



**ΜΙΚΡΟΠΛΑΣΤΙΚΑ ΣΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ:
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ**

Κωνσταντίνος Κουφοπαντελής

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Ευαγγελία Κρασακοπούλου

Μυτιλήνη, Ιούνιος 2021

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Αποφοίτου του Π.Μ.Σ. «Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παράκτιων Περιοχών»

Κωνσταντίνου Κουφοπαντελή

ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

Μικροπλαστικά στη Θάλασσα:

Διερεύνηση της ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης

Τριμελής Επιτροπή Επίβλεψης και Κρίσης της Εργασίας

Υπογραφές

Ευαγγελία Κρασακοπούλου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Ουρανία Τζωράκη

Πολίνα Τουρλιώτη

Ευχαριστίες

Ευχαριστώ όλους εσάς, που συμβάλατε σ' αυτήν τη μαθησιακά και συναισθηματικά μεστή εμπειρία.

Περίληψη

Στην παρούσα εργασία παρατίθενται τα αποτελέσματα της επεξεργασίας ενός ερωτηματολογίου που διακινήθηκε διαδικτυακά και αφορά στην ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και συμπεριφορά των ερωτώμενων για ζητήματα πλαστικών και μικροπλαστικών. Μετά την επεξεργασία, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα, αναφέρονται συμπεράσματα που προκύπτουν και διατυπώνονται κάποιες προτάσεις.

Abstract

This paper presents the results of processing an online questionnaire concerning the information, awareness and behavior of the respondents on plastic and microplastics issues. After the process, the results are presented, conclusions are drawn and some suggestions are formulated.

Πίνακας περιεχομένων

| | |
|--|----|
| Ευχαριστίες..... | i |
| Περίληψη..... | ii |
| Abstract | ii |
| 1. Εισαγωγή..... | 1 |
| 1.1 Θαλάσσια ρύπανση – Θαλάσσια απορρίμματα | 1 |
| 1.2 Πλαστικά - Μικροπλαστικά | 1 |
| 1.2.1 Πλαστικά και μικροπλαστικά στη θάλασσα – Ορισμός μικροπλαστικών. | 1 |
| 1.2.2 Κατηγορίες μικροπλαστικών..... | 2 |
| 1.2.3 Είσοδος μικροπλαστικών στη θάλασσα - Επιπτώσεις. | 3 |
| 1.3 Πολιτικές και νομοθεσία για τα μικροπλαστικά | 4 |
| 1.4 Διαδικτυακές έρευνες..... | 5 |
| 1.4.1 Η χρήση του διαδικτύου στην Ελλάδα..... | 5 |
| 1.4.2 Τύποι και Πλεονεκτήματα των διαδικτυακών ερευνών. | 6 |
| 1.4 Ανίχνευση τάσεων της κοινής γνώμης για τα μικροπλαστικά | 7 |
| 2. Μεθοδολογία..... | 9 |
| 3. Αποτελέσματα | 11 |
| 3.1 Ατομικά & Δημογραφικά στοιχεία (Ερωτήσεις Q1 – Q4)..... | 11 |
| 3.2 Ερωτήσεις κυρίως σώματος ερωτηματολογίου | 14 |
| 3.2.1 Προτιμήσεις Καταναλωτών (Ερωτήσεις 5-8, 10-14, 16, 17, 22, 26)..... | 14 |
| 3.2.2 Γνώση ύπαρξης των μικροπλαστικών (Ερωτήσεις 9, 15) | 40 |
| 3.2.3 Χρήση πλαστικών προϊόντων στην καθημερινότητα (Ερωτήσεις 18-21, 23)..... | 44 |
| 3.2.4 Πρόθεση αλλαγής συμπεριφοράς (καλές πρακτικές) (Ερωτήσεις 24, 25)..... | 54 |
| 5. Συμπεράσματα..... | 58 |
| 6. Προτάσεις | 59 |
| Βιβλιογραφία..... | 60 |

| | |
|--|----|
| Παράρτημα | 62 |
| Ερωτηματολόγιο..... | 63 |
| Συνολικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου σε μορφή συγκεντρωτικών πινάκων..... | 68 |

1. Εισαγωγή

1.1 Θαλάσσια ρύπανση – Θαλάσσια απορρίμματα

Θαλάσσια ρύπανση είναι η άμεση ή έμμεση προσθήκη από τον άνθρωπο στο θαλάσσιο περιβάλλον (συμπεριλαμβανομένων των εκβολών ποταμών) ουσιών ή ενέργειας, η οποία έχει αρνητικά αποτελέσματα όπως: βλάβες στους ζωντανούς οργανισμούς, δυσάρεστες επιδράσεις στην ανθρώπινη υγεία, παρεμπόδιση των θαλάσσιων δραστηριοτήτων, όπως η αλιεία και γενικότερη υποβάθμιση της ποιότητας του θαλασσινού νερού (Ορισμός UNEP).

Θαλάσσια απορρίμματα χαρακτηρίζουμε οποιαδήποτε κατασκευασμένα ή επεξεργασμένα στερεά υλικά που έχουν απορριφθεί, αποθεθεί ή εγκαταλειφθεί στο θαλάσσιο και παράκτιο περιβάλλον και τα οποία χαρακτηρίζονται από μεγάλο χρόνο διατήρησης στο θαλάσσιο/παράκτιο περιβάλλον. Τα θαλάσσια απορρίμματα αποτελούνται από αντικείμενα τα οποία έχουν κατασκευαστεί ή χρησιμοποιηθεί από τον άνθρωπο και έχουν εσκεμμένα ή ακούσια αφεθεί στις θάλασσες και τις ακτές. Σε αυτά περιλαμβάνονται υλικά που έχουν μεταφερθεί στο θαλάσσιο περιβάλλον από την ξηρά μέσω των ποταμών, αποστραγγιστικών και αποχετευτικών δικτύων ή των ανέμων. Τα θαλάσσια απορρίμματα είναι δυνατό να αποτελούνται από πλαστικό, ξύλο, μέταλλο, γυαλί, λάστιχα, ύφασμα, χαρτί κ.α.. Ο ορισμός αυτός δεν περιλαμβάνει ημι-στερεά υπολείμματα όπως π.χ. ορυκτά και φυτικά έλαια, παραφίνες και χημικά που συχνά μολύνουν τις θάλασσες και τις ακτές (*MSFD Task Group 10 report, European Commission/JRC/Ifremer/ICES 2010*).

1.2 Πλαστικά - Μικροπλαστικά

1.2.1 Πλαστικά και μικροπλαστικά στη θάλασσα – Ορισμός μικροπλαστικών.

Η ποσότητα της θαλάσσιας ρύπανσης από πλαστικά απορρίμματα αυξάνεται, σε βάρος των οικοσυστημάτων, της βιοποικιλότητας και ενδεχομένως της ανθρώπινης υγείας, και προκαλεί ευρεία ανησυχία. Ταυτόχρονα, πολύτιμο υλικό που θα μπορούσε να επιστρέψει στην οικονομία χάνεται, αφού απορριφθεί ως απόβλητο. Τα πλαστικά αντικείμενα αποτελούν το 80-85 % του συνολικού αριθμού των θαλάσσιων απορριμμάτων που μετρούνται μέσω καταμετρήσεων στις παραλίες. Τα πλαστικά αντικείμενα μίας χρήσης (SUP) αντιπροσωπεύουν περίπου το μισό όλων των θαλάσσιων απορριμμάτων που βρέθηκαν στις ευρωπαϊκές παραλίες κατά τις καταμετρήσεις. Τα 10 αντικείμενα SUP που εμφανίζονται συχνότερα αντιπροσωπεύουν το 86 % όλων των αντικειμένων SUP (και αντιστοιχούν στο 43 % όλων των θαλάσσιων απορριμμάτων που εμφανίζονται σε ευρωπαϊκές παραλίες κατά καταμέτρηση). Τα αλιευτικά εργαλεία που περιέχουν πλαστική ύλη αντιπροσωπεύουν άλλο ένα 27 % των θαλάσσιων απορριμμάτων που εμφανίζονται στις ευρωπαϊκές παραλίες. (Αιτιολογική έκθεση Οδηγίας του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου σχετικά με τη μείωση των επιπτώσεων ορισμένων πλαστικών προϊόντων στο περιβάλλον 2018/0172(COD) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018PC0340&from=EN>).

Ο όρος "μικροπλαστικά" έχει χρησιμοποιηθεί για να περιγραφούν πλαστικά υπολείμματα διαφόρων μικρών μεγεθών.

Σήμερα, ο ευρύτερα χρησιμοποιούμενος ορισμός είναι ότι τα μικροπλαστικά είναι σωματίδια μικρότερα των 5 χιλιοστών στη μεγαλύτερη διάστασή τους και αυτός ο ορισμός έχει γίνει αποδεκτός από την Εθνική Διοίκηση για τον Ωκεανό και την Ατμόσφαιρα των Η.Π.Α. (NOAA) και την Οδηγία Πλαίσιο για τη Θαλάσσια Στρατηγική της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

1.2.2 Κατηγορίες μικροπλαστικών.

Τα μικροπλαστικά εκτός από το μέγεθος τους καθορίζονται και από το σχήμα τους. Οι ερευνητές έχουν διαχωρίσει τα μικροπλαστικά σε χάντρες, ίνες, αφρό, θραύσματα και σφαιρίδια.

Τα μικροπλαστικά χωρίζονται ανάλογα με την προέλευσή τους σε δυο κατηγορίες

Πρωτογενή Μικροπλαστικά

Πρωτογενή ονομάζονται τα μικροπλαστικά τα οποία παράγονται σε διαστάσεις μικρότερες των 5mm (Rocha-Santos T, 2015)

Τα πρωτογενή μικροπλαστικά είναι προϊόντα εργοστασιακής παραγωγής και αποτελούνται κυρίως από σκόνες και σφαιρίδια πολυπροπυλενίου και πολυαιθυλενίου. Τα μικροπλαστικά αυτά περιλαμβάνουν σφαιρίδια, τα οποία χρησιμοποιούνται στην βιομηχανική παραγωγή πλαστικών. Μπορούν να φτάσουν στο περιβάλλον από απώλεια κατά τη μεταφορά ή μετά από διαρροή λόγω κακοδιαχείρισης. Οι μεγαλύτερες συγκεντρώσεις των προπαρασκευασμένων αυτών σφαιριδίων βρίσκονται συχνότερα στις παραλίες και φτάνουν έως τα 100.000 ανά μέτρο. ((Pruter, 1987) (Lisbeth Van Cauwenberghe)

Μικροπλαστικά μπορούμε να συναντήσουμε και σε προϊόντα προσωπικής φροντίδας όπως τα προϊόντα απολέπισης. (E. Napper) Τα σωματίδια αυτά που περιέχονται σε αντικείμενα καθημερινής χρήσης όπως, π.χ. οδοντόκρεμες, αφρόλουτρα, αποσμητικά, μάσκαρα, κρέμες ξυρίσματος, αντηλιακά, βαφές μαλλιών και νυχιών και μέικ-απ, αμέσως μετά τη χρήση καταλήγουν στο αποχετευτικό δίκτυο. ((Rowshyra A. Castañeda) (Lisa S Fendall) (Matthew Cole) Μεγάλη πηγή παραγωγής μικροπλαστικών είναι και τα γήπεδα που διαθέτουν τεχνητούς αγωνιστικούς χώρους ποδοσφαίρου. Τα γήπεδα αυτά γεμίζουν με πλαστικούς κόκκους που παράγονται από την ανακύκλωση ελαστικών και έχουν διάμετρο από 0,7 έως και. (Juergen Bertling) Τέλος στη διαδικασία εξόρυξης αερίου και πετρελαίου γίνεται χρήση υγρών που περιέχουν πλαστικές χάντρες και αφρό. Οι χάντρες αποτελούνται από σωματίδια τεφλόν και χρησιμοποιούνται σε μεγάλες ποσότητες. (Sundt P, 2014)

Δευτερογενή Μικροπλαστικά

Δευτερογενή είναι τα μικροπλαστικά που δημιουργούνται από την αποσύνθεση μεγαλύτερων πλαστικών.

Τα μεγαλύτερα πλαστικά που βρίσκονται ήδη στον περιβάλλον εκτίθενται στην ηλιακή ακτινοβολία και τα καιρικά φαινόμενα με αποτέλεσμα να δημιουργούνται ρήγματα και τελικά κατακερματίζονται σε μικρότερα κομμάτια. Η διαδικασία αυτή πραγματοποιείται ταχύτατα σε πλαστικά που βρίσκονται σε παραλίες και πιο αργά όταν αυτά επιπλέουν ή βρίσκονται σε μεσαίες στάθμες θάλασσας και στον πυθμένα. (J. Pegram)

Τα δευτερογενή μικροπλαστικά μπορούν να προκύψουν από το πλύσιμο ρούχων που αποτελούνται από πολυεστέρα και νάilon καθώς το ρούχο φθείρεται και δημιουργούνται μικροπλαστικά σε μορφή μικρών ινών. (Falco, 2017) Ρύπανση προκαλείται και από τις χωματερές όπου τα πλαστικά που δεν ανακυκλώνονται, προϊόντος του χρόνου και υπό την επίδραση της υπεριώδους ακτινοβολίας του ηλίου αυτά μετατρέπονται σε μικροπλαστικά. Ακόμα και τα λάστιχα των αυτοκινήτων όταν φθείρονται από την τριβή παράγουν μικροπλαστικά. (Barnes DK, 2009)

1.2.3 Είσοδος μικροπλαστικών στη θάλασσα - Επιπτώσεις.

Τα κυριότερα σημεία εισόδου μικροπλαστικών, τόσο πρωτογενών όσο και δευτερογενών, είναι οι εγκαταστάσεις βιολογικού καθαρισμού, οι σηπτικές δεξαμενές, ο αέρας και κυρίως τα ποτάμια. ((Dris, 2016) (Browne, 2011) (Magnusson, 2014)

Τα μικροπλαστικά λόγω του μεγέθους τους προσλαμβάνονται πιο εύκολα από τους θαλάσσιους οργανισμούς σε σχέση με τα μεγαλύτερου μεγέθους και καταλήγουν στο πεπτικό σύστημα και στους ιστούς τους, με πιθανό αποτέλεσμα τη μεταφορά τους μέσω της τροφικής αλυσίδας, με επιπτώσεις σε άλλους θαλάσσιους οργανισμούς αλλά και στην ανθρώπινη υγεία. (Otoniyi Peregao)

Εκτός από την κατάποση των μικροπλαστικών, δυσμενείς επιπτώσεις προκύπτουν επίσης από απελευθέρωση τοξικών ουσιών που είναι ενσωματωμένες στα μικροπλαστικά και από υδατογενείς ρύπους, που προσροφώνται στα μικροπλαστικά και κατόπιν απελευθερώνονται εκ νέου στο θαλάσσιο περιβάλλον (. Tang, 1995)

Οι χημικές τους ιδιότητες και η μεγάλη ειδική τους επιφάνεια διευκολύνουν την προσρόφηση υδρόφοβων ρυπαντών όπως τα φυτοφάρμακα, τα πολυχλωριωμένα διφαινύλια, υδρογονάνθρακες, καθώς και ιχνημέταλλα. Μετά την πρόσληψή τους από τους οργανισμούς είναι δυνατό τα μικροπλαστικά να απελευθερώσουν πρόσθετες χημικές ουσίες και προκαλούνται διαταραχές στο ενδοκρινικό σύστημα των οργανισμών. (Ogunola, 2016) (Bouland AJ, 2012)

Τέλος τα μικροπλαστικά λειτουργούν ως μεταφορείς οργανισμών καθώς στις επιφάνειές τους αρκετά συχνά, εποικίζουν οργανισμοί οι οποίοι μεταφέρονται μαζί τους. Αφού τα μικροπλαστικά ταξιδεύουν μεγάλες αποστάσεις συμβάλλουν στη διασπορά των ειδών τα οποία μπορεί να είναι επεμβατικά είδη ή είδη τα οποία προκαλούν φαινόμενα ευτροφισμού. (Duis, 2016)

Έχουν βρεθεί μικροπλαστικά σε φαγητά και ποτά, όπως είναι οι μπίρες, το μέλι αλλά και το πόσιμο νερό. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι πλαστικά σωματίδια έχουν επίσης ανακαλυφθεί πρόσφατα σε ανθρώπινα

κόπρανα.

(Ευρωπαϊκό

Κοινοβούλιο

Αναφ.:20181116STO19217

<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20181116STO19217/mikroplastika-piges-epiptoseis-luseis>)

1.3 Πολιτικές και νομοθεσία για τα μικροπλαστικά.

Οι επιπτώσεις της κουλτούρας που επικρατεί σήμερα, είναι φανερές στις παράκτιες περιοχές και στους ωκεανούς. Τα πλαστικά απόβλητα μολύνουν όλο και περισσότερο τους και σύμφωνα με υπολογισμούς έως το 2050 οι θάλασσες θα περιέχουν περισσότερα πλαστικά απόβλητα απ' ότι ψάρια.

Σύμφωνα με τον descriptor 10 της MSFD: "Οι ιδιότητες και ποσότητες των απορριμμάτων στη θάλασσα δεν προκαλούν βλάβη στο παραθαλάσσιο και θαλάσσιο περιβάλλον".

Το Σεπτέμβριο του 2018, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο ενέκρινε νέους κανόνες που στοχεύουν στην αύξηση του ποσοστού ανακύκλωσης πλαστικών απορριμμάτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Επίσης, κάλεσε την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να προτείνει ευρωπαϊκή απαγόρευση για την προσθήκη μικροπλαστικών σε προϊόντα όπως καλλυντικά και απορρυπαντικά έως το 2020 αλλά και να λάβει μέτρα για την ελαχιστοποίηση της απελευθέρωσης μικροπλαστικών από τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, τα ελαστικά, τα χρώματα και τα τσιγάρα. Τον Οκτώβριο του ίδιου έτους, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, στήριξε την απαγόρευση πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης που συχνά καταλήγουν στις θάλασσες. (www.europarl.europa.eu)

Οι νέοι κανόνες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που εγκρίθηκαν στις 27 Μαρτίου 2018 από την ολομέλεια του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, αφορούν τα 10 πιο διαδεδομένα πλαστικά προϊόντα μίας χρήσης στις ευρωπαϊκές ακτές και σε απωλεσθέντα αλιευτικά εργαλεία. Αυτές οι δυο ομάδες αντιπροσωπεύουν από μόνες τους το 70% των θαλάσσιων απορριμμάτων.

Τα νέα μέτρα είναι:

- Πλήρης κατάργηση των πλαστικών μιας χρήσης για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα υποκατάστατα, όπως μπατονέτες, καλαμάκια, μαχαιροπήρουνα, πιάτα, αναδευτήρες κτλ.
- Περιορισμός της χρήσης πλαστικών δοχείων τροφίμων και ποτηριών μέσω του καθορισμού εθνικών στόχων μείωσης, της προσφοράς εναλλακτικών προϊόντων στα σημεία πώλησης, ή της διασφάλισης ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης θα επιβαρύνονται από κάποιο τέλος.
- Υποχρέωση των κατασκευαστών να συμμετέχουν στο κόστος της διαχείρισης αποβλήτων και του καθαρισμού, καθώς και των μέτρων ευαισθητοποίησης για δοχεία, προϊόντα καπνού με φίλτρο, υγρά μαντηλάκια...κλπ.
- Υποχρέωση των κρατών μελών να συλλέγουν το 90% των πλαστικών δοχείων για ποτά από το 2025, π.χ. μέσω συστημάτων εγγύησης και επιστροφής.
- Υποχρέωση τυποποιημένης επισήμανσης η οποία θα αναφέρει τον τρόπο διάθεσης των σχετικών αποβλήτων, τις αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του προϊόντος, και την παρουσία πλαστικών υλών στο συγκεκριμένο προϊόν.
- Ενίσχυση της ευαισθητοποίησης των καταναλωτών

Όσον αφορά τα αλιευτικά εργαλεία, τα οποία αποτελούν το 27% όλων των απορριμμάτων στις παραλίες, οι κατασκευαστές πλαστικών αλιευτικών εργαλείων θα πρέπει να καλύπτουν το κόστος της συλλογής των αποβλήτων από τις λιμενικές εγκαταστάσεις παραλαβής, καθώς και το κόστος μεταφοράς και επεξεργασίας τους. Τα κράτη μέλη θα υποχρεούνται να συλλέγουν τουλάχιστον το 50% των απολεσθέντων αλιευτικών εργαλείων κάθε χρόνο και να ανακυκλώσουν το 15% έως το 2025. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Υπηρεσία Ερευνών Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, <https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20181005STO15110/plastika-stous-okeanous-stoicheia-epiptoseis-kai-neoi-kanones>)

Σε εθνικό επίπεδο ο πρόσφατος νόμος 4736/2020 – ΦΕΚ 200/Α/20-10-2020 προβλέπει την απαγόρευση διάθεσης στην αγορά μια σειρά πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης από τον Ιούλιο του 2021.

Έτσι αποσύρονται από τον Ιούλιο του 2021 μια σειρά πλαστικών (καλαμάκια, μαχαιροπήρουνα, πιάτα, ποτήρια και περιέκτες τροφίμων από φελιζόλ, αναδευτήρες, στηρίγματα για μπαλόνια, μπατονέτες, καθώς και πάσης φύσεως προϊόντα που διασπώνται σε μικροπλαστικά), ενώ στο Δημόσιο η εφαρμογή της απόσυρσης ξεκίνησε 6 μήνες νωρίτερα.

Θεσμοθετείται η επιβράβευση της ανακύκλωσης, καθώς κάθε πολίτης που θα επιστρέφει το πλαστικό μπουκάλι του στο σημείο πώλησης θα παίρνει πίσω το επιπλέον ποσό της εγγύησης, δηλαδή θα λαμβάνει πίσω τα λίγα λεπτά του ευρώ που έδωσε κατά την αγορά του.

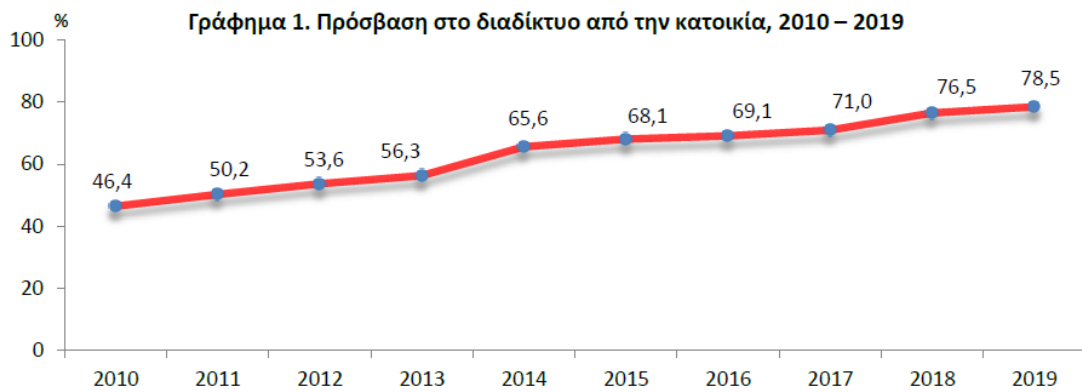
Επιπλέον θεσπίζεται πρόγραμμα διευρυμένης ευθύνης του παραγωγού για τα αλιευτικά εργαλεία που περιέχουν πλαστική ύλη, με σκοπό τη μείωση των αλιευτικών εργαλείων που απορρίπτονται στο θαλάσσιο περιβάλλον, καθώς και τη χωριστή συλλογή και ανακύκλωση των αποβλήτων των αλιευτικών εργαλείων. (νόμος 4736/2020 – ΦΕΚ 200/Α/20-10-2020)

1.4 Διαδικτυακές έρευνες.

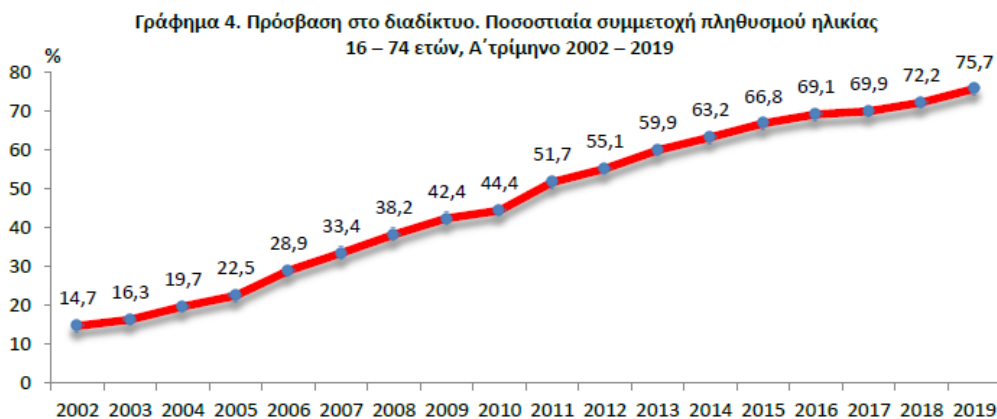
Πριν κάποιες δεκαετίες οι έρευνες γινόταν μέσω ταχυδρομείου ή δια ζώσης πόρτα-πόρτα ενώ μετά τη δεκαετία του 70 υιοθετήθηκε η τηλεφωνική μέθοδος. Το διαδίκτυο χρησιμοποιείται πλέον πολύ συχνότερα και από πολύ περισσότερους κι έτσι οι έρευνες μέσω διαδικτύου γίνονται ολοένα και περισσότερο διαδεδομένες. Παρότι όμως ο αριθμός των ατόμων με πρόσβαση στο διαδίκτυο έχει αυξηθεί κατά πολύ, η χρήση του δεν είναι ακόμα καθολική, καθιστώντας μερικά προβληματική τη διεξαγωγή ερευνών μέσω διαδικτύου. (Don A. Dillman) (Crawford, 2001) (Miller S, 2002)

1.4.1 Η χρήση του διαδικτύου στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με στοιχεία του 2019 τη δεκαετία (2010 – 2019) καταγράφηκε αύξηση 69,2% στην πρόσβαση στο διαδίκτυο από την κατοικία:



Περισσότεροι από 7 στους 10 (75,7%) ηλικίας 16 – 74 ετών έκαναν χρήση διαδικτύου κατά το Α' τρίμηνο του 2019 ενώ χρήση του διαδικτύου σε τακτική βάση, δηλαδή, τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα, πραγματοποιείται από το 97,4% όσων χρησιμοποίησαν το διαδίκτυο το Α' τρίμηνο του 2019. Περισσότερες από δύο φορές στη διάρκεια της ημέρας χρησιμοποίησε το διαδίκτυο το 87,8% των τακτικών χρηστών:



(ΕΛΣΤΑΤ, 2019)

1.4.2 Τύποι και Πλεονεκτήματα των διαδικτυακών ερευνών.

Υπάρχουν 2 βασικοί τρόποι που διεξάγονται οι διαδικτυακές έρευνες: Η αποστολή ενός ερωτηματολογίου μέσω email και η διεξαγωγή μέσω ερωτηματολογίου που αναρτάται σε μια ιστοσελίδα.

Κόπος και Χρόνος.

Η ευκολία, ταχύτητα και αμεσότητα εντοπισμού και προσέγγισης μεγάλου αριθμού ανθρώπων με διαφορετικά χαρακτηριστικά εξοικονομεί χρόνο για τον ερευνητή.

Αντίθετα η δια ζώσης έρευνα θα απαιτούσε μεγάλο χρονικό διάστημα για τα ίδια αποτελέσματα. Επίσης με τη διαδικτυακή έρευνα, χιλιάδες απαντήσεις μπορούν να υποβληθούν ταυτόχρονα χωρίς προσωπική επαφή και ενασχόληση με τον κάθε συμμετέχοντα ξεχωριστά. (Wright K. B., 2006)

Σημαντική μείωση του απαιτούμενου χρόνου προκαλείται από την έλλειψη ανάγκης εισαγωγής και ελέγχου των απαντήσεων, αφού τα δεδομένα ελέγχονται και καταγράφονται αυτόματα. Έτσι οι ερευνητές απλά «ανεβάζουν» το ερωτηματολόγιο και μετά περιμένουν να ολοκληρωθεί ο επιθυμητός αριθμός απαντήσεων. (Wright K. B., 2006) (Andrews, 2003) (Lieva, 2002) (Taylor, 2000)

Κόστος

Εξοικονόμηση επιτυγχάνεται από τη δραστική μείωση του αναγκαίου ανθρώπινου δυναμικού, του κόστους για εξοπλισμό, των εξόδων κίνησης και αναλώσιμων, ενώ μπορεί πολύ εύκολα και χωρίς επιπλέον κόστος να αυξηθεί το μέγεθος του δείγματος. (Wright K. B., 2006) (Watt, 1999) (L.Bennington(Eds.)) (Jossey-Bass., 2002) (Couper, 2000).

Η εύκολη προσέγγιση γεωγραφικά απομακρυσμένα ατόμων.

Η ευρύτατη εξάπλωση του διαδικτύου σε κάθε γωνιά του πλανήτη έχει άρει κάθε εμπόδιο πρόσβασης σε οποιαδήποτε τοποθεσία και απόσταση. Η απόσταση δε δημιουργεί κανένα πρόβλημα αποδοτικότητας και ποιότητας δεδομένων και έτσι οι έρευνες δεν έχουν περιορισμούς στο δείγμα τους. (Walonick, 1993) (Wright K. B., 2006), (*Questionnaires.* <http://www.evalued.bcu.ac.uk/tutorial/4a.htm>, Advantages/Disadvantages of Web Surveys' http://wikis.lib.ncsu.edu/index.php/Advantages/Disadvantages_of_Web_Surveys#Introduction), (Garton, 1999)

Η εύκολη προσέγγιση ατόμων με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και ηλικίες.

Η σύγχρονη τεχνολογία επιτρέπει την εξατομίκευση των χρηστών, χρησιμοποιώντας στοιχεία της ηλεκτρονικής «συμπεριφοράς» τους (ενδιαφέροντα, συμπεριφορά, αγοραστικές τάσεις κλπ), Έτσι οι ερευνητές μπορούν ανάλογα με το αντικείμενο της έρευνας να επικεντρώνονται σε συγκεκριμένες ομάδες χρηστών. Επίσης μπορούν να προσεγγίσουν εύκολα χρήστες – μέλη συγκεκριμένων διαδικτυακών ομάδων, ιστοσελίδων, forum κ.α. (Walonick, 1993) (Wright K. B., 2006) (Wright K. B., The communication of social support within an on-line community for older adults: A qualitative analysis of the SeniorNet community., 2000) (Wright K. B., 2000).

Τέλος άλλα πλεονεκτήματα αποτελούν η εύκολη προσέγγιση ατόμων αποκλίνουσας συμπεριφοράς της ανωνυμίας, η επιλογή τόπου και χρόνου συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου και η απουσία μεροληψίας από τον ερευνητή. (Παπαγεωργίου, 1998)(Απόστολος Λιναρδής, 2011)

1.4 Αντικείμενο παρούσας διπλωματικής εργασίας

Ένα σημαντικό μέτρο που υιοθετήθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση αφορά στην ευαισθητοποίηση των καταναλωτών. Μόνο έτσι θα μπορέσει να βελτιωθεί και να παραμείνει σε καλό επίπεδο η ποιότητα του θαλάσσιου περιβάλλοντος με τον περιορισμό της χρήσης πλαστικών και μικροπλαστικών.

Στην προσπάθεια ανίχνευσης της γνώμης και της στάσης των Ελλήνων πολιτών, διακινήθηκε διαδικτυακά το 2019 για ένα περίπου μήνα ένα ερωτηματολόγιο.

Αντικείμενο της παρούσας εργασίας αποτέλεσε αρχικά η επεξεργασία και στη συνέχεια η ποσοτική, αριθμητική και γραφική αποτύπωση των αποτελεσμάτων.

Διατυπώνονται επίσης και συμπεράσματα που προκύπτουν από την επεξεργασία.

2. Μεθοδολογία

Το ερωτηματολόγιο χορηγήθηκε και συμπληρώθηκε με τη μέθοδο της αυτοσυμπλήρωσης. Οι αποκρινόμενοι επέλεξαν μόνοι τους τις απαντήσεις, καθώς αποστάλθηκε ηλεκτρονικά μέσω διαδικτύου (Google forms).

Ο πληθυσμός που μελετήθηκε, είναι οι έχοντες κάποια σχέση «εξάρτησης» με το Πανεπιστήμιο Αιγαίου (φοιτητές, διδάσκοντες, ερευνητές, διοικητικό και βοηθητικό προσωπικό) καθώς διακινήθηκε μέσω της κεντρικής λίστας αλληλογραφίας του. Φυσικά μπορεί να έλαβαν γνώση (και συνεπώς να συμμετείχαν) και άλλοι μέσω προώθησης του μηνύματος από τους αρχικούς παραλήπτες.

Οι απαντήσεις συλλέχθηκαν στο διάστημα από 30-10-2019 μέχρι 19-12-2019 και ήταν συνολικά 1006, δείγμα ικανοποιητικότατο ως προς το μέγεθός του.

Αποτελείται από 26 συνολικά ερωτήσεις, με τις κατηγορίες πληροφορίας που ανακαλούνται με τη χρήση του, να αφορούν:

- α) Γεγονότα τα οποία προκύπτουν από το προσωπικό πεδίο των ατόμων που μελετώνται και από το πεδίο της συμπεριφοράς τους.
- β) Υποκειμενικές κρίσεις για γεγονότα ή συμβάντα, γνώμες (δηλαδή έμμεσες εκτιμήσεις), στάσεις και κίνητρα.
- γ) Γνώσεις δηλαδή ενδείξεις αναφορικά με τις γνώσεις τους σε ζητήματα σχετικά με το αντικείμενο της έρευνας.

Οι 25 από τις 26 ερωτήσεις είναι κλειστού τύπου (δηλαδή ο ερωτώμενος πρέπει να επιλέξει από προκαθορισμένες απαντήσεις) και μόλις μια (η πόλη διαμονής) είναι ανοικτού τύπου. Από τις 25 ερωτήσεις κλειστού τύπου οι 23 επιδέχονται μοναδική απάντηση ενώ οι 2 δίνουν τη δυνατότητα πολλαπλών απαντήσεων.

Οι 4 πρώτες ερωτήσεις αφορούν σε ατομικά και δημογραφικά στοιχεία (Πόλη διαμονής, φύλο, ηλικία και επίπεδο εκπαίδευσης).

Από τις 1006 απαντήσεις οι 5 είχαν όλα τα πεδία κενά και 1 είχε περισσότερα από τα μισά επίσης κενά με αποτέλεσμα να μην συμπεριληφθούν στην επεξεργασία. Έτσι το μέγεθος του δείγματος που επεξεργαστήκαμε ήταν 1000.

Σε όλες σχεδόν τις ερωτήσεις υπήρχαν κάποια απαντητικά φύλλα κενά και έτσι το μέγεθος δείγματος κάθε απάντησης ήταν διαφορετικό, με μικρότερη τιμή το 988.

Στη δημογραφικού περιεχομένου ερώτηση «Φύλο» 24 ερωτώμενοι επέλεξαν την απάντηση «Δεν θέλω να αναφέρω». Η συγκεκριμένη κατηγορία απαντητικών φύλλων δεν περιλήφθηκε στην «Ανά Φύλο» επεξεργασία, καθώς το πλήθος κρίθηκε μικρό για στατιστική επεξεργασία.

Σε ότι αφορά την ηλικιακή ομάδα των απαντούντων, οι «Κάτω των 18 ετών» ήταν μόλις 16 άτομα και λόγω του μικρού πλήθους συγχωνεύθηκαν με τους ανήκοντες στην ηλικιακή κατηγορία «18-20 ετών» δημιουργώντας μια νέα κατηγορία «Κάτω των 20 ετών».

Αντίστοιχα οι «Άνω των 60 ετών» ήταν μόλις 28 άτομα και συγχωνεύθηκαν με τους «50-59 ετών», δημιουργώντας την ηλικιακή κατηγορία «Άνω των 50 ετών».

Στην «Ανά επίπεδο εκπαίδευσης» επεξεργασία, οι «Απόφοιτοι Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης» ήταν μόλις 18 και οι «Επαγγελματικής κατάρτισης» 30. Έτσι προκρίθηκε η συγχώνευσή τους με τους «Απόφοιτους Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης» σε μια ενιαία κατηγορία με ονομασία «Χωρίς πτυχίο».

Το ερωτηματολόγιο βρίσκεται ολόκληρο, στη μορφή που διακινήθηκε, στο Παράρτημα της παρούσας εργασίας.

3. Αποτελέσματα

3.1 Ατομικά & Δημογραφικά στοιχεία (Ερωτήσεις Q1 – Q4)

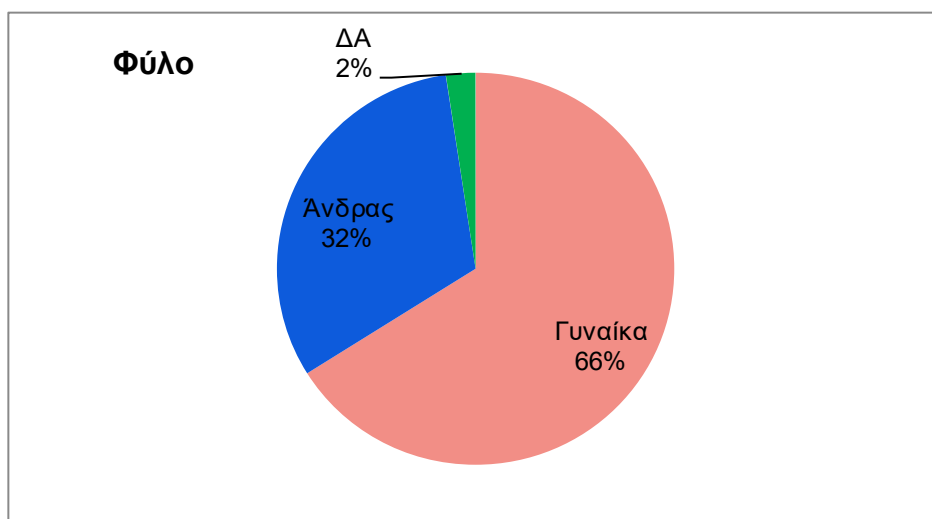
Οι 4 πρώτες ερωτήσεις αφορούν σε ατομικά και δημογραφικά στοιχεία (Πόλη διαμονής, φύλο, ηλικία και επίπεδο εκπαίδευσης).

Οι 881 ερωτώμενοι απάντησαν στην Ερώτηση 1 «Πόλη διαμονής» ως εξής:

| | | | | | |
|----------------|-----|------------|-----|------------|----|
| ΑΓΡΑΦΑ | 1 | ΙΩΑΝΝΙΝΑ | 2 | ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ | 1 |
| ΑΓΡΙΝΙΟ | 2 | ΚΑΒΑΛΑ | 6 | ΝΑΥΠΛΙΟ | 1 |
| ΑΙΓΙΟ | 2 | ΚΑΛΑΜΑΤΑ | 4 | ΞΑΝΘΗ | 2 |
| ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ | 5 | ΚΑΛΑΜΠΑΚΑ | 1 | ΠΑΡΟΣ | 1 |
| ΑΜΟΡΓΟΣ | 2 | ΚΑΤΕΡΙΝΗ | 2 | ΠΑΤΡΑ | 14 |
| ΑΝΔΡΟΣ | 1 | ΚΕΡΚΥΡΑ | 2 | ΠΕΛΛΑ | 1 |
| ΑΡΓΟΣ | 2 | ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ | 2 | ΠΡΕΒΕΖΑ | 1 |
| ΑΡΤΑ | 1 | ΚΟΖΑΝΗ | 1 | ΠΤΟΛΕΜΑΪΔΑ | 1 |
| ΑΤΤΙΚΗ | 189 | ΚΟΜΟΤΗΝΗ | 1 | ΡΟΔΟΣ | 91 |
| ΒΟΛΟΣ | 13 | ΚΟΡΙΝΘΟΣ | 3 | ΣΑΜΟΣ | 44 |
| ΔΡΑΜΑ | 3 | ΚΡΗΤΗ | 39 | ΣΕΡΡΕΣ | 1 |
| ΕΔΕΣΣΑ | 1 | ΛΑΜΙΑ | 4 | ΣΠΑΡΤΗ | 1 |
| ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ | 15 | ΛΑΡΙΣΑ | 8 | ΣΥΡΟΣ | 45 |
| ΕΠΙΔΑΥΡΟΣ | 1 | ΛΕΣΒΟΣ | 208 | ΤΡΙΚΑΛΑ | 2 |
| ΕΥΒΟΙΑ | 2 | ΛΕΥΚΑΔΑ | 1 | ΦΩΚΙΔΑ | 2 |
| ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ | 2 | ΛΗΜΝΟΣ | 13 | ΧΑΛΚΙΔΑ | 3 |
| ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ | 52 | ΜΥΚΟΝΟΣ | 1 | ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ | 2 |
| ΘΗΒΑ | 1 | ΝΑΟΥΣΑ | 1 | ΧΙΟΣ | 74 |

Είναι σαφής η μεγάλη συμμετοχή, σε σχέση με τον πληθυσμό τους, των διαμενόντων σε νησιά που δραστηριοποιείται το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, καθώς όπως αναφέρθηκε το ερωτηματολόγιο διακινήθηκε μέσω της κεντρικής λίστας αλληλογραφίας του.

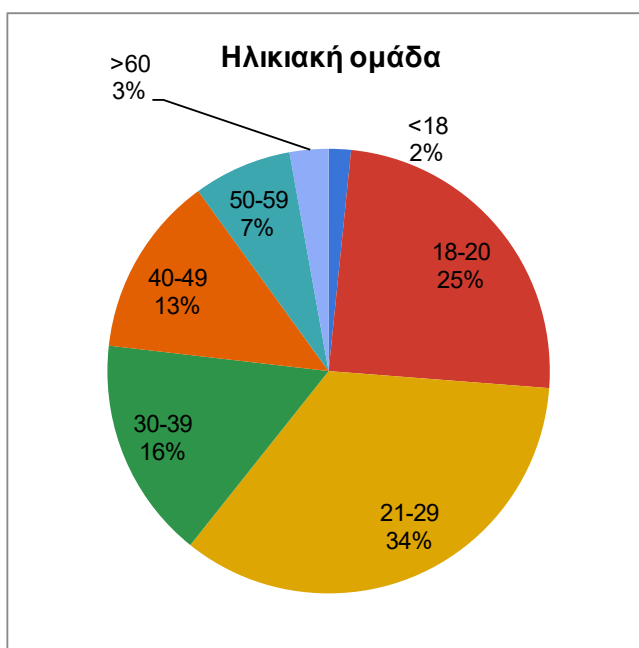
Στην Ερώτηση 2 «Φύλο» υπήρξαν 999 απαντήσεις, με 660 γυναίκες, 315 άνδρες ενώ 24 απάντησαν ότι «Δεν θέλω να αναφέρω».



Τα αντίστοιχα ποσοστά στην απογραφή του 2011 στη χώρα μας ήταν 51% γυναίκες και 49% άνδρες (προφανώς στην απογραφή η ερώτηση ήταν διχοτομική). Αυτή η «υπερεκπροσώπηση» των γυναικών στην έρευνα σε σχέση με το ποσοστό τους στη χώρα, θα πρέπει σίγουρα να ληφθεί υπόψη αν κάποιος επιχειρήσει να κάνει κάποιου είδους αναγωγή των αποτελεσμάτων.

Η ηλικιακή ομάδα που ανήκαν οι 988 ερωτώμενοι που απάντησαν στη συγκεκριμένη Ερώτηση 3, παρουσιάζονται στον παρακάτω Πίνακα:

| Ηλικιακή ομάδα | <18 | 18-20 | 21-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | >60 |
|----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| Πλήθος | 16 | 243 | 341 | 159 | 130 | 71 | 28 |



Η αντιστοιχία των ποσοστών ηλικιακών ομάδων της έρευνας με τα ποσοστά της απογραφής του 2011 φαίνεται εδώ:

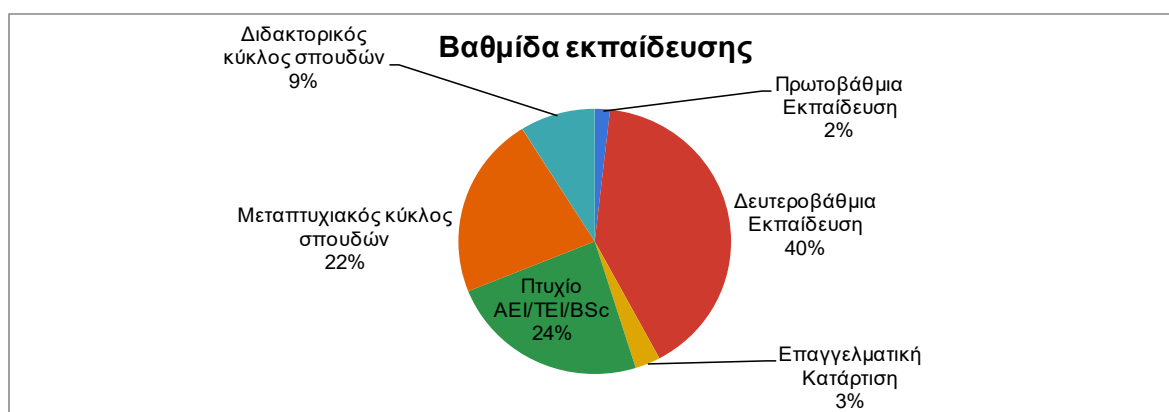
| Ηλικιακή ομάδα | <18 | 18-20 | 21-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | >60 |
|----------------|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-----|
| απογραφή 2011 | 20% | | 12% | 15% | 15% | 13% | 25% |
| Παρούσα έρευνα | 26% | | 35% | 16% | 13% | 7% | 3% |

(Για λόγους συμβατότητας με τις ηλικιακές ομάδες της απογραφής, οι ομάδες «<18» και «18-20» συγχωνεύτηκαν ώστε να είναι εφικτή η σύγκριση)

Προκύπτει ότι οι ηλικιακές ομάδες «50-59» και «>60» «υποεκπροσωπούνται» σημαντικά στην έρευνα και αντίστοιχα «υπερεκπροσωπείται» σημαντικά η ηλικιακή ομάδα «21-29». Επίσης πρέπει να αναφερθεί ότι, ενώ τα ποσοστά της ομάδας «<20» είναι παραπλήσια στην έρευνα και την απογραφή, οι ηλικιακές υποομάδες που τα διαμορφώνουν είναι διαφορετικές.

Οι 999 απαντήσεις στην Ερώτηση 4: «Ποια είναι η υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει; Αν σπουδάζετε ακόμα, επιλέξτε την βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει ήδη.» ήταν:

| Πρωτοβάθμια Εκπαίδευση | Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση | Επαγγελματική Κατάρτιση | Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | Μεταπτυχιακός κύκλος σπουδών | Διδακτορικός κύκλος σπουδών |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 18 | 403 | 30 | 237 | 222 | 89 |



Η σύγκριση των ποσοστών της έρευνας με την απογραφή δεν είναι πρακτικά εφικτή, λόγω αρκετά διαφορετικής κατηγοριοποίησης, αλλά είναι ξεκάθαρο ότι αυτοί που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν πολύ υψηλότερο «μέσο» επίπεδο εκπαίδευσης από το αντίστοιχο που αποτυπώνεται στην απογραφή. (Ενδεικτικά, στην απογραφή της χώρας μας το 2011, το 52,9% δεν είχε ολοκληρώσει τη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση.)

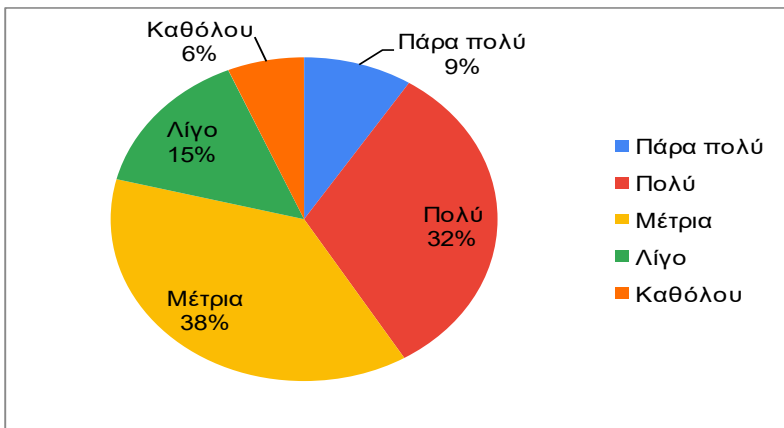
3.2 Ερωτήσεις κυρίως σώματος ερωτηματολογίου

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της επεξεργασίας του κυρίου σώματος του ερωτηματολογίου.

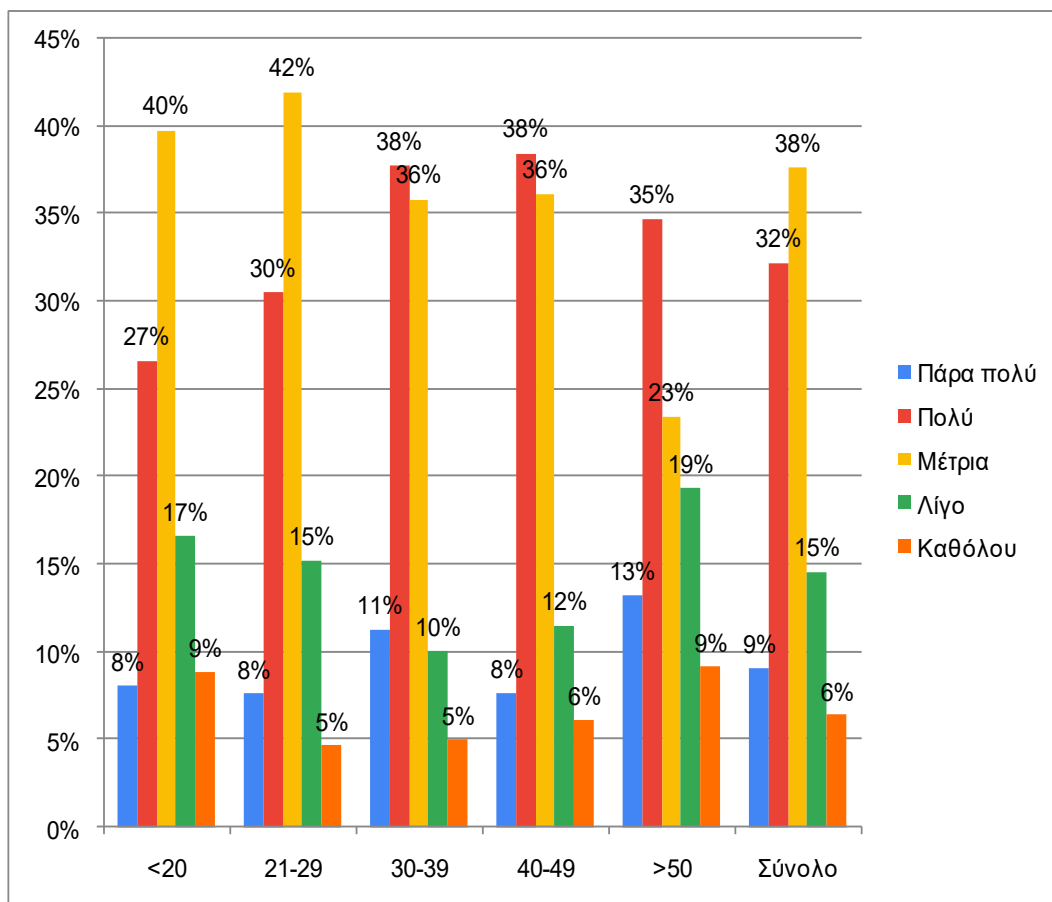
Το σύνολο των αποτελεσμάτων σε μορφή πινάκων βρίσκεται στο Παράρτημα της παρούσας εργασίας.

3.2.1 Προτιμήσεις Καταναλωτών (Ερωτήσεις 5-8, 10-14, 16, 17, 22, 26)

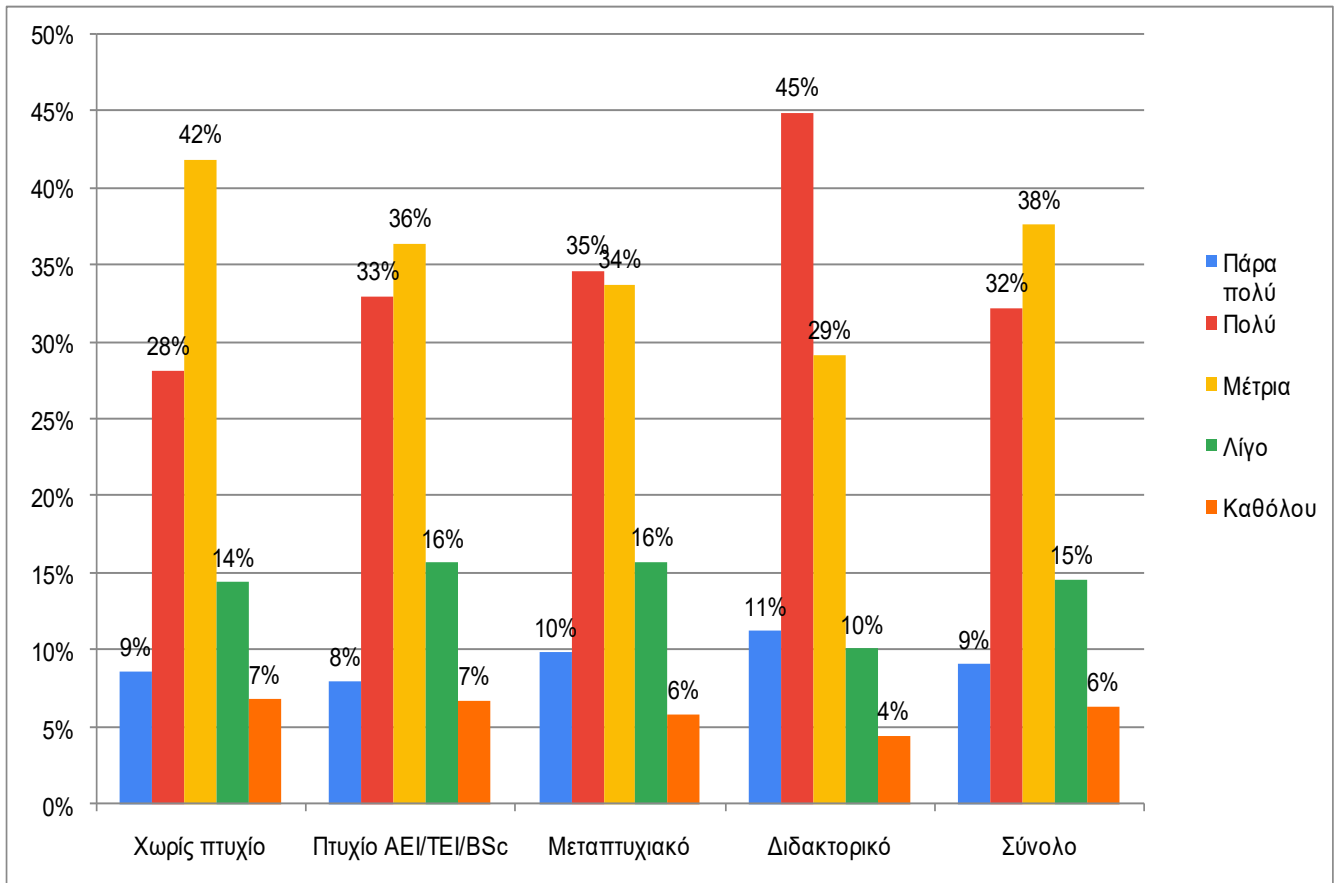
Ερώτηση 5: Όταν αγοράζετε ένα προϊόν, πόσο σημαντική είναι η συσκευασία του προϊόντος ως προς την επιλογή και την αγορά σας;



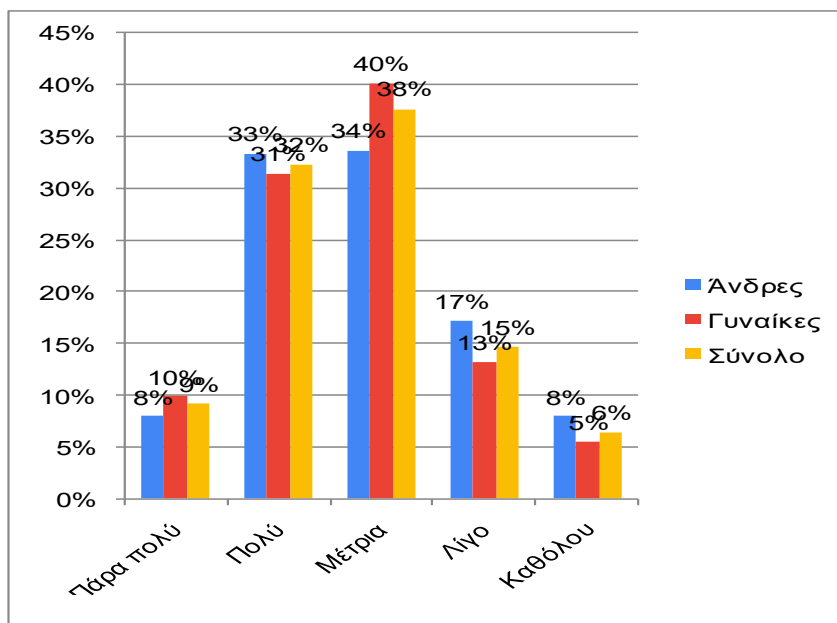
Σε αυτή την ερώτηση οι απαντήσεις «κατανέμονται κανονικά» με αναμενόμενη επικρατούσα απάντηση, ότι η συσκευασία είναι μέτριας σημαντικότητας στην επιλογή και την αγορά ενός προϊόντος.



Οι ερωτώμενοι μεγαλύτερων ηλικιών δίνουν ελαφρά περισσότερο «Πάρα πολύ» ή «Πολύ» σημασία στη συσκευασία ενός προς αγορά προϊόντος.

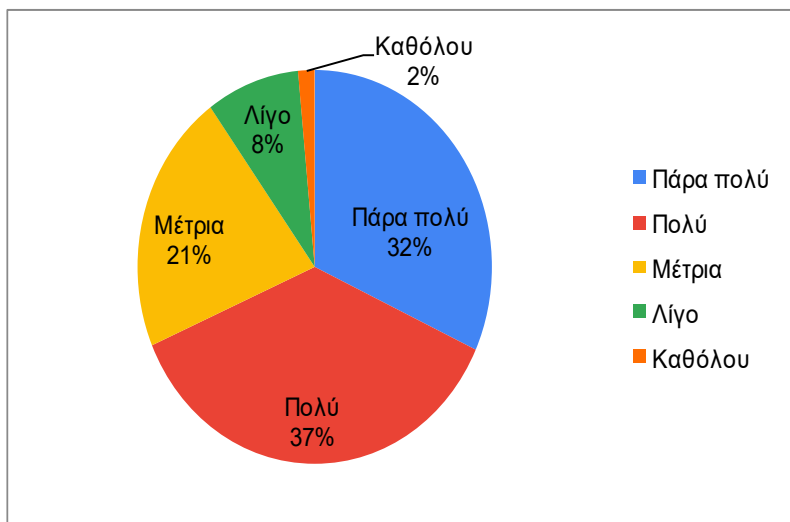


Οι κάτοχοι διδακτορικού με 45% διαφοροποιούνται από το μέσο όρο (32%), δίνοντας πολύ σημασία στη συσκευασία ενός προς αγορά προϊόντος.

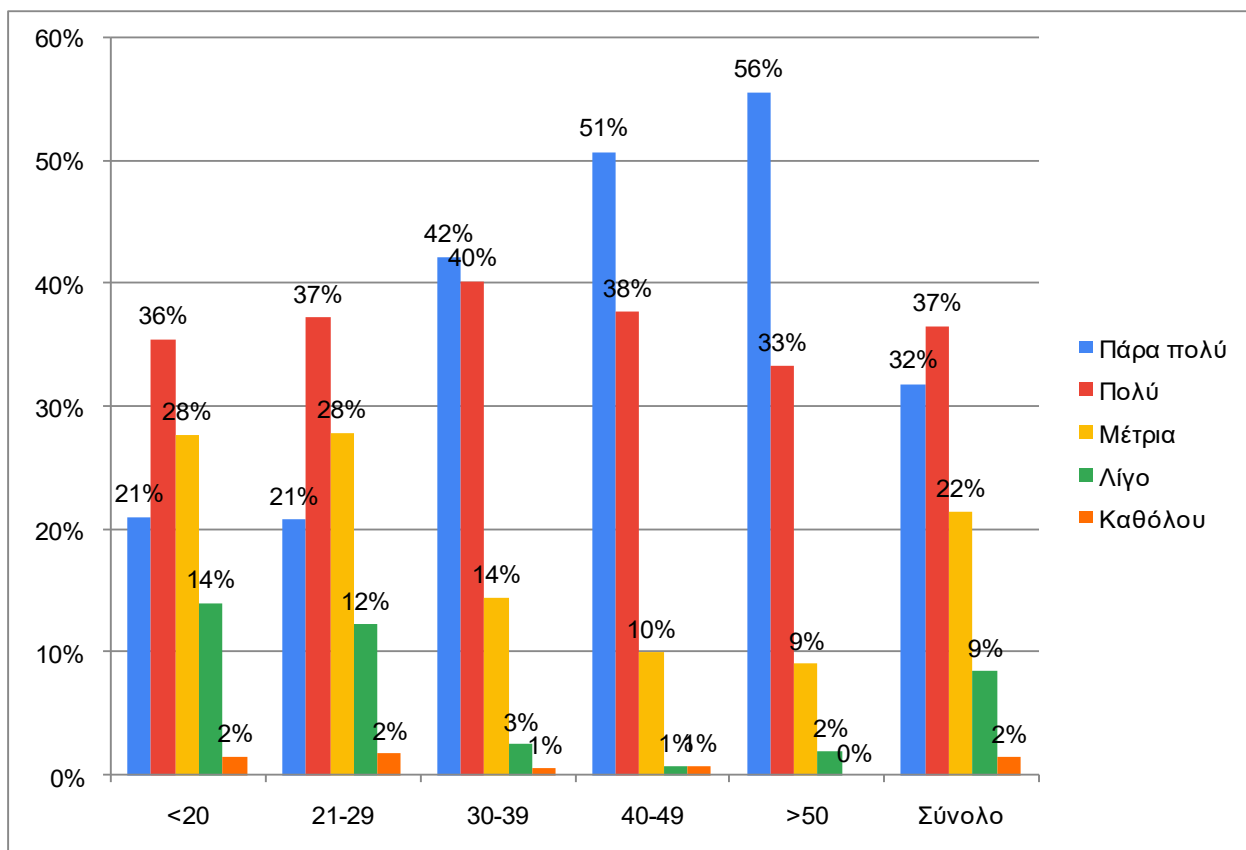


Οι άντρες απαντούν ότι δίνουν λιγότερη σημασία, με μικρή όμως διαφορά από τις απαντήσεις των γυναικών.

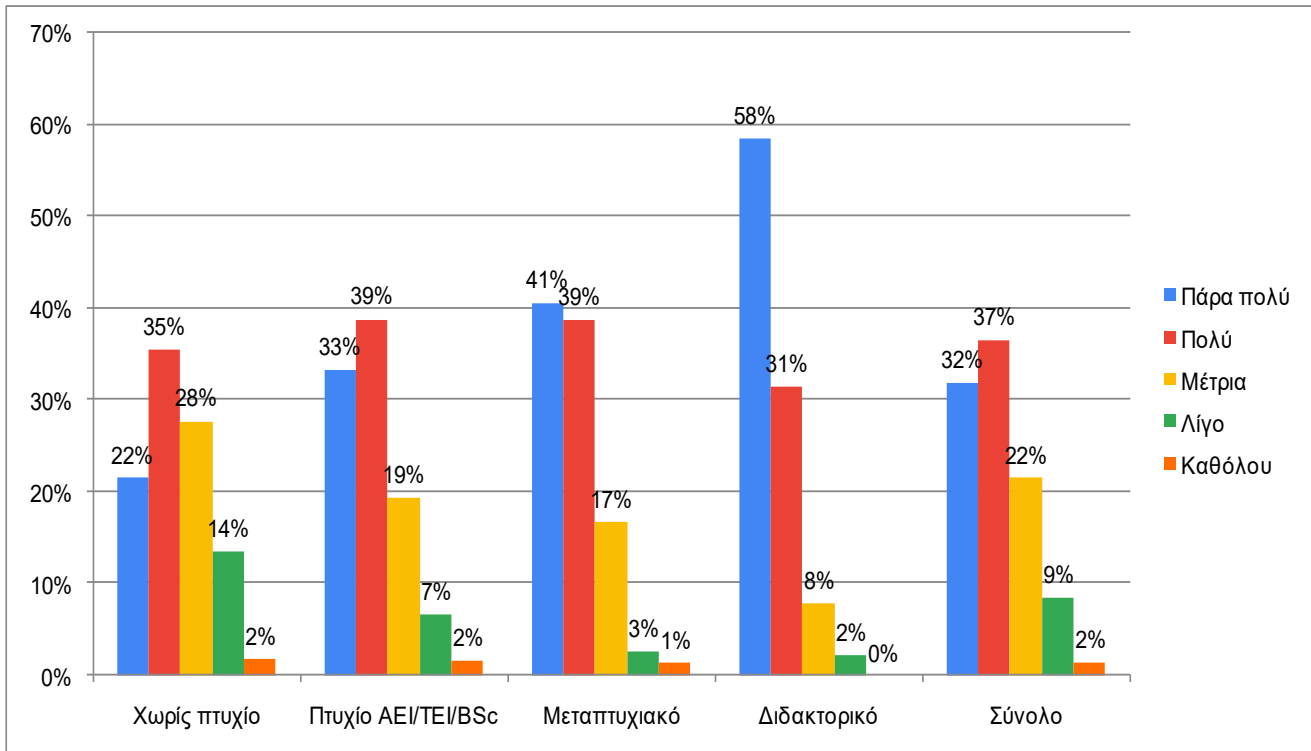
Ερώτηση 6: Όταν επιλέγετε να αγοράσετε ένα προϊόν, πόσο σημαντικό είναι να γνωρίζετε τα συστατικά του;



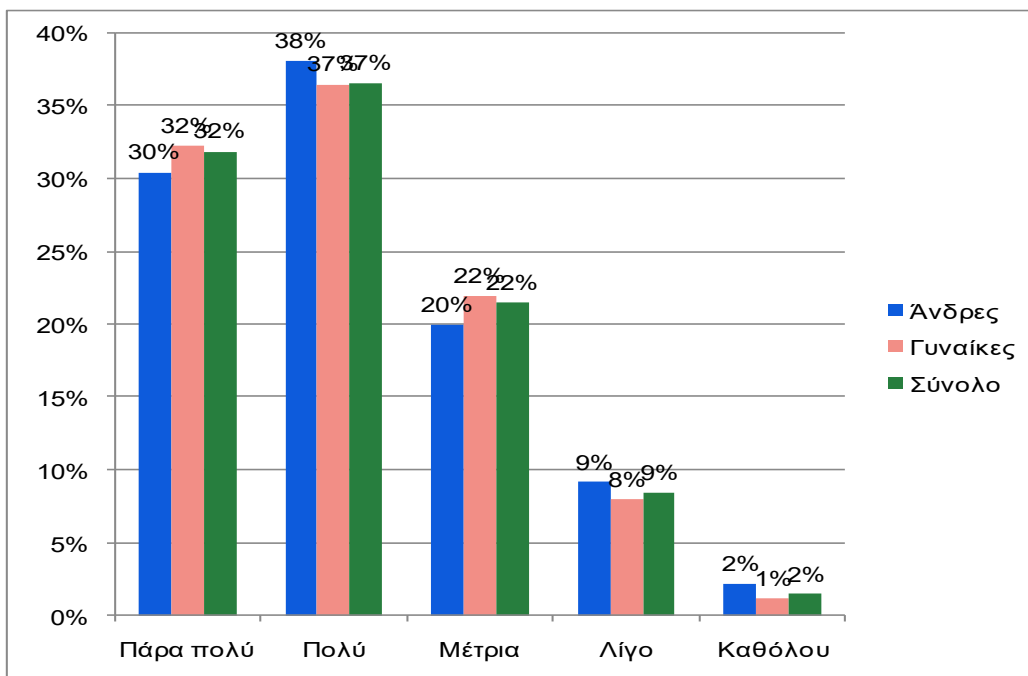
Από τις απαντήσεις διακρίνεται ότι η μεγάλη πλειοψηφία (69%) θεωρεί πάρα πολύ ή πολύ σημαντική την πληροφορία για τα συστατικά ενός προϊόντος που πρόκειται να αγοράσει.



Όσο αυξάνει η ηλικία των απαντούντων, τόσο περισσότερη σημασία έχει η γνώση των συστατικών ενός προς αγορά προϊόντος.

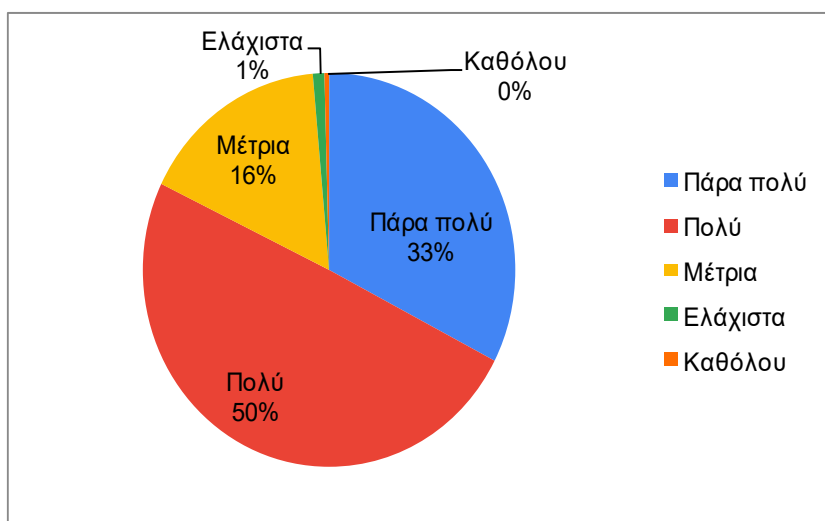


Όσο ανεβαίνει το επίπεδο εκπαίδευσης τόσο αυξάνεται (από 22% σε 58%) το ποσοστό αυτών που δίνουν πάρα πολύ σημασία στη γνώση των συστατικών ενός προς αγορά προϊόντος.

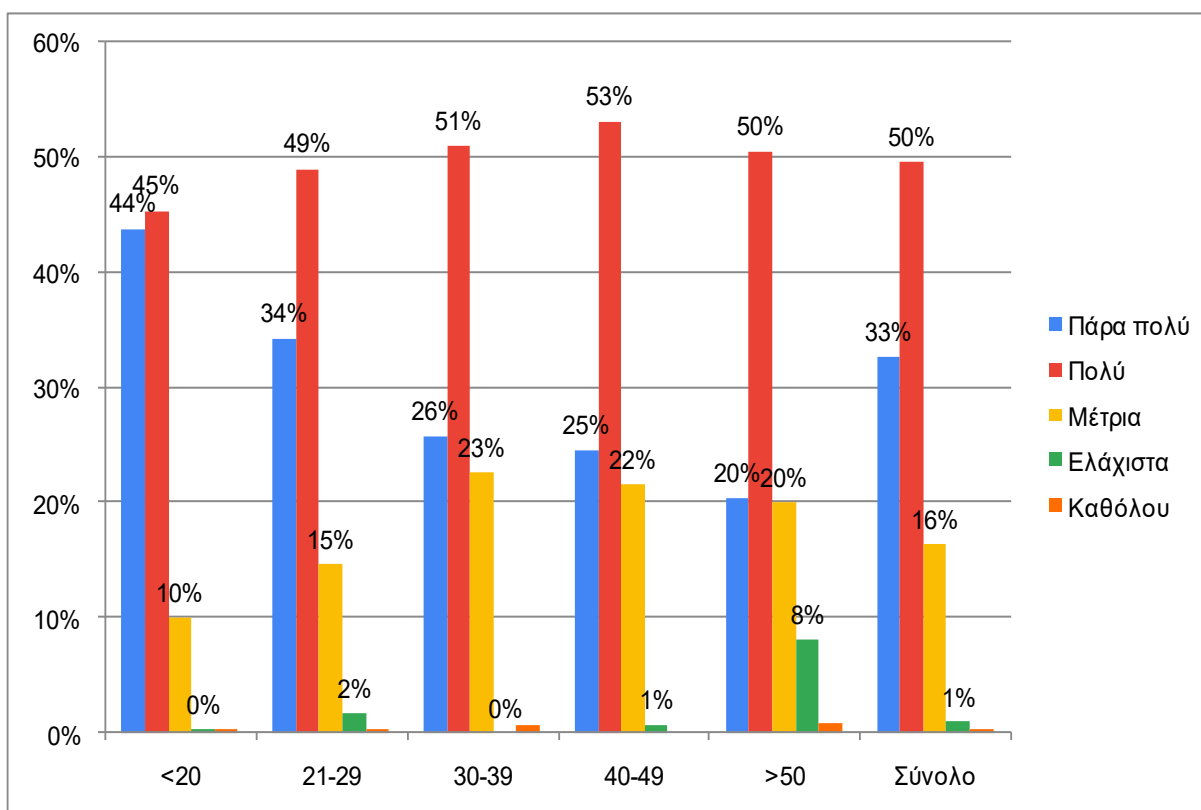


Οι απαντήσεις ανά φύλο δεν παρουσιάζουν κάποια διαφοροποίηση.

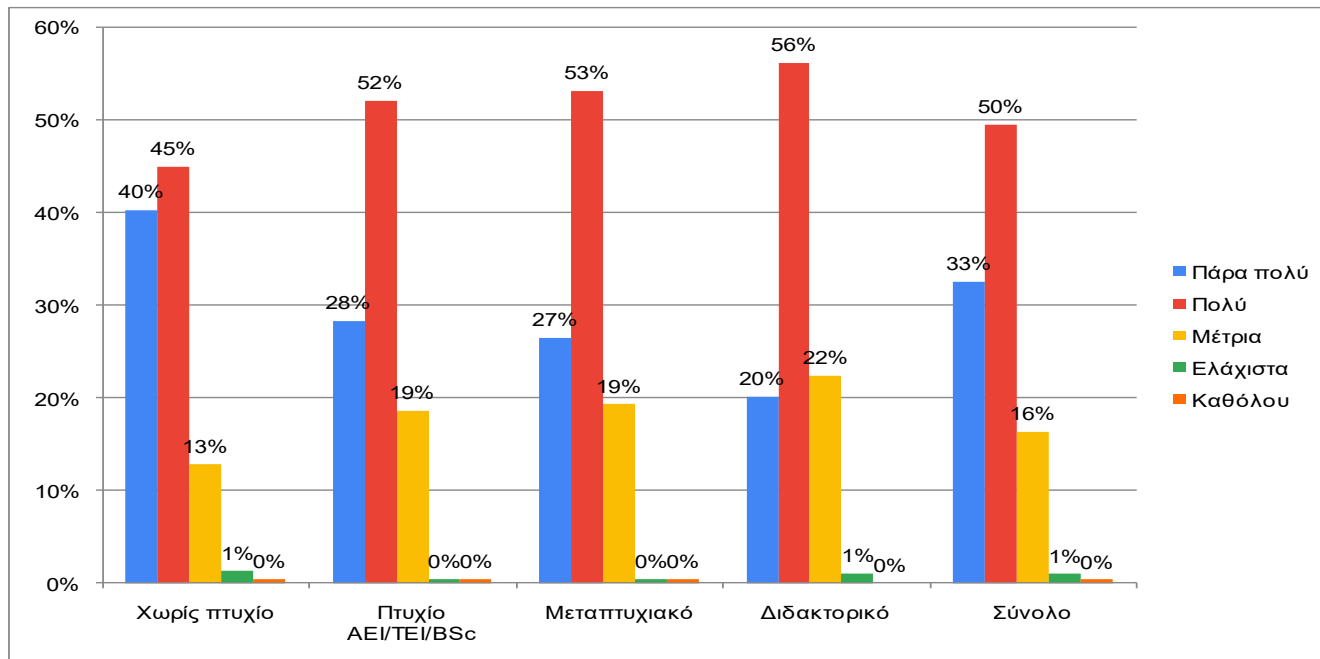
Ερώτηση 7: Κατά την τελική επιλογή σας, Πόσο σημαντική είναι η τιμή του προϊόντος;



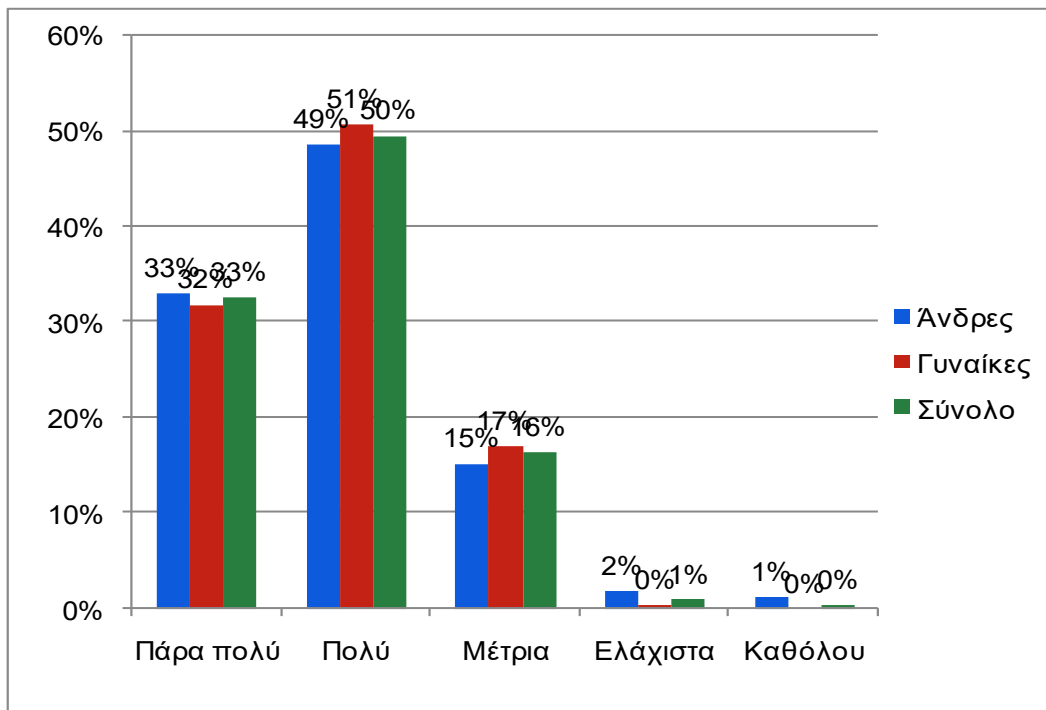
Όπως θα αναμενόταν, η τιμή ενός προϊόντος είναι πάρα πολύ ή πολύ σημαντική, κατά την επιλογή του, για την πολύ μεγάλη πλειοψηφία (83%) των ερωτηθέντων.



Όσο μικρότερη είναι η ηλικία των απαντούντων, τόσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό αυτών που θεωρούν «Πάρα Πολύ» σημαντική την τιμή ενός προϊόντος. «Ελάχιστα» απασχολεί η τιμή το 11% των ατόμων με ηλικία 50-59 ετών (ποσοστό εξαιρετικά μεγάλο σε σχέση με το αντίστοιχο συνολικό που είναι 1%).

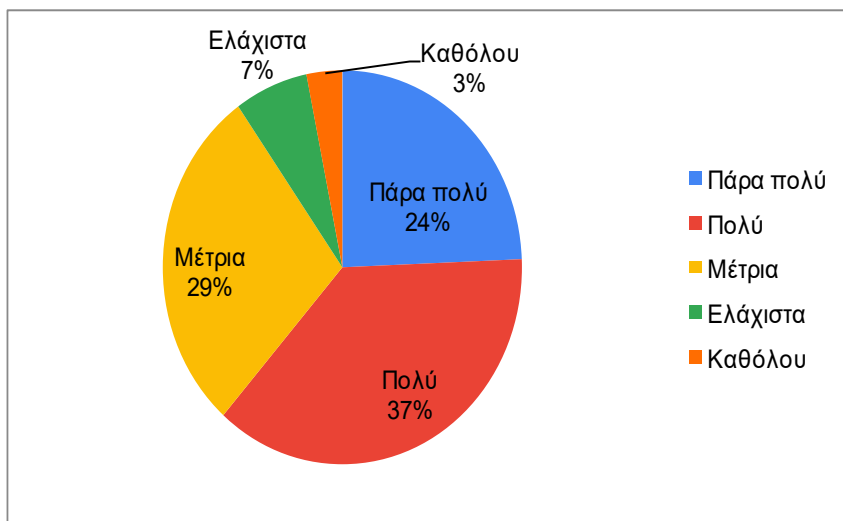


Εδώ όσο ανεβαίνει το επίπεδο εκπαίδευσης τόσο λιγότερο θεωρείται πάρα πολύ σημαντική η τιμή ενός προϊόντος (ενδεχομένως λόγω μεγαλύτερων απολαβών).

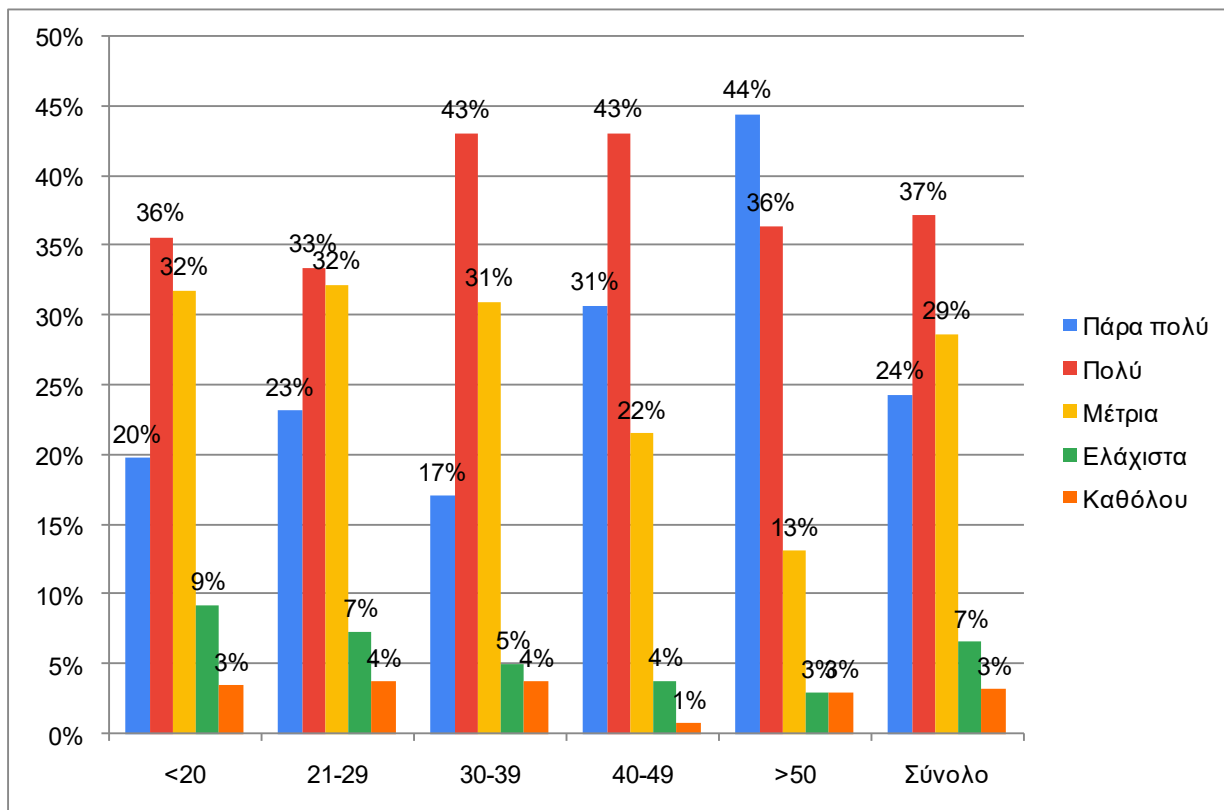


Κι εδώ τα 2 φύλα έχουν την ίδια συμπεριφορά στις απαντήσεις τους.

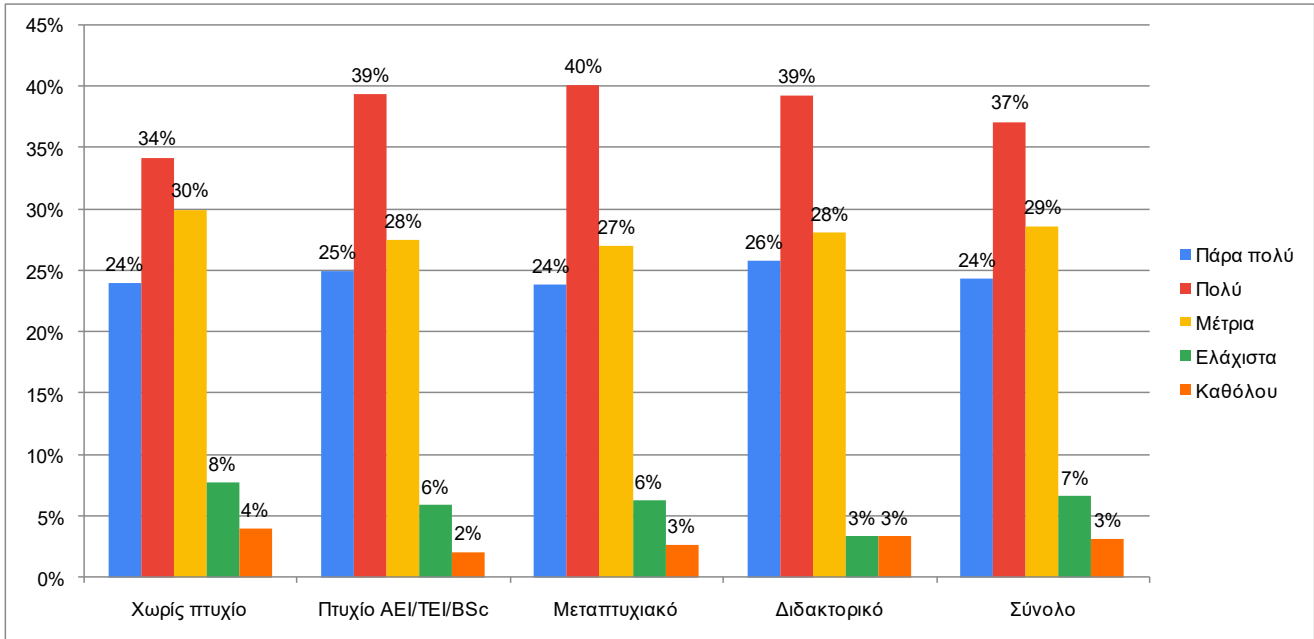
Ερώτηση 8: Πόσο σημαντικό είναι να αναγράφεται η φράση «περιβαλλοντικά φιλικό» σε ένα προϊόν που επιλέγετε να αγοράσετε;



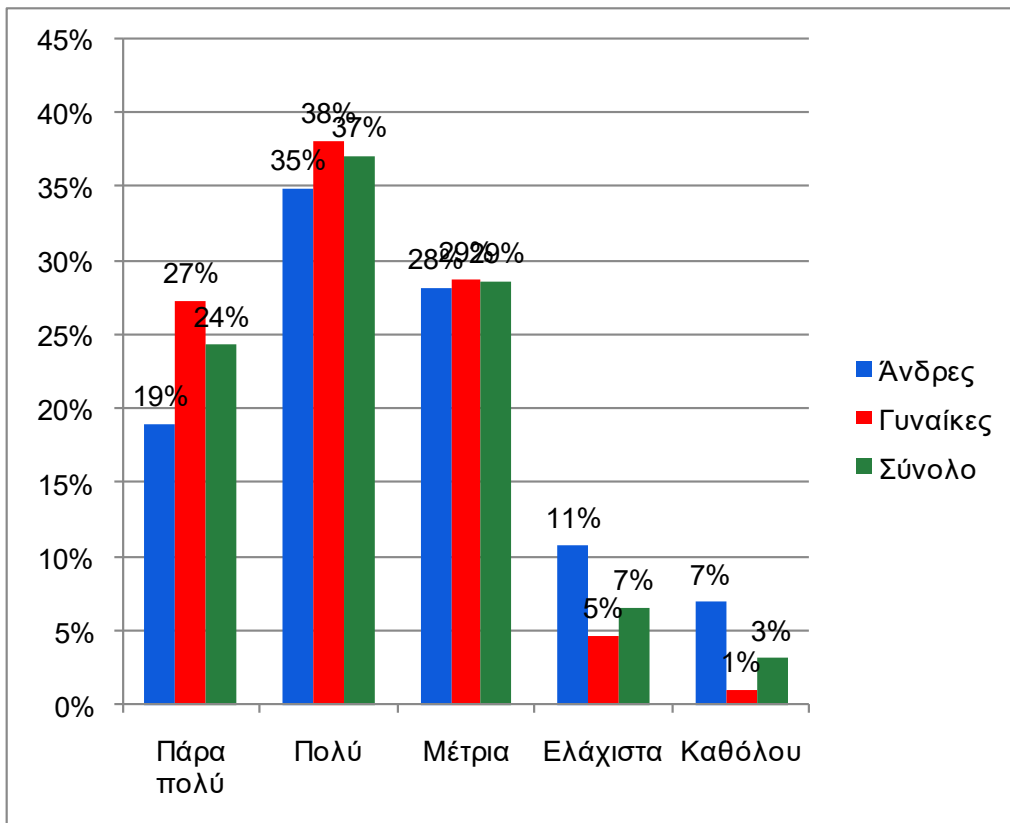
Στην πρώτη ερώτηση με περιβαλλοντικό περιεχόμενο, η πλειοψηφία (61%) απαντά ότι θεωρεί πάρα πολύ ή πολύ σημαντική την ένδειξη «περιβαλλοντικά φιλικό» σε ένα προϊόν.



Οι μεγαλύτερες ηλικίες δείχνουν να ενδιαφέρονται ελαφρά περισσότερο για την αναγραφή της ένδειξης «περιβαλλοντικά φιλικό» σε ένα προϊόν.

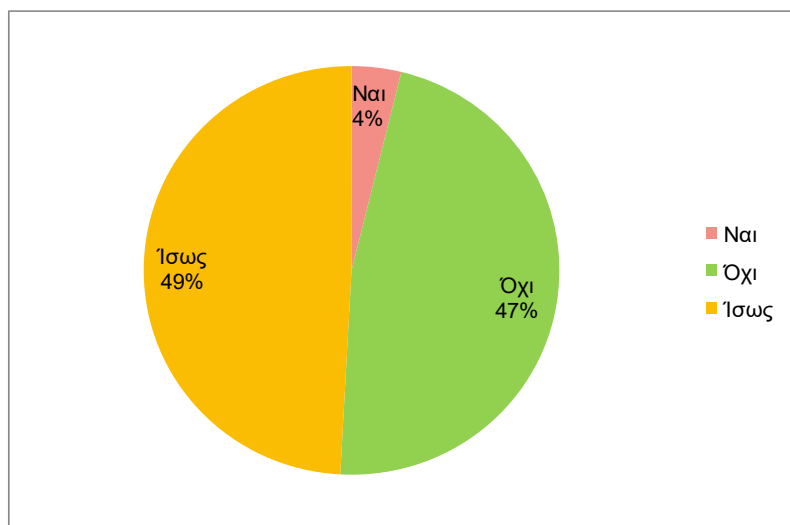


Δεν παρουσιάζεται κάποια αξιοσημείωτη διαφοροποίηση μεταξύ των απαντούντων διαφόρων επιπέδων εκπαίδευσης.

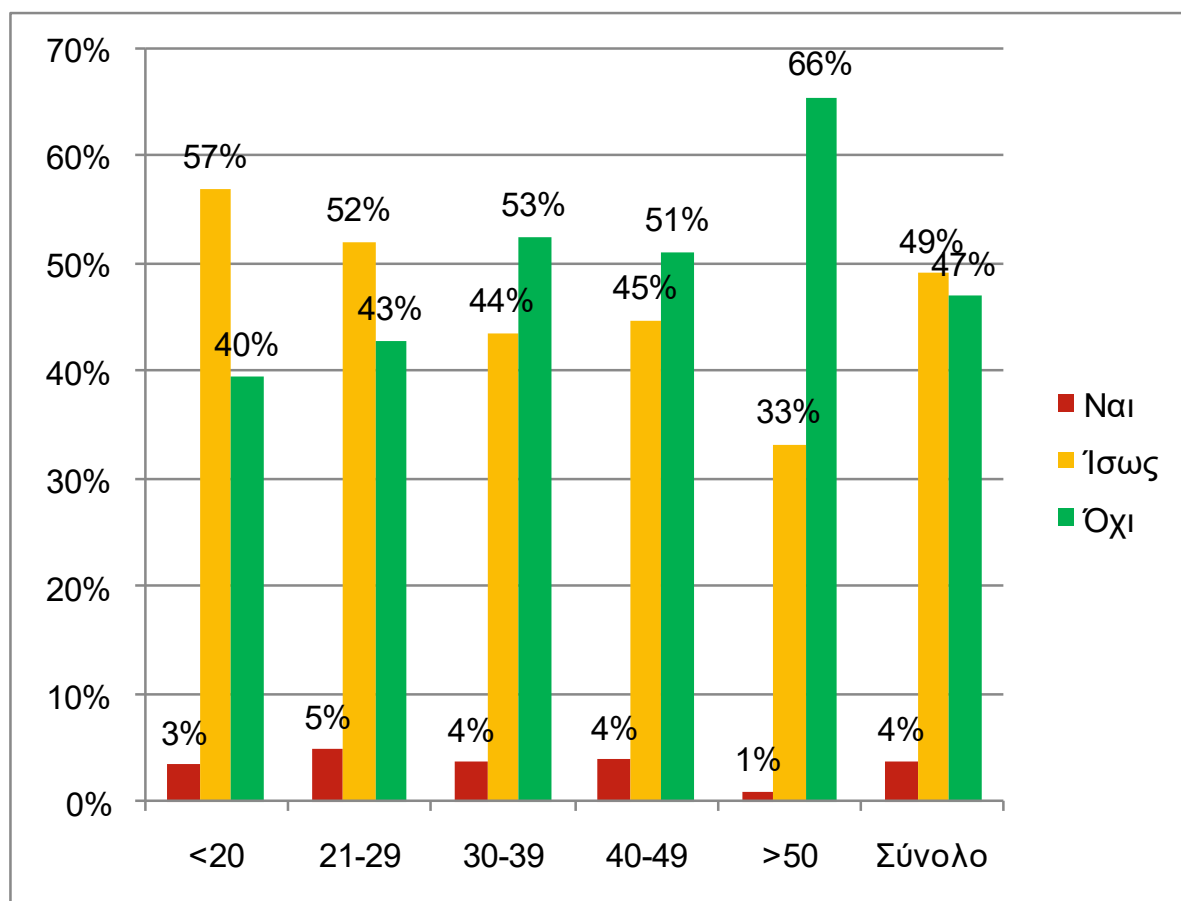


Εδώ διακρίνεται, σύμφωνα με τις απαντήσεις, μεγαλύτερος βαθμός ευαισθησίας των γυναικών (65%) σε σχέση με τους άντρες (54%).

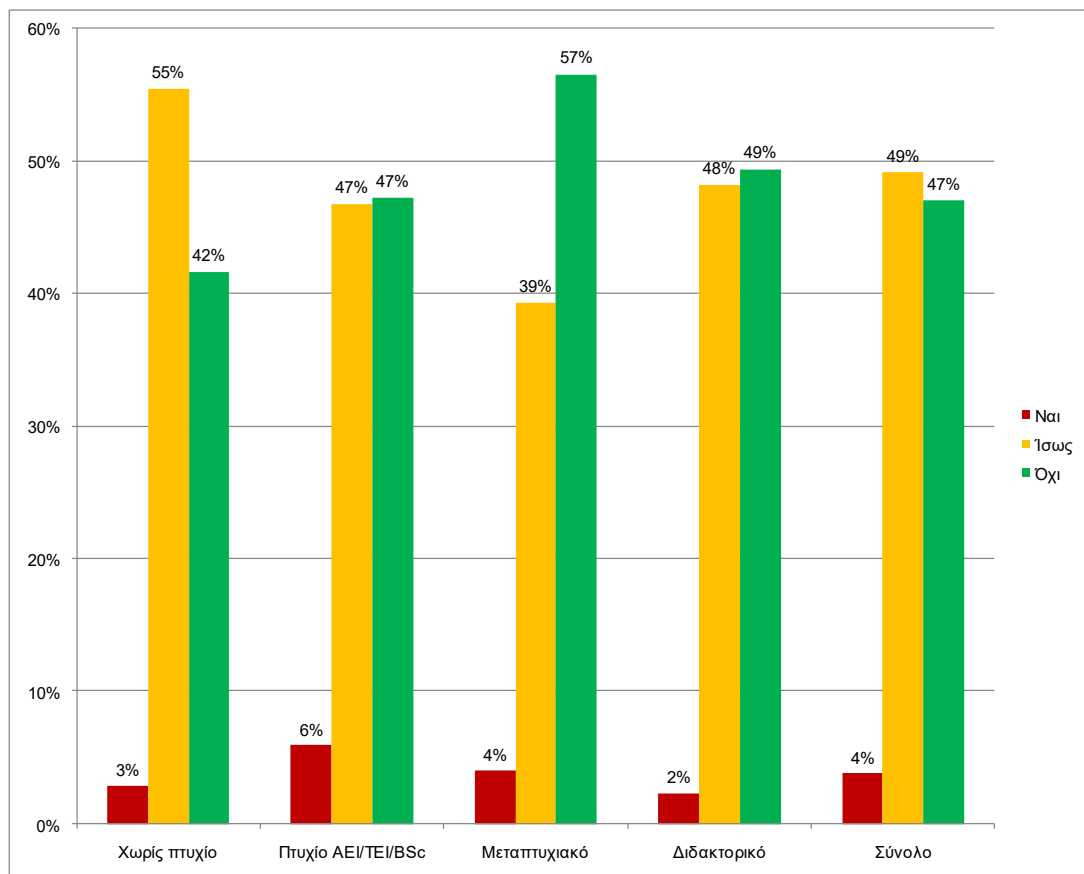
Ερώτηση 10: Θα αγοράζατε ένα προϊόν αν γνωρίζατε ότι περιέχει μικροπλαστικά;



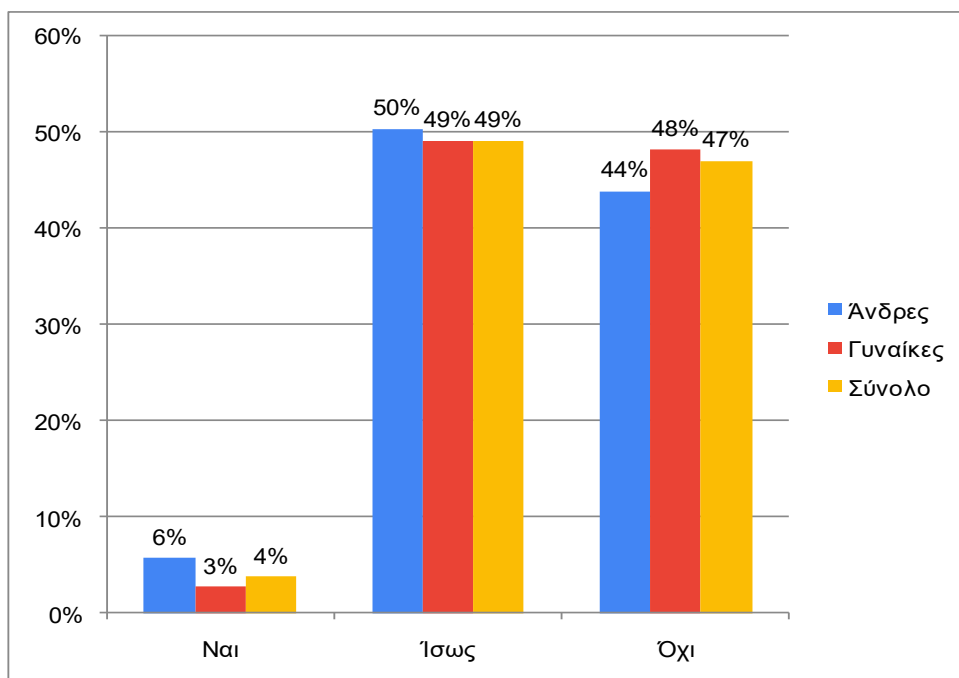
Οι απαντήσεις «Ίσως» και «Όχι» επικρατούν συντριπτικά στις επιλογές των απαντούντων με 49% και 47% αντίστοιχα ενώ μόλις ένα 4% δηλώνει ότι θα αγόραζε ένα προϊόν αν γνώριζε ότι περιέχει μικροπλαστικά.



Οι μικρότερες ηλικίες αμφιταλαντεύονται περισσότερο για το αν θα αγόραζαν ένα προϊόν με μικροπλαστικά, ενώ οι άνω των 50 ετών τάσσονται σε μεγαλύτερο ποσοστό, κατά μιας τέτοιας αγοράς.

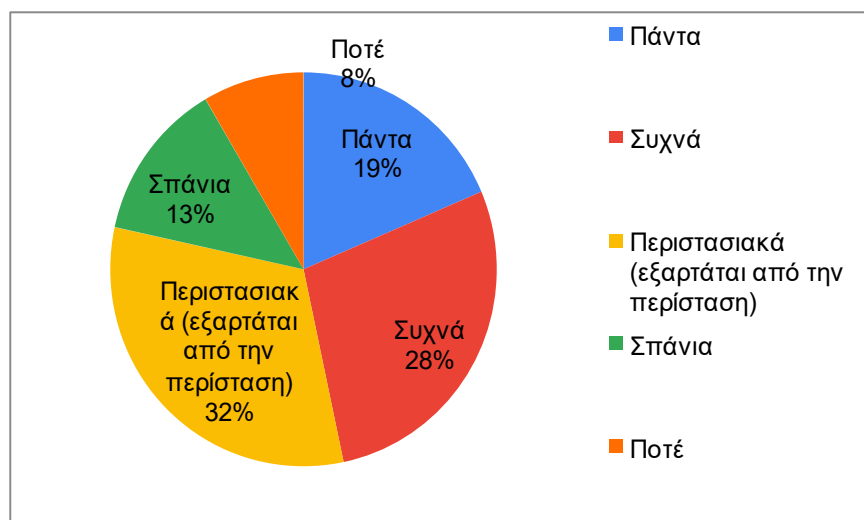


Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού απαντούν, σε σχετικά μεγαλύτερο ποσοστό, ότι δε θα αγοράζαν κάποιο προϊόν που περιέχει μικροπλαστικά.

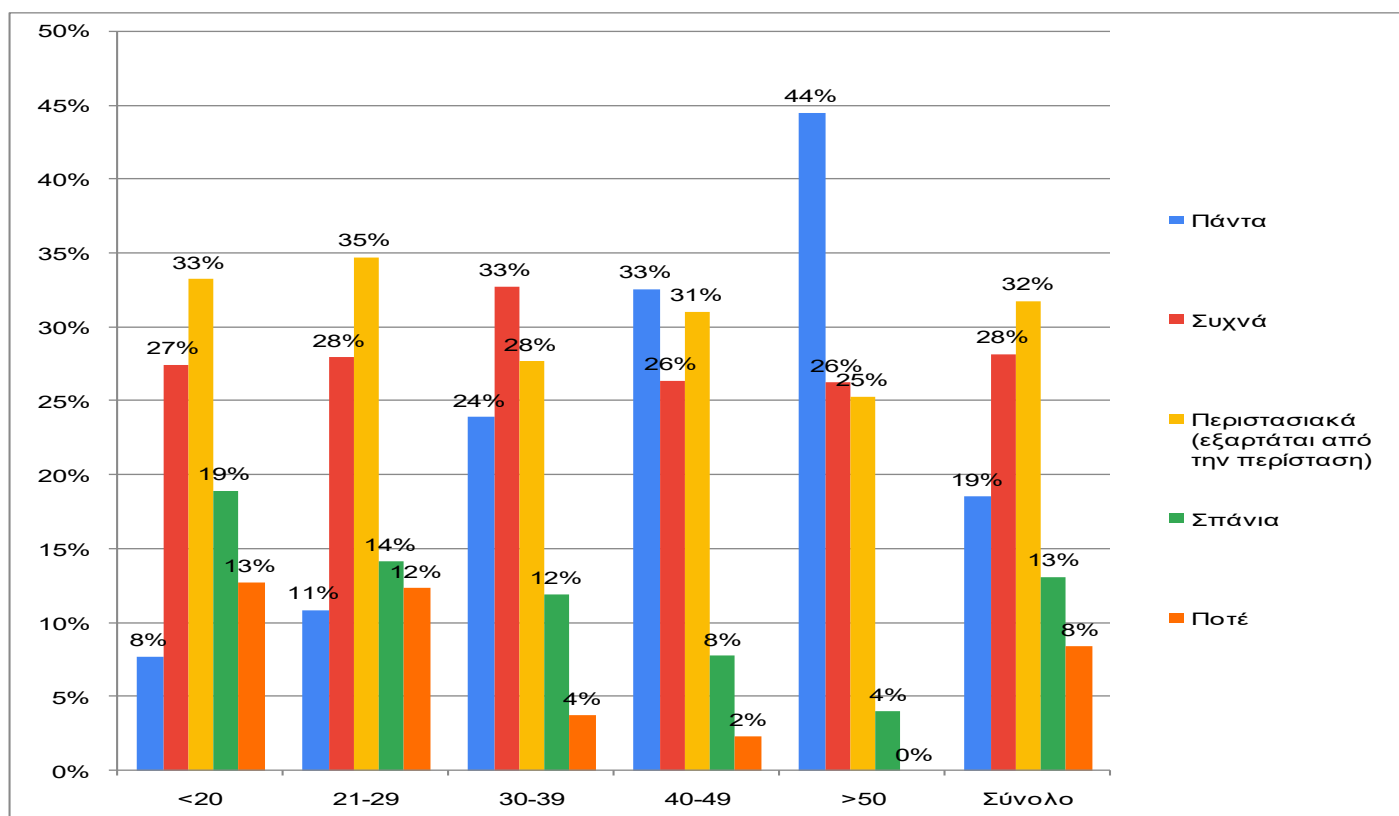


Οι άνδρες καταγράφουν διπλάσιο ποσοστό θετικών απαντήσεων σε σχέση με τις γυναίκες, ενώ οι αρνητικές απαντήσεις τους είναι ελαφρά λιγότερες.

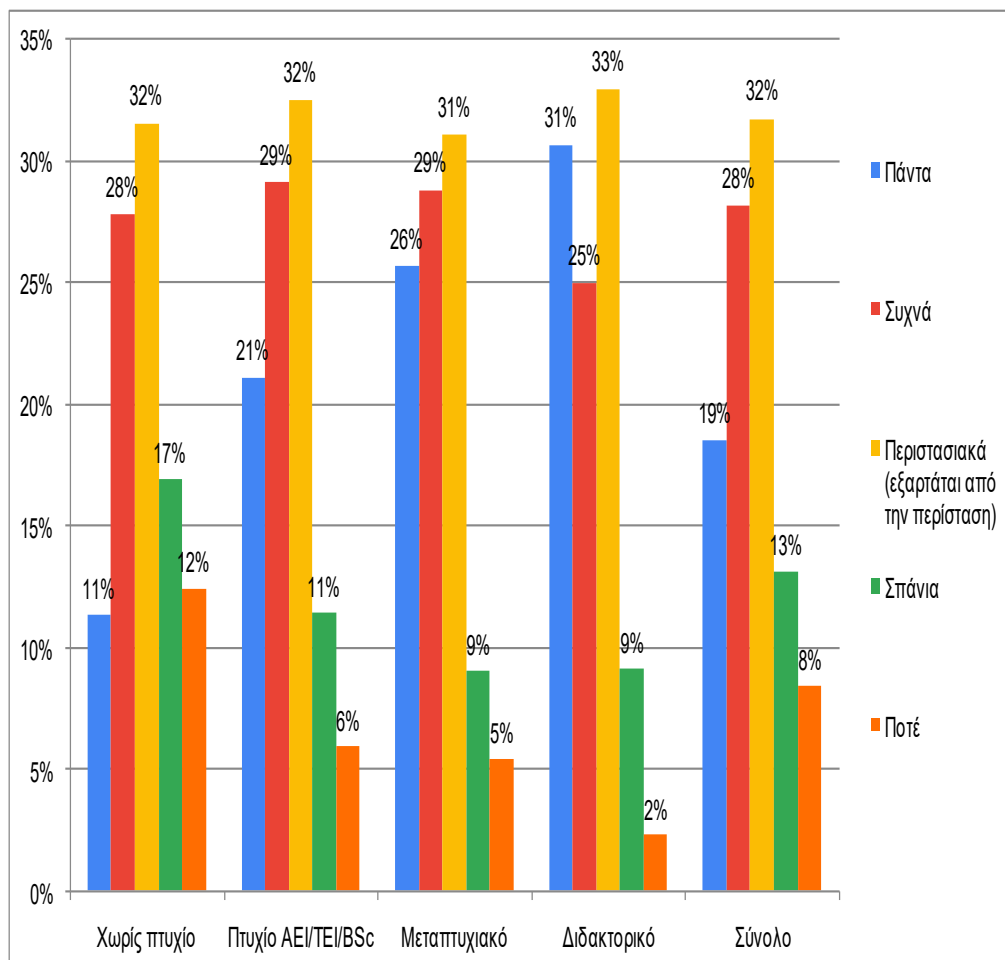
Ερώτηση 11: Ελέγχετε τα υλικά και τις πληροφορίες του προϊόντος, όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας (όπως ρούχα, λευκά είδη κτλ.);



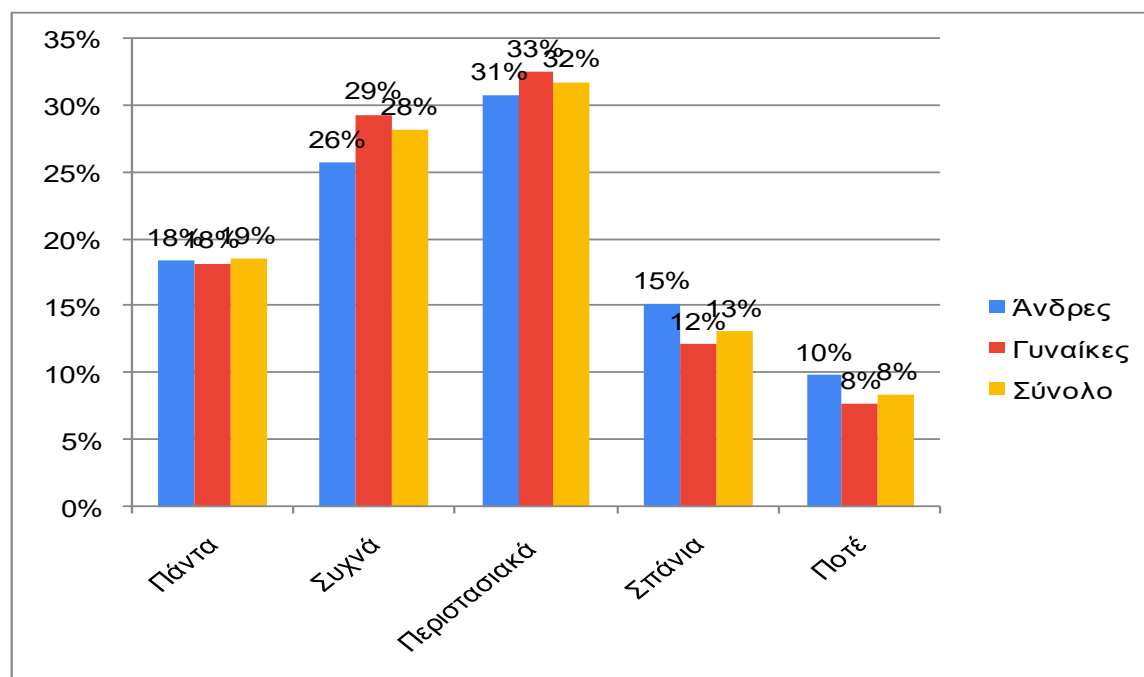
Εδώ οι απαντήσεις δείχνουν «μετριοπαθείς». Ένας στους 5 ελέγχει πάντα τα υλικά στα προϊόντα υφαντουργίας, ενώ άλλοι 3 στους 5 συχνά ή περιστασιακά.



Οι μικρότερες ηλικίες εμφανίζουν πολύ μικρότερα ποσοστά σε σχέση με το μέσο όρο, στην απάντηση «Πάντα» και πολύ μεγαλύτερα στην αντίστοιχη απάντηση «Ποτέ», όπως μάλλον θα αναμενόταν λόγω του νεαρού της ηλικίας.

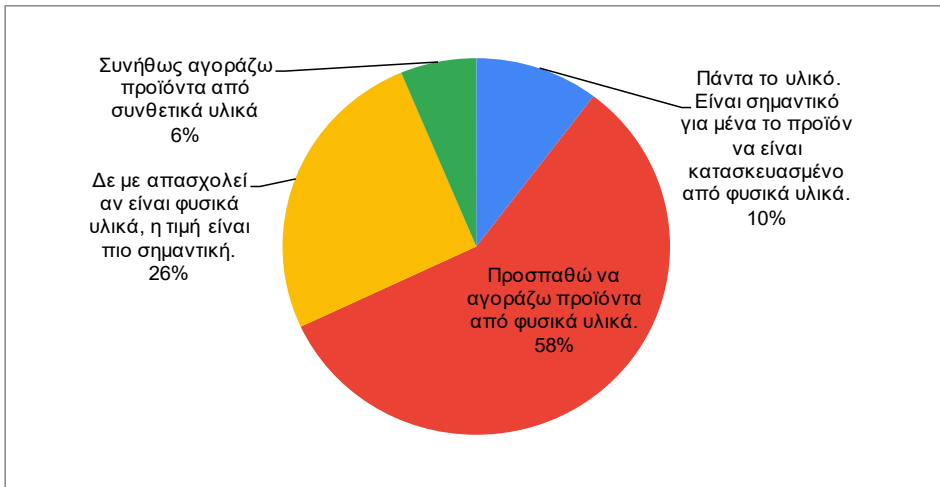


Όσο ανεβαίνει το επίπεδο εκπαίδευσης, τόσο αυξάνεται το ποσοστό (από 11% στο 31%) αυτών που ελέγχουν πάντα τα υλικά και τις πληροφορίες προϊόντος προς αγορά ενώ μειώνεται το ποσοστό (από 12% σε 2%) όσων δεν το ελέγχουν ποτέ.

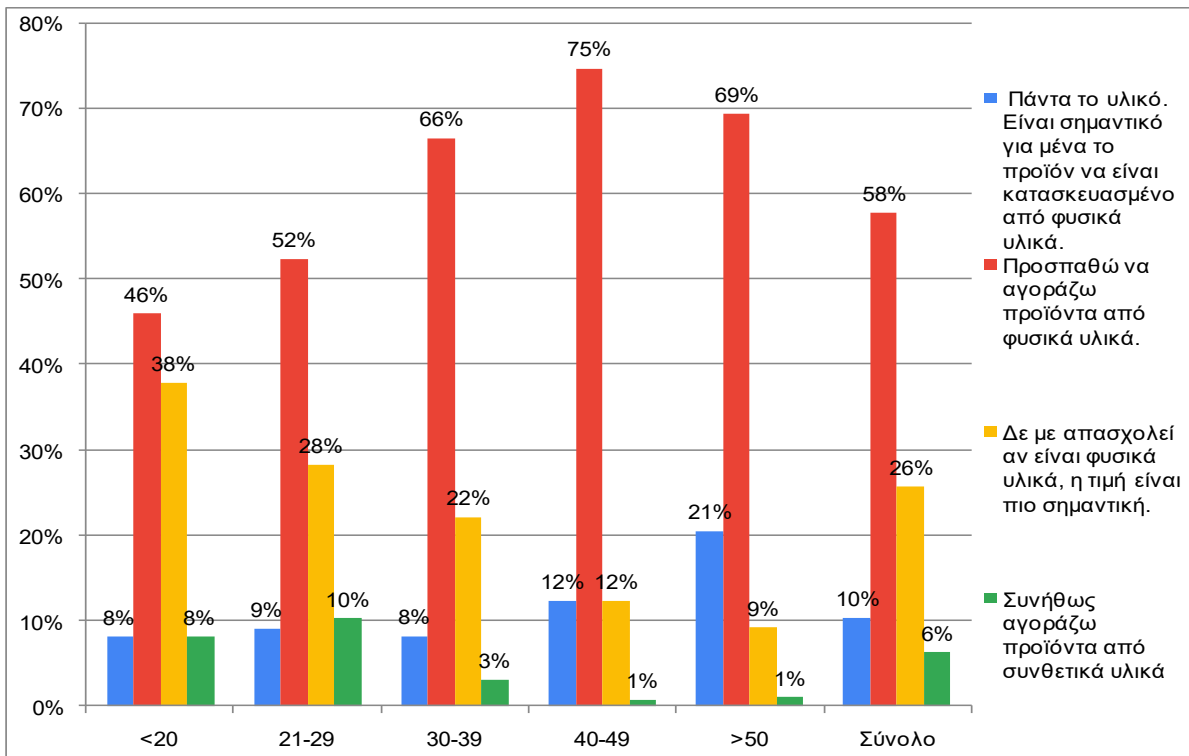


Η συμπεριφορά ανδρών και γυναικών είναι σχεδόν πανομοιότυπη.

Ερώτηση 12: Όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας, είναι το υλικό ή η τιμή του προϊόντος πιο σημαντική για εσάς;

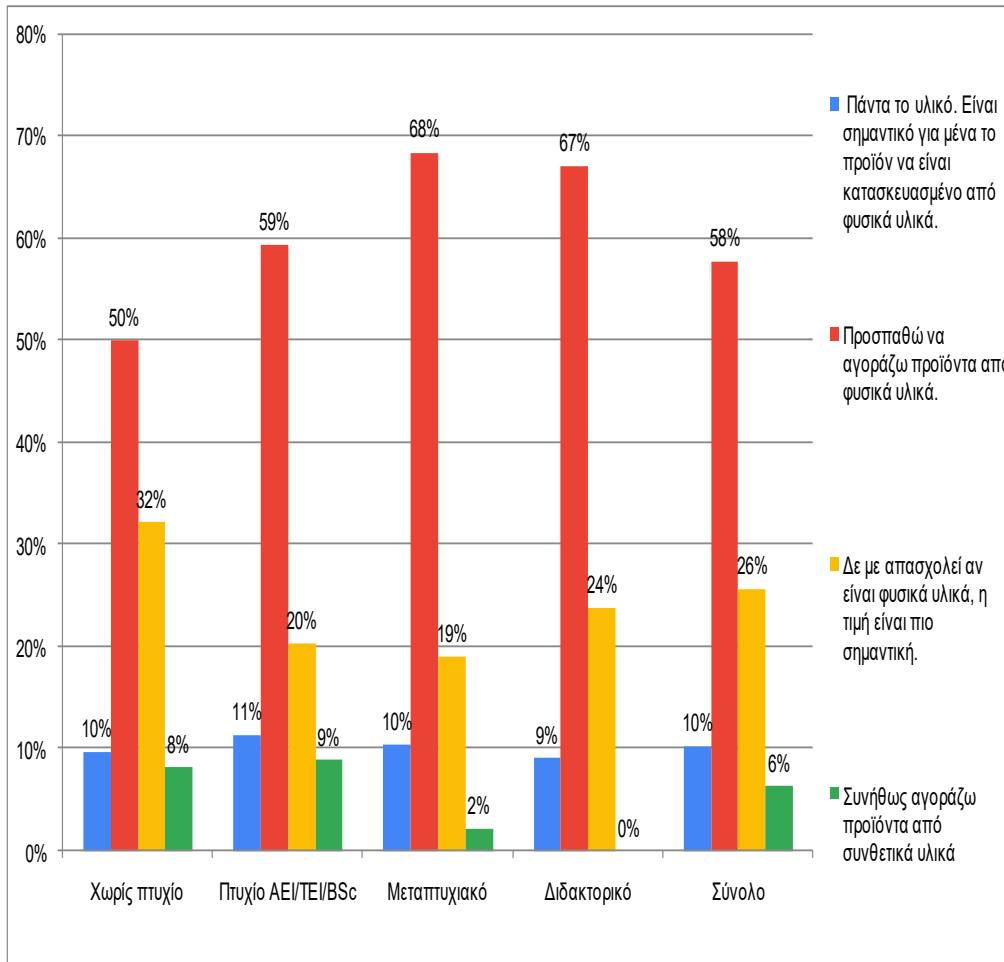


Το 58% προσπαθεί να αγοράζει προϊόντα υφαντουργίας από φυσικά υλικά, ενώ το 10% τα επιλέγει πάντα ανεξαρτήτως τιμής.

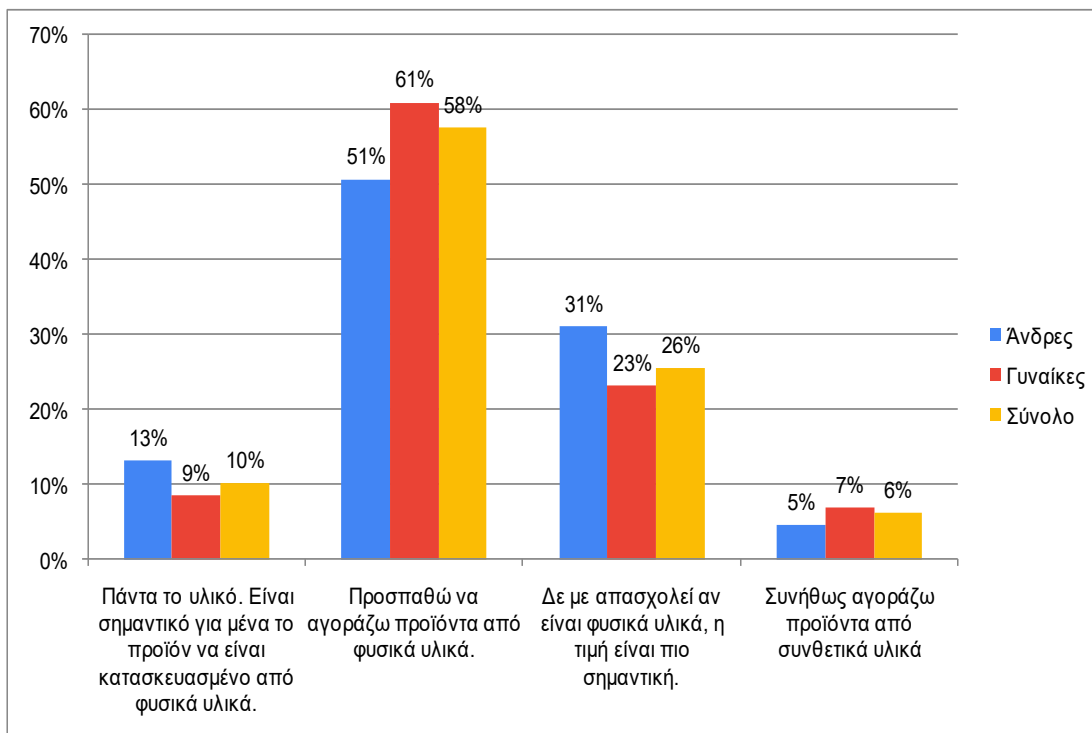


Οι μεγαλύτερες ηλικίες δηλώνουν σε αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό ότι το υλικό είναι το πιο σημαντικό για

την αγορά ενός προϊόντος και ότι προσπαθούν να αγοράζουν προϊόντα υφαντουργίας με φυσικά υλικά. Αντίθετα οι νεότεροι, δηλώνουν ότι η τιμή είναι σημαντικότερη και ότι αγοράζουν συνήθως προϊόντα από συνθετικά υλικά σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από τους γηραιότερους.

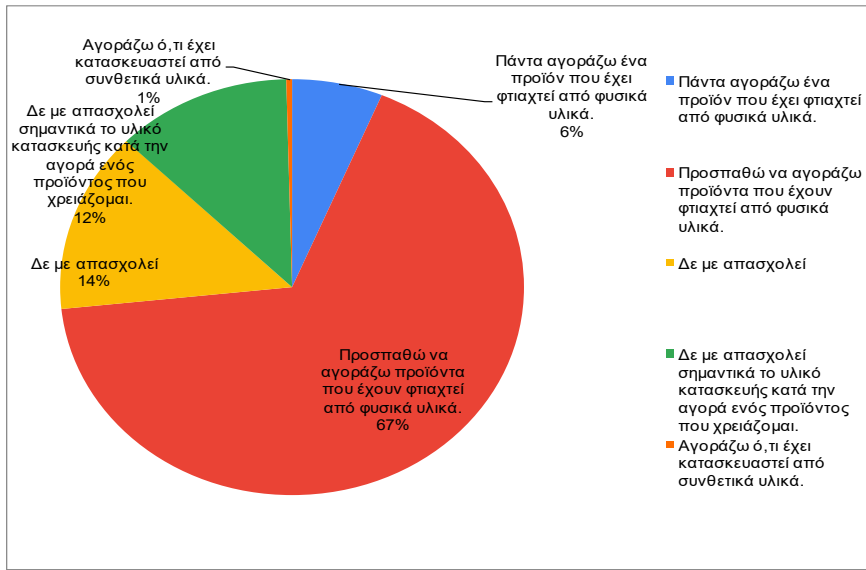


Όσο ανεβαίνει το επίπεδο εκπαίδευσης, αυξάνεται το ποσοστό αυτών που προσπαθούν να αγοράζουν προϊόντα από φυσικά υλικά και ελαχιστοποιείται το (χαμηλό γενικά) ποσοστό αυτών που συνήθως αγοράζουν προϊόντα από συνθετικά υλικά.

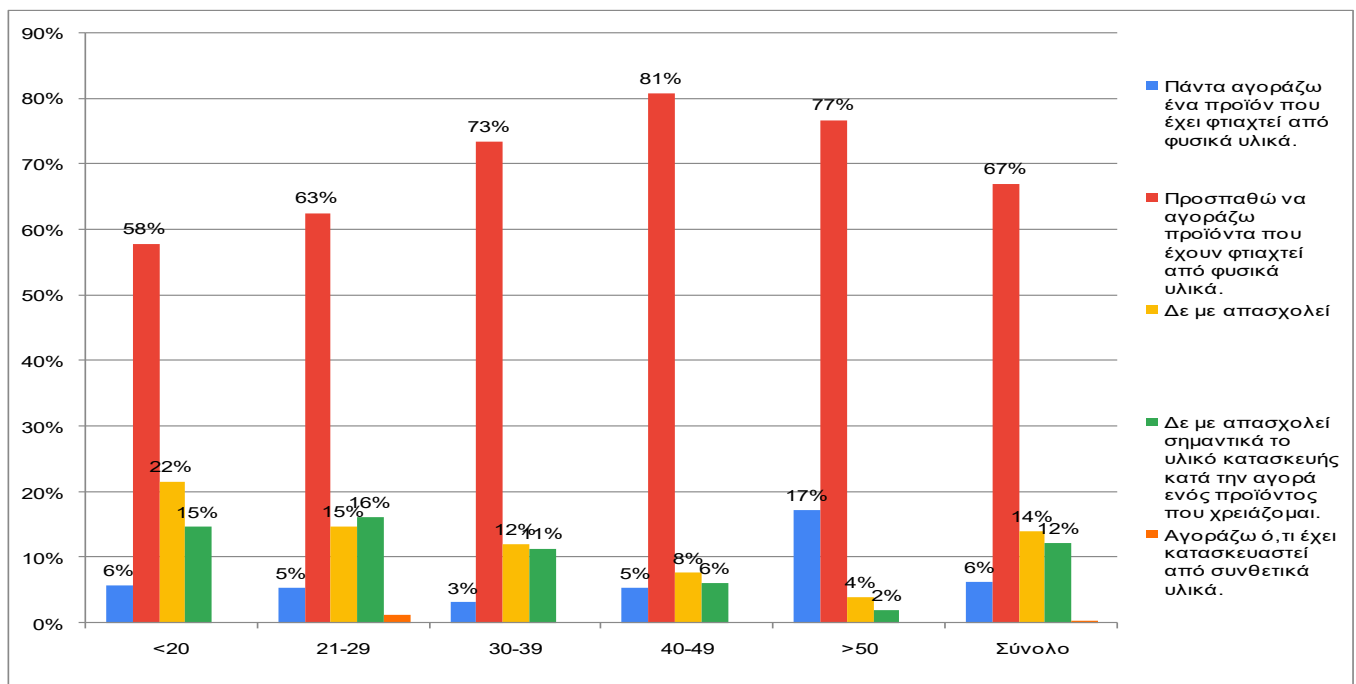


Οι γυναίκες εμφανίζονται πιο μετριοπαθείς στις επιλογές τους, ενώ μεγαλύτερο ποσοστό ανδρών επιλέγει πάντα φυσικά υλικά ή θεωρεί πιο σημαντική την τιμή.

