ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Γαλακτοκομικά προϊόντα και ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ-ΠΓΕ – Εμπειρική διερεύνηση στο ελληνικό γιαούρτι

Διπλωματική Εργασία

Ευάγγελος Αθανασόπουλος

Αθήνα, 2019

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

Μαλινδρέτος Γεώργιος (Επιβλέπων)

Αναπληρωτής Καθηγητής

Σαρδιανού Ελένη

Επίκουρη Καθηγήτρια

Σδράλη Δέσποινα

Επίκουρη Καθηγήτρια

Γαλακτοκομικά προϊόντα και ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ-ΠΓΕ – Εμπειρική διερεύνηση στο ελληνικό γιαούρτι/Ευάγγελος Αθανασόπουλος

Ο Ευάγγελος Αθανασόπουλος

δηλώνω υπεύθυνα ότι:

1) Είμαι ο κάτοχος των πνευματικών δικαιωμάