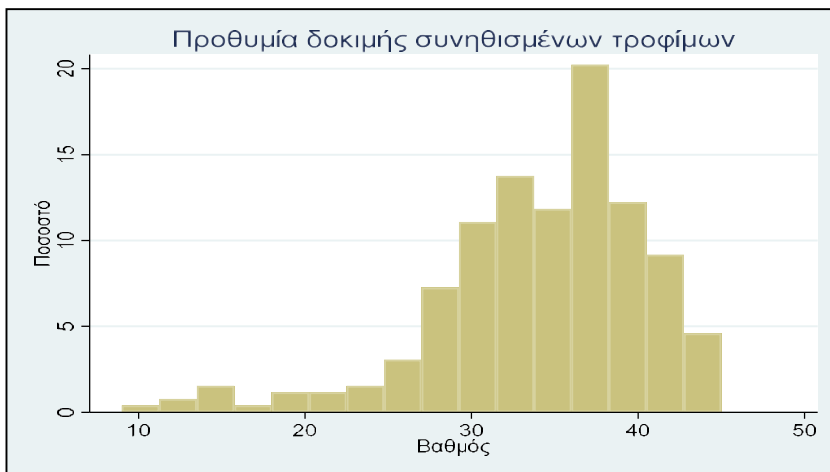


**Γράφημα 4.3.9** Το χαρακτηριστικό της ειλικρίνειας

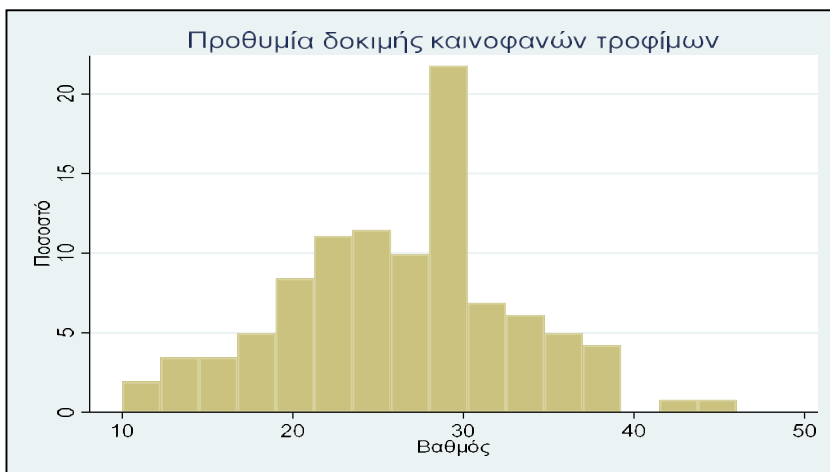


Ακολούθως οι καταναλωτές απάντησαν σχετικά με το κατά πόσο πρόθυμοι θα ήταν να δοκιμάσουν μια σειρά προϊόντων. Τα προϊόντα διαχωρίστηκαν σε συνηθισμένα και καινοτόμα. Στα Γραφήματα 4.3.10 και 4.3.11 παρουσιάζεται η συνολική προθυμία δοκιμής τέτοιων προϊόντων. Για τα συνηθισμένα τρόφιμα ο ελάχιστος βαθμός ήταν 9 και ο μέγιστος 45, ενώ για τα καινοφανή τρόφιμα ο ελάχιστος βαθμός ήταν 10 και ο μέγιστος 46, ενώ το εύρος τιμών είναι 9 έως 45 για τα συνηθισμένα και 10 έως 50 για τα καινοφανή. Ο μέσος όρος της προθυμίας δοκιμής συνηθισμένων τροφίμων ήταν 34,04 και η διάμεσος 35, ενώ ο αντίστοιχος για την προθυμία δοκιμής καινοφανών τροφίμων υπολογίστηκε σε 26,31 και η διάμεσος σε 27 γεγονός που φανερώνει ότι οι καταναλωτές είναι μετρίως πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή τρόφιμα.

**Γράφημα 4.3.10** Προθυμία καταναλωτών να δοκιμάσουν γνωστά τρόφιμα

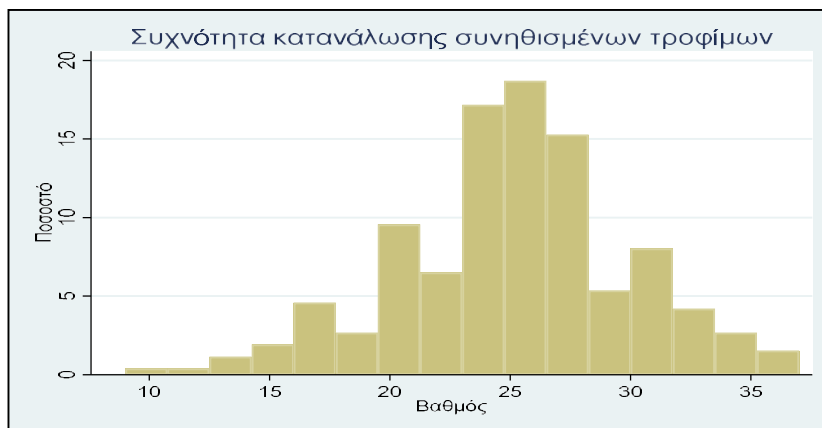


**Γράφημα 4.3.11** Προθυμία καταναλωτών να δοκιμάσουν ασυνήθιστα τρόφιμα

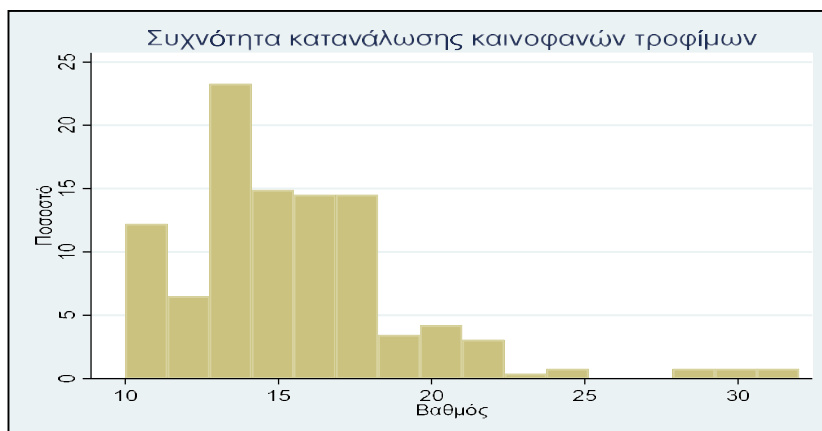


Στη συνέχεια παρουσιάζεται η συχνότητα κατανάλωσης των ίδιων συνηθισμένων και καινοφανών τροφίμων της προηγούμενης ερώτησης (Γράφημα 4.3.12, Γράφημα 4.3.13). Στους καταναλωτές δόθηκε η δυνατότητα να αναφέρουν τη συχνότητα κατανάλωσης μέσω πενταβάθμιας κλίμακας («Ποτέ», «Έχω δοκιμάσει μια φορά», «Μια φορά την εβδομάδα», «2-3 φορές την εβδομάδα», «Σχεδόν κάθε μέρα»). Οι επιλογές αυτές αντιστοιχίστηκαν κατά αύξουσα σειρά από το 1 έως το 5. Όπως φαίνεται στα παρακάτω γραφήματα, οι συνολικές βαθμολογίες που έδωσαν οι καταναλωτές κυμάνθηκαν από 9 έως 37 για τα συνηθισμένα τρόφιμα και από 10 έως 32 για τα καινοφανή. Το εύρος τιμών είναι 9 έως 45 για τα συνηθισμένα, ενώ για τα καινοφανή είναι 10 έως 50. Οι μέσοι όροι υπολογίστηκαν σε 24,97 για τα συνηθισμένα και 15,46 για τα καινοφανή. Η διάμεσος είναι 25 για τα συνηθισμένα τρόφιμα και 15 για τα καινοφανή τρόφιμα· γεγονός που φανερώνει ότι οι καταναλωτές δεν καταναλώνουν συχνά ασυνήθιστα τρόφιμα.

**Γράφημα 4.3.12** Συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων τροφίμων

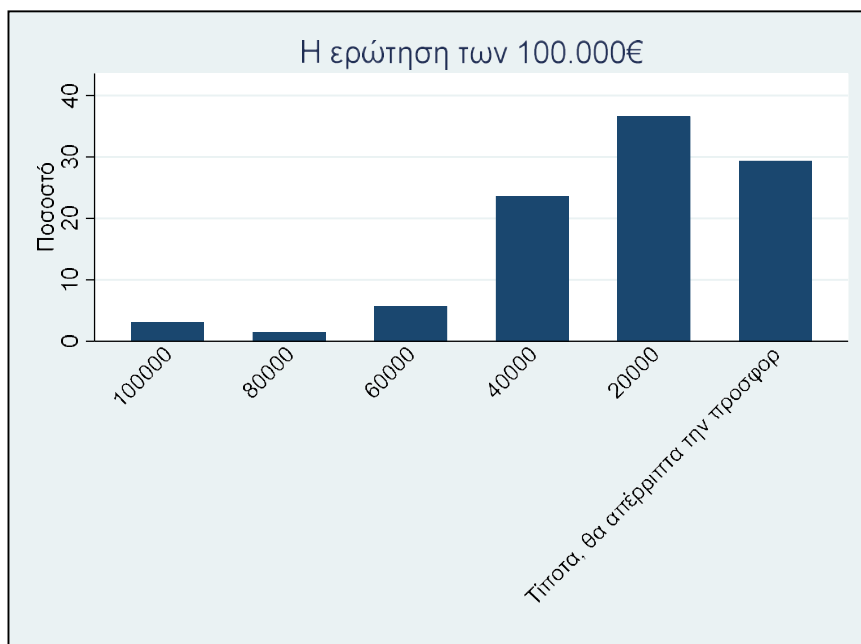


**Γράφημα 4.3.13** Συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών τροφίμων



Τέλος, διατυπώθηκε ερώτηση η οποία αφορούσε μια οικονομική προσφορά των 100.000€ στην οποία οι καταναλωτές κλήθηκαν να απαντήσουν σχετικά με το μερίδιο των κερδών που θα επένδυαν σε μια τέτοια επένδυση. Όπως φαίνεται στο Γράφημα 4.3.14, οι επιλογές ήταν η επένδυση των 20.000€, των 40.000€, των 60.000€, των 80.000€, των 100.000€ ή η απόρριψη της προσφοράς. Το 36,64% του δείγματος δήλωσε ότι θα επένδυε 20.000€, το 29,39% θα απέρριπτε την προσφορά, το 23,66% θα επένδυε 40.000€, ενώ μόλις το 5,73% θα επένδυε 60.000€, το 3,05% 100.000€ και το 1,53% 80.000€.

**Γράφημα 4.3.14** Η ερώτηση των 100.000€



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΟΙΚΟΝΟΜΕΤΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η οικονομετρική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν για την πραγματοποίηση της συγκεκριμένης έρευνας, τα οποία προήλθαν μέσω των ερωτηματολογίων. Στόχοι του παρόντος κεφαλαίου αποτελούν η διερεύνηση των συσχετίσεων των μεταβλητών του υποδείγματος και η επίδρασή τους στην συμπεριφορά των καταναλωτών.