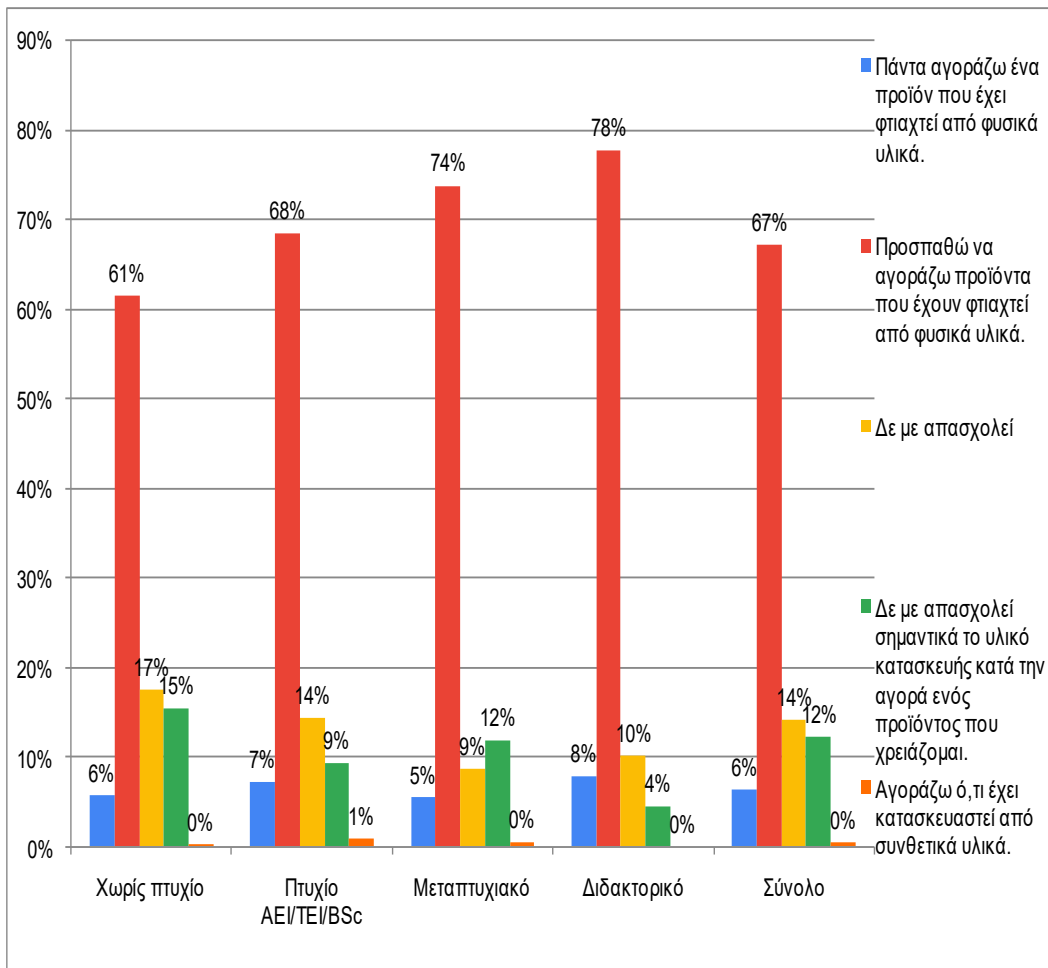
Ερώτηση 13: Όταν αγοράζετε υφαντουργικά προϊόντα, προτιμάτε προϊόντα από συνθετικά νήματα (πολυεστερικά, νάιλον, ακρυλικά κτλ.) ή από φυσικά υλικά (βαμβάκι, μετάξι, μαλλί κτλ.);



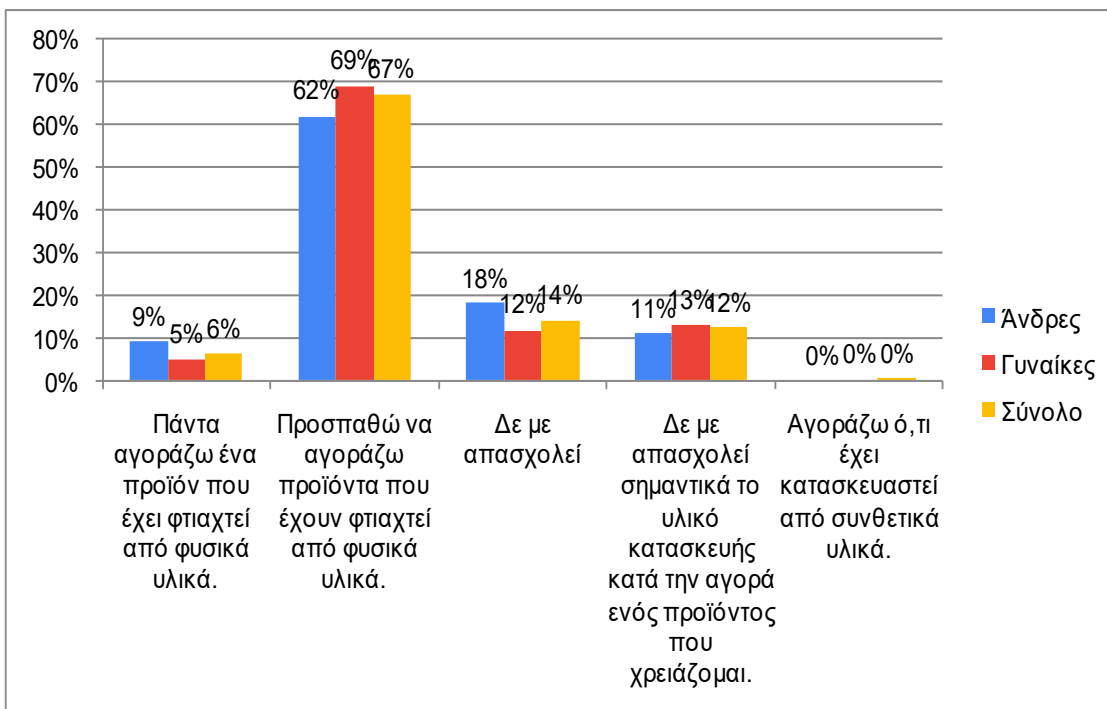
Περισσότεροι από τους 1 στους 4 δηλώνουν ότι δεν τους απασχολεί αν θα αγοράσουν προϊόν από συνθετικό και όχι από φυσικό νήμα, δείχνοντας ότι χρειάζεται μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση του κοινού.



Οι απαντήσεις καταδεικνύουν μια διαφορετική στάση ανάλογα με την ηλικία. Οι μεγαλύτεροι ηλικιακά σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό αγοράζουν πάντα προϊόντα από φυσικά υλικά, ενώ οι νεότεροι δηλώνουν σε πολύ μεγαλύτερο ποσοστό ότι δεν τους απασχολεί σημαντικά το υλικό ενός προϊόντος.

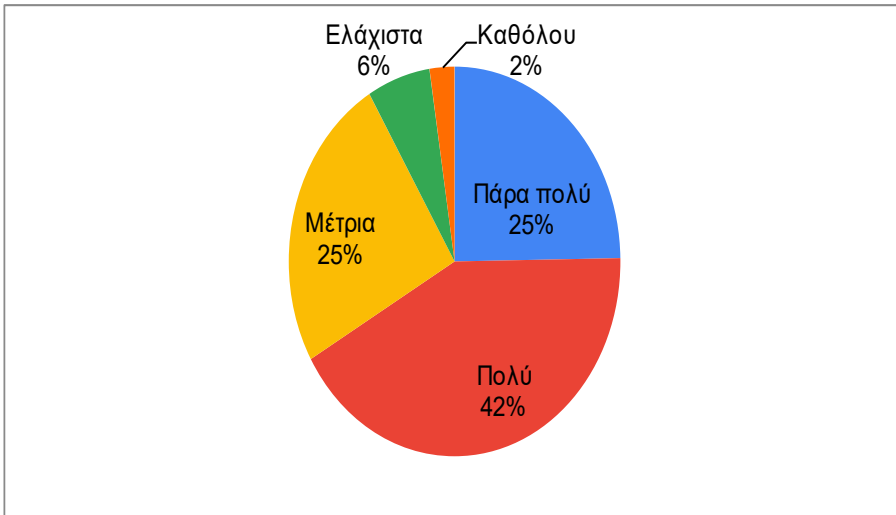


Όσο αυξάνεται το επίπεδο εκπαίδευσης, αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που προσπαθούν να αγοράζουν προϊόντα από φυσικά υλικά και φθίνει το ποσοστό αυτών που δεν τους απασχολεί το υλικό του προς αγορά προϊόντος.

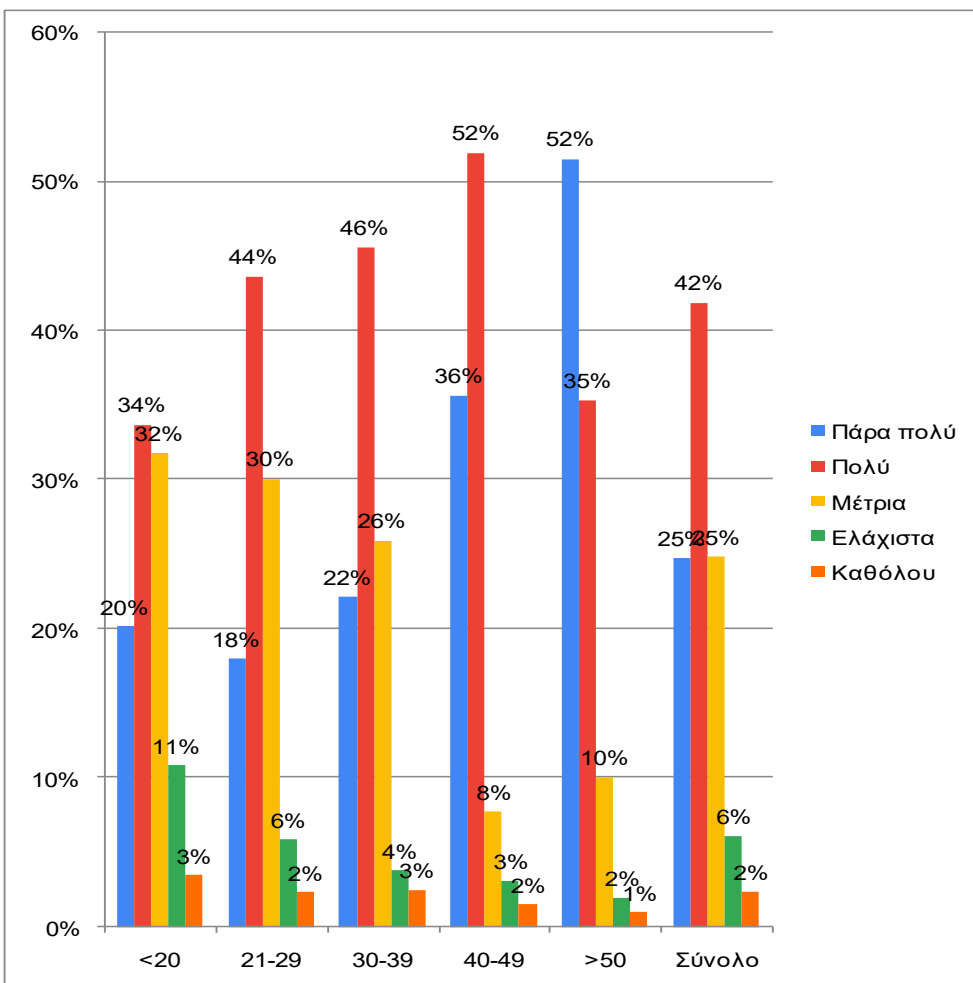


Οι άνδρες και εδώ δείχνουν λίγο λιγότερη ευαισθησία στη χρήση φυσικών υλικών.

Ερώτηση 14: Πόσο σημαντικό είναι τα προϊόντα να είναι κατασκευασμένα από φυσικά νήματα;

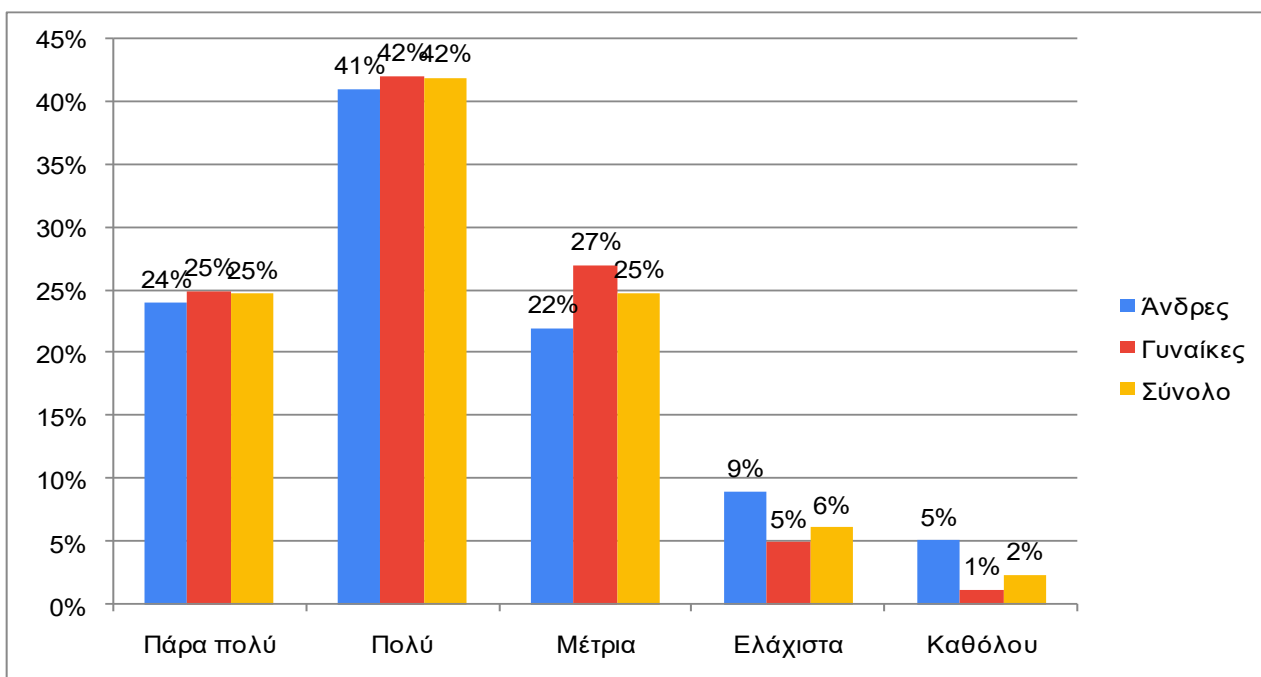
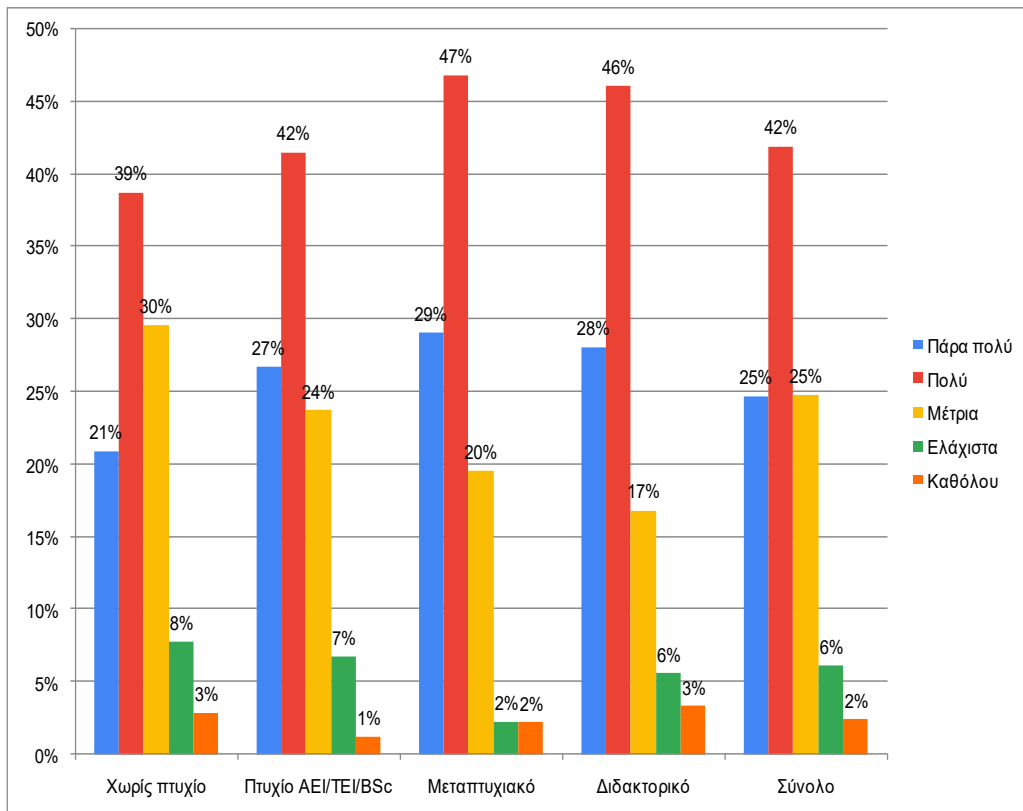


Δύο στους τρεις θεωρούν πολύ ή πάρα πολύ σημαντικό να έχουμε προϊόντα από φυσικά νήματα, αλλά και ένα καθόλου ευκαταφρόνητο 8% απαντά ότι το θεωρεί ελάχιστα ή καθόλου σημαντικό.



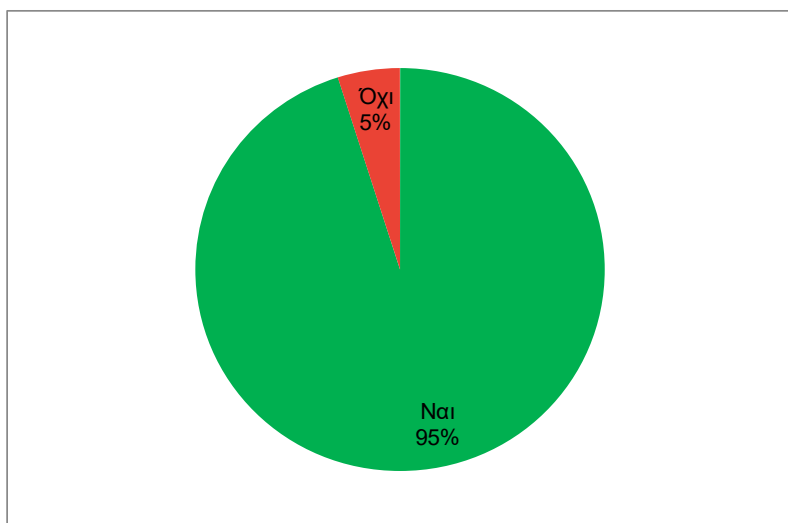
Όσο αυξάνεται η ηλικία, αυξάνεται το ποσοστό όσων θεωρούν πάρα πολύ σημαντικό τα προϊόντα να είναι κατασκευασμένα από φυσικά νήματα. Οι κάτω των 30 ετών απαντούν σε πολύ μεγαλύτερα ποσοστά ότι θεωρούν ελάχιστα σημαντικό τα προϊόντα να είναι από φυσικά νήματα.

Όσο ανεβαίνει το εκπαιδευτικό επίπεδο αυξάνονται τα ποσοστά απαντούντων που θεωρούν πάρα πολύ ή πολύ σημαντικό τα προϊόντα να είναι κατασκευασμένα από φυσικά νήματα.

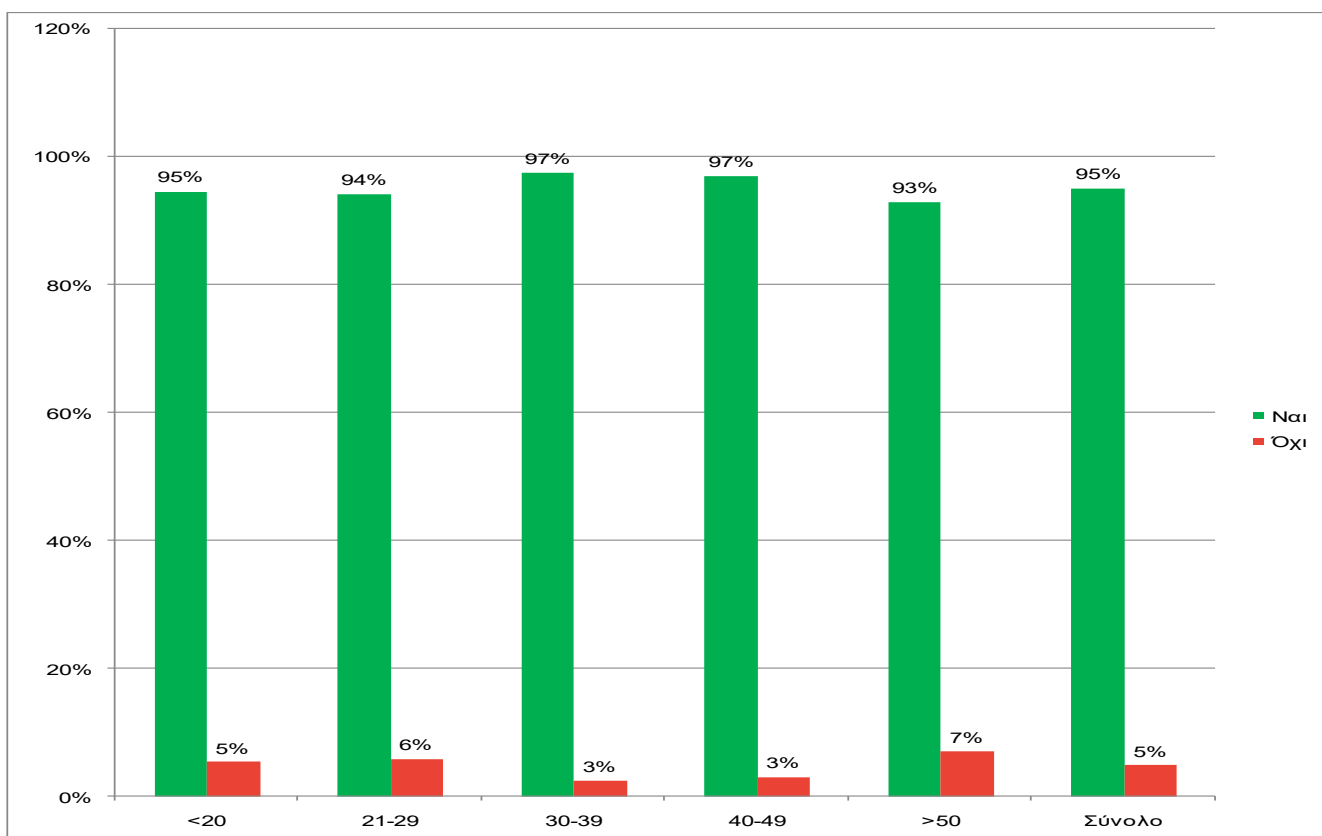


Στην κατηγορία των «αδιαφορούντων» το ποσοστό των ανδρών είναι υπερδιπλάσιο από αυτό των γυναικών.

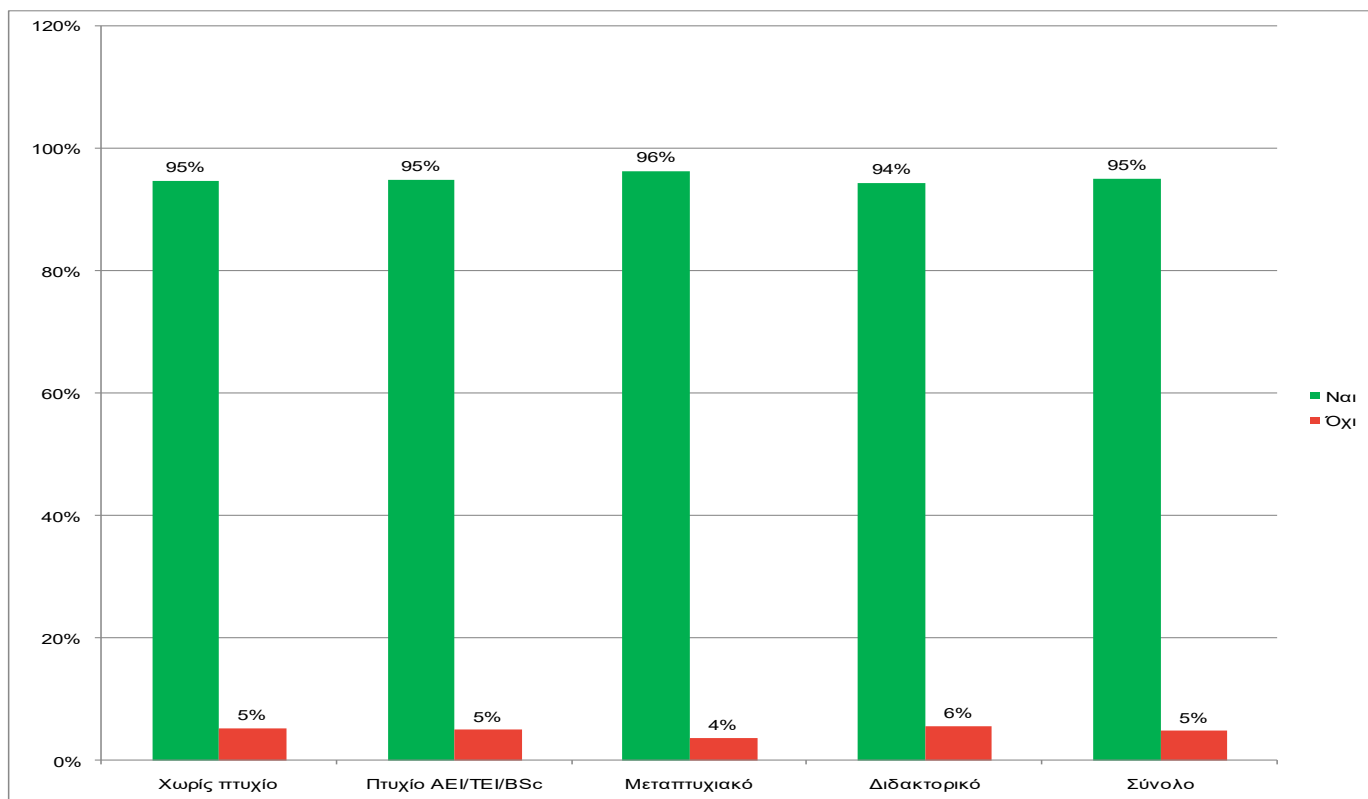
Ερώτηση 16: Θα ήσασταν πρόθυμοι να προσθέσετε μία απλή συσκευή στο πλυντήριό σας ώστε να συγκρατεί τη ρύπανση που προκαλείται από τις μικροΐνες;



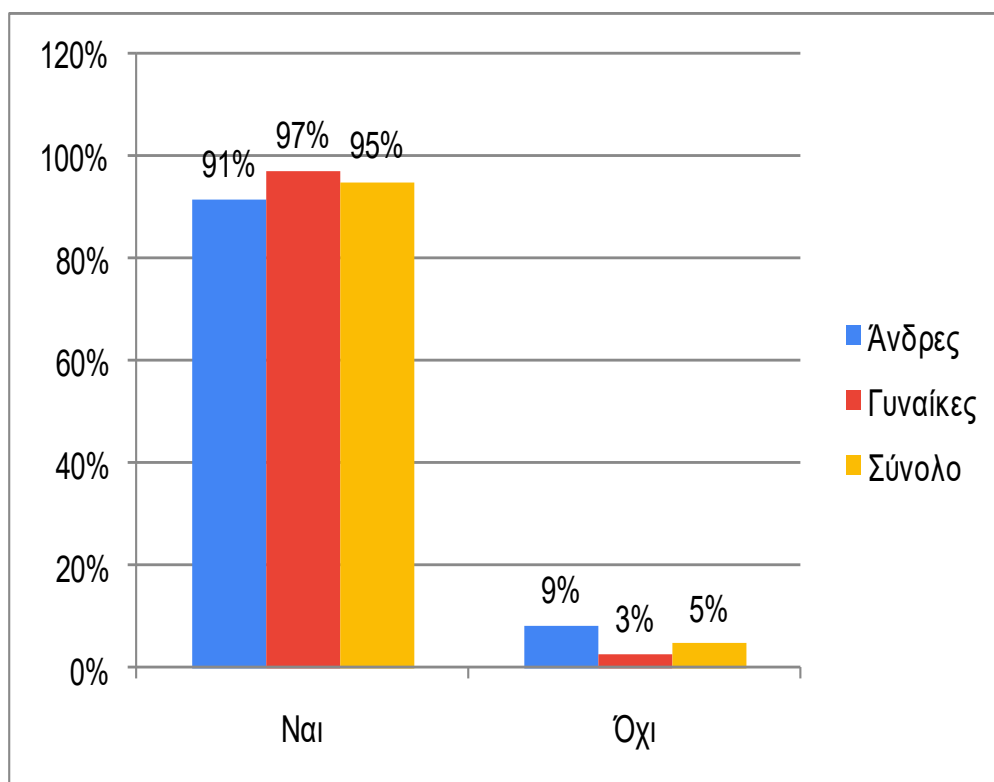
Η συντριπτική πλειοψηφία (95%) εμφανίζεται διατεθειμένη να μετασκευάσει το πλυντήριό της, ώστε να αποτρέπεται η ρύπανση από μικροΐνες.



Οι απαντήσεις δεν εμφανίζουν κάποια αξιοσημείωτη διαφοροποίηση βάσει της ηλικιακής ομάδας των απαντούντων.

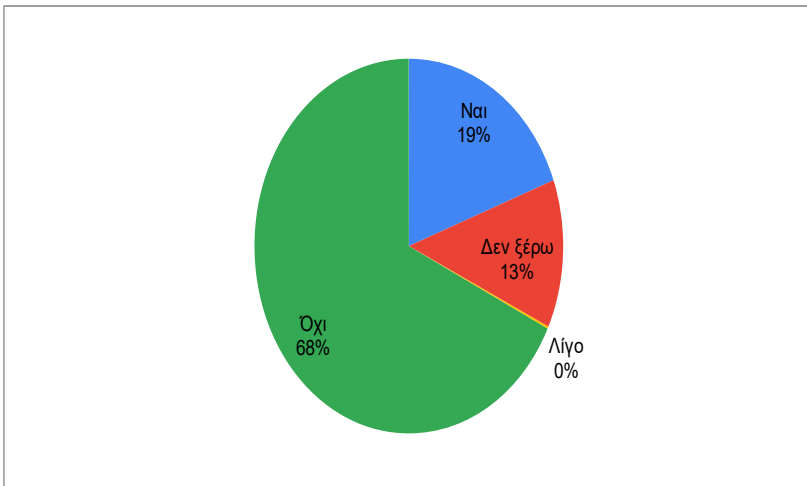


Δεν παρουσιάζεται κάποια αξιοσημείωτη διαφοροποίηση μεταξύ των απαντούντων διαφόρων επιπέδων εκπαίδευσης.

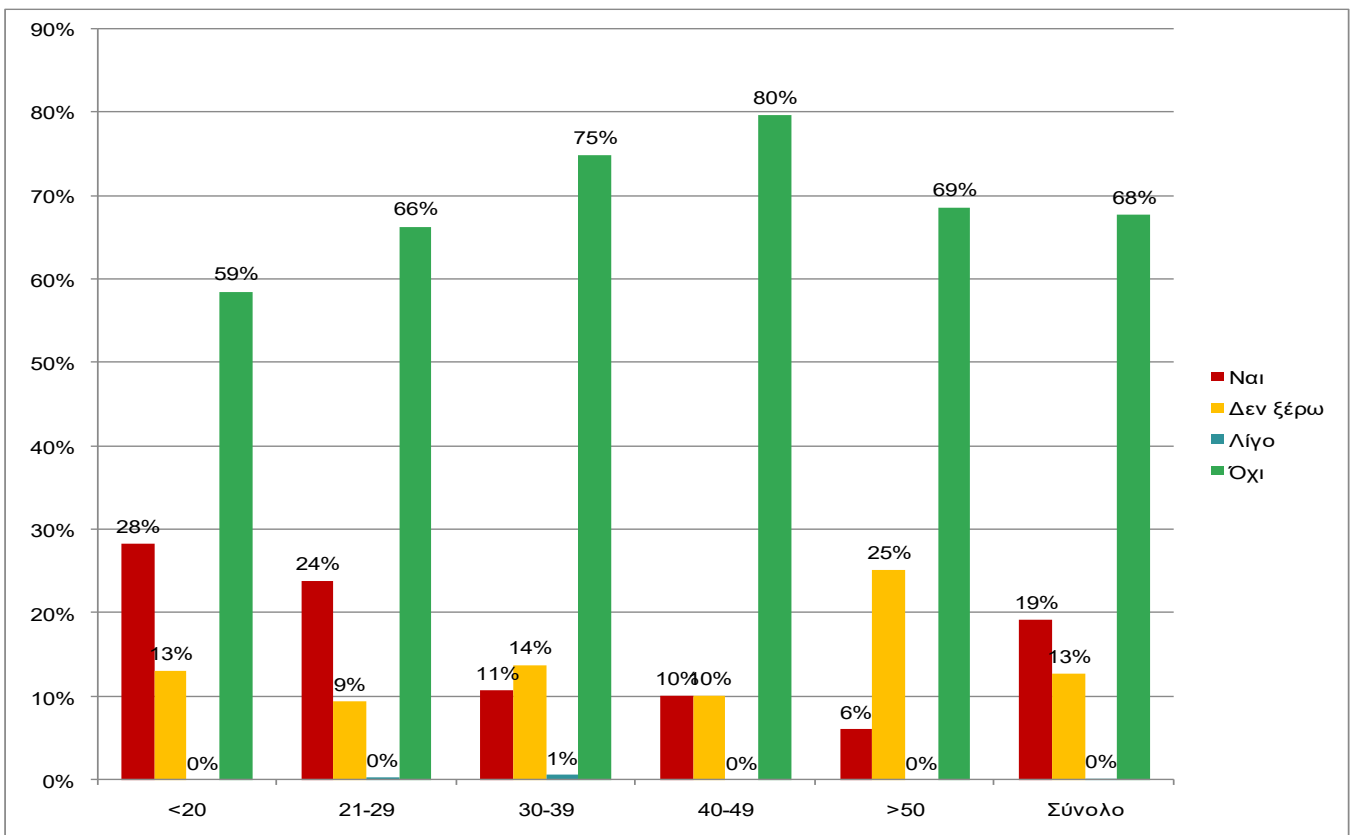


Ελαφρά χαμηλότερα είναι τα ποσοστά των θετικά διακεείμενων ανδρών (91%) σε σχέση με τις γυναίκες (97%), (ίσως επειδή πιθανότατα θα επιφορτιστούν τον κόπο γι' αυτό).

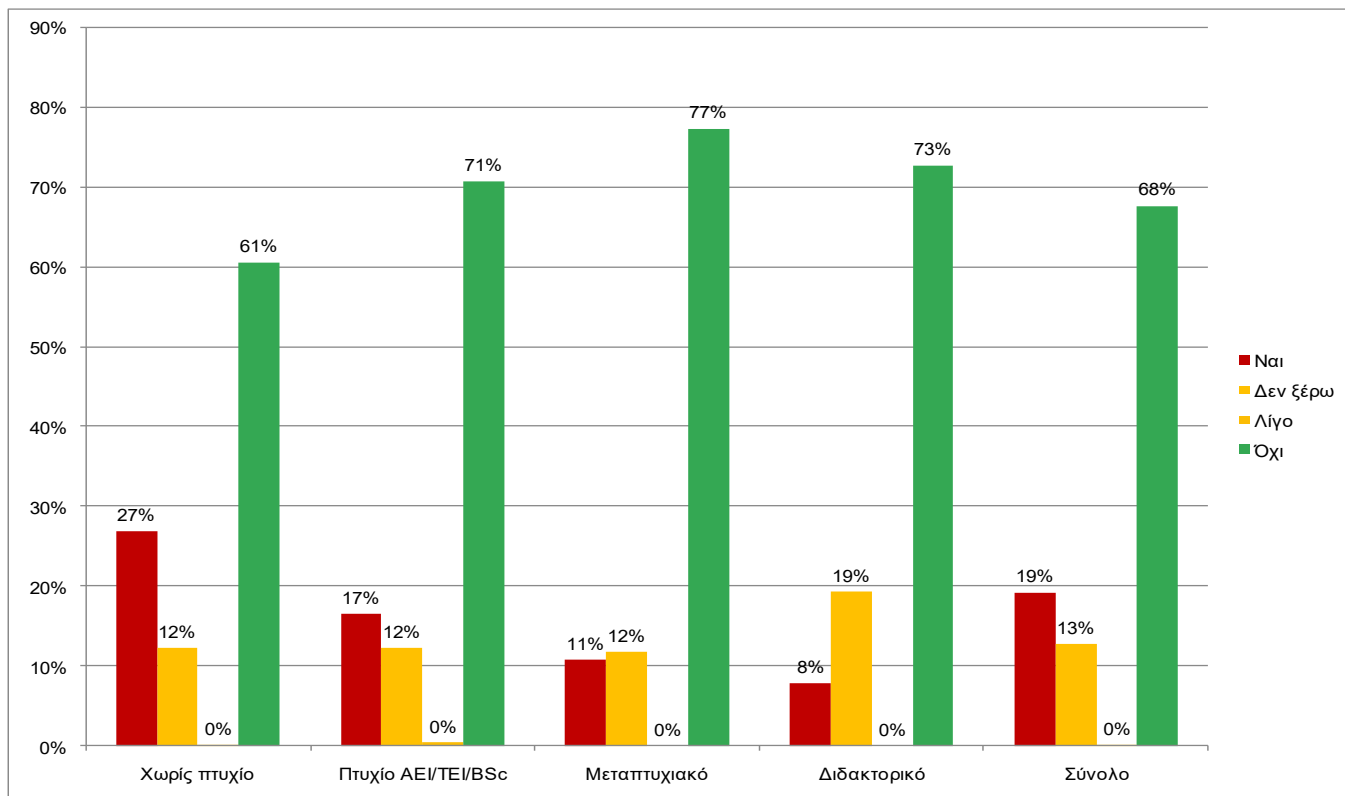
Ερώτηση 17: Σας αρέσουν τα αντικείμενα/προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ;



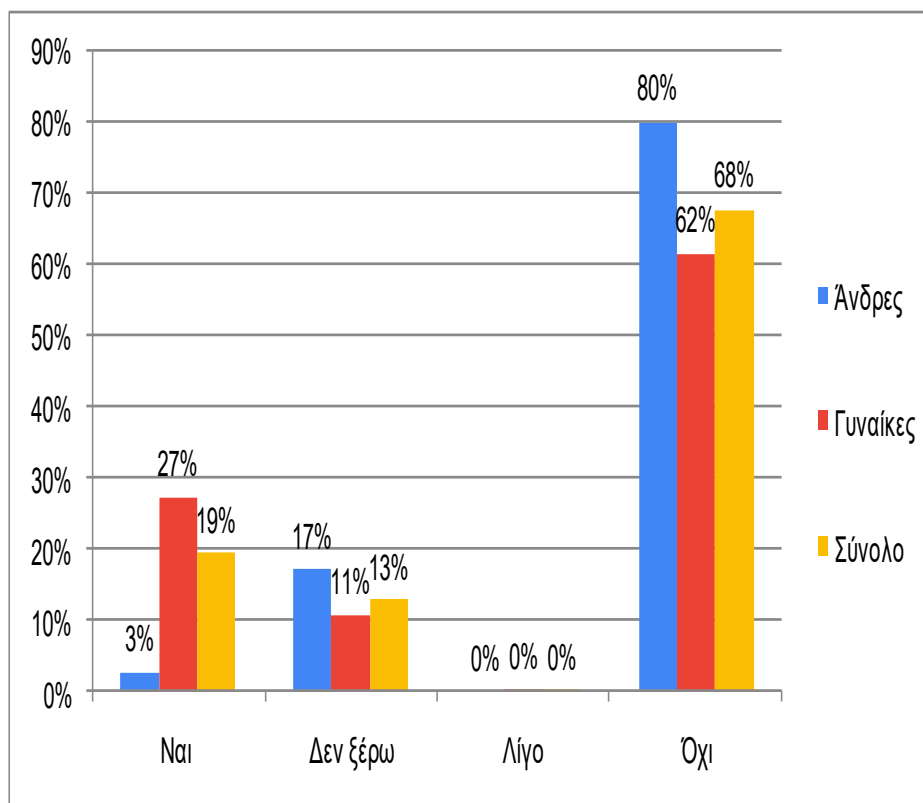
Το 68% απαντά αρνητικά στην ερώτηση αυτή, το 19% θετικά, ενώ αξιοσημείωτο είναι το 13% που απαντά «Δεν ξέρω» δείχνοντας την άγνοια αρκετών για τα γκλίτερ.



Οι απαντούντες κάτω των 30 ετών απαντούν ότι τους αρέσουν τα αντικείμενα που περιέχουν γκλίτερ σε αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό (24%-28%) σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες (6% - 11%). Στην απάντηση «Δεν ξέρω» το αρκετά μεγάλο ποσοστό όσων έχουν ηλικία πάνω από 50, υποδεικνύει ότι μάλλον αγνοούν ποια είναι αυτά τα προϊόντα.

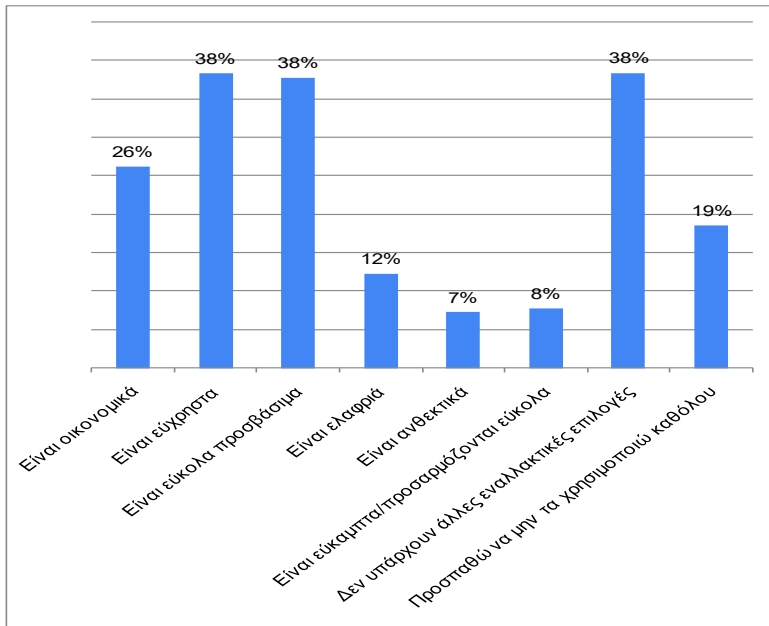


Σχετικά μεγάλο ποσοστό (27%) μη πτυχιούχων απαντά θετικά ενώ το ποσοστό φθίνοντας ελαχιστοποιείται (8%) για τους κατόχους διδακτορικού.

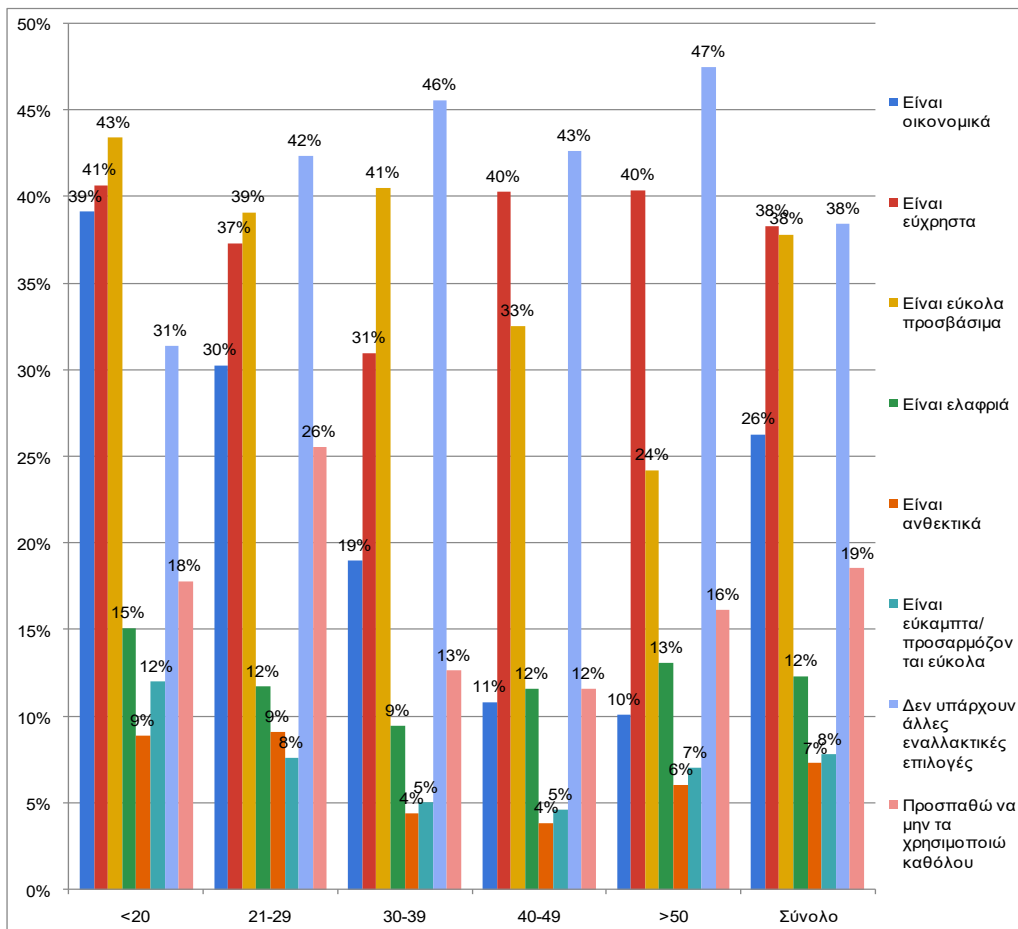


Η διαφοροποίηση ανά φύλο είναι σημαντική, αφού αρκετές γυναίκες θέλγονται από τέτοια προϊόντα. Οι άνδρες απαντούν αρνητικά κατά 80% (έναντι 62% των γυναικών), ενώ υπάρχει ένα 3% των ανδρών που δηλώνει ότι του αρέσουν αυτά τα προϊόντα.

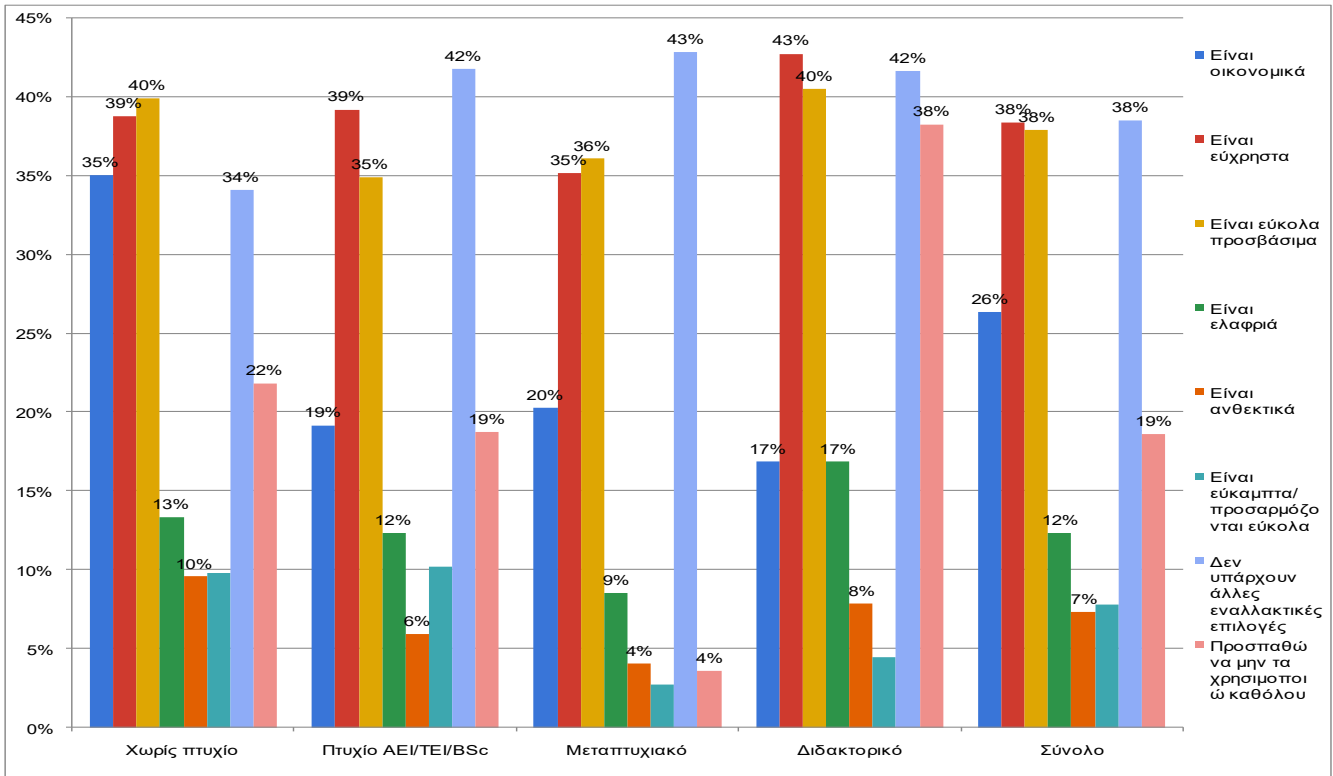
Ερώτηση 22: Ποιος είναι ο πιο σημαντικός λόγος που επιλέγετε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)



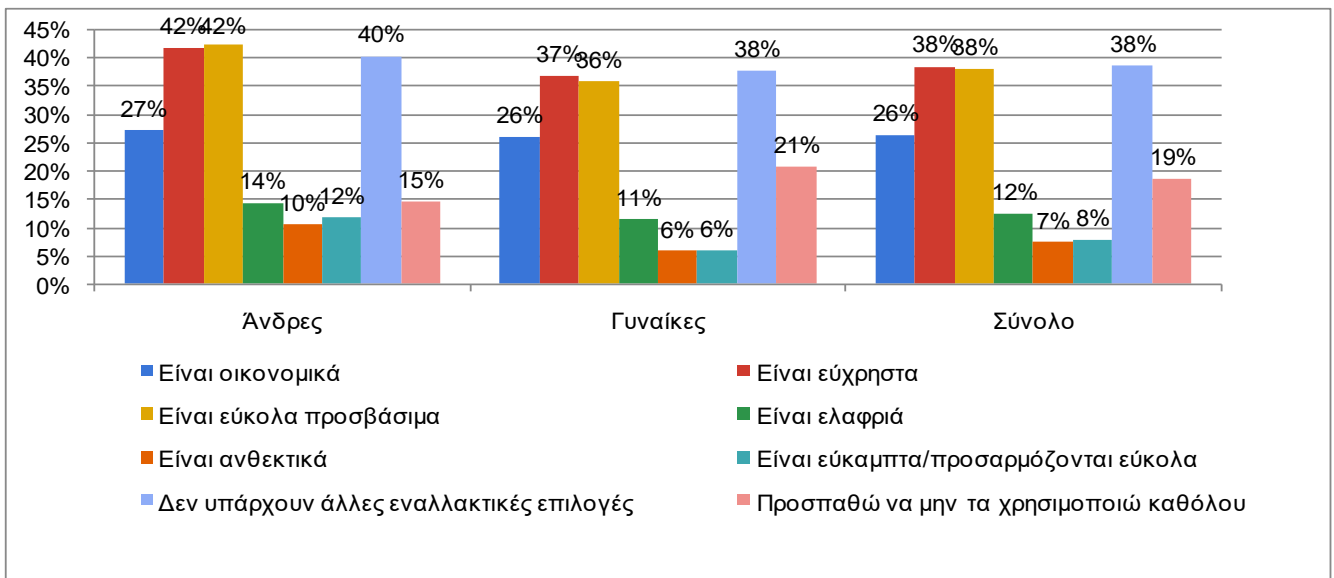
Στην πρώτη θέση ισοβαθούν (με 38%) η εύκολη πρόσβαση, η ευχρηστία και η έλλειψη εναλλακτικών επιλογών. Ακολουθούν η οικονομία (26%) και η ελαφρότητα (12%), ενώ έπονται η ευκαμψία (7%) και η ανθεκτικότητα (7%). Το 19% δηλώνει ότι προσπαθεί να μην τα χρησιμοποιεί καθόλου.



Οι μικρότερες ηλικιακές ομάδες εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά μέχρι 39%. Περισσότεροι από τους μισούς άνω των 50 ετών τα χρησιμοποιούν επειδή δεν υπάρχουν εναλλακτικές επιλογές.

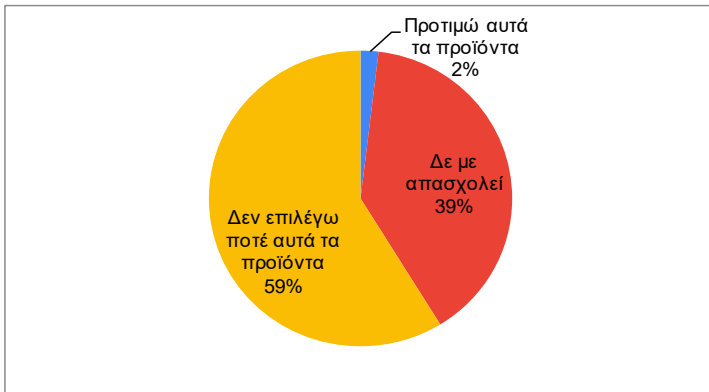


Οι μη πτυχιούχοι θεωρούν σημαντικότερο το οικονομικό θέμα. Το μικρό βάρος και η ανθεκτικότητά απασχολεί λιγότερο τους κατόχους μεταπτυχιακού. Επίσης οι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού δεν δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην ευκαμψία.

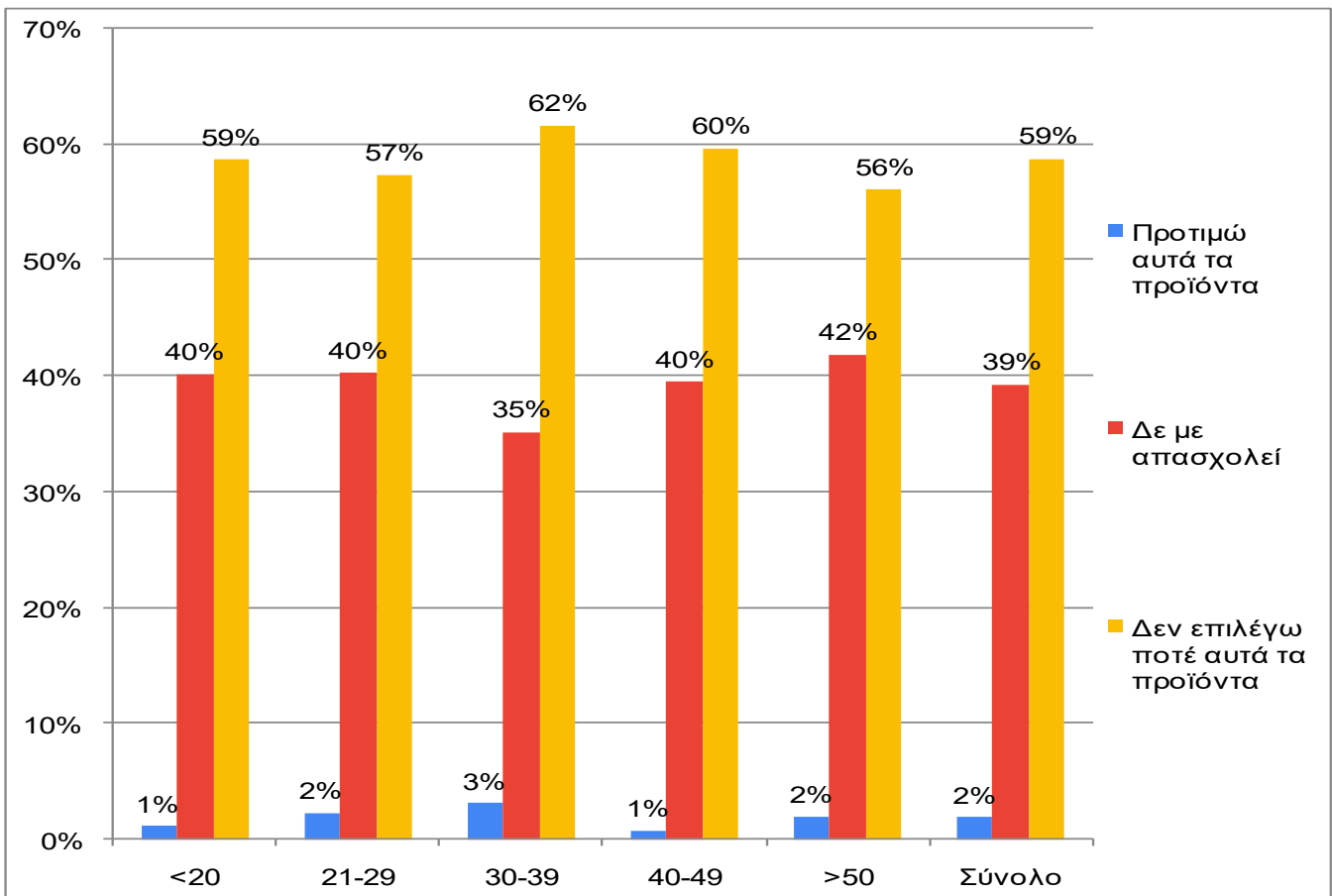


Σε όλες τις κατηγορίες, εκτός αυτών που προσπαθούν να μην τα χρησιμοποιούν καθόλου, τα ποσοστά των ανδρών είναι μεγαλύτερα αφού προφανώς επιλέγουν περισσότερες απαντήσεις από τις γυναίκες.

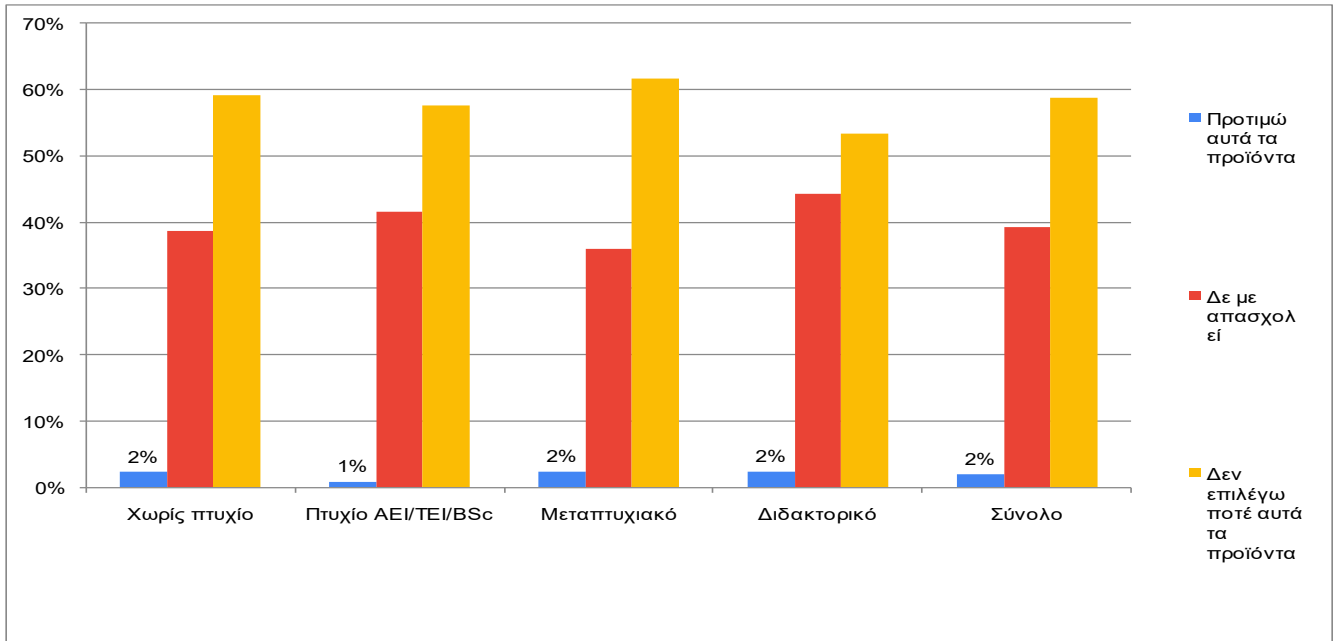
Ερώτηση 26: Θα αγοράζατε αποφλοιωμένα ή ελαφρώς επεξεργασμένα τρόφιμα τα οποία πωλούνται σε πλαστική συσκευασία;



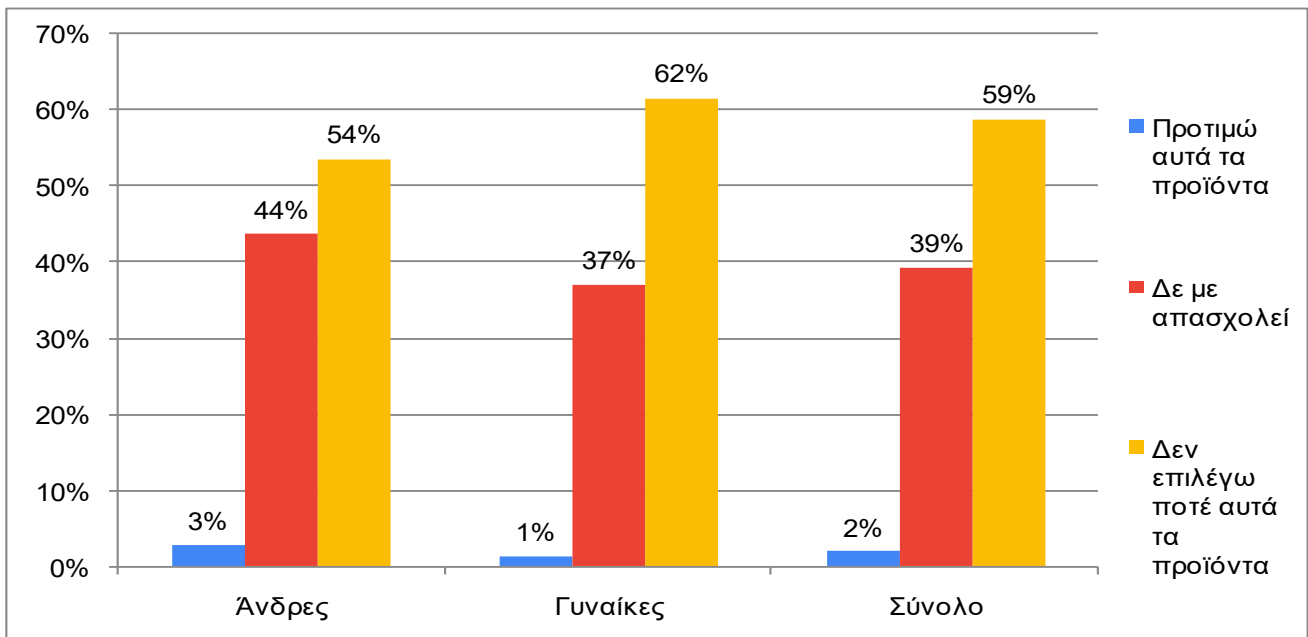
Ένα μεγάλο ποσοστό (59%) δηλώνει ότι δεν επιλέγει αποφλοιωμένα ή ελαφρώς επεξεργασμένα τρόφιμα σε πλαστική συσκευασία, το 39% δεν το απασχολεί ενώ όσοι δηλώνουν ότι προτιμούν αυτά τα προϊόντα αποτελούν μόλις το 2% (!).



Τα ποσοστά των απαντήσεων δεν εμφανίζουν αξιοσημείωτες διαφοροποιήσεις ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες.



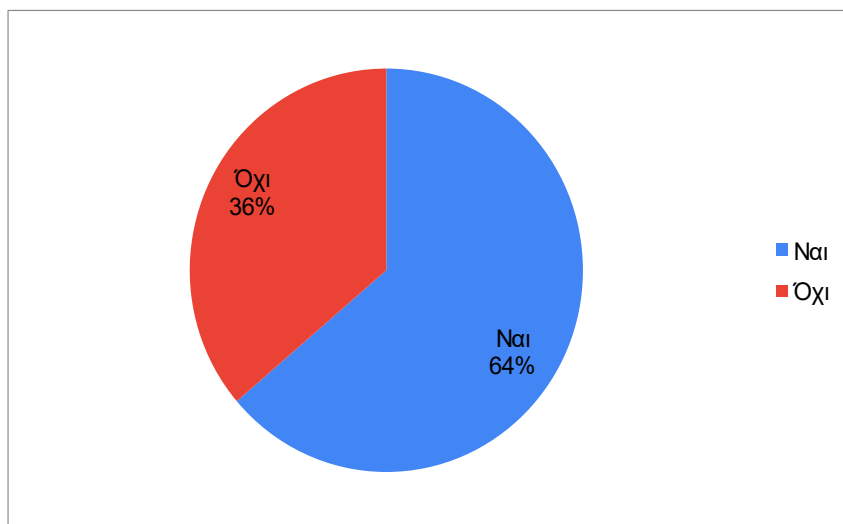
Οι απαντήσεις σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις.



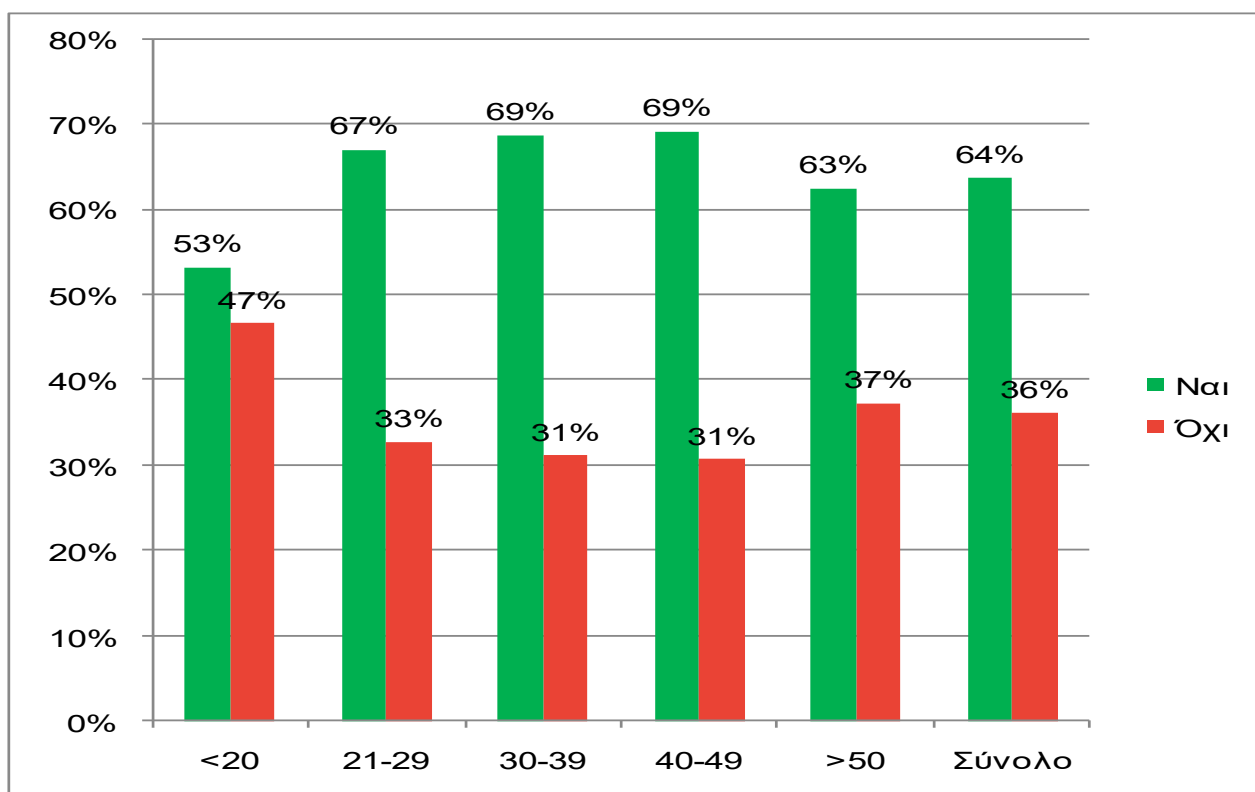
Το ποσοστό των γυναικών που δηλώνουν ότι δεν επιλέγουν αυτά τα προϊόντα (62%) είναι μεγαλύτερο σε σχέση με το αντίστοιχο των ανδρών (54%), ενώ στις άλλες δύο περιπτώσεις «Δε με απασχολεί» και «Προτιμώ αυτά τα προϊόντα» υπερτερεί το ποσοστό των ανδρών.

3.2.2 Γνώση ύπαρξης των μικροπλαστικών (Ερωτήσεις 9, 15)

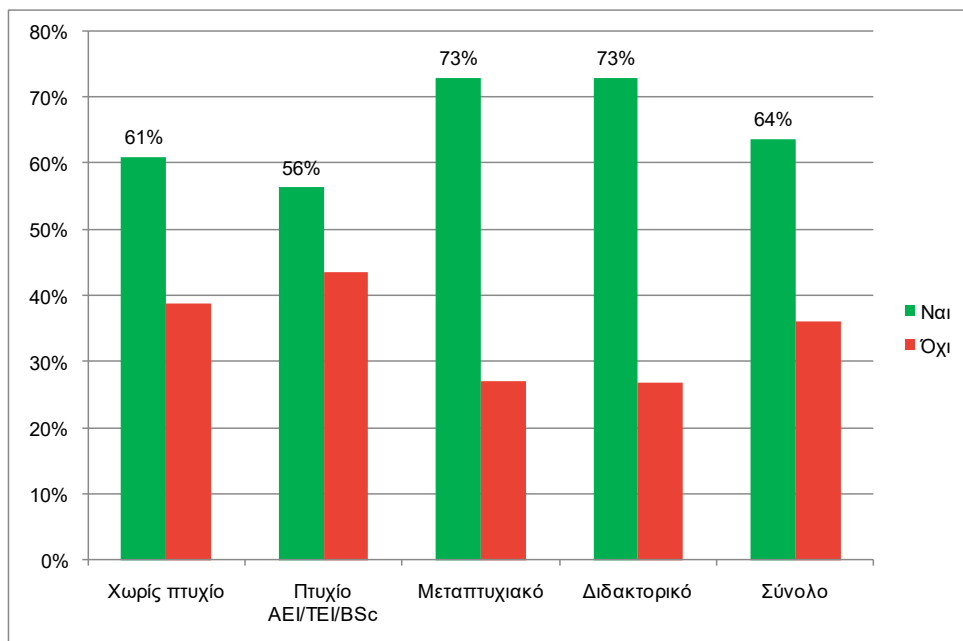
Ερώτηση 9: Έχετε ακούσει τη λέξη «μικροπλαστικά»;



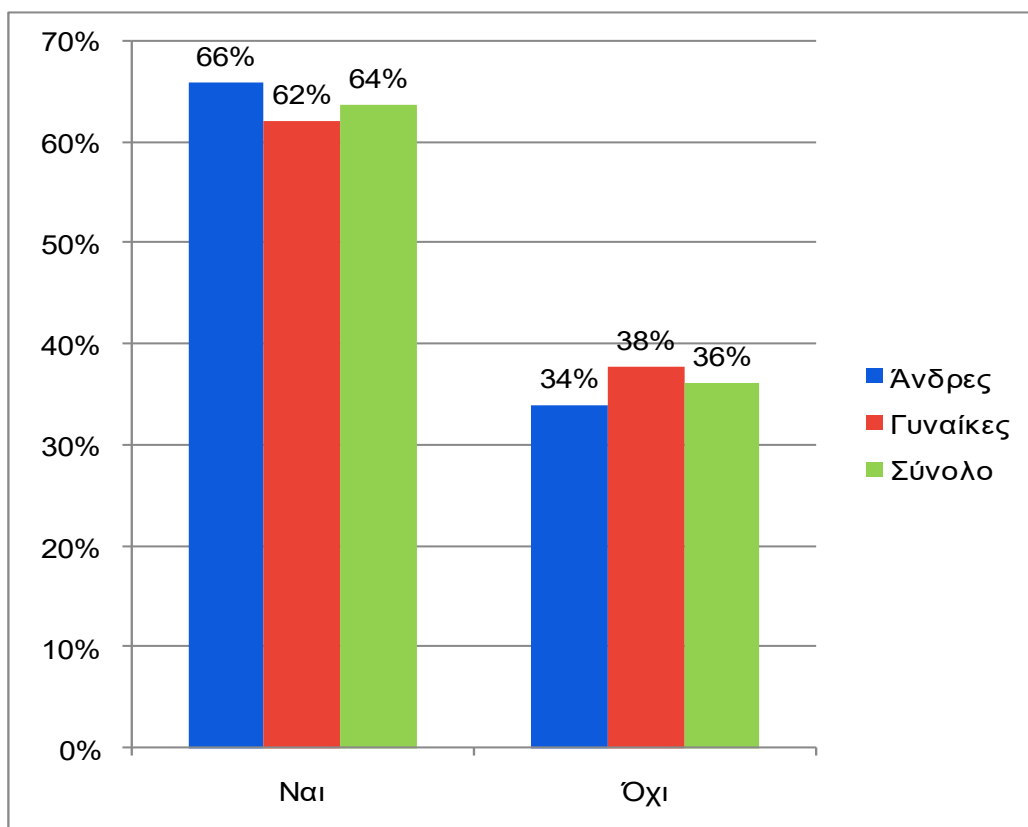
Σε αυτή την ερώτηση μόνο το 64% απαντά ότι έχει ακούσει τη λέξη μικροπλαστικά (χωρίς να προκύπτει αν γνωρίζει περί τίνος πρόκειται).



Οι μέσες ηλικίες (21-49) δηλώνουν σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι έχουν ακούσει τη λέξη «μικροπλαστικά».

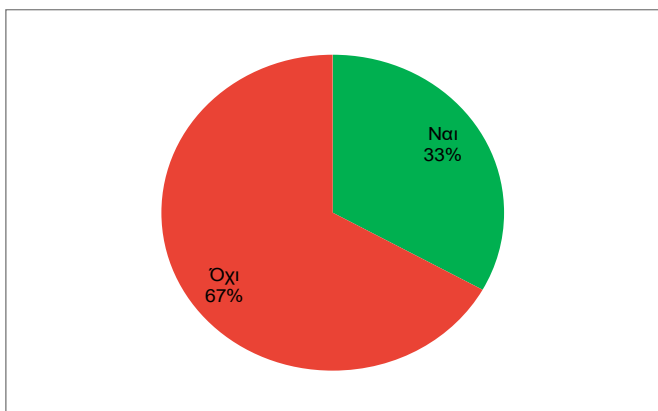


Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού με 73% εμφανίζονται αρκετά πιο ενημερωμένοι από το μέσο όρο (64%) για τη λέξη «μικροπλαστικά».

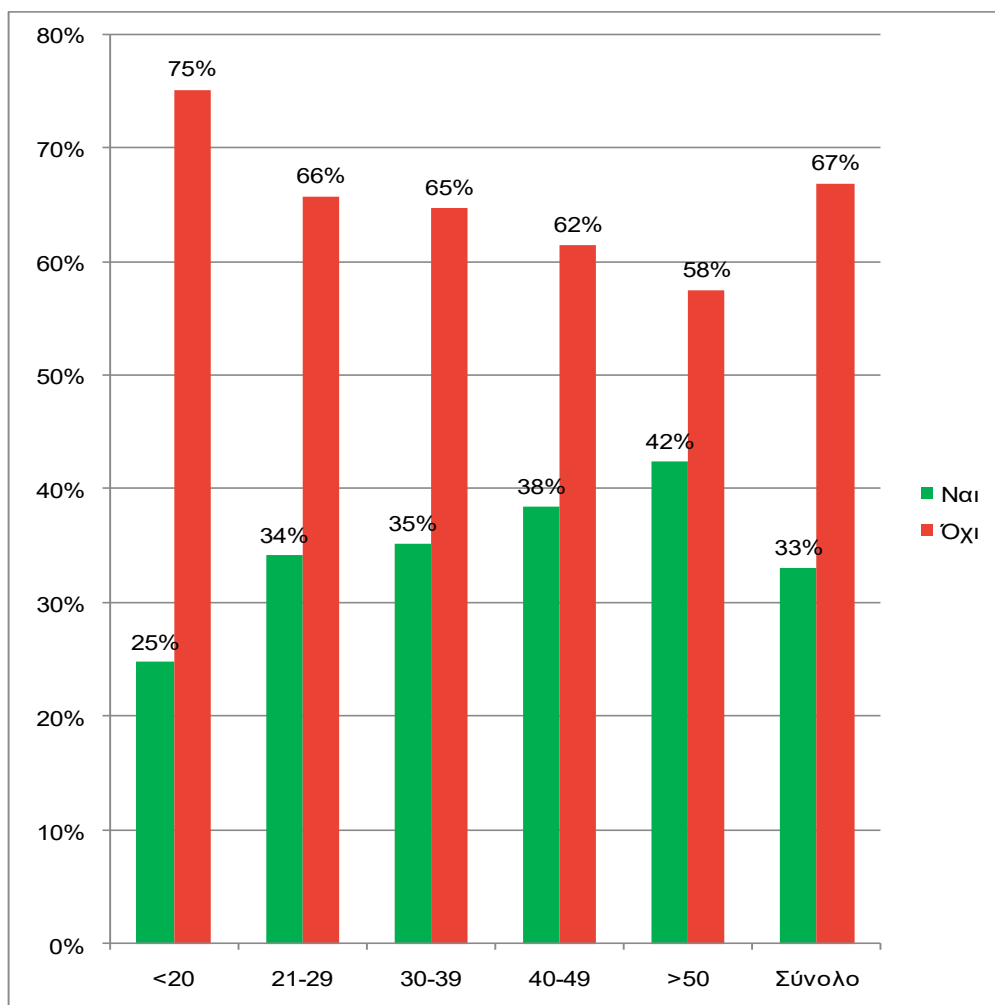


Η συμπεριφορά των δύο φύλων είναι ίδια.

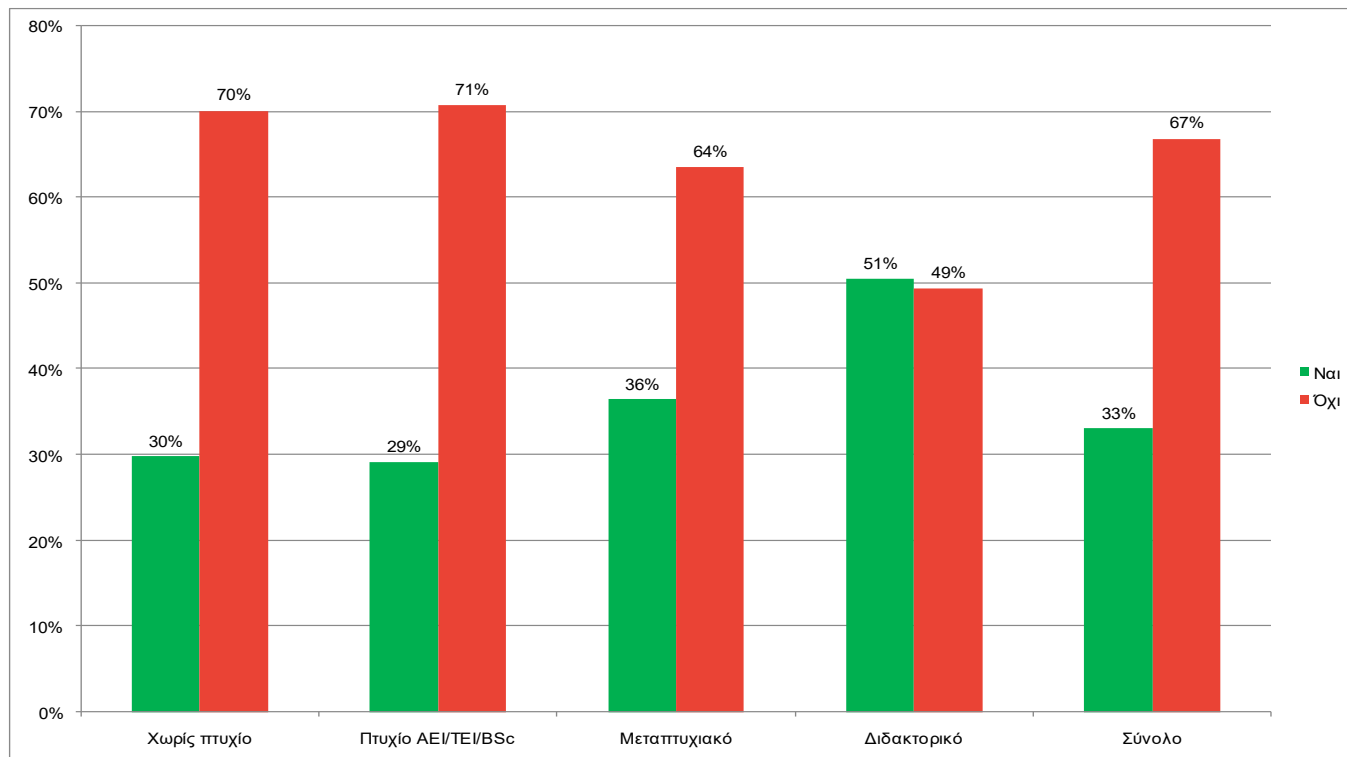
Ερώτηση 15: Γνωρίζετε ότι τα συνθετικά υφάσματα παράγουν μικροΐνες κατά τη διάρκεια του πλυσίματός τους και ότι οι μικροΐνες μπορεί να μεταφερθούν μέσω του αποχετευτικού δικτύου (και των μονάδων επεξεργασίας αστικών αποβλήτων) στα υδάτινα οικοσυστήματα;



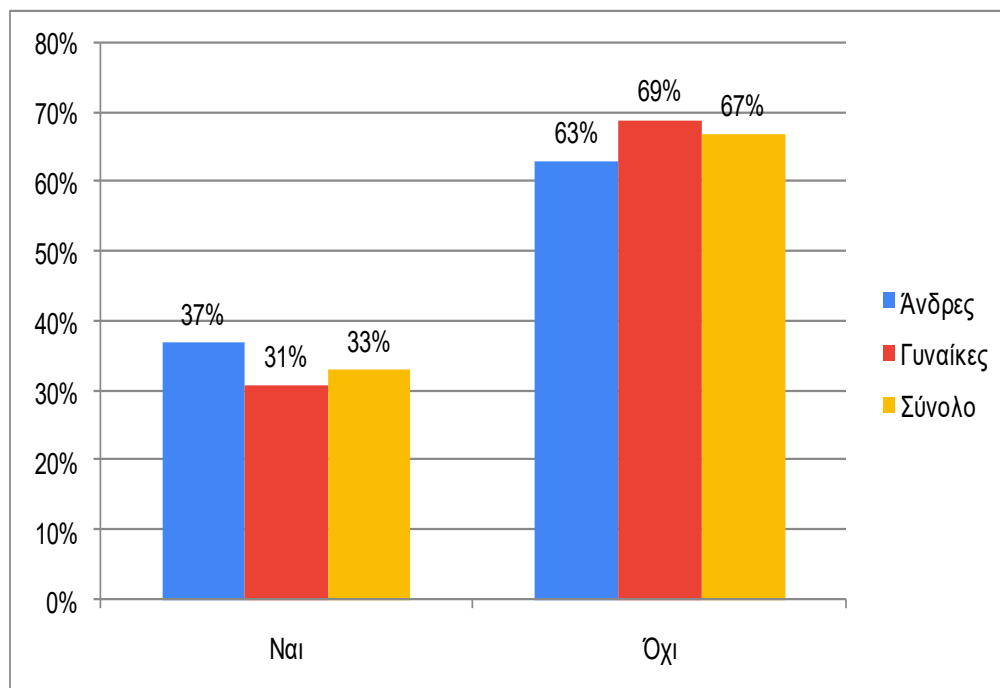
Δύο στους τρεις απάντησαν ότι δε γνωρίζουν για τη μεταφορά μικροϊνών των συνθετικών υφασμάτων στα υδάτινα οικοσυστήματα, μέσω του πλυσίματός τους.