Πιο συγκεκριμένα πραγματοποιείται η εκτίμηση των συσχετίσεων μεταξύ των μεταβλητών που αφορούν τη νεοφοβία, την ανάληψη κινδύνου και την προθυμία δοκιμής προϊόντων, καθώς και η διερεύνηση της επίδρασης διαφόρων προσδιοριστικών παραγόντων (ανεξάρτητων μεταβλητών) με τη χρήση του μοντέλου γραμμικής παλινδρόμησης (linear regression model).

Αναφορικά με τη σχέση των μεταβλητών νεοφοβίας, ανάληψης κινδύνου και προθυμίας δοκιμής προϊόντων παρατηρήθηκαν υψηλές συσχετίσεις στα ακόλουθα ζευγάρια μεταβλητών: i) προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων-ερώτηση των 100.000€ (0,57), ii) συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων-ερώτηση των 100.000€ (0,86) και iii) προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων-προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων (0,51).

**Πίνακας 5.1** Αποτελέσματα παλινδρόμησης με ανεξάρτητες μεταβλητές την προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων, την προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων, τη συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων & την συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών προϊόντων

	ordinaryproduct		newproduct		ordinary_freq		newproduct_freq	
	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.	Coef.	Std. Err.
personality_extrav	0.553	0.368	-0.446	0.364	0.054	0.283	-0.328	0.224
personality_agreeabl	0.039	0.393	-0.438	0.389	0.174	0.302	-0.015	0.239
personality_consc	1.043**	0.350	0.820*	0.347	0.214	0.269	-0.114	0.213
personality_neuro	-0.073	0.246	-0.015	0.243	0.131	0.189	0.043	0.149
personality_open	0.472	0.297	0.541	0.294	0.312	0.228	0.254	0.180
personality_hon	0.022	0.295	-0.355	0.292	0.098	0.227	-0.059	0.180
risk_general	-0.010	0.254	0.633*	0.251	0.115	0.195	0.399**	0.154
risk_lottery	0.077	0.357	-0.368	0.353	0.162	0.274	-0.075	0.217

<b>risk_dospert</b>	0.027	0.053	-0.107*	0.052	0.061	0.040	0.025	0.032
<b>food_neophobia</b>	-0.083	0.049	-0.219***	0.048	-0.012	0.037	-0.028	0.029
<b>hsize</b>	0.851*	0.334	0.006	0.330	0.577*	0.257	0.322	0.203
<b>gender</b>								
<b>Άνδρας</b>	-0.321	0.878	0.259	0.869	0.588	0.675	0.349	0.534
<b>age</b>								
<b>25-34 ετών</b>	0.111	1.758	-0.150	1.741	-2.819*	1.352	-0.538	1.069
<b>35-44 ετών</b>	2.445	1.819	-0.428	1.801	-1.697	1.399	-0.277	1.106
<b>45-54 ετών</b>	0.090	1.853	-4.302*	1.834	-0.503	1.425	-0.562	1.127
<b>55-64 ετών</b>	1.898	1.984	-2.627	1.964	0.598	1.525	0.079	1.206
<b>65 ετών και άνω</b>	-2.485	4.770	-10.858*	4.722	0.997	3.668	-3.320	2.901
<b>educ</b>								
<b>Λύκειο</b>	-0.512	6.362	-2.897	6.298	3.179	4.892	-4.078	3.869
<b>IEK ή Τεχνικήσχολή</b>	-1.154	6.490	-4.706	6.425	2.659	4.991	-4.305	3.948
<b>Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ</b>	0.561	6.275	-0.957	6.212	2.133	4.825	-3.952	3.816
<b>Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό</b>	2.678	6.364	-0.132	6.300	3.415	4.894	-3.067	3.871
<b>job</b>								
<b>Μερική απασχόληση</b>	-0.831	2.102	-3.627	2.081	2.115	1.616	1.254	1.278
<b>Αυτοαπασχολούμενος-η</b>	-3.148	2.065	-0.718	2.044	-1.377	1.588	0.088	1.256
<b>Πλήρης απασχόληση</b>	-2.066	1.717	-1.576	1.700	0.933	1.321	0.711	1.045
<b>Οικιακές δουλειές</b>	-4.213	4.083	-0.204	4.042	1.070	3.140	1.897	2.483
<b>Συνταξιούχος</b>	2.052	3.050	-0.073	3.020	2.313	2.346	2.763	1.855
<b>Άνεργος-η</b>	0.589	2.204	-1.260	2.182	1.030	1.695	0.597	1.341
<b>income</b>								
<b>Κακή</b>	-4.623	6.480	-5.149	6.415	0.885	4.983	1.099	3.941
<b>Μέτρια</b>	-4.873	6.336	-5.080	6.272	1.000	4.872	0.252	3.854

Καλή	-5.599	6.323	-5.108	6.259	0.286	4.862	-0.415	3.846
Πολύ καλή	-5.371	6.430	-6.312	6.366	0.925	4.945	0.777	3.911
_cons	23.342*	10.558	43.558***	10.453	10.637	8.119	18.003**	6.422

\*p< 0,05, \*\*p< 0,01, \*\*\*p< 0,001

Σύμφωνα με τον Πίνακα 5.1, παρατηρούνται τα εξής:

- Σχετικά με τις μεταβλητές των χαρακτηριστικών της προσωπικότητας (personality traits), φαίνεται ότι μόνο η μεταβλητή που αφορά την ευσυνειδησία (**personality\_consc**) προκαλεί στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 1% και στην προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%. Συγκεκριμένα, οι καταναλωτές βάσει του χαρακτηριστικού της ευσυνειδησίας είναι (κατά μέσο όρο) 1,043 πιο πρόθυμοι να δοκιμάσουν συνηθισμένα προϊόντα και 0,82 πιο πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή προϊόντα.
- Σχετικά με τις μεταβλητές εξωστρέφειας (**personality\_extrav**), συνεργατικότητας (**personality\_agreeable**), νευρωτισμού (**personality\_neuro**), δεκτικότητας στην εμπειρία (**personality\_open**) και ειλικρίνειας (**personality\_hon**), δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων.
- Σχετικά με την μεταβλητή **risk\_general**, δηλαδή τη γενική ανάληψη κινδύνου, έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και στην συχνότητα κατανάλωσης καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Συγκεκριμένα όσον αφορά την μεταβλητή **risk\_general**, οι καταναλωτές είναι (κατά μέσο όρο) 0,633 πιο πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή προϊόντα και καταναλώνουν 0,399 συχνότερα καινοφανή προϊόντα.
- Σχετικά με την μεταβλητή **risk\_lottery** δηλαδή την ερώτηση της οικονομικής προσφοράς των 100.000€, δεν φαίνεται να έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων.
- Σχετικά με την μεταβλητή **risk\_dospert**, δηλαδή την προθυμία ανάληψης κινδύνου στην κλίμακα DOSPERT, έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, αφού οι καταναλωτές είναι κατά 0,107 λιγότερο πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή προϊόντα.

- Σχετικά με την μεταβλητή **food\_neophobia**, δηλαδή αν οι καταναλωτές παρουσιάζουν νεοφοβία ως προς τα συγκεκριμένα τρόφιμα του ερωτηματολογίου, φαίνεται ότι έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 1%. Οι καταναλωτές είναι (κατά μέσο όρο) 0,219 λιγότερο πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή προϊόντα.
- Σχετικά με την μεταβλητή **hsize**, δηλαδή το μέγεθος του νοικοκυριού των συμμετεχόντων, παρατηρείται στατιστικά σημαντική διαφορά στην προθυμία δοκιμής συνηθισμένων προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, αφού όταν αυξάνεται ο αριθμός των μελών ενός νοικοκυριού κατά ένα άτομο τότε αυξάνεται κατά 0,851 η προθυμία δοκιμής του. Επίσης η μεταβλητή **hsize** φαίνεται να έχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, αφού όταν αυξάνεται ο αριθμός των μελών ενός νοικοκυριού κατά ένα άτομο τότε αυξάνεται η συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων (κατά μέσο όρο) 0,577.
- Σχετικά με την μεταβλητή **gender**, δηλαδή το φύλο των συμμετεχόντων, δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων.
- Σχετικά με την μεταβλητή **age**, δηλαδή την ηλικία των συμμετεχόντων, παρατηρείται στατιστικά σημαντική επίδραση στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, αφού οι καταναλωτές οι οποίοι ανήκουν στην κατηγορία «25-34 ετών» καταναλώνουν κατά 2,819 λιγότερο συχνά συνηθισμένα προϊόντα συγκριτικά με όσους ανήκουν στην κατηγορία των «18-24 ετών». Επιπλέον, παρατηρείται στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής καινοφανών προϊόντων σε επίπεδο σημαντικότητας 5%, αφού οι καταναλωτές που ανήκουν στην κατηγορία των «45-54 ετών» και «65 ετών και άνω» παρουσιάζονται λιγότερο πρόθυμοι να δοκιμάσουν καινοφανή προϊόντα (κατά μέσο όρο) 4,302 και 10,858, αντιστοίχως, σε σχέση με όσους ανήκουν στην κατηγορία των «18-24 ετών».
- Σχετικά με την μεταβλητή **educ**, δηλαδή το επίπεδο εκπαίδευσης των συμμετεχόντων, δεν φαίνεται να επιδρά σημαντικά στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων.
- Σχετικά με την μεταβλητή **job**, δηλαδή την εργασιακή κατάσταση των συμμετεχόντων, δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων.



- Σχετικά με την μεταβλητή **income**, δηλαδή την οικονομική κατάσταση των συμμετεχόντων, δεν παρατηρείται στατιστικά σημαντική επίδραση στην προθυμία δοκιμής και στην συχνότητα κατανάλωσης συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων. Ωστόσο, αξίζει να αναφερθεί ότι σε όλες τις κατηγορίες στις οποίες οι καταναλωτές δήλωσαν «Κακή», «Μέτρια», «Καλή» και «Πολύ καλή» οικονομική κατάσταση παρατηρείται ισχυρή αρνητική επίδραση στην προθυμία δοκιμής συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων συγκριτικά με όσους χαρακτήρισαν την οικονομική τους κατάσταση «Πολύ κακή».

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διεξαγωγή της παρούσας έρευνας είχε ως στόχο αφενός τη διερεύνηση της στάσης και της συμπεριφοράς των καταναλωτών απέναντι σε καινοτόμα προϊόντα, και αφετέρου την εκτίμηση της ανάληψης του κινδύνου σε διαφορετικές περιπτώσεις.

Στη βιβλιογραφική ανασκόπηση που έγινε ερευνήθηκαν κυρίως η συσχέτιση παραγόντων με τη νεοφοβία τροφίμων, η γενική τάση ανάληψης κινδύνου και η οικονομική τάση επιχειρηματικού κινδύνου.