Οι απαντούντες κάτω των 20 ετών απαντούν θετικά σε αρκετά μικρότερο ποσοστό (25%) σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες (34% - 42%).



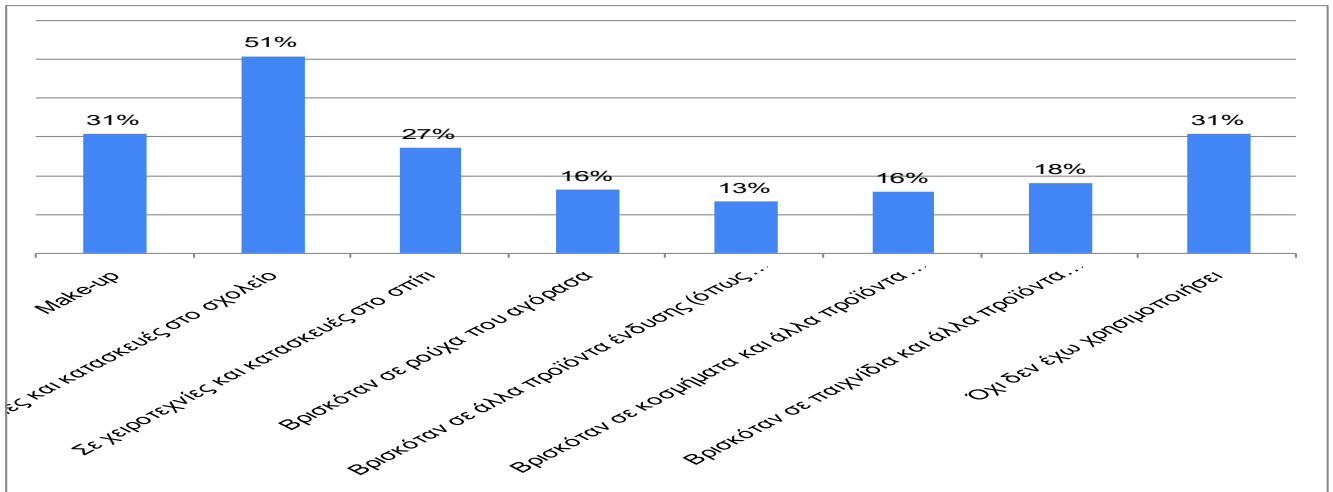
Οι περισσότεροι κατάρτισμένοι και ειδικά οι κάτοχοι διδακτορικού (51%) εμφανίζονται σημαντικά πιο ενημερωμένοι από το μέσο όρο (33%) για το θέμα.



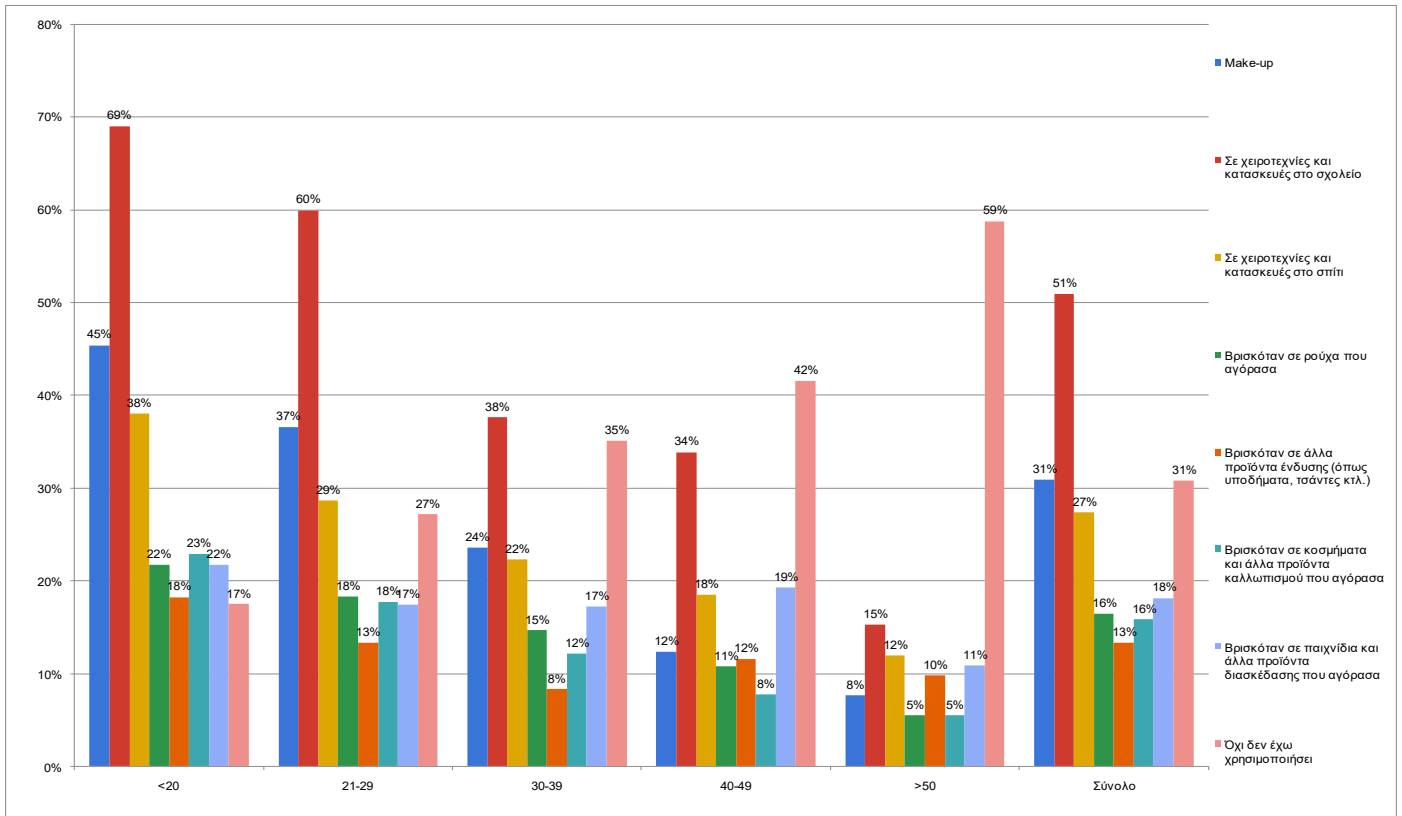
Οι άνδρες εμφανίζονται, ελαφρά μεν, αλλά καλύτερα ενημερωμένοι από τις γυναίκες.

3.2.3 Χρήση πλαστικών προϊόντων στην καθημερινότητα (Ερωτήσεις 18-21, 23)

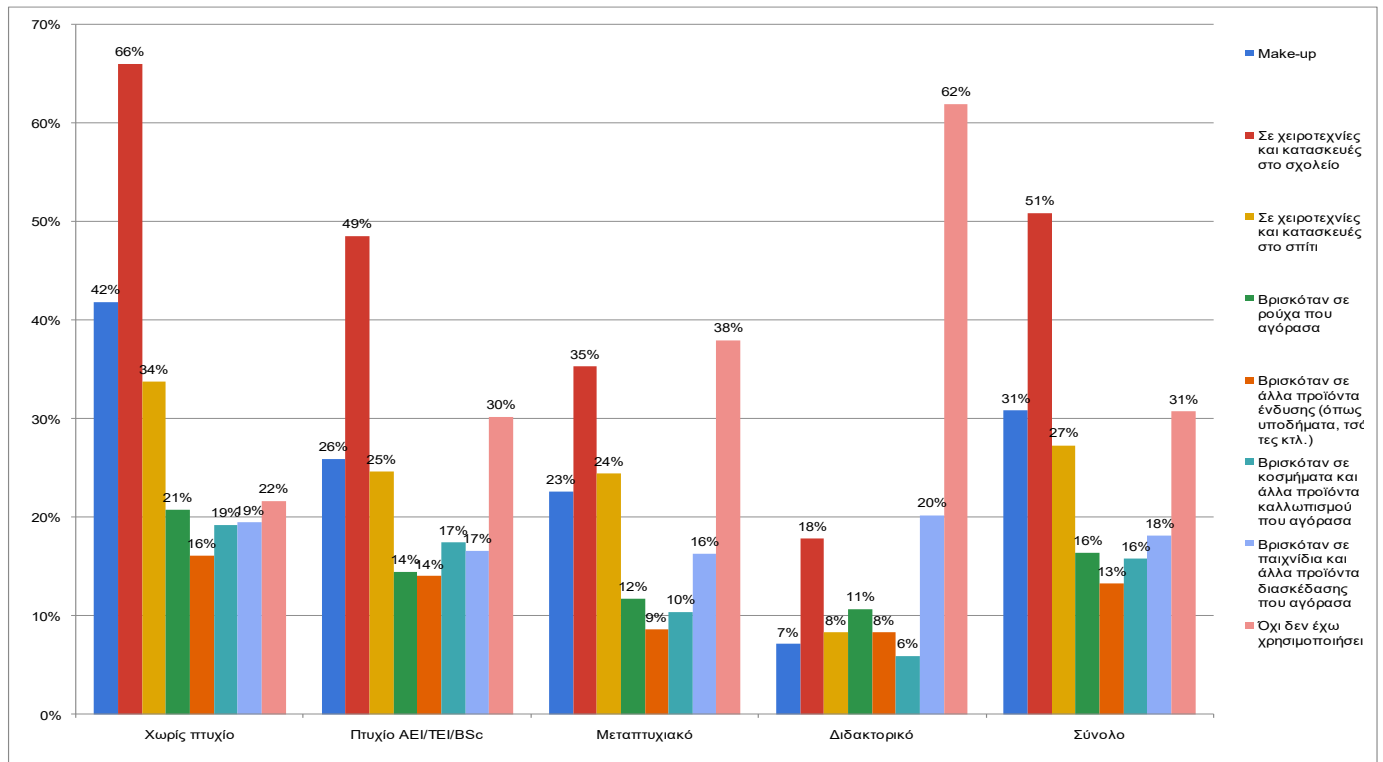
Ερώτηση 18: Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ αντικείμενα με γκλίτερ και αν ναι πως; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών).



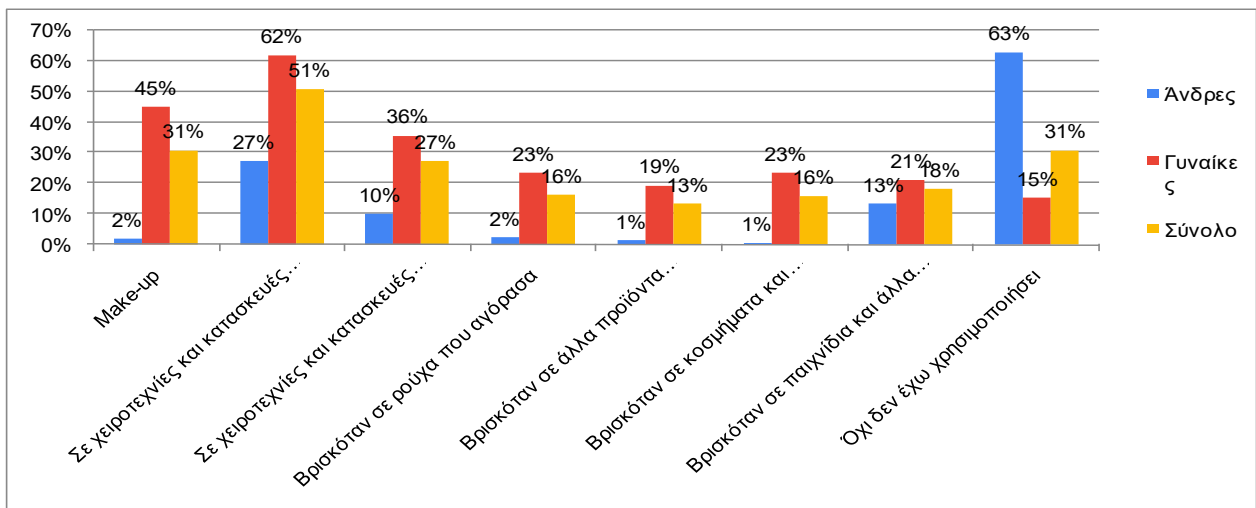
Οι μισοί (51%) έχουν χρησιμοποιήσει γκλίτερ σε χειροτεχνίες και κατασκευές στο σχολείο και το 31% στο σπίτι. Το 18% σε παιχνίδια ή προϊόντα διασκέδασης, ενώ το 31% ποτέ.



Σε όλους τους τρόπους χρήσης αντικειμένων με γκλίτερ, τα ποσοστά είναι αυξημένα στις μικρές ηλικιακές ομάδες και φθίνουν όσο μεγαλώνει η ηλικία.

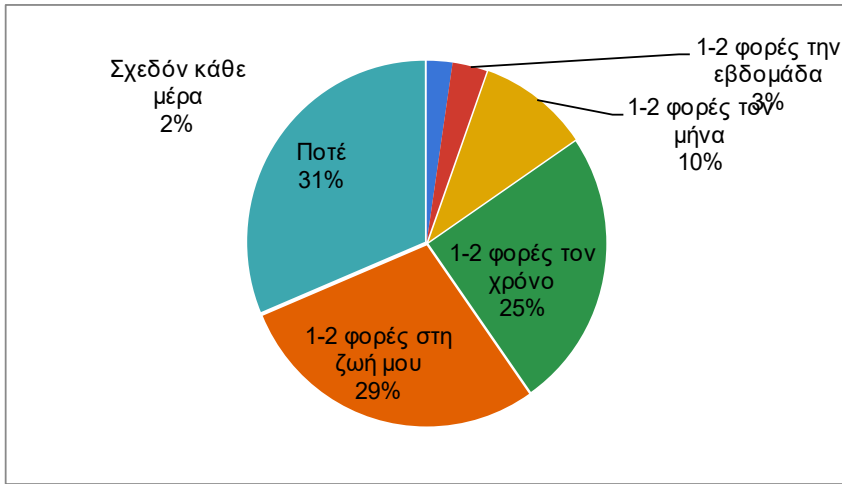


Σε όλες τις περιπτώσεις, όσο αυξάνεται το επίπεδο εκπαίδευσης φθίνει αξιοσημείωτα το ποσοστό των απαντούντων που εμπίπτουν σε αυτές.

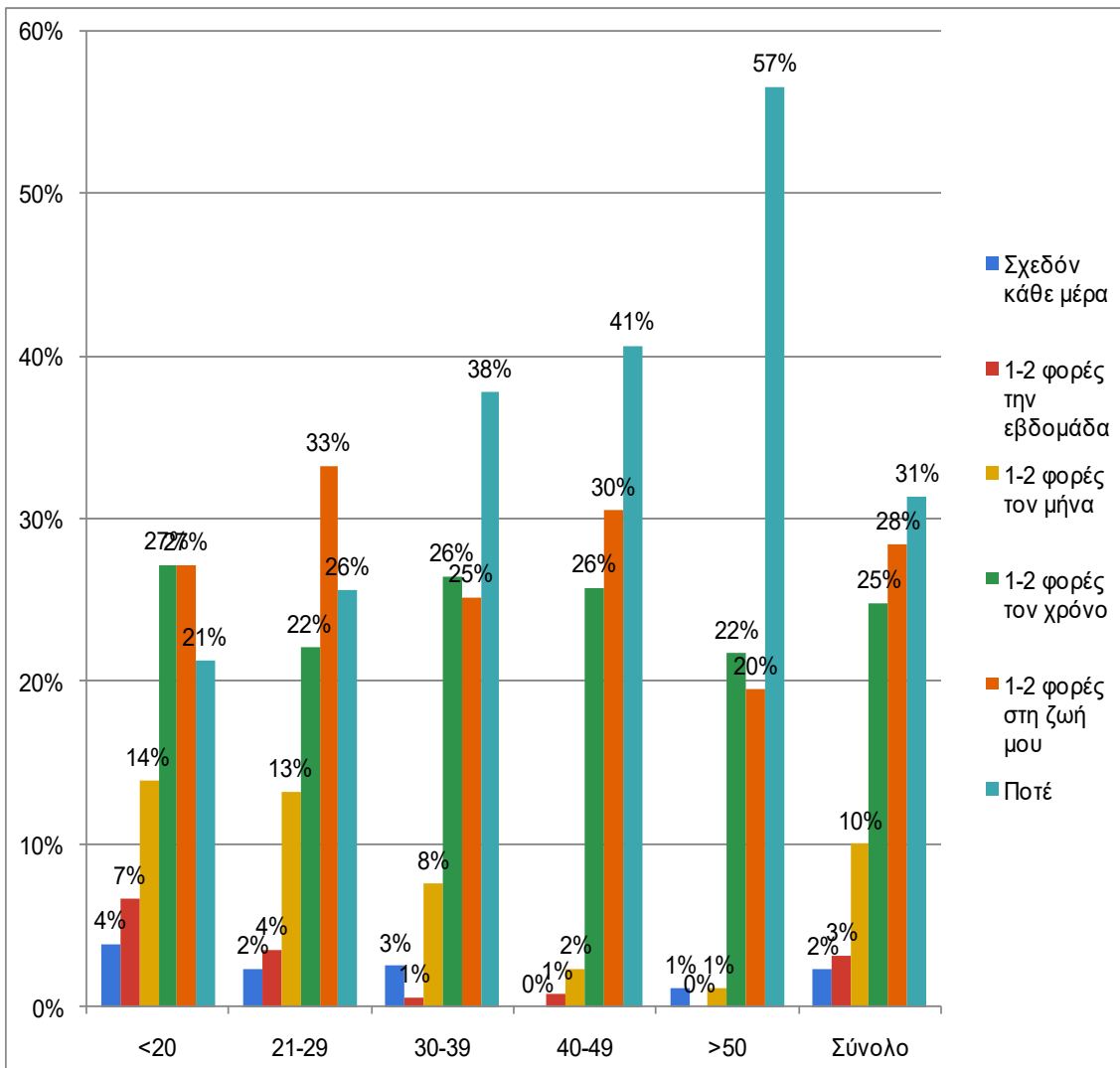


Τα ποσοστά χρήσης είναι κατά πολύ μεγαλύτερα στις γυναίκες στη χρήση για χειροτεχνίες και κατασκευές και σε προϊόντα διασκέδασης, ενώ στα υπόλοιπα οι άνδρες εμφανίζουν μηδαμικά ποσοστά. Είναι ενδεικτικό ότι το 63% των ανδρών δεν χρησιμοποίησε ποτέ γκλίτερ, ενώ αντίστοιχα οι γυναίκες ήταν μόνο 15%.

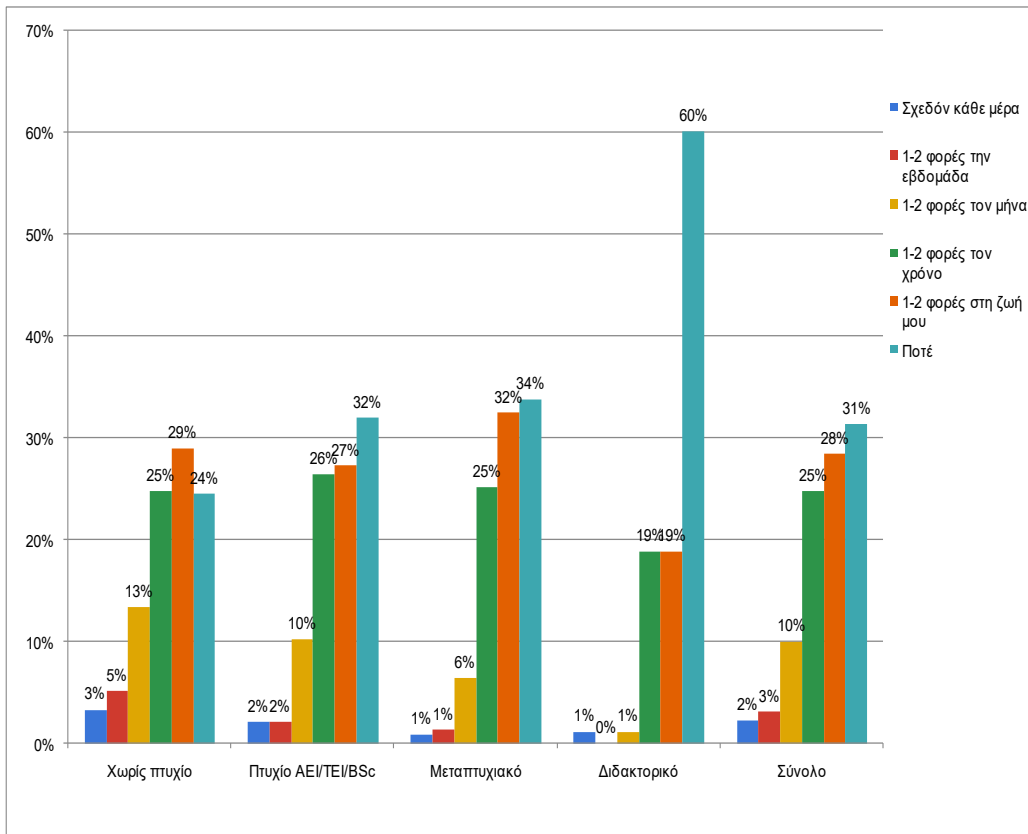
Ερώτηση 19: Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ;



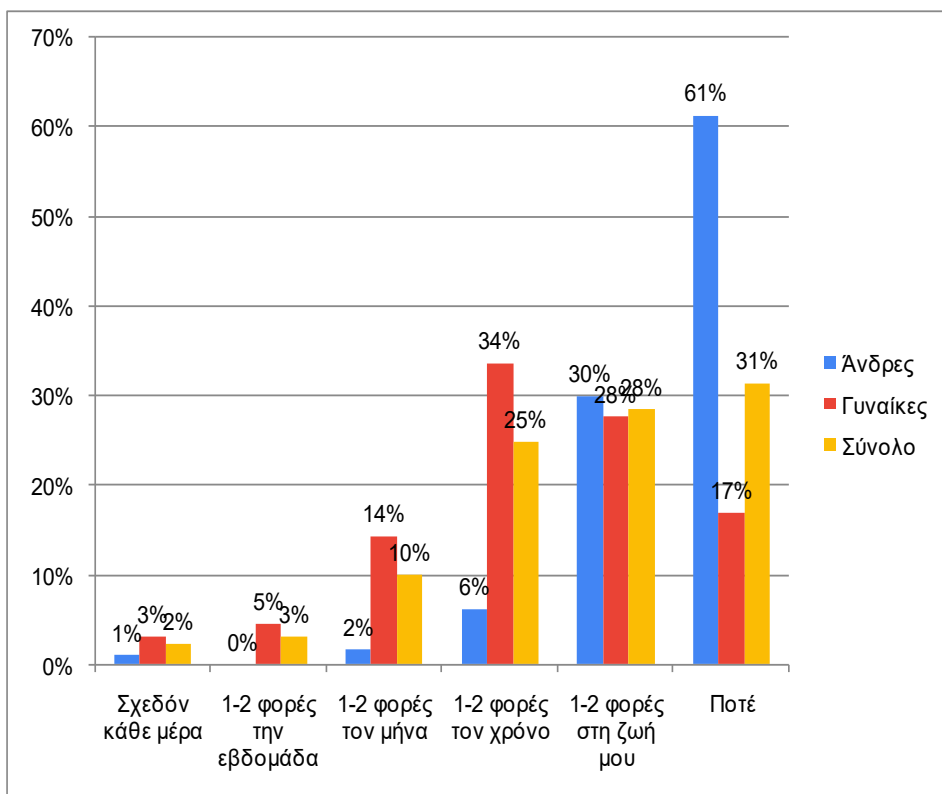
Το 31% δεν χρησιμοποιεί ποτέ προϊόντα με γκλίτερ το 28% 1-2 φορές στη ζωή του και το 25% 1-2 φορές το χρόνο. Ένα 10% χρησιμοποιεί τέτοια προϊόντα 1-2 φορές το μήνα και το 5% 1-2 φορές την εβδομάδα ή και καθημερινά.



Πιο συχνά δηλώνουν ότι χρησιμοποιούν προϊόντα με γκλίτερ σε μεγαλύτερο ποσοστό οι νεότεροι απαντούντες, ενώ αντίθετα στην απάντηση «Ποτέ» οι μεγαλύτεροι εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά.

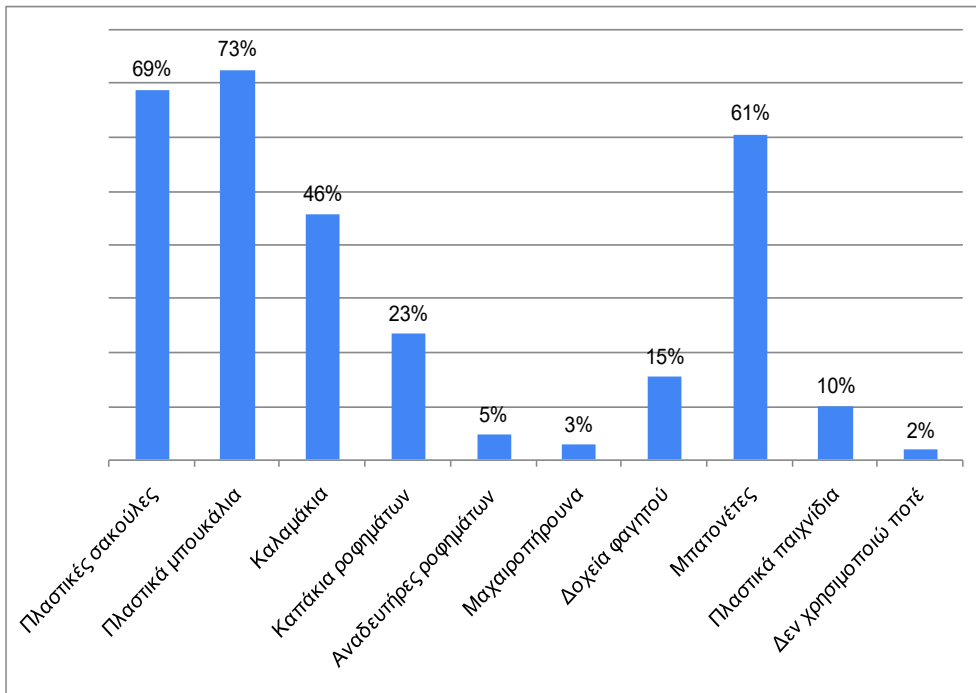


Μεγαλύτερο ποσοστό συχνής χρήσης προϊόντων με γκλίτερ εμφανίζουν οι λιγότερο εκπαιδευμένοι, ενώ το 60% των κατόχων διδακτορικού δηλώνουν ότι δεν κάνουν ποτέ χρήση τέτοιων προϊόντων.

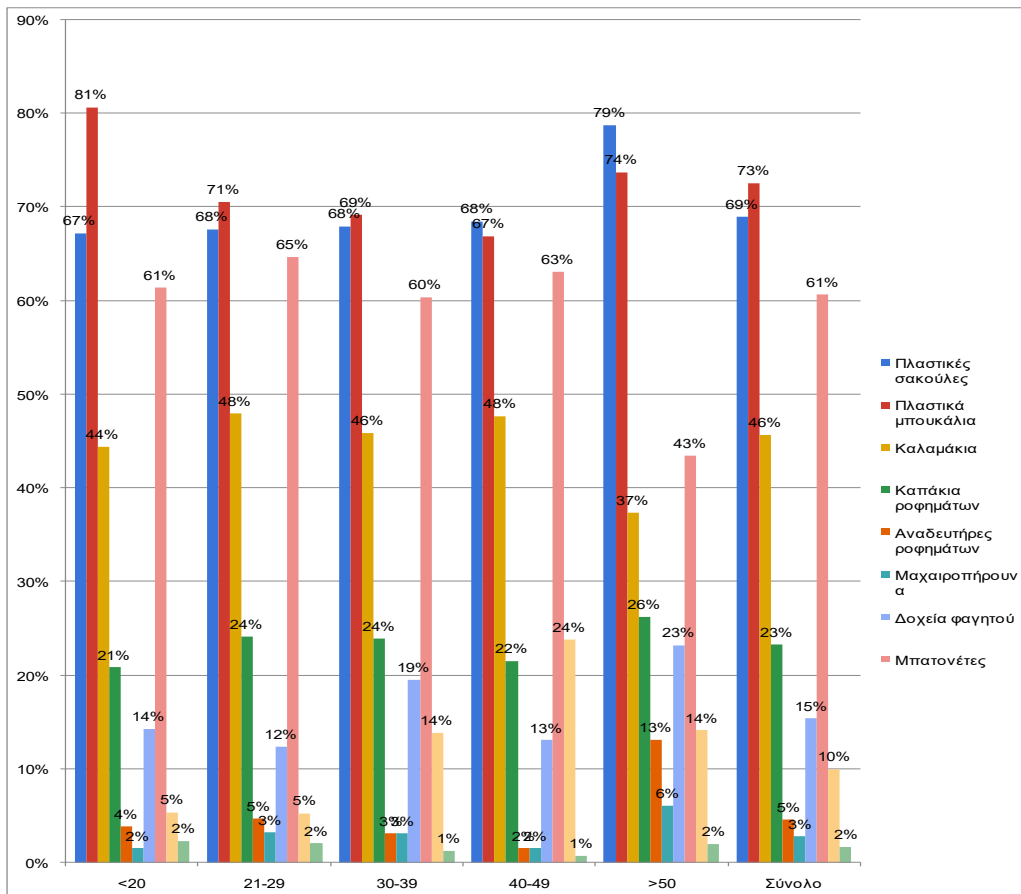


Το 61% των ανδρών δεν χρησιμοποιεί ποτέ τέτοια προϊόντα (17% στις γυναίκες) ενώ το 28-30% και των δύο φύλων έχουν χρησιμοποιήσει 1-2 φορές στη ζωή τους. Συχνότερη χρήση τέτοιων προϊόντων κάνουν σχεδόν αποκλειστικά γυναίκες.

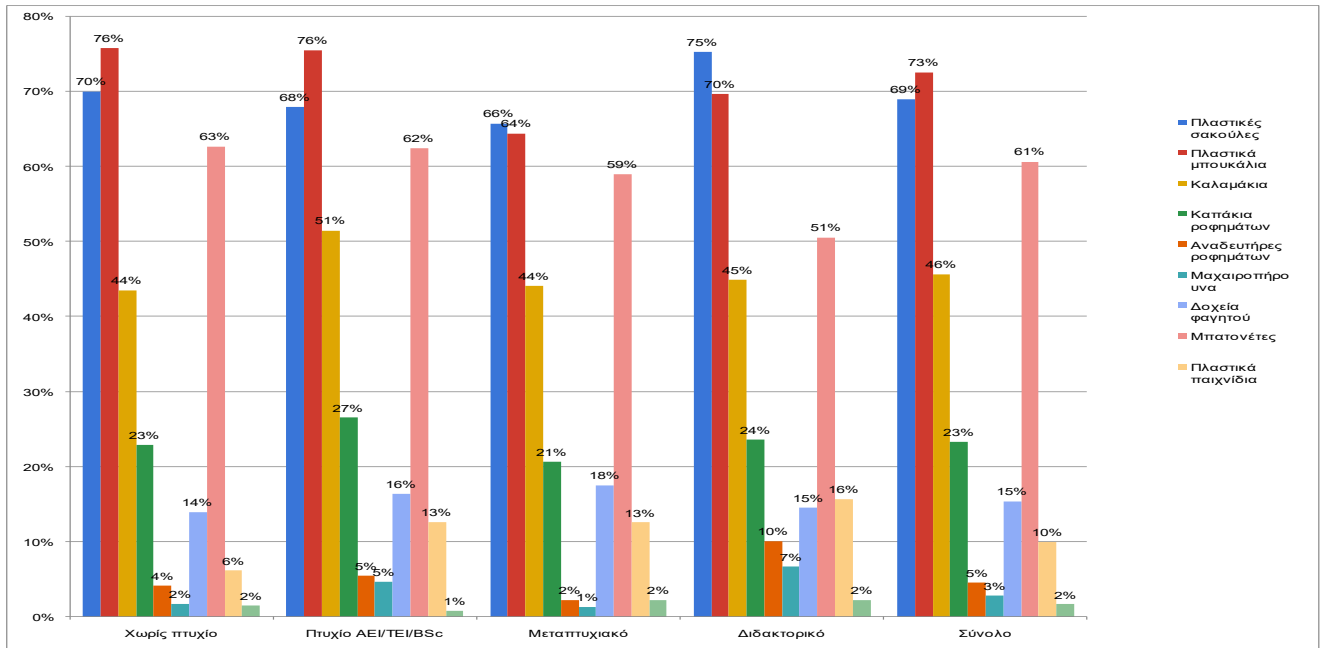
Ερώτηση 20: Ποιά από τα παρακάτω πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης χρησιμοποιείτε περισσότερο; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)



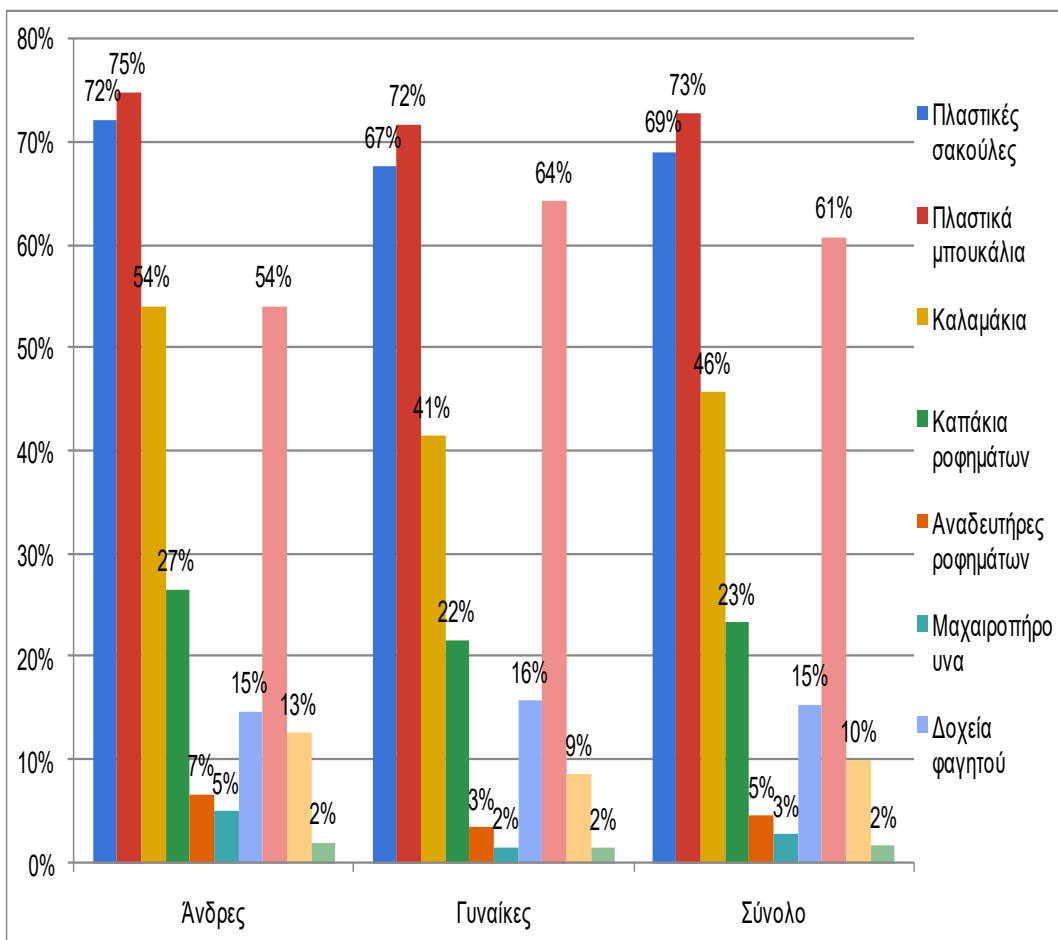
Μπουκάλια, σακούλες και μπατονέτες είναι τα 3 περισσότερο χρησιμοποιούμενα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης. 17 στους 999 δεν χρησιμοποιούν ποτέ πλαστικά μιας χρήσης(!).



Στους αναδευτήρες ροφημάτων, τα πλαστικά μαχαιροπήρουνα και τα πλαστικά δοχεία φαγητού οι άνω των 50 ετών εμφανίζουν υπερδιπλασία ποσοστά σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες.

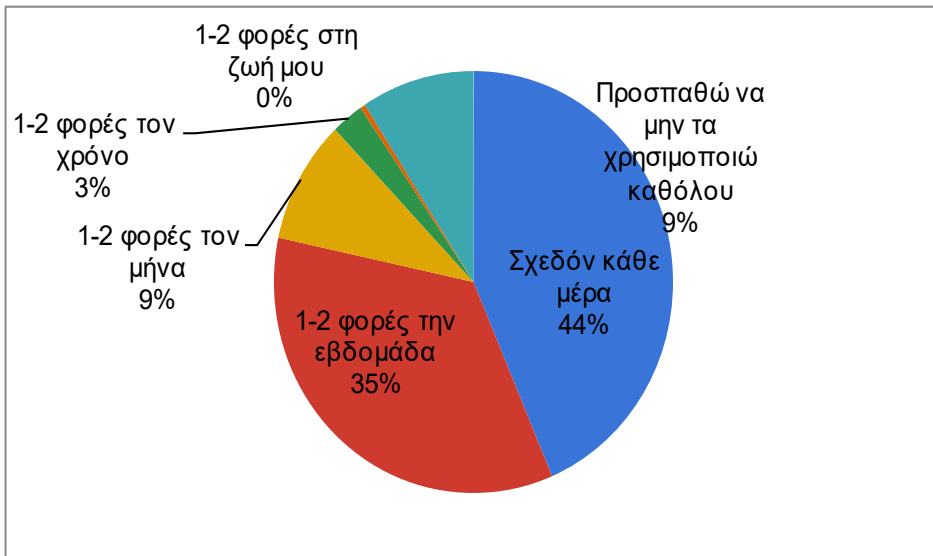


Οι απαντήσεις κατανέμονται σχεδόν ομοιόμορφα σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων.

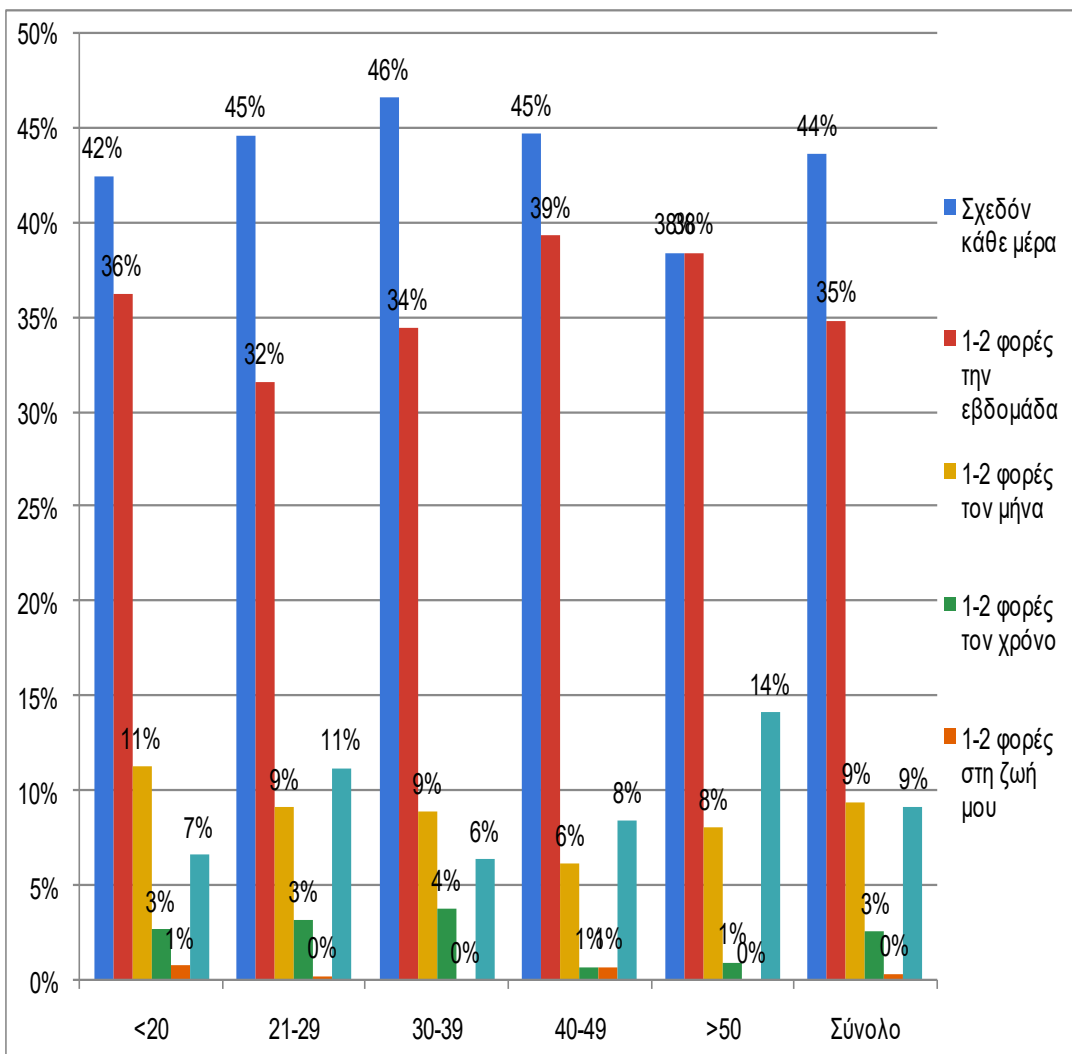


Στη χρήση όλων των πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης, υπερτερούν οι άνδρες, εκτός από τα δοχεία φαγητού που υστερούν για λίγο και τις μπατονέτες(!).

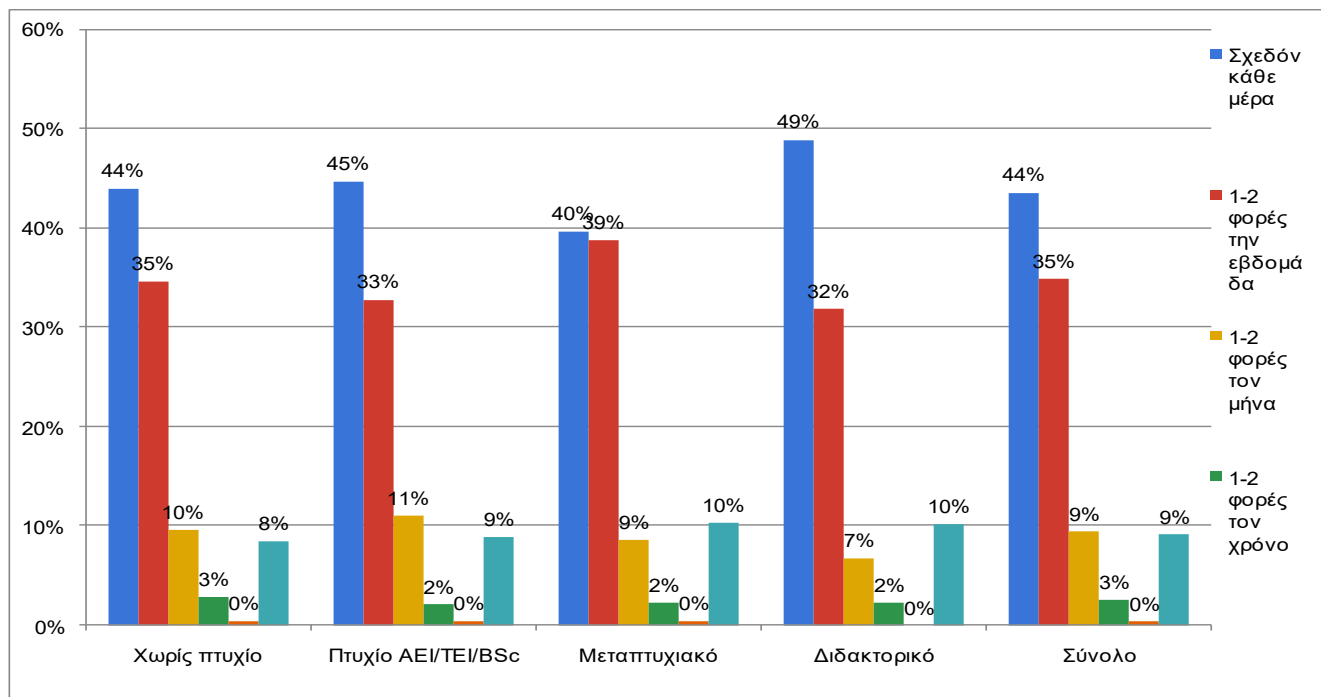
Ερώτηση 21: Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης;



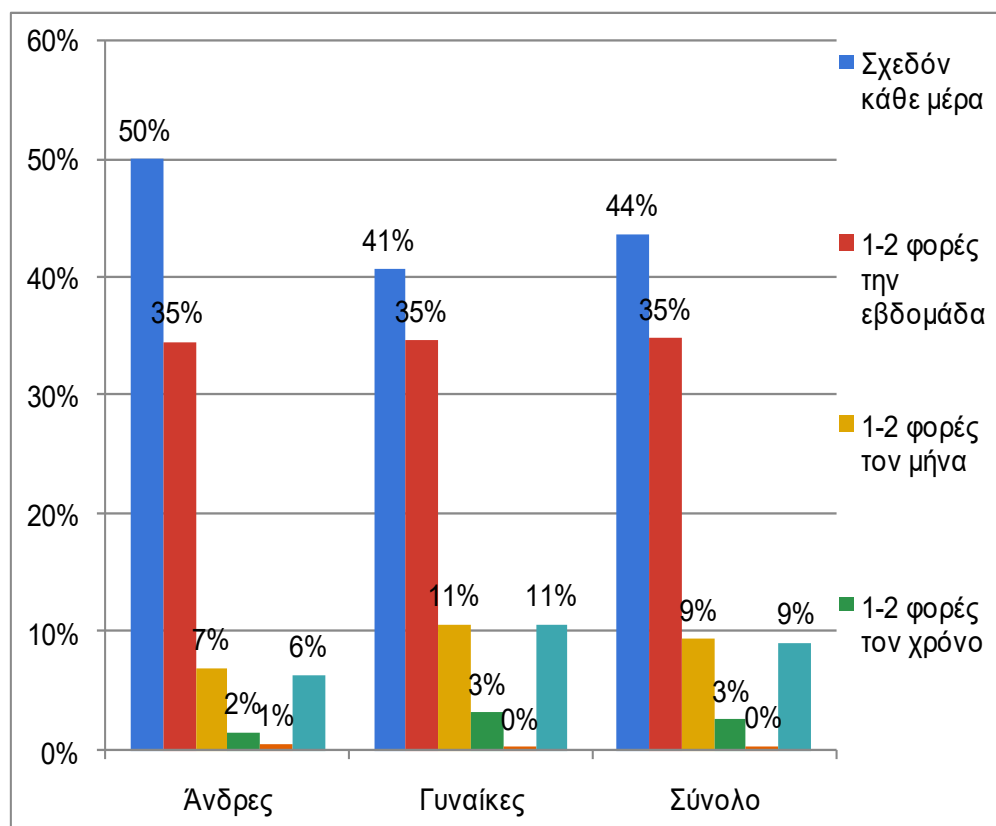
Το 44% των ερωτηθέντων χρησιμοποιεί πλαστικά μιας χρήσης σχεδόν καθημερινά και το 35% 1-2 φορές την εβδομάδα. Το 9% προσπαθεί να μην τα χρησιμοποιεί καθόλου.



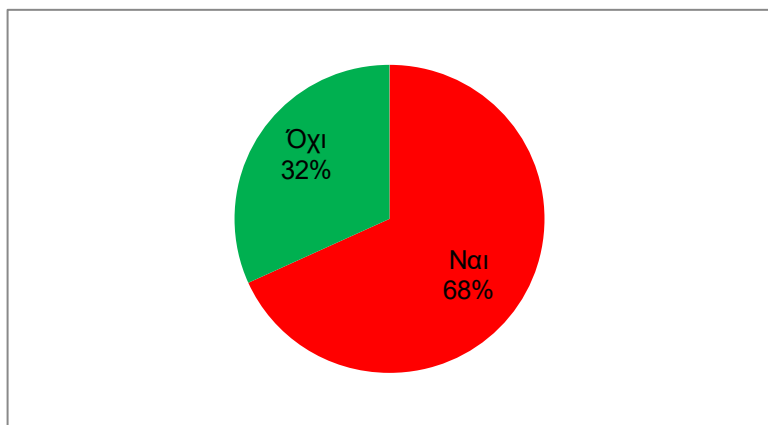
Στις συχνότητες χρήσης «1-2 φορές το μήνα» και «1-2 φορές το χρόνο», τα ποσοστά των μικρότερων ηλικιακών ομάδων (μέχρι 39 ετών) είναι αρκετά μεγαλύτερα. Στις άλλες περιπτώσεις έχουμε παρεμφερή ποσοστά.



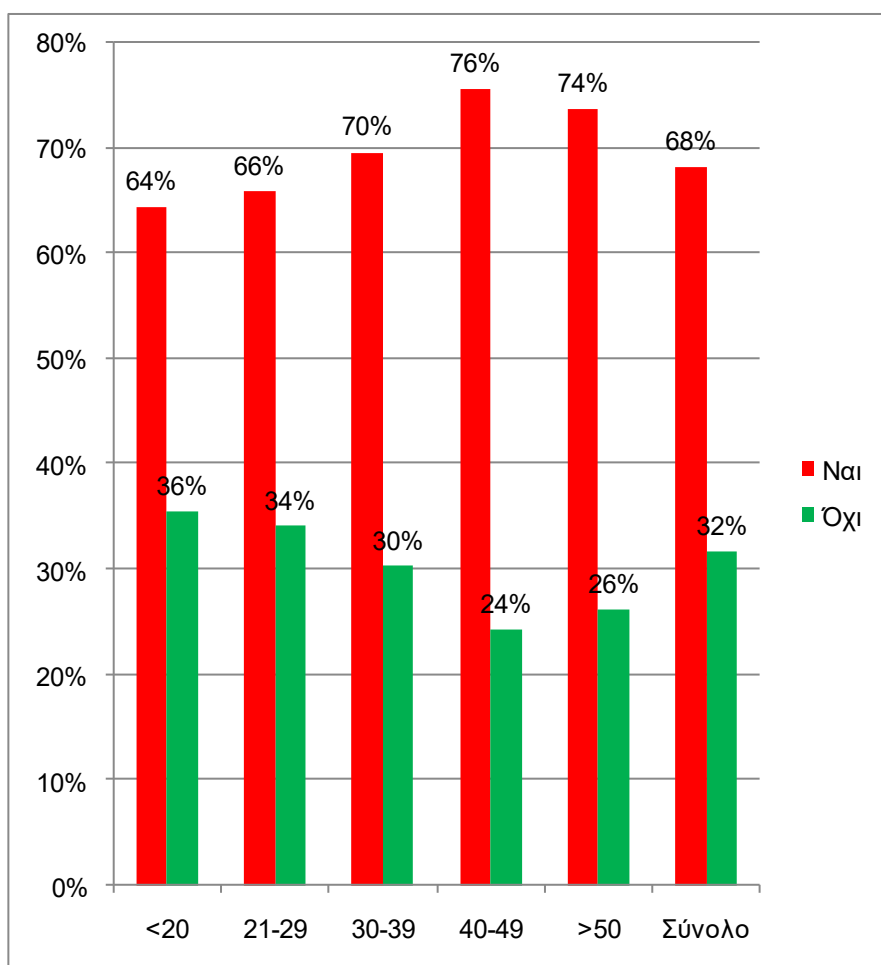
Η κατανομή των απαντήσεων ως προς το επίπεδο εκπαίδευσης είναι ομοίμορφη.



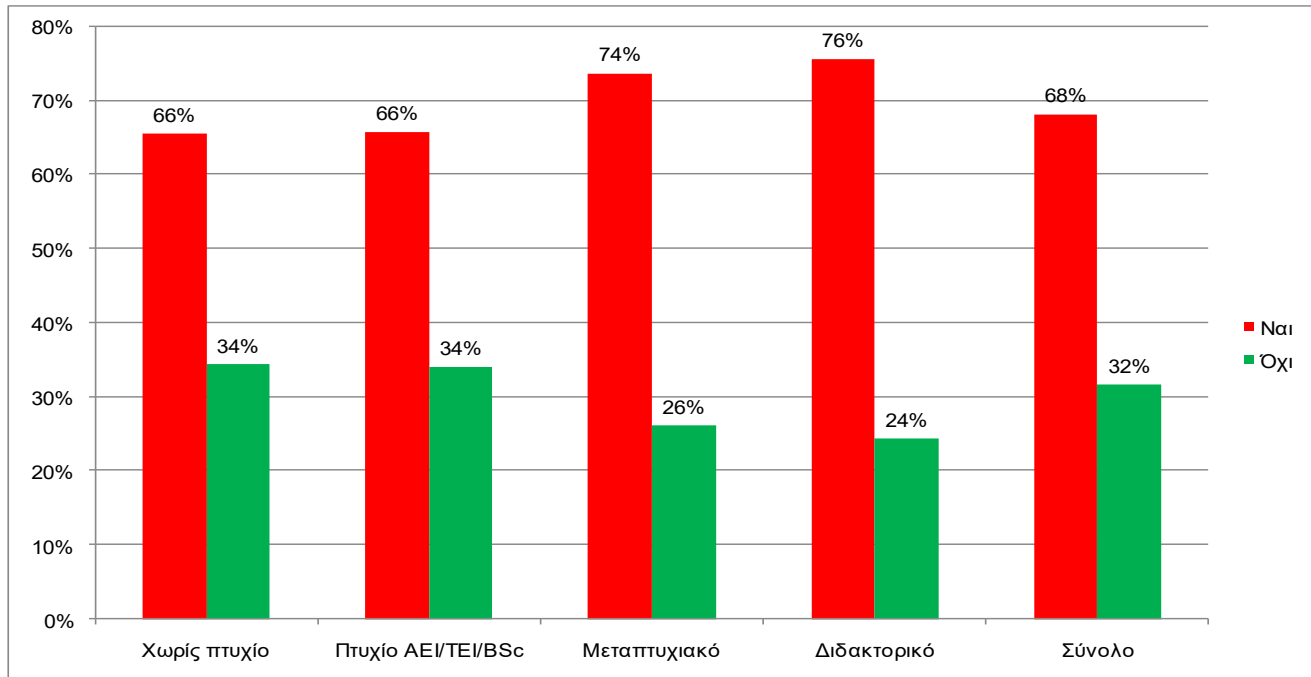
Στη σχεδόν καθημερινή χρήση προηγούνται οι άνδρες (50%) έναντι των γυναικών (41%), ενώ λιγότερο συχνά και σπάνια ή καθόλου τα ποσοστά των γυναικών είναι μεγαλύτερα.

Ερώτηση 23: Πιστεύετε ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα;

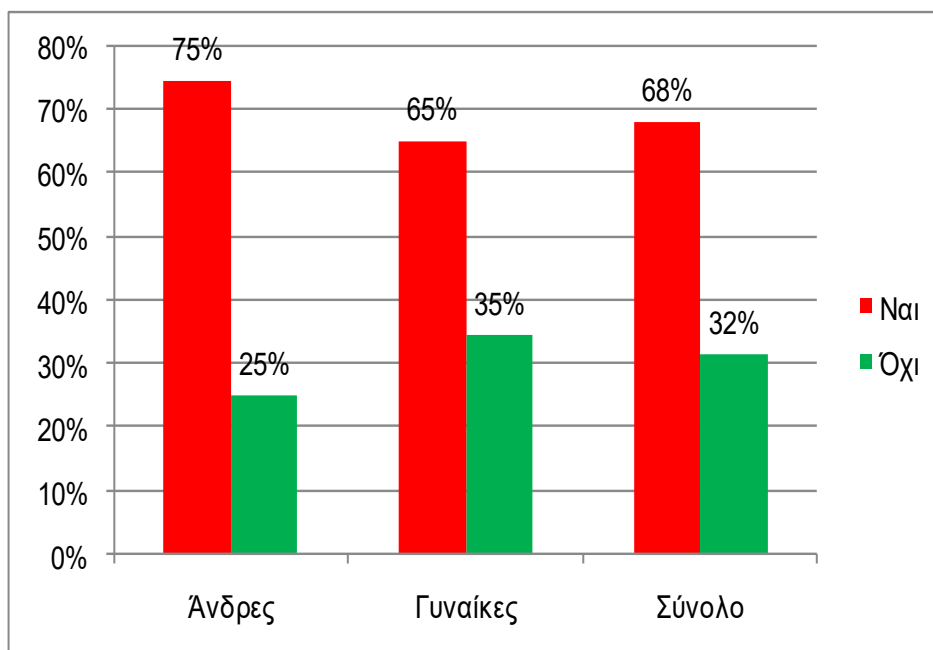
Η πλειοψηφία (68%) θεωρεί ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα.



Τα ποσοστά αυτών που πιστεύουν ότι τα πλαστικά μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα, αυξάνονται όσο μεγαλώνει η ηλικία τους (από 65% σε 75%).



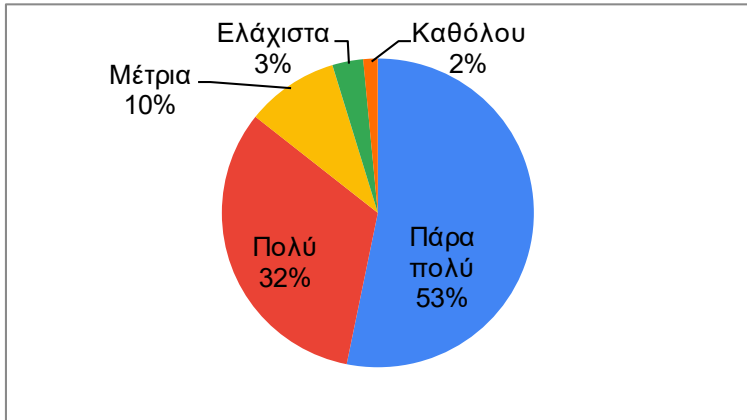
Οι κάτοχοι μεταπτυχιακού ή διδακτορικού απαντούν σε ελαφρά μεγαλύτερο ποσοστό (74%-76%) ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα σε σχέση με τους υπόλοιπους (66%).



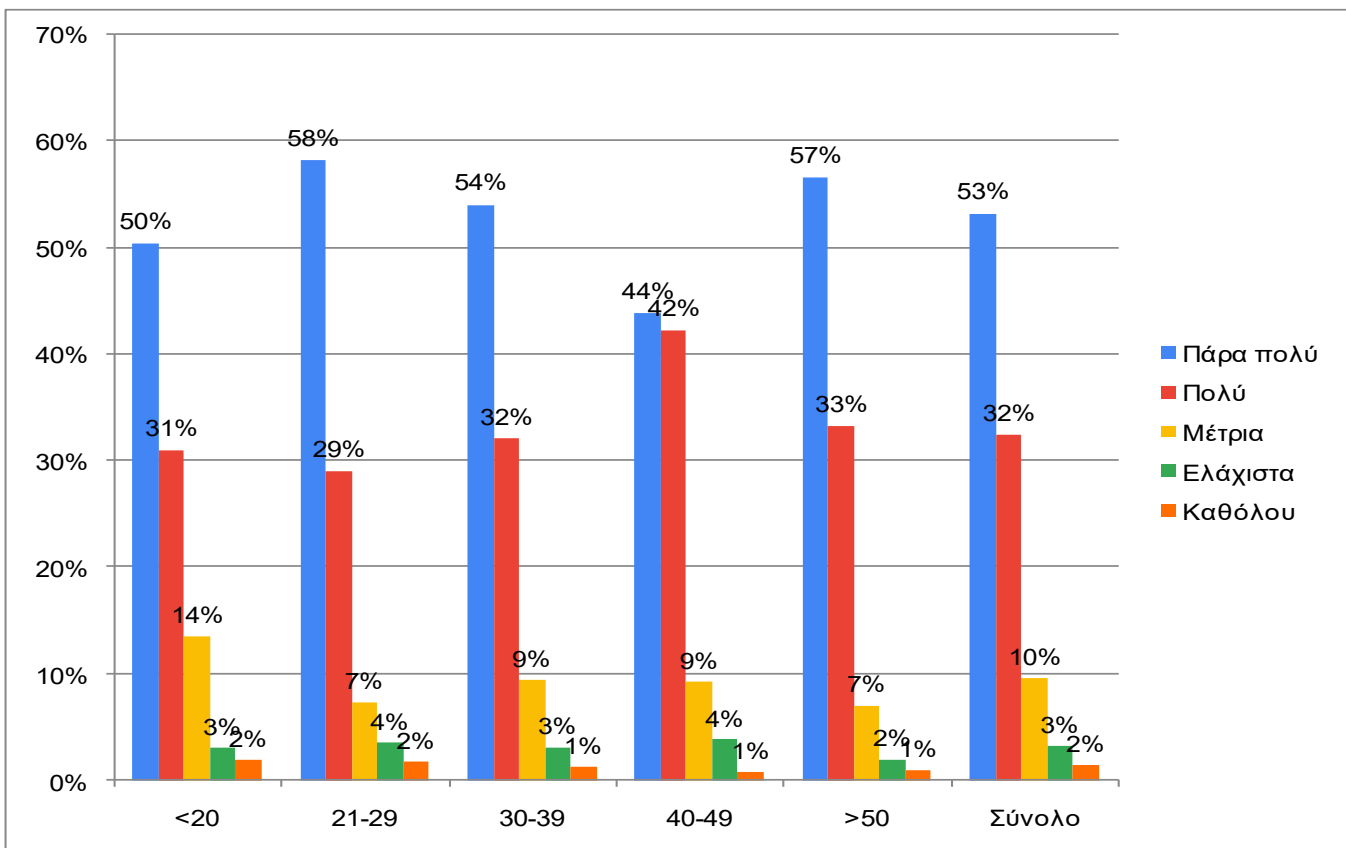
Το ποσοστό των ανδρών που απαντά θετικά (75%) είναι αρκετά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των γυναικών (65%).

3.2.4 Πρόθεση αλλαγής συμπεριφοράς (καλές πρακτικές) (Ερωτήσεις 24, 25)

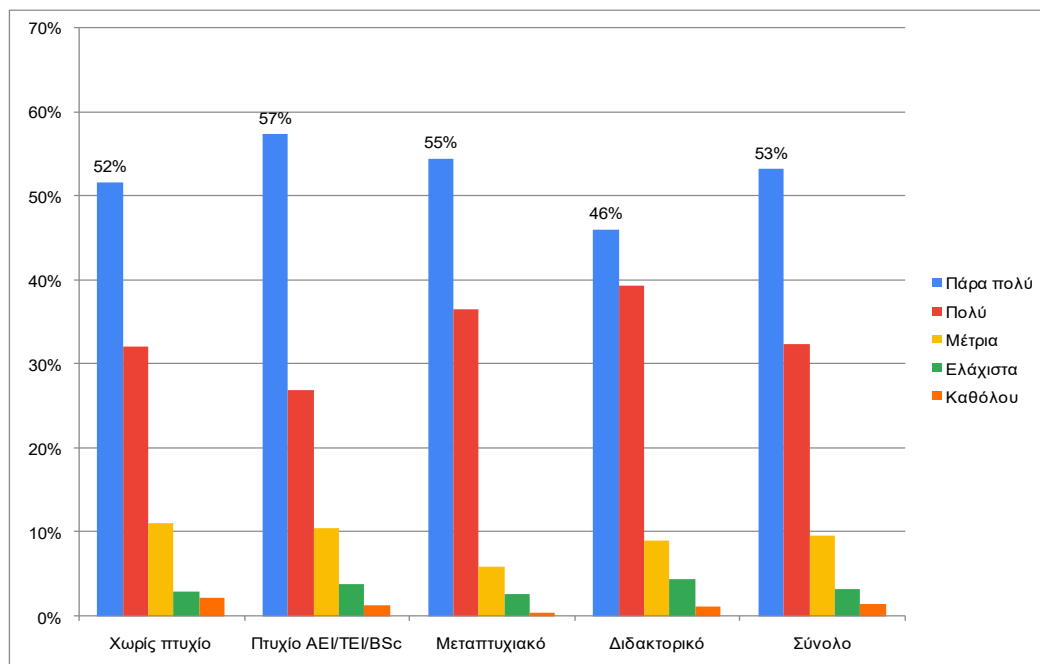
Ερώτηση 24: Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η απαγόρευση των πλαστικών μιας χρήσης ως διαχειριστικό μέτρο στην χώρα σας;



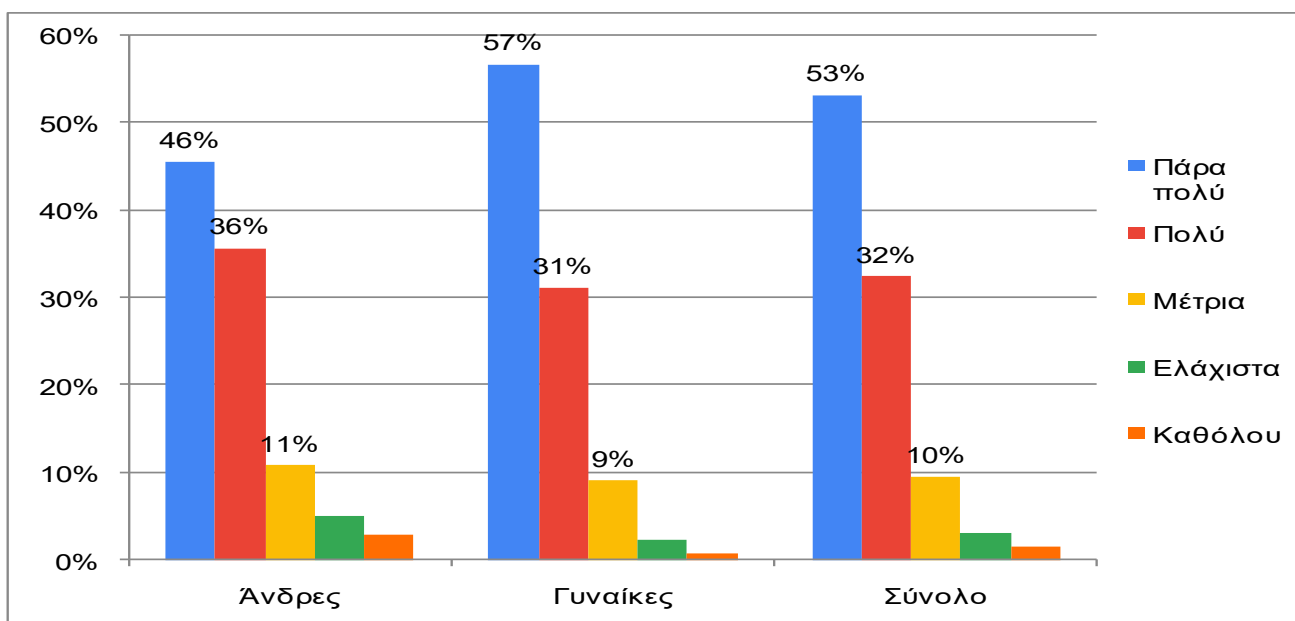
Η συντριπτικά μεγάλη πλειοψηφία (85%) πιστεύει ότι η απαγόρευση των πλαστικών μιας χρήσης ως διαχειριστικό μέτρο είναι πάρα πολύ (53%) ή πολύ (32%) σημαντική.



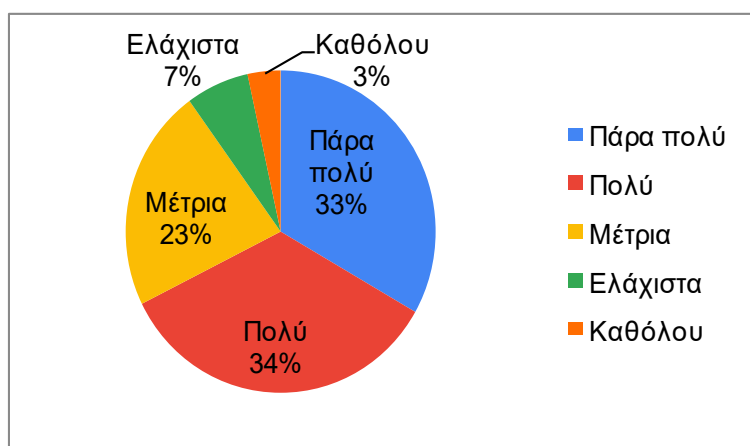
Σε όλες τις περιπτώσεις οι απαντήσεις εμφανίζουν παρεμφερή ποσοστά ανάμεσα στις ηλικιακές ομάδες.



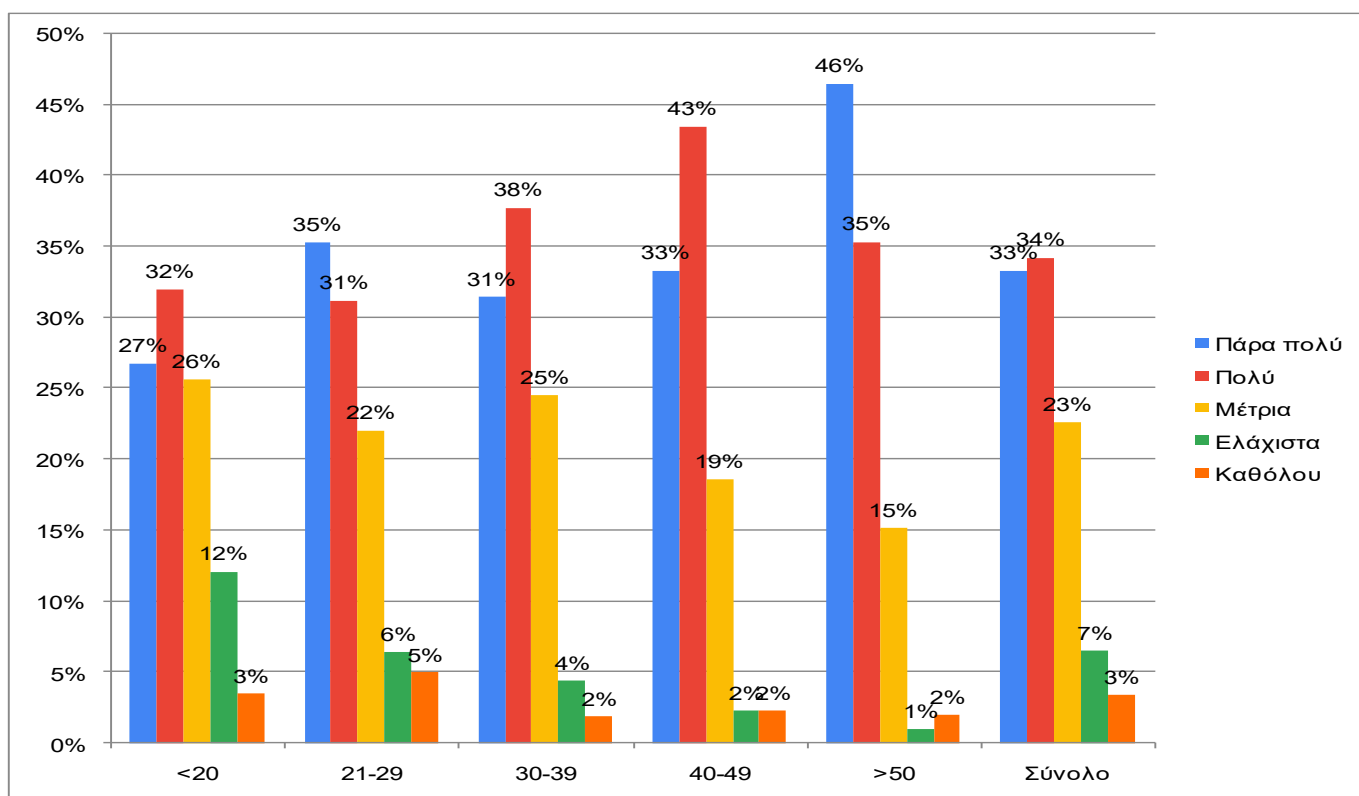
Οι απαντήσεις σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις.



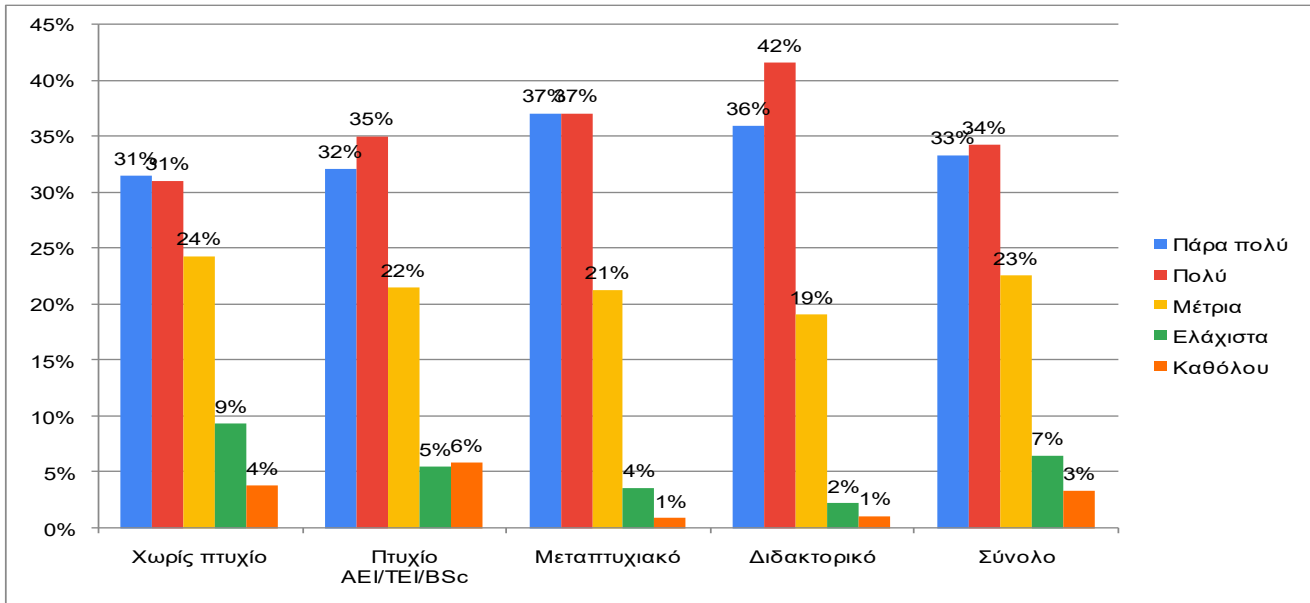
Το ποσοστό των γυναικών που βρίσκουν πάρα πολύ σημαντική την απαγόρευση των πλαστικών μιας χρήσης ως διαχειριστικό μέτρο (57%) είναι αρκετά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των ανδρών (46%), ενώ σε όλες τις άλλες απαντήσεις οι άνδρες εμφανίζουν μεγαλύτερο ποσοστό. Έτσι διαφαίνεται μια μεγαλύτερη ευαισθησία των γυναικών στα περιβαλλοντικά ζητήματα.

Ερώτηση 25: Σας απασχολεί όταν υπάρχει περιττή συσκευασία στο προϊόν που θέλετε να αγοράσετε;

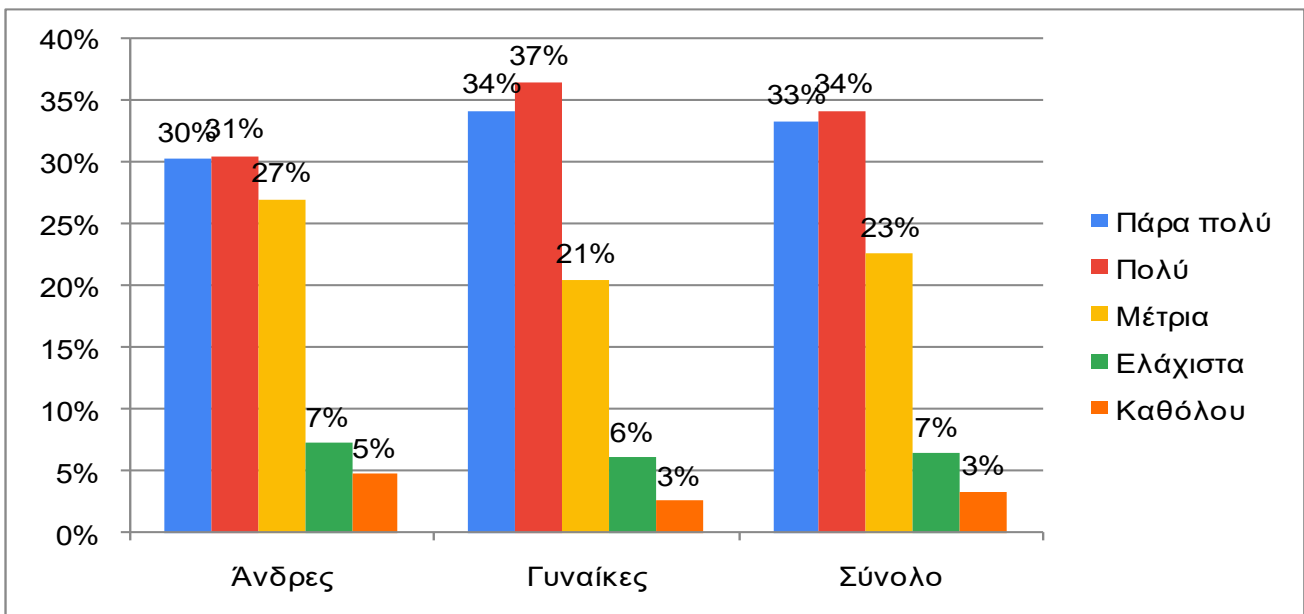
Περισσότερους από δύο στους τρεις απασχολεί πάρα πολύ ή πολύ η ύπαρξη περιττής συσκευασίας σε ένα υποψήφιο για αγορά προϊόν. Το 23% απαντά μέτρια ενώ το 7% το απασχολεί ελάχιστα και το 3% καθόλου.



Στις «ακραίες» απαντήσεις έχουμε διαφοροποιήσεις των «ακραίων» ηλικιακών ομάδων: Η περιττή συσκευασία απασχολεί «Πάρα πολύ» το 45% των απαντούντων άνω των 50 ετών (μόλις 28% στους 18-20), ενώ «Καθόλου» απαντά το 4% - 5% όσων είναι κάτω από 30 ετών σε αντίθεση με το μόλις 1% όσων είναι άνω των 50.



Η ύπαρξη περιττής συσκευασίας σε ένα προϊόν απασχολεί «Πάρα Πολύ» και «Πολύ» ελαφρά περισσότερο τους ερωτώμενους όσο αυξάνει το επίπεδο εκπαίδευσης.



Η σύγκριση των ποσοστών ανά φύλο δείχνει μεγαλύτερη ευαισθησία των γυναικών, καθώς η περιττή συσκευασία απασχολεί τις γυναίκες πάρα πολύ (34%) και πολύ (37%) ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά των ανδρών είναι μικρότερα (31% και 30% αντίστοιχα). Αντίθετα στις απαντήσεις «Μέτρια», «Ελάχιστα» και «Καθόλου» τα ποσοστά των ανδρών είναι μεγαλύτερα.

5. Συμπεράσματα.

- Οι ανήκοντες στις μικρότερες ηλικιακές ομάδες, υπολογίζουν περισσότερο τον οικονομικό παράγοντα στις επιλογές τους (Ερωτήσεις 7, 12 και 22).

Η συγκεκριμένη συμπεριφορά θα μπορούσε να συσχετιστεί:

α) Με τις κατά μέσο όρο μικρότερες αποδοχές που έχει κάποιος που ανήκει σε αυτές τις ηλικιακές ομάδες (Κατανομή ασφαλισμένων, μέσης απασχόλησης, μέσου ημερομίσθιου και μέσων μηνιαίων τακτικών αποδοχών ανά ηλικία, μηνιαία στοιχεία απασχόλησης ΕΦΚΑ 12/2017 https://www.efka.gov.gr/sites/default/files/2018-06/apasxolisi_12_2017.pdf) και

β) Με το μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας αυτών των ηλικιακών ομάδων. (Ελληνική Στατιστική Αρχή- Δελτίο τύπου, Έρευνα εργατικού δυναμικού: Σεπτέμβριος 2020 <https://www.statistics.gr/documents/20181/722af185-8513-0c08-9b1a-e9232829696c>).

- Το φύλο αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης της στάσης των ερωτώμενων. Συγκεκριμένα οι γυναίκες τείνουν να απαντούν περισσότερο «φιλοπεριβαλλοντικά» (Ερωτήσεις 5,8, 10, 13, 14, 16, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26)

Εξαίρεση αποτελούν οι ερωτήσεις που αφορούν τα προϊόντα με γκλίτερ και μπατονέτες (Ερωτήσεις 17, 18, 19,20), καθώς εκεί φαίνεται να υπερισχύει η συχνή χρήση και η έλξη των γυναικών από αυτά.

Οι γυναίκες τείνουν μάλιστα να είναι περισσότερο περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένες από τους άντρες αλλά έχουν λιγότερη γνώση και πληροφόρηση για περιβαλλοντικά θέματα ενώ λειτουργούν περισσότερο συναισθηματικά σε θέματα περιβάλλοντος. (Kollmuss A, 2002)) όπως επαληθεύεται και από τις απαντήσεις στις Ερωτήσεις 9 και 15.

- Όσοι έχουν υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης, εμφανίζονται, στις απαντήσεις όλων σχεδόν των ερωτήσεων, περισσότερο ενημερωμένοι και ευαισθητοποιημένοι στις επιλογές που αφορούν περιβαλλοντικά ζητήματα. Επίσης δίνουν μικρότερη σημασία σε οικονομικές επιπτώσεις των επιλογών τους (τιμή, κόστος κλπ), πιθανότατα λόγω μεγαλύτερων κατά μέσο όρο απολαβών.
- Υπάρχει έλλειμμα ενημέρωσης στα ζητήματα που διερευνήθηκαν:
 - Λιγότεροι από δύο στους τρεις έχουν ακούσει τη λέξη «Μικροπλαστικά», χωρίς να προκύπτει αν γνωρίζουν για αυτά.
 - Δύο στους τρεις δε γνωρίζουν ότι οι μικροΐνες των συνθετικών υφασμάτων μεταφέρονται μέσω της πλύσης τους στα υδάτινα οικοσυστήματα.
- Η ενημέρωση των ερωτώμενων σε ζητήματα που αφορούν περιβαλλοντικά ζητήματα είναι σημαντική για εκείνους (Ερωτήσεις 6 και 8) και ίσως να άλλαζε την αγοραστική τους συμπεριφορά (Ερώτηση 10).
- Η πλειοψηφία είναι διατεθειμένη έμπρακτα να δείξει την ευαισθησία σε περιβαλλοντικά ζητήματα (Ερωτήσεις 16 και 24).
- Οικονομικοί λόγοι και λόγοι ευκολίας, επηρεάζουν άμεσα ή έμμεσα κάποιες επιλογές που σχετίζονται με περιβαλλοντικά ζητήματα (Ερωτήσεις 1, 12 και 22).

6. Προτάσεις.

- Επιβολή (έστω και μερικά - σταδιακά) του διαχειριστικού μέτρου της απαγόρευσης πλαστικών μιας χρήσης στη χώρα μας, καθώς η κοινή γνώμη διάκειται θετικά σε μια τέτοια εξέλιξη.
- Παροχή κινήτρων για μετασκευή των υφιστάμενων πλυντηρίων ρούχων αλλά και η υποχρέωση εξοπλισμού των νέων με συσκευή συγκράτησης των μικροϊνών. Η κοινή γνώμη παρουσιάζεται να υποστηρίζει μια τέτοια προοπτική.
- Ενίσχυση και ενθάρρυνση φορέων, συλλόγων, θεσμικών οργάνων και οργανώσεων για διεξαγωγή μαζικής, αναλυτικής σε βάθος ενημέρωσης της κοινής γνώμης σε θέματα περιβάλλοντος.
- Αναβάθμιση και ενίσχυση της περιβαλλοντικής εκπαίδευσης σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης.
- Επέκταση της εφαρμογής της αρχής «ο ρυπαίνων πληρώνει» καθολικά και οριζόντια σε όσο το δυνατόν περισσότερες καθημερινές δραστηριότητες.

Βιβλιογραφία

- Al., D. F. (2017). Evaluation of microplastic release caused by textile washing processes of synthetic fabrics.
- Andrews, D. N. (2003). Electronic survey methodology: A case study in reaching hard-to-involve Internet users.
- Barnes DK, G. F. (2009). Accumulation and fragmentation of plastic debris in global environments. .
- Bouland AJ, W. A.-R. (2012). Femalebiased offspring sex ratios in birds at a mercury-contaminated river.
- Browne, M. C. (2011). Accumulation of microplastic on shorelines worldwide: sources and sinks .
- Couper, M. P. (2000). Web-based surveys: A re view of issues and approaches.
- Crawford, S. C. (2001). Web Surveys. Perceptions of Burden.
- Don A. Dillman, R. T. (n.d.). Principles for Constructing Web Surveys.
- Dris, R. G. (2016). Synthetic fibers in atmospheric fallout: a source of microplastics in the environment?
- Duis, K. &. (2016). Microplastics in the aquatic and terrestrial environment: sources (with a specific focus on personal care products), fate and effect.
- E. Napper, A. B. (n.d.). Characterisation, quantity and sorptive properties of microplastics extracted from cosmetics Imogen.
- Falco, D. (2017). Evaluation of microplastic release caused by textile washing processes of synthetic fabrics.
- Garton, L. H. (1999). Studying on-line social networks.
- J. Pegram, A. A. (n.d.). Outdoor weathering of selected polymeric materials under marine exposure conditions.
- Jossey-Bass., L. J. (2002). On line surveys in marketing research: Pros and cons.
- Jossey-Bass. (2002). The Jossey-Bass reader on gender in education
- Juergen Bertling, L. H. (n.d.). Kunststoffe in der Umwelt: Mikro- und Makroplastik.
- Kollmuss A, A. J. (2002). Mind the gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? .
- L.Bennington(Eds.), G. &. (n.d.). Information Technologies in Evaluation: Social, Moral, Epistemological, and Practical Implications.
- Lieva, J. B. (2002). On line surveys in marketing research: Pros and cons.
- Lisa S Fendall, M. A. (n.d.). Contributing to marine pollution by washing your face: Microplastics in facial cleansers.
- Lisbeth Van Cauwenberghe, L. D. (n.d.). Microplastics in sediments: A review of techniques, occurrence and effects.
- Magnusson, K. N. (2014). Screening of Microplastic Particles in an Down-Stream a Wastewater Treatment Plant C 55. Stockholm.
- Matthew Cole, P. L. (n.d.). Microplastics as contaminants in the marine environment: a review.
- Miller S, P. C. (2002). Benchmarking the Promotion of RTD culture and Public Understanding of Science.
- Ogunola, O. &. (2016). Microplastics in the Marine Environment: Current Status, Assessment Methodologies, Impacts and Solutions.
- Omoniyi Pereaο, B. O. (n.d.). Microplastics in aquatic environment: characterization, ecotoxicological effect, implications for ecosystems and developments in South Africa.
- Pruter, A. (1987). Sources, quantities and distribution of persistent plastics in marine environment.
- Rocha-Santos T, D. A. (2015). A critical overview of the analytical approaches to the occurrence, the fate and the behavior of microplastics in the environment.

- Rowshyra A. Castañeda, S. A. (n.d.). Microplastic pollution in St. Lawrence River sediments.
- Sundt P, S. P.-E. (2014). Sources of microplastic-pollution to the marine environment.
- Tang, L. P. (1995). Inflammatory responses to biomaterials.
- Taylor, H. (2000). Does Internet research work? Comparing electronic survey results with telephone survey.
- Walonick, D. (1993). Everything you want to know about questionnaires but were afraid to ask. .
- Watt, J. H. (1999). Internet systems for evaluation research.
- Wright, K. B. (2000). Computer-mediated social support, older adults, and coping.
- Wright, K. B. (2000). Perceptions of on-line support providers: An examination of perceived homophily, source credibility, communication and social support within on-line support groups.
- Wright, K. B. (2006). Researching Internet-Based Populations: Advantages and Disadvantages of Online Survey Research, Online Questionnaire Authoring Software Packages, and Web Survey Services.
- Wright, K. B. (2000). Social support satisfaction, on-line communication apprehension, and perceived life stress within computer-mediated support groups.
- Wright, K. B. (2000). The communication of social support within an on-line community for older adults: A qualitative analysis of the SeniorNet community.
- Απόστολος Λιναρδής, Κ. Π. (2011). Η Διαδικτυακή έρευνα. Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εργαλεία διεξαγωγής διαδικτυακών ερευνών.
- ΕΛΣΤΑΤ. (2019). ΕΡΕΥΝΑ ΧΡΗΣΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΑΠΟ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΚΑΙ ΑΤΟΜΑ.
- Παπαγεωργίου, Γ. (1998). Μέθοδοι στην κοινωνιολογική έρευνα.

Παράρτημα

Ερωτηματολόγιο.

1. Πόλη διαμονής:

A)

2. Φύλο:

A) Γυναίκα

B) Άντρας

Γ) Δε θέλω να αναφέρω

3. Σε ποια ηλικιακή ομάδα ανήκετε;

A) < 18 ετών

B) 18-20 ετών

Γ) 21-29 ετών

Δ) 30-39 ετών

E) 40-49 ετών

ΣΤ) 50-59 ετών

Z) > 60 ετών

4. Ποια είναι η υψηλότερη βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει; Αν σπουδάσετε ακόμα, επιλέξτε την βαθμίδα εκπαίδευσης που έχετε ολοκληρώσει ήδη.

A) Καθόλου εκπαίδευση

B) Πρωτοβάθμια εκπαίδευση

Γ) Δευτεροβάθμια εκπαίδευση

Δ) Επαγγελματική κατάρτιση

E) Πτυχίο AEI/TEI/BSc

ΣΤ) Μεταπτυχιακός κύκλος σπουδών

Z) Διδακτορικός κύκλος σπουδών

5. Όταν αγοράζετε ένα προϊόν, πόσο σημαντική είναι η συσκευασία του προϊόντος ως προς την επιλογή και την αγορά σας;

A) Πάρα πολύ

B) Πολύ

Γ) Μέτρια

Δ) Λίγο

E) Καθόλου

6. Όταν επιλέγετε να αγοράσετε ένα προϊόν, πόσο σημαντικό είναι να γνωρίζετε τα συστατικά του;
- A) Πάρα πολύ
 - B) Πολύ
 - Γ) Μέτρια
 - Δ) Λίγο
 - Ε) Καθόλου
7. Κατά την τελική επιλογή σας, Πόσο σημαντική είναι η τιμή του προϊόντος;
- A) Πάρα πολύ
 - B) Πολύ
 - Γ) Μέτρια
 - Δ) Ελάχιστα
 - Ε) Καθόλου
8. Πόσο σημαντικό είναι να αναγράφεται η φράση «περιβαλλοντικά φιλικό» σε ένα προϊόν που επιλέγετε να αγοράσετε;
- A) Πάρα πολύ
 - B) Πολύ
 - Γ) Μέτρια
 - Δ) Ελάχιστα
 - Ε) Καθόλου
9. Έχετε ακούσει τη λέξη «μικροπλαστικά»;
- A) Ναι
 - B) Όχι
10. Θα αγοράζατε ένα προϊόν αν γνωρίζατε ότι περιέχει μικροπλαστικά;
- A) Ναι
 - B) Ίσως
 - Γ) Όχι
11. Ελέγχετε τα υλικά και τις πληροφορίες του προϊόντος, όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας (όπως ρούχα, λευκά είδη κτλ.);
- A) Πάντα
 - B) Συχνά
 - Γ) Περιστασιακά (εξαρτάται από την περίσταση)
 - Δ) Σπάνια
 - Ε) Ποτέ

12. Όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας, είναι το υλικό ή η τιμή του προϊόντος πιο σημαντική για εσάς;
Α) Πάντα το υλικό. Είναι σημαντικό για μένα το προϊόν να είναι κατασκευασμένο από φυσικά υλικά.
Β) Προσπαθώ να αγοράζω προϊόντα από φυσικά υλικά.
Γ) Δε με απασχολεί αν είναι φυσικά υλικά, η τιμή είναι πιο σημαντική.
Δ) Συνήθως αγοράζω προϊόντα από συνθετικά υλικά
13. Όταν αγοράζετε υφαντουργικά προϊόντα, προτιμάτε προϊόντα από συνθετικά νήματα (πολυεστερικά, νάιλον, ακρυλικά κτλ.) ή από φυσικά υλικά (βαμβάκι, μετάξι, μαλλί κτλ.);
Α) Πάντα αγοράζω ένα προϊόν που έχει φτιαχτεί από φυσικά υλικά.
Β) Προσπαθώ να αγοράζω προϊόντα που έχουν φτιαχτεί από φυσικά υλικά.
Γ) Δε με απασχολεί
Δ) Δε με απασχολεί σημαντικά το υλικό κατασκευής κατά την αγορά ενός προϊόντος που χρειάζομαι.
Ε) Αγοράζω ό,τι έχει κατασκευαστεί από συνθετικά υλικά.
14. Πόσο σημαντικό είναι τα προϊόντα να είναι κατασκευασμένα από φυσικά νήματα;
Α) Πάρα πολύ
Β) Πολύ
Γ) Μέτρια
Δ) Ελάχιστα
Ε) Καθόλου
15. Γνωρίζατε ότι τα συνθετικά υφάσματα παράγουν μικροΐνες κατά τη διάρκεια του πλυσίματός τους και ότι οι μικροΐνες μπορεί να μεταφερθούν μέσω του αποχετευτικού δικτύου (και των μονάδων επεξεργασίας αστικών αποβλήτων) στα υδάτινα οικοσυστήματα;
Α) Ναι
Β) Όχι
16. Θα ήσασταν πρόθυμοι να προσθέσετε μία απλή συσκευή στο πλυντήριό σας ώστε να συγκρατεί τη ρύπανση που προκαλείται από τις μικροΐνες;
Α) Ναι
Β) Όχι
17. Σας αρέσουν τα αντικείμενα/προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ;
Α) Ναι
Β) Λίγο
Γ) Όχι
18. Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ αντικείμενα με γκλίτερ και αν ναι πως; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών).
Α) Make-up

- B) Σε χειροτεχνίες και κατασκευές στο σχολείο
Γ) Σε χειροτεχνίες και κατασκευές στο σπίτι
Δ) Βρισκόταν σε ρούχα που αγόρασα
Ε) Βρισκόταν σε άλλα προϊόντα ένδυσης (όπως υποδήματα, τσάντες κτλ.)
ΣΤ) Βρισκόταν σε κοσμήματα και άλλα προϊόντα καλλωπισμού που αγόρασα
Ζ) Βρισκόταν σε παιχνίδια και άλλα προϊόντα διασκέδασης που αγόρασα
Η) Όχι δεν έχω χρησιμοποιήσει
19. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ;
Α) Σχεδόν κάθε μέρα
Β) 1-2 φορές την εβδομάδα
Γ) 1-2 φορές τον μήνα
Δ) 1-2 φορές τον χρόνο
Ε) 1-2 φορές στη ζωή μου
ΣΤ) Ποτέ
20. Ποιο από τα παρακάτω πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης χρησιμοποιείτε περισσότερο; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)
Α) Πλαστικές σακούλες
Β) Πλαστικά μπουκάλια
Γ) Καλαμάκια
Δ) Καπάκια ροφημάτων
Ε) Αναδευτήρες ροφημάτων
ΣΤ) Μαχαιροπήρουνα
Ζ) Δοχεία φαγητού
Η) Μπατονέτες
Ι) Πλαστικά παιχνίδια
Θ) Δεν χρησιμοποιώ ποτέ
21. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης;
Α) Σχεδόν κάθε μέρα
Β) 1-2 φορές την εβδομάδα
Γ) 1-2 φορές τον μήνα
Δ) 1-2 φορές τον χρόνο
Ε) 1-2 φορές στη ζωή μου
ΣΤ) Προσπαθώ να μην τα χρησιμοποιώ καθόλου

22. Ποιος είναι ο πιο σημαντικός λόγος που επιλέγετε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης;
- A) Είναι οικονομικά
 - B) Είναι εύχρηστα
 - Γ) Είναι εύκολα προσβάσιμα
 - Δ) Είναι ελαφριά
 - Ε) Είναι ανθεκτικά
 - ΣΤ) Είναι εύκαμπτα/προσαρμόζονται εύκολα
 - Z) Δεν υπάρχουν άλλες εναλλακτικές επιλογές
 - Η) Προσπαθώ να μην τα χρησιμοποιώ καθόλου
23. Πιστεύετε ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα;
- A) Ναι
 - B) Όχι
24. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η απαγόρευση των πλαστικών μιας χρήσης ως διαχειριστικό μέτρο στην χώρα σας;
- A) Πάρα πολύ
 - B) Πολύ
 - Γ) Μέτρια Αρκετά
 - Δ) Ελάχιστα
 - Ε) Καθόλου
25. Σας απασχολεί όταν υπάρχει περιττή συσκευασία στο προϊόν που θέλετε να αγοράσετε; (Για παράδειγμα η χάρτινη συσκευασία στις οδοντόκρεμες)
- A) Πάρα πολύ
 - B) Πολύ
 - Γ) Μέτρια
 - Δ) Ελάχιστα
 - Ε) Καθόλου
26. Θα αγοράζατε αποφλοιωμένα ή ελαφρώς επεξεργασμένα τρόφιμα τα οποία πωλούνται σε πλαστική συσκευασία;
- A) Προτιμώ αυτά προϊόντα
 - B) Δε με απασχολεί
 - Γ) Δεν επιλέγω ποτέ αυτά τα προϊόντα

Συνολικά αποτελέσματα ερωτηματολογίου σε μορφή συγκεντρωτικών πινάκων.

5. Όταν αγοράζετε ένα προϊόν, πόσο σημαντική είναι η συσκευασία του προϊόντος ως προς την επιλογή και την αγορά σας;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
|-------------------------|-----------|------|--------|------|---------|
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Λίγο | Καθόλου |
| | 9% | 32% | 38% | 15% | 6% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 8% | 33% | 34% | 17% | 8% |
| Γυναίκες | 10% | 31% | 40% | 13% | 5% |
| Σύνολο | 9% | 32% | 38% | 15% | 6% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 8% | 27% | 40% | 17% | 9% |
| 21-29 | 8% | 30% | 42% | 15% | 5% |
| 30-39 | 11% | 38% | 36% | 10% | 5% |
| 40-49 | 8% | 38% | 36% | 12% | 6% |
| >50 | 13% | 35% | 23% | 19% | 9% |
| | 9% | 32% | 38% | 15% | 6% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 9% | 28% | 42% | 14% | 7% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 8% | 33% | 36% | 16% | 7% |
| Μεταπτυχιακό | 10% | 35% | 34% | 16% | 6% |
| Διδακτορικό | 11% | 45% | 29% | 10% | 4% |
| Σύνολο | 9% | 32% | 38% | 15% | 6% |

6. Όταν επιλέγετε να αγοράσετε ένα προϊόν, πόσο σημαντικό είναι να γνωρίζετε τα συστατικά του;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
|-------------------------|-----------|------|--------|------|---------|
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Λίγο | Καθόλου |
| | 32% | 37% | 22% | 9% | 2% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Ανδρες | 30% | 38% | 20% | 9% | 2% |
| Γυναίκες | 32% | 37% | 22% | 8% | 1% |
| Σύνολο | 32% | 37% | 22% | 9% | 2% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 21% | 36% | 28% | 14% | 2% |
| 21-29 | 21% | 37% | 28% | 12% | 2% |
| 30-39 | 42% | 40% | 14% | 3% | 1% |
| 40-49 | 51% | 38% | 10% | 1% | 1% |
| >50 | 56% | 33% | 9% | 2% | 0% |
| Σύνολο | 32% | 37% | 22% | 9% | 2% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 22% | 35% | 28% | 14% | 2% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 33% | 39% | 19% | 7% | 2% |
| Μεταπτυχιακό | 41% | 39% | 17% | 3% | 1% |
| Διδακτορικό | 58% | 31% | 8% | 2% | 0% |
| Σύνολο | 32% | 37% | 22% | 9% | 2% |

7. Κατά την τελική επιλογή σας, Πόσο σημαντική είναι η τιμή του προϊόντος;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
|-------------------------|-----------|------|--------|----------|---------|
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Ελάχιστα | Καθόλου |
| | 33% | 50% | 16% | 1% | 0% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 33% | 49% | 15% | 2% | 1% |
| Γυναίκες | 32% | 51% | 17% | 0% | 0% |
| Σύνολο | 33% | 50% | 16% | 1% | 0% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 44% | 45% | 10% | 0% | 0% |
| 21-29 | 34% | 49% | 15% | 2% | 0% |
| 30-39 | 26% | 51% | 23% | 0% | 1% |
| 40-49 | 25% | 53% | 22% | 1% | 0% |
| >50 | 20% | 50% | 20% | 8% | 1% |
| Σύνολο | 33% | 50% | 16% | 1% | 0% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 40% | 45% | 13% | 1% | 0% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 28% | 52% | 19% | 0% | 0% |
| Μεταπτυχιακό | 27% | 53% | 19% | 0% | 0% |
| Διδακτορικό | 20% | 56% | 22% | 1% | 0% |
| Σύνολο | 33% | 50% | 16% | 1% | 0% |

| 8. Πόσο σημαντικό είναι να αναγράφεται η φράση «περιβαλλοντικά φιλικό» σε ένα προϊόν που επιλέγετε να αγοράσετε; | | | | | |
|--|-----------|------|--------|----------|---------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Ελάχιστα | Καθόλου |
| | 24% | 37% | 29% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 19% | 35% | 28% | 11% | 7% |
| Γυναίκες | 27% | 38% | 29% | 5% | 1% |
| Σύνολο | 24% | 37% | 29% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 20% | 36% | 32% | 9% | 3% |
| 21-29 | 23% | 33% | 32% | 7% | 4% |
| 30-39 | 17% | 43% | 31% | 5% | 4% |
| 40-49 | 31% | 43% | 22% | 4% | 1% |
| >50 | 44% | 36% | 13% | 3% | 3% |
| Σύνολο | 24% | 37% | 29% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 24% | 34% | 30% | 8% | 4% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 25% | 39% | 28% | 6% | 2% |
| Μεταπτυχιακό | 24% | 40% | 27% | 6% | 3% |
| Διδακτορικό | 26% | 39% | 28% | 3% | 3% |
| Σύνολο | 24% | 37% | 29% | 7% | 3% |

| 9. Έχετε ακούσει τη λέξη «μικροπλαστικά»; | | |
|---|-----|-----|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | |
| | Ναι | Όχι |
| | 64% | 36% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | |
| Άνδρες | 66% | 34% |
| Γυναίκες | 62% | 38% |
| Σύνολο | 64% | 36% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | |
| <20 | 53% | 47% |
| 21-29 | 67% | 33% |
| 30-39 | 69% | 31% |
| 40-49 | 69% | 31% |
| >50 | 63% | 37% |
| Σύνολο | 64% | 36% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ | | |
| Χωρίς πτυχίο | 61% | 39% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 56% | 44% |
| Μεταπτυχιακό | 73% | 27% |
| Διδακτορικό | 73% | 27% |
| Σύνολο | 64% | 36% |

10. Ελέγχετε τα υλικά και τις πληροφορίες του προϊόντος, όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας (όπως ρούχα, λευκά είδη κτλ.);

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
|-------------------------|-------|-------|--------------|--------|------|
| | Πάντα | Συχνά | Περιστασιακά | Σπάνια | Ποτέ |
| | 19% | 28% | 32% | 13% | 8% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Ανδρες | 18% | 26% | 31% | 15% | 10% |
| Γυναίκες | 18% | 29% | 33% | 12% | 8% |
| Σύνολο | 19% | 28% | 32% | 13% | 8% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 8% | 27% | 33% | 19% | 13% |
| 21-29 | 11% | 28% | 35% | 14% | 12% |
| 30-39 | 24% | 33% | 28% | 12% | 4% |
| 40-49 | 33% | 26% | 31% | 8% | 2% |
| >50 | 44% | 26% | 25% | 4% | 0% |
| Σύνολο | 19% | 28% | 32% | 13% | 8% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 11% | 28% | 32% | 17% | 12% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 21% | 29% | 32% | 11% | 6% |
| Μεταπτυχιακό | 26% | 29% | 31% | 9% | 5% |
| Διδακτορικό | 31% | 25% | 33% | 9% | 2% |
| Σύνολο | 19% | 28% | 32% | 13% | 8% |

11. Όταν αγοράζετε προϊόντα υφαντουργίας, είναι το υλικό ή η τιμή του προϊόντος πιο σημαντική για εσάς;

ΣΥΝΟΛΙΚΑ

| | Πάντα το υλικό. Είναι σημαντικό για μένα το προϊόν να είναι κατασκευασμένο από φυσικά υλικά. | Προσπαθώ να αγοράζω προϊόντα από φυσικά υλικά. | Δε με απασχολεί αν είναι φυσικά υλικά, η τιμή είναι πιο σημαντική. | Συνήθως αγοράζω προϊόντα από συνθετικά υλικά |
|--------------------------------|--|--|--|--|
| | 10% | 58% | 26% | 6% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | |
| Ανδρες | 13% | 51% | 31% | 5% |
| Γυναίκες | 9% | 61% | 23% | 7% |
| Σύνολο | 10% | 58% | 26% | 6% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | |
| <20 | 8% | 46% | 38% | 8% |
| 21-29 | 9% | 52% | 28% | 10% |
| 30-39 | 8% | 66% | 22% | 3% |
| 40-49 | 12% | 75% | 12% | 1% |
| >50 | 21% | 69% | 9% | 1% |
| Σύνολο | 10% | 58% | 26% | 6% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 10% | 50% | 32% | 8% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 11% | 59% | 20% | 9% |
| Μεταπτυχιακό | 10% | 68% | 19% | 2% |
| Διδακτορικό | 9% | 67% | 24% | 0% |
| Σύνολο | 10% | 58% | 26% | 6% |

| 12. Θα αγοράζατε ένα προϊόν αν γνωρίζατε ότι περιέχει μικροπλαστικά; | | | |
|--|-----|-----|------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | |
| | Ναι | Όχι | Ίσως |
| | 4% | 47% | 49% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | |
| Άνδρες | 6% | 44% | 50% |
| Γυναίκες | 3% | 48% | 49% |
| Σύνολο | 4% | 47% | 49% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | |
| <20 | 3% | 40% | 57% |
| 21-29 | 5% | 43% | 52% |
| 30-39 | 4% | 53% | 44% |
| 40-49 | 4% | 51% | 45% |
| >50 | 1% | 66% | 66% |
| Σύνολο | 4% | 47% | 49% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 3% | 42% | 55% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 6% | 47% | 47% |
| Μεταπτυχιακό | 4% | 57% | 39% |
| Διδακτορικό | 2% | 49% | 48% |
| Σύνολο | 4% | 47% | 49% |

13. Όταν αγοράζετε υφαντουργικά προϊόντα, προτιμάτε προϊόντα από συνθετικά νήματα (πολυεστερικά, νάιλον, ακρυλικά κτλ.) ή από φυσικά υλικά (βαμβάκι, μετάξι, μαλλί κτλ.);

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
|-------------------------|--|---|-----------------|---|--|
| | Πάντα αγοράζω ένα προϊόν που έχει φτιαχτεί από φυσικά υλικά. | Προσπαθώ να αγοράζω προϊόντα που έχουν φτιαχτεί από φυσικά υλικά. | Δε με απασχολεί | Δε με απασχολεί σημαντικά το υλικό κατασκευής κατά την αγορά ενός προϊόντος που χρειάζομαι. | Αγοράζω ό,τι έχει κατασκευαστεί από συνθετικά υλικά. |
| | 6% | 67% | 14% | 12% | 1% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Ανδρες | 9% | 62% | 18% | 11% | 0% |
| Γυναίκες | 5% | 69% | 12% | 13% | 0% |
| Σύνολο | 6% | 67% | 14% | 12% | 1% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 6% | 58% | 22% | 15% | 0% |
| 21-29 | 5% | 63% | 15% | 16% | 1% |
| 30-39 | 3% | 73% | 12% | 11% | 0% |
| 40-49 | 5% | 81% | 8% | 6% | 0% |
| >50 | 17% | 77% | 4% | 2% | 0% |
| Σύνολο | 6% | 67% | 14% | 12% | 1% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 6% | 61% | 17% | 15% | 0% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 7% | 68% | 14% | 9% | 1% |
| Μεταπτυχιακό | 5% | 74% | 9% | 12% | 0% |
| Διδακτορικό | 8% | 78% | 10% | 4% | 0% |
| Σύνολο | 6% | 67% | 14% | 12% | 1% |

| 14. Πόσο σημαντικό είναι τα προϊόντα να είναι κατασκευασμένα από φυσικά νήματα; | | | | | |
|---|-----------|------|--------|----------|---------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Ελάχιστα | Καθόλου |
| | 25% | 42% | 25% | 6% | 2% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 24% | 41% | 22% | 9% | 5% |
| Γυναίκες | 25% | 42% | 27% | 5% | 1% |
| Σύνολο | 25% | 42% | 25% | 6% | 2% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 20% | 34% | 32% | 11% | 3% |
| 21-29 | 18% | 44% | 30% | 6% | 2% |
| 30-39 | 22% | 46% | 26% | 4% | 3% |
| 40-49 | 36% | 52% | 8% | 3% | 2% |
| >50 | 52% | 35% | 10% | 2% | 1% |
| Σύνολο | 25% | 42% | 25% | 6% | 2% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 21% | 39% | 30% | 8% | 3% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 27% | 42% | 24% | 7% | 1% |
| Μεταπτυχιακό | 29% | 47% | 20% | 2% | 2% |
| Διδακτορικό | 28% | 46% | 17% | 6% | 3% |
| Σύνολο | 25% | 42% | 25% | 6% | 2% |

15. Γνωρίζετε ότι τα συνθετικά υφάσματα παράγουν μικροΐνες κατά τη διάρκεια του πλυσίματός τους και ότι οι μικροΐνες μπορεί να μεταφερθούν μέσω του αποχετευτικού δικτύου (και των μονάδων επεξεργασίας αστικών αποβλήτων) στα υδάτινα οικοσυστήματα;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | |
|--------------------|-----|-----|
| | Ναι | Όχι |
| | | |
| | 33% | 67% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | |
| Άνδρες | 37% | 63% |
| Γυναίκες | 31% | 69% |
| Σύνολο | 33% | 67% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | |
| <20 | 25% | 75% |
| 21-29 | 34% | 66% |
| 30-39 | 35% | 65% |
| 40-49 | 38% | 62% |
| >50 | 42% | 58% |
| Σύνολο | 33% | 67% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ | | |
| Χωρίς πτυχίο | 30% | 70% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 29% | 71% |
| Μεταπτυχιακό | 36% | 64% |
| Διδακτορικό | 51% | 49% |
| Σύνολο | 33% | 67% |

16. Θα ήσασταν πρόθυμοι να προσθέσετε μία απλή συσκευή στο πλυντήριό σας ώστε να συγκρατεί τη ρύπανση που προκαλείται από τις μικροΐνες;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | |
|--------------------|-----|-----|
| | Ναι | Όχι |
| | | |
| | 95% | 5% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | |
| Άνδρες | 91% | 9% |
| Γυναίκες | 97% | 3% |
| Σύνολο | 95% | 5% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | |
| <20 | 95% | 5% |
| 21-29 | 94% | 6% |
| 30-39 | 97% | 3% |
| 40-49 | 97% | 3% |
| >50 | 93% | 7% |
| Σύνολο | 95% | 5% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ | | |
| Χωρίς πτυχίο | 95% | 5% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 95% | 5% |
| Μεταπτυχιακό | 96% | 4% |
| Διδακτορικό | 94% | 6% |
| Σύνολο | 95% | 5% |

17. Έχετε χρησιμοποιήσει ποτέ αντικείμενα με γκλίτερ και αν ναι πως; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών).

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | | | | |
|-------------------------|---------|--|--|--------------------------------|---|--|--|----------------------------|
| | Make-up | Σε χειροτεχνίες και κατασκευές στο σχολείο | Σε χειροτεχνίες και κατασκευές στο σπίτι | Βρισκόταν σε ρούχα που αγόρασα | Βρισκόταν σε άλλα προϊόντα ένδυσης (όπως υποδήματα, τσάντες κτλ.) | Βρισκόταν σε κοσμήματα και άλλα προϊόντα καλλωπισμού που αγόρασα | Βρισκόταν σε παιχνίδια και άλλα προϊόντα διασκέδασης που αγόρασα | Όχι δεν έχω χρησιμοποιήσει |
| | 31% | 51% | 27% | 16% | 13% | 16% | 18% | 31% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | | | | |
| Ανδρες | 2% | 27% | 10% | 2% | 1% | 1% | 13% | 63% |
| Γυναίκες | 45% | 62% | 36% | 23% | 19% | 23% | 21% | 15% |
| | 31% | 51% | 27% | 16% | 13% | 16% | 18% | 31% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | | | | |
| <20 | 45% | 69% | 38% | 22% | 18% | 23% | 22% | 17% |
| 21-29 | 37% | 60% | 29% | 18% | 13% | 18% | 17% | 27% |
| 30-39 | 24% | 38% | 22% | 15% | 8% | 12% | 17% | 35% |
| 40-49 | 12% | 34% | 18% | 11% | 12% | 8% | 19% | 42% |
| >50 | 8% | 15% | 12% | 5% | 10% | 5% | 11% | 59% |
| Σύνολο | 31% | 51% | 27% | 16% | 13% | 16% | 18% | 31% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 42% | 66% | 34% | 21% | 16% | 19% | 19% | 22% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 26% | 49% | 25% | 14% | 14% | 17% | 17% | 30% |
| Μεταπτυχιακό | 23% | 35% | 24% | 12% | 9% | 10% | 16% | 38% |
| Διδακτορικό | 7% | 18% | 8% | 11% | 8% | 6% | 20% | 62% |
| Σύνολο | 31% | 51% | 27% | 16% | 13% | 16% | 18% | 31% |

| 18. Σας αρέσουν τα αντικείμενα/προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ; | | | | |
|--|-----|----------|------|-----|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | |
| | Ναι | Δεν ξέρω | Λίγο | Όχι |
| | 19% | 13% | 0% | 68% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | |
| Άνδρες | 3% | 17% | 0% | 80% |
| Γυναίκες | 27% | 11% | 0% | 62% |
| Σύνολο | 19% | 13% | 0% | 68% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | |
| <20 | 28% | 13% | 0% | 59% |
| 21-29 | 24% | 9% | 0% | 66% |
| 30-39 | 11% | 14% | 1% | 75% |
| 40-49 | 10% | 10% | 0% | 80% |
| >50 | 6% | 25% | 0% | 69% |
| Σύνολο | 19% | 13% | 0% | 68% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 27% | 12% | 0% | 61% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 17% | 12% | 0% | 71% |
| Μεταπτυχιακό | 11% | 12% | 0% | 77% |
| Διδακτορικό | 8% | 19% | 0% | 73% |
| Σύνολο | 19% | 13% | 0% | 68% |

19. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε προϊόντα που περιέχουν γκλίτερ;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | | |
|-------------------------|------------------|------------------------|--------------------|---------------------|-----------------------|------|
| | Σχεδόν κάθε μέρα | 1-2 φορές την εβδομάδα | 1-2 φορές τον μήνα | 1-2 φορές τον χρόνο | 1-2 φορές στη ζωή μου | Ποτέ |
| | 2% | 3% | 10% | 25% | 29% | 31% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | | |
| Άνδρες | 1% | 0% | 2% | 6% | 30% | 61% |
| Γυναίκες | 3% | 5% | 14% | 34% | 28% | 17% |
| Σύνολο | 2% | 3% | 10% | 25% | 29% | 31% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | | |
| <20 | 4% | 7% | 14% | 27% | 27% | 21% |
| 21-29 | 2% | 4% | 13% | 22% | 33% | 26% |
| 30-39 | 3% | 1% | 8% | 26% | 25% | 38% |
| 40-49 | 0% | 1% | 2% | 26% | 30% | 41% |
| >50 | 1% | 0% | 1% | 22% | 20% | 57% |
| Σύνολο | 2% | 3% | 10% | 25% | 29% | 31% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 3% | 5% | 13% | 25% | 29% | 24% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 2% | 2% | 10% | 26% | 27% | 32% |
| Μεταπτυχιακό | 1% | 1% | 6% | 25% | 32% | 34% |
| Διδακτορικό | 1% | 0% | 1% | 19% | 19% | 60% |
| Σύνολο | 2% | 3% | 10% | 25% | 29% | 31% |

20. Ποιο από τα παρακάτω πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης χρησιμοποιείτε περισσότερο; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών)

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | | | | | | |
|-------------------------|--------------------|--------------------|-----------|-------------------|-----------------------|----------------|----------------|------------|--------------------|----------------------|
| | Πλαστικές σακούλες | Πλαστικά μπουκάλια | Καλαμάκια | Καπάκια ροφημάτων | Αναδευτήρες ροφημάτων | Μαχαιροπήρουνα | Δοχεία φαγητού | Μπατονέτες | Πλαστικά παιχνίδια | Δεν χρησιμοποιώ ποτέ |
| | 69% | 73% | 46% | 23% | 5% | 3% | 15% | 61% | 10% | 2% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | | | | | | |
| Άνδρες | 72% | 75% | 54% | 27% | 7% | 5% | 15% | 54% | 13% | 2% |
| Γυναίκες | 67% | 72% | 41% | 22% | 3% | 2% | 16% | 64% | 9% | 2% |
| Σύνολο | 69% | 73% | 46% | 23% | 5% | 3% | 15% | 61% | 10% | 2% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | | | | | | |
| <20 | 67% | 81% | 44% | 21% | 4% | 2% | 14% | 61% | 5% | 2% |
| 21-29 | 68% | 71% | 48% | 24% | 5% | 3% | 12% | 65% | 5% | 2% |
| 30-39 | 68% | 69% | 46% | 24% | 3% | 3% | 19% | 60% | 14% | 1% |
| 40-49 | 68% | 67% | 48% | 22% | 2% | 2% | 13% | 63% | 24% | 1% |
| >50 | 79% | 74% | 37% | 26% | 13% | 6% | 23% | 43% | 14% | 2% |
| Σύνολο | 69% | 73% | 46% | 23% | 5% | 3% | 15% | 61% | 10% | 2% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 70% | 76% | 44% | 23% | 4% | 2% | 14% | 63% | 6% | 2% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 68% | 76% | 51% | 27% | 5% | 5% | 16% | 62% | 13% | 1% |
| Μεταπτυχιακό | 66% | 64% | 44% | 21% | 2% | 1% | 18% | 59% | 13% | 2% |
| Διδακτορικό | 75% | 70% | 45% | 24% | 10% | 7% | 15% | 51% | 16% | 2% |
| Σύνολο | 69% | 73% | 46% | 23% | 5% | 3% | 15% | 61% | 10% | 2% |

21. Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης;

| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | | |
|-------------------------|------------------------|-------------------------------------|-----------------------------|------------------------|--------------------------------|---|
| | Σχεδόν κάθε μέρα | 1-2 φορές την εβδομά δα | 1-2 φορές τον μήνα | 1-2 φορές τον χρόνο | 1-2 φορές στη ζωή μου | Προσπαθώ να μην τα χρησιμοποιώ καθόλου |
| | 44% | 35% | 9% | 3% | 0% | 9% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | | |
| Άνδρες | 50% | 35% | 7% | 2% | 1% | 6% |
| Γυναίκες | 41% | 35% | 11% | 3% | 0% | 11% |
| Σύνολο | 44% | 35% | 9% | 3% | 0% | 9% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | | |
| <20 | 42% | 36% | 11% | 3% | 1% | 7% |
| 21-29 | 45% | 32% | 9% | 3% | 0% | 11% |
| 30-39 | 46% | 34% | 9% | 4% | 0% | 6% |
| 40-49 | 45% | 39% | 6% | 1% | 1% | 8% |
| >50 | 38% | 38% | 8% | 1% | 0% | 14% |
| Σύνολο | 44% | 35% | 9% | 3% | 0% | 9% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 44% | 35% | 10% | 3% | 0% | 8% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 45% | 33% | 11% | 2% | 0% | 9% |
| Μεταπτυχιακό | 40% | 39% | 9% | 2% | 0% | 10% |
| Διδακτορικό | 49% | 32% | 7% | 2% | 0% | 10% |
| Σύνολο | 44% | 35% | 9% | 3% | 0% | 9% |

| 22. Ποιος είναι ο πιο σημαντικός λόγος που επιλέγετε πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης; (Απάντηση με δυνατότητα πολλαπλών επιλογών) | | | | | | | | |
|---|------------------|----------------|-------------------------|---------------|-----------------|---------------------------------------|--|--|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | | | | |
| | Είναι οικονομικά | Είναι εύχρηστα | Είναι εύκολα προσβάσιμα | Είναι ελαφριά | Είναι ανθεκτικά | Είναι εύκαμπτα /προσαρμόζονται εύκολα | Δεν υπάρχουν άλλες εναλλακτικές επιλογές | Προσπαθώ να μην τα χρησιμοποιώ καθόλου |
| | 26% | 38% | 38% | 12% | 7% | 8% | 38% | 19% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | | | | |
| Άνδρες | 27% | 42% | 42% | 14% | 10% | 12% | 40% | 15% |
| Γυναίκες | 26% | 37% | 36% | 11% | 6% | 6% | 38% | 21% |
| Σύνολο | 26% | 38% | 38% | 12% | 7% | 8% | 38% | 19% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | | | | |
| <20 | 39% | 41% | 43% | 15% | 9% | 12% | 31% | 18% |
| 21-29 | 30% | 37% | 39% | 12% | 9% | 8% | 42% | 26% |
| 30-39 | 19% | 31% | 41% | 9% | 4% | 5% | 46% | 13% |
| 40-49 | 11% | 40% | 33% | 12% | 4% | 5% | 43% | 12% |
| >50 | 10% | 40% | 24% | 13% | 6% | 7% | 47% | 16% |
| Σύνολο | 26% | 38% | 38% | 12% | 7% | 8% | 38% | 19% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 35% | 39% | 40% | 13% | 10% | 10% | 34% | 22% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 19% | 39% | 35% | 12% | 6% | 10% | 42% | 19% |
| Μεταπτυχιακό | 20% | 35% | 36% | 9% | 4% | 3% | 43% | 4% |
| Διδακτορικό | 17% | 43% | 40% | 17% | 8% | 4% | 42% | 38% |
| Σύνολο | 26% | 38% | 38% | 12% | 7% | 8% | 38% | 19% |

| 23. Πιστεύετε ότι τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης διευκολύνουν την καθημερινότητα; | | |
|---|-----|-----|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | |
| | Ναι | Όχι |
| | 68% | 32% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | |
| Άνδρες | 75% | 25% |
| Γυναίκες | 65% | 35% |
| Σύνολο | 68% | 32% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | |
| <20 | 64% | 36% |
| 21-29 | 66% | 34% |
| 30-39 | 70% | 30% |
| 40-49 | 76% | 24% |
| >50 | 74% | 26% |
| Σύνολο | 68% | 32% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ | | |
| Χωρίς πτυχίο | 66% | 34% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 66% | 34% |
| Μεταπτυχιακό | 74% | 26% |
| Διδακτορικό | 76% | 24% |
| Σύνολο | 68% | 32% |

| 24. Πόσο σημαντική πιστεύετε ότι είναι η απαγόρευση των πλαστικών μιας χρήσης ως διαχειριστικό μέτρο στην χώρα σας; | | | | | |
|---|-----------|------|--------|----------|---------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Ελάχιστα | Καθόλου |
| | 53% | 32% | 10% | 3% | 2% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 46% | 36% | 11% | 5% | 3% |
| Γυναίκες | 57% | 31% | 9% | 2% | 1% |
| Σύνολο | 53% | 32% | 10% | 3% | 2% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 50% | 31% | 14% | 3% | 2% |
| 21-29 | 58% | 29% | 7% | 4% | 2% |
| 30-39 | 54% | 32% | 9% | 3% | 1% |
| 40-49 | 44% | 42% | 9% | 4% | 1% |
| >50 | 57% | 33% | 7% | 2% | 1% |
| Σύνολο | 53% | 32% | 10% | 3% | 2% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 52% | 32% | 11% | 3% | 2% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 57% | 27% | 11% | 4% | 1% |
| Μεταπτυχιακό | 55% | 36% | 6% | 3% | 0% |
| Διδακτορικό | 46% | 39% | 9% | 4% | 1% |
| Σύνολο | 53% | 32% | 10% | 3% | 2% |

| 25. Σας απασχολεί όταν υπάρχει περιττή συσκευασία στο προϊόν που θέλετε να αγοράσετε; | | | | | |
|---|-----------|------|--------|----------|---------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | | | |
| | Πάρα πολύ | Πολύ | Μέτρια | Ελάχιστα | Καθόλου |
| | 33% | 34% | 23% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | | | |
| Άνδρες | 30% | 31% | 27% | 7% | 5% |
| Γυναίκες | 34% | 37% | 21% | 6% | 3% |
| Σύνολο | 33% | 34% | 23% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | | | |
| <20 | 27% | 32% | 26% | 12% | 3% |
| 21-29 | 35% | 31% | 22% | 6% | 5% |
| 30-39 | 31% | 38% | 25% | 4% | 2% |
| 40-49 | 33% | 43% | 19% | 2% | 2% |
| >50 | 46% | 35% | 15% | 1% | 2% |
| Σύνολο | 33% | 34% | 23% | 7% | 3% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 31% | 31% | 24% | 9% | 4% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 32% | 35% | 22% | 5% | 6% |
| Μεταπτυχιακό | 37% | 37% | 21% | 4% | 1% |
| Διδακτορικό | 36% | 42% | 19% | 2% | 1% |
| Σύνολο | 33% | 34% | 23% | 7% | 3% |

| 26. Θα αγοράζατε αποφλοιωμένα ή ελαφρώς επεξεργασμένα τρόφιμα τα οποία πωλούνται σε πλαστική συσκευασία; | | | |
|--|--------------------------|-----------------|-----------------------------------|
| ΣΥΝΟΛΙΚΑ | | | |
| | Προτιμώ αυτά τα προϊόντα | Δε με απασχολεί | Δεν επιλέγω ποτέ αυτά τα προϊόντα |
| | 2% | 39% | 59% |
| ΑΝΑ ΦΥΛΟ | | | |
| Ανδρες | 3% | 44% | 54% |
| Γυναίκες | 1% | 37% | 62% |
| Σύνολο | 2% | 39% | 59% |
| ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑ | | | |
| <20 | 1% | 40% | 59% |
| 21-29 | 2% | 40% | 57% |
| 30-39 | 3% | 35% | 62% |
| 40-49 | 1% | 40% | 60% |
| >50 | 2% | 42% | 56% |
| Σύνολο | 2% | 39% | 59% |
| ΑΝΑ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ | | | |
| Χωρίς πτυχίο | 2% | 39% | 59% |
| Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ/BSc | 1% | 42% | 58% |
| Μεταπτυχιακό | 2% | 36% | 62% |
| Διδακτορικό | 2% | 44% | 53% |
| Σύνολο | 2% | 39% | 59% |