Για την ανάλυση της συμπεριφοράς των Ελλήνων καταναλωτών απέναντι σε καινοτόμα τρόφιμα έγινε σύγκριση με πιο συνηθισμένα τρόφιμα μέσω της προθυμίας δοκιμής και της συχνότητας κατανάλωσής τους. Επίσης, η εκτίμηση της διατροφικής νεοφοβίας πραγματοποιήθηκε μέσω μιας σειράς απλών προτάσεων οι οποίες σχετίζονταν κατά βάση με την αποστροφή ή την αποδοχή καινοτόμων τροφίμων. Για την εκτίμηση της ανάληψης του ρίσκου χρειάστηκε η αυτό-αξιολόγηση των συμμετεχόντων μέσω ορισμένων καταστάσεων και μιας ερώτησης αποδοχής επενδυτικού ρίσκου.

Αναφορικά με το κομμάτι της περιγραφικής ανάλυσης, φάνηκε ότι οι Έλληνες καταναλωτές δεν έχουν εξοικειωθεί ακόμη με πιο ιδιαίτερα τρόφιμα. Ωστόσο, βάσει των βαθμολογιών που δόθηκαν, παρατηρήθηκαν μια σχετικά υψηλή γενική ανάληψη ρίσκου και μια μέτρια στις καταστάσεις της κλίμακας DOSPERT. Επιπλέον οι καταναλωτές εκτίμησαν τα χαρακτηριστικά που αφορούν την προσωπικότητά τους (NEO PI-R model) βάσει της βαθμολογίας που έδωσαν.

Η οικονομετρική ανάλυση που ακολουθήθηκε με το μοντέλο γραμμικής παλινδρόμησης, έδειξε στατιστικά σημαντική επίδραση παραγόντων στην προθυμία δοκιμής συνηθισμένων και καινοφανών προϊόντων και στην συχνότητα κατανάλωσής τους όπως η γενική ανάληψη κινδύνου, η ανάληψη κινδύνου σύμφωνα με την κλίμακα DOSPERT, η νεοφοβία τροφίμων, η ηλικία και το μέγεθος του νοικοκυριού των συμμετεχόντων.

Τέλος θα πρέπει να τονιστεί ότι τα αποτελέσματα αυτά δεν θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν για την εξαγωγή συμπερασμάτων που να αφορά ολόκληρο τον ελληνικό πληθυσμό, λόγω του περιορισμένου αριθμού του δείγματος. Μπορούν όμως να χρησιμοποιηθούν ως ένα πρώτο βήμα για την πραγματοποίηση μελλοντικών ερευνών.

## BIBΛIOΓΡΑΦΙΑ

- Blais, A.-R., & Weber, E. U. (2006). A Domain-Specific Risk-Taking (DOSPERT) scale for adult populations. *Judgment and Decision Making*, 1(1), 33–47.
- Choe, J. J. Y., & Cho, M. S. (2011). Food neophobia and willingness to try non-traditional foods for Koreans. *Food Quality and Preference*, 22(7), 671-677.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1985). The NEO personality inventory manual. *Psychological Assessment Resources*, Odessa, FL.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). NEO PI-R professional manual. *Psychological Assessment Resources*, Odessa, FL.
- Dąbrowska, A., & Babicz-Zielińska, E. (2011). Zachowania konsumentów w stosunku do żywności nowej generacji. *Hygeia Public Health*, 46(1).
- Davis, P. J., Smales, C. M., & James, D. C. (2001). How can thermal processing modify the antigenicity of proteins? *Allergy*, 56(67), 56-60.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., Sunde, W., Schupp, J., & Wagner G. G. (2011). Individual Risk Attitudes: Measurement, Determinants, and Behavioral Consequences. *Journal of the European Economic Association*, 9(3), 522-550.
- Dop, D., & Niculescu, E. C. (2020). Food Neophobia in Preschool Children. *Revista de Chimie*, 71(2), 39-44.
- Fallon, A. E., Rozin, P., & Pliner, P. (1984). The child's conception of food: The development of food rejections with special reference to disgust and contamination sensitivity. *Child Development*, 55(2), 566–575.
- FAO/WHO, 2000. Safety Aspects of Genetically Modified Foods of Plant Origin. Report of a Joint FAO/WHO Expert Consultation on Foods Derived from Biotechnology, Geneva, Switzerland, 29 May-2 June 2000. Food and Agriculture Organisation of the United Nations, Rome. <http://www.fao.org/es/esn/gm/biotec-e.htm>.
- FAO/WHO, 2001. Allergenicity of Genetically Modified Foods, Joint FAO/WHO Expert Consultation on Foods Derived from Biotechnology, Rome, 22-25 January 2001. Food and Agriculture Organisation of the United Nations, Rome. <http://www.fao.org/es/esn/gm/biotec-e.htm>.
- Fernández-Ruiz, V., Claret, A., & Chaya, C. (2012). Testing a Spanish-version of the Food Neophobia Scale. *Food Quality and Preference*, 28(1), 222-225.
- Flight, I., Leppard, P., & Cox, D. N. (2003). Food neophobia and associations with cultural diversity and socio-economic status amongst rural and urban Australian adolescents. *Appetite* 41(1), 51-59.
- Frank, R., & van der Klaauw, N. (1994). The contribution of chemosensory factors to individual differences in reported food preferences. *Appetite*, 22(2), 23-101.
- Haidt, J., McCauley, C., & Rozin, P. (1993). Individual differences in sensitivity to disgust: A scale sampling seven domains of disgust elicitors. *Personality and Individual Differences*, 16(5), 701-713.
- Hobden, K., & Pliner, P. (1995). Effects of a Model on Food Neophobia in Humans. *Appetite*, 25(2), 101-114.

- Holt, C. A., & Laury, S. K. (2002). Risk aversion and incentive effects. *American Economic Review*, 92(5), 1644–1655.
- Idowu-Adebayo, F., Fogliano, V., Oluwamukomi, M. O., Oladimeji, S., & Linnemann, A. R. (2020). *Food neophobia among Nigerian consumers: A study on attitudes towards novel turmeric-fortified drinks*. [online] Διαθέσιμο στο <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/33222201/> [Τελευταία ανάκτηση 22/11/2020].
- Jeżewska-Zychowicz, M., Babicz-Zielińska, E., & Laskowski, W. (2009). Konsument na rynku nowej żywności. *Wydawnictwo SGGW*, Warszawa.
- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The big five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives. In: Pervin, L.A., & John, O.P. (Eds.) *Handbook of personality: Theory and research*, The Guildford Press, New York, 102–138.
- Knaapila, A., Silventoinen, K., Broms, U., Rose, R. J., Perola, M., & Tuorila, H. M. (2011). Food Neophobia in Young Adults: Genetic Architecture and Relation to Personality, Pleasantness and Use Frequency of Foods, and Body Mass Index-A Twin Study. *Behavior Genetics*, 41(4), 512-521.
- Kuiper, H. A., Noteborn, H. P. J. M., Kok, E. J., & Kleter, G. A. (2002). Safety aspects of novel foods. *Food Research International*, 35, 267-271.
- Leuermann, A., & Roth, B. (2012). Does good advice come cheap? :On the Assessment of Risk Preferences in the Lab and in the Field. *SOEPpapers on Multidisciplinary Panel Data Research*, 475, 1-59.
- Loewen, R. & Pliner, P. (2000). The Food Situations Questionnaire: A measure of children's willingness to try novel foods in stimulating and non-stimulating situations. *Appetite*, 35(3), 239-250.
- Lusk, J. L., & Coble, K. H. (2005). Risk Perceptions, Risk Preference, and Acceptance of Risky Food. *American Journal of Agricultural Economics*, 87(2), 393-405.
- Mameli, C., Cattaneo, C., Lonoce, L., Bedogni, G., Redaelli, F. C., Macedoni, M., Zuccotti, G., & Pagliarini, E. (2019). Associations Among Taste Perception, Food Neophobia and Preferences in Type 1 Diabetes Children and Adolescents: A Cross-Sectional Study. *Nutrients*, 11(12), 3052.
- Martins, J. P., & Martins, F. (1997). Soda ash leaching of scheelite concentrates: the effect of high concentration of sodium carbonate. *Hydrometallurgy*, 46(1-2), 191-203.
- McFarlane, T., & Pliner, P. (1997). Increasing willingness to taste novel foods: Effects of nutrition and taste information. *Appetite*, 28, 227-238.
- Meiselman, H. L., King, S. C., & Gillette, M. (2010). The demographics of neophobia in a large commercial US sample. *Food Quality and Preference*, 21(7), 893–897.
- Meiselman, H. L., Mastroianni, G., Buller, M., & Edwards, J. S. A. (1999). Longitudinal measurement of three eating behavior scales during a period of change. *Food Quality and Preference*, 10(1), 1-8.
- Nepote, V., Olmedo, R. H., Mestrallet, M. G., & Grosso, N. (2009). A study of the relationships among consumer acceptance, oxidation chemical indicators, and sensory attributes in high-oleic and normal peanuts. *Journal of Food Science*, 74(1), 1-8.
- Nezlek, J. B., & Forestell, C. A. (2019). Food neophobia and the Five Factor Model of personality. *Food Quality and Preference*, 73, 210-214.

- Nordin, S., Broman, D. A., Garvill, J., & Nyroos, M. (2004). Gender differences in factors affecting rejection of food in healthy young Swedish adults. *Appetite, 43*, 295-301.
- Olabi, A., Najm, N. E. O., Baghdadi, O. K., & Morton, J. M. (2009). Food Neophobia levels of Lebanese and American college students. *Food Quality and Preference, 20*, 353-362.
- Paunonen, S. V., Haddock, G., Fosterling, F., & Keinonen, M. (2003). Broad versus narrow personality measures and the prediction of behavior across cultures. *European Journal of Personality, 17*, 413-433.
- Paupério, A., Severo, M., Lopes, C., Moreira, P., Cooke, L., & Oliveira, A. (2014). Could the Food Neophobia Scale be adapted to pregnant women? A confirmatory factor analysis in a Portuguese sample. *Appetite, 75*, 110-116.
- Pelchat, M. L., & Pliner, P. (1995). "Try it. You'll like it." Effects of information on willingness to try novel foods. *Appetite, 24*(2), 153-165.
- Petroliia, D. R. (2016). Risk preferences, risk perceptions, and risky food. *Food policy, 64*, 37-48.
- Pliner, P., & Hobden, K. (1992). Development of a scale to measure the trait of food neophobia in humans. *Appetite, 19*(2), 105-120.
- Pliner, P. (1994). Development of measures of food neophobia in children. *Appetite, 23*(2), 147-163.
- Pliner, P., Eng, A., & Krishnan, K. (1995). The effects of fear and hunger on food neophobia in humans. *Appetite, 25*(1), 77-87.
- Pliner, P., & Loewen, E. R. (1997). Temperament and food neophobia in children and their mothers. *Appetite, 28*(3), 239-254.
- Pliner, P., & Melo, N. (1997). Food neophobia in humans: Effects of manipulated arousal and individual differences in sensation seeking. *Physiology & Behavior, 61*(2), 331-335.
- Pliner, P., & Stallberg-White, C. (2000). "Pass the ketchup, please": Familiar flavors increase children's willingness to taste novel foods. *Appetite, 34*(1), 95-103.
- Pliner, P., & Loewen, R. (2002). The effects of manipulated arousal on children's willingness to taste novel foods. *Physiology and Behavior, 76*(4-5), 551-558.
- Pulver, A., Allik, J., Pulkkinen, L., & Hamalainen, M. (1995). A big five personality inventory in two non-Indo-European languages. *European Journal of Personality, 9*, 109-124.
- Ristic, R., Johnson, T. E., Meiselman, H. L., Hoek, A. C., & Bastian, S. E. P. (2016). Towards development of a Wine Neophobia Scale (WNS): Measuring consumer wine neophobia using an adaptation of The Food Neophobia Scale (FNS). *Food Quality and Preference, 49*, 161-167.
- Rowland, I. R. (2002). Genetically modified foods, science, consumers and the media. *The Proceedings of the Nutrition Society, 61*, 25-29.
- Rozin, P., & Fallon, A. E. (1980). The psychological categorization of foods and non-foods: A preliminary taxonomy of food rejections. *Appetite, 1*(3), 193-201.
- Russell, C. G., & Worsley, A. (2008). A population-based study of preschoolers' food neophobia and its associations with food preferences. *Journal of Nutrition Education and Behavior, 40*(1), 11-19.

- Sogari, G., Menozzi, D., & Mora, C. (2018). The Food Neophobia Scale and Young Adults' Intention to Eat Insect Products. *International Journal of Consumer Studies*, 46(1), 68-76.
- Tańska, M., Babicz-Zielińska, E., & Chaillot, A. (2017). Attitudes of elderly people towards new and unfamiliar food. *Handel Wewnętrzny*, 366(1), 368-376.
- Taylor, S. L., & Hefle S. L. (2001). Will genetically modified foods be allergenic? *The Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 107, 765-771.
- Tuorila, H., Lähteenmäki, L., Pohjalainen, L., & Lotti, L. (2001). Food neophobia among the Finns and related responses to familiar and unfamiliar foods. *Food Quality and Preference*, 12(1), 29-37.
- Van Putten, M. C., Frewer, L. J., Gilissen, L. J. W. J., Gremmen, B., Peijnenburg, A. A. C. M., & Wichers, H. J. (2006). Novel foods and food allergies: A review of the issues. *Trends in Food Science & Technology*, 17(6), 280-299.
- Wigotzki, M. (2001). Einfluß der technologischen Verarbeitung auf das allergene. Potential der birkenpollen assoziierten Lebensmittel Haselnuß. *Apfel und Karotte*, Universität Hamburg, Hamburg.

### Συμπεριφορά καταναλωτή για καινοτόμα προϊόντα

Το ακόλουθο ερωτηματολόγιο έχει συνταχθεί στα πλαίσια πτυχιακής μελέτης φοιτητή του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, του τμήματος Αγροτικής Οικονομίας & Ανάπτυξης με σκοπό να καταγράψει τη συμπεριφορά του καταναλωτή για καινοτόμα προϊόντα. Σας παρακαλούμε να διαθέσετε λίγο χρόνο για τη συμπλήρωσή του. Η διάρκεια συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου εκτιμάται στα 5 λεπτά. Θα θέλαμε να σας τονίσουμε ότι η ειλικρίνεια στις απαντήσεις είναι απαραίτητη για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων, καθώς επίσης και ότι η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου πραγματοποιείται ανώνυμα. Σας ευχαριστούμε εκ των προτέρων για την συμμετοχή σας.

\* **Απαιτείται**

#### A. Γενικές ερωτήσεις

1. Παρακάτω παρουσιάζεται μια σειρά τροφίμων. Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο θα ήσασταν πρόθυμοι να δοκιμάσετε καθένα από τα παρακάτω τρόφιμα, μόνο του ή ως μέρος μιας συνταγής. \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Καθόλου	Λίγο	Ούτε λίγο, ούτε πολύ	Πολύ	Πάρα πολύ
Λιναρόσπορος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ψωμί με μαγιά επεξεργασμένη με υπεριώδη ακτινοβολία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χυμός πορτοκάλι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενεργειακή μπάρα από πρωτεΐνες εντόμων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εργαστηριακά κατασκευασμένο κρέας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σπόροι Τσία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναψυκτικό με στέβια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γάλα επεξεργασμένο με υπεριώδη ακτινοβολία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βιολογικό κρέας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γιαούρτι με προβιοτικές καλλιέργειες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναψυκτικό τύπου cola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αλεύρι από καφέ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ζυμωτό παραδοσιακό ψωμί	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Στραγγιστό γιαούρτι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χυμός από φρούτα Νόνι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Πρωτεϊνική μπάρα με muesli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενεργειακή μπάρα με βρώμη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γάλα εβαπορέ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αλεύρι χωρίς γλουτένη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



2. Παρακαλώ αναφέρετε τη συχνότητα με την οποία καταναλώνετε αυτά τα τρόφιμα. \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Ποτέ	Έχω δοκιμάσει μια φορά	Μια φορά την εβδομάδα	2-3 φορές την εβδομάδα	Σχεδόν κάθε μέρα
Χυμός από φρούτα Νόνι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γάλα εβαπορέ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σπόροι Τσία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ζυμωτό παραδοσιακό ψωμί	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γάλα επεξεργασμένο με υπεριώδη ακτινοβολία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Πρωτεϊνική μπάρα με muesli	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Εργαστηριακά κατασκευασμένο κρέας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Γιαούρτι με προβιοτικές καλλιέργειες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Λιναρόσπορος	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενεργειακή μπάρα από πρωτεΐνες εντόμων	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αλεύρι χωρίς γλουτένη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενεργειακή μπάρα με βρώμη	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναψυκτικό τύπου cola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ψωμί με μαγιά επεξεργασμένη με υπεριώδη ακτινοβολία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αλεύρι από καφέ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χυμός πορτοκάλι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναψυκτικό με στέβια	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Βιολογικό κρέας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Στραγγιστό γιαούρτι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**3. Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες προτάσεις. \***

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.*

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Δοκιμάζω συνεχώς νέα και διαφορετικά τρόφιμα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν εμπιστεύομαι νέα τρόφιμα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αν δεν ξέρω τι υπάρχει σε ένα φαγητό,, δεν θα το δοκιμάσω	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μου αρέσουν τα τρόφιμα από διαφορετικές χώρες	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τα παραδοσιακά φαγητά φαίνονται πολύ περιεργα για κατανάλωση	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σε κάποιο γεύμα της ημέρας,, θα δοκιμάσω ένα νέο φαγητό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Φοβάμαι να φάω κάτι που δεν έχω δοκιμάσει ποτέ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είμαι πολύ συγκεκριμένος για τα τρόφιμα που θα φάω	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Τρώω σχεδόν τα πάντα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μου αρέσει να δοκιμάζω παραδοσιακά φαγητά που δεν έχω ξαναδοκιμάσει	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νιώθω άβολα όταν βρίσκομαι σε νέες καταστάσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Όταν είμαι μακριά,, θέλω να πάω σπίτι στο οικείο μου περιβάλλον	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Φοβάμαι το άγνωστο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν είμαι άνετος σε νέες καταστάσεις	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Όταν βρίσκομαι σε διακοπές,, ανυπομονώ να επιστρέψω σπίτι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αποφεύγω να μιλήσω σε άτομα που δεν γνωρίζω όταν πηγαίνω σε ένα πάρτι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νιώθω άβολα σε ένα άγνωστο περιβάλλον	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Δεν μου αρέσει να κάθομαι δίπλα σε κάποιον που δεν γνωρίζω	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Παρακαλώ σημειώστε αν συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις ακόλουθες επιλογές. \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα
Μου αρέσουν πολύ τα πάρτι	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νιώθω άνετα με τους ανθρώπους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ενδιαφέρομαι για τους ανθρώπους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Συναισθάνομαι τους άλλους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είμαι απαιτητικός στη δουλειά μου	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ακολουθώ ένα πρόγραμμα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αγχώνομαι εύκολα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ανησυχώ για διάφορα πράγματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Έχω πλούσιο λεξιλόγιο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Έχω ζωηρή φαντασία	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Είμαι ικανοποιημένος με ό, τι επιτυγχάνω στη δουλειά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Νιώθω καλά στη δουλειά	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Πώς βλέπετε τον εαυτό σας; Γενικά είστε πρόθυμος να αναλάβετε ρίσκο ή προσπαθείτε να το αποφύγετε; Παρακαλώ σημειώστε την απάντησή σας στην κλίμακα, όπου το 0 σημαίνει «καθόλου πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο» και το 10 «πολύ πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο». \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Καθόλου πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Πολύ πρόθυμος να αναλάβω ρίσκο

6. Οι άνθρωποι συμπεριφέρονται διαφορετικά σε διάφορες περιπτώσεις. Πώς θα αξιολογούσατε την προθυμία ανάληψης κινδύνων στις ακόλουθες καταστάσεις; Παρακαλώ σημειώστε την απάντησή σας από το 0 έως το 6.

\*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	0	1	2	3	4	5	6
Όταν οδηγείτε	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Σε οικονομικά θέματα	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Κατά τη διάρκεια ψυχαγωγίας ή αθλητικής δραστηριότητας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Στη δουλειά σας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Αναφορικά με την υγεία σας	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ως προς την εμπιστοσύνη σας σε τρίτους	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\*

7. Φανταστείτε ότι έχετε κερδίσει 100.000€ σε μια λαχειοφόρο αγορά. Αμέσως μετά τη συλλογή των κερδών σας, λαμβάνετε την ακόλουθη οικονομική προσφορά: οι συνθήκες της οποίας είναι οι ακόλουθες: Υπάρχει μια ευκαιρία να διπλασιάσετε τα χρήματά σας. Υπάρχει ίση πιθανότητα να χάσετε τα μισά χρήματά. Έχετε τη δυνατότητα να επενδύσετε όλα σας τα χρήματα, μέρος των χρημάτων ή να απορρίψετε την προσφορά. Το μερίδιο των κερδών σας στη λαχειοφόρο αγορά θα επενδύσετε σε αυτή την οικονομικά επικίνδυνη αλλά και επικερδή επένδυση;

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 100.000€
- 80.000€
- 60.000€
- 40.000€
- 20.000€
- Τίποτα, θα απέρριπτα την προσφορά

## B. Δημογραφικά στοιχεία

### 8. Φύλο \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Άνδρας
- Γυναίκα

### 9. Ποια είναι η ηλικία σας; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- 18-24 ετών
- 25-34 ετών
- 35-44 ετών
- 45-54 ετών
- 55-64 ετών
- 65 ετών και άνω

10. Ποια είναι η ανώτερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο
- Λύκειο
- ΙΕΚ ή Τεχνική σχολή
- Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ
- Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό

11. Ποια είναι η τωρινή εργασιακή σας κατάσταση; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Πλήρης απασχόληση
- Μερική απασχόληση
- Ανεργος-η
- Αυτοαπασχολούμενος-η
- Οικιακές δουλειές
- Μαθητής-τρια/Φοιτητής-τρια
- Συνταξιούχος

12. Δεδομένου ότι το μέσο ετήσιο οικογενειακό εισόδημα είναι περίπου 16.000 ευρώ, πώς θα χαρακτηρίζατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας; \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

- Πολύ κακή
- Κακή
- Μέτρια
- Καλή
- Πολύ καλή

13. Από πόσα μέλη αποτελείται η οικογένεια σας συμπεριλαμβανομένου του εαυτού σας;\*

Η απάντησή σας

.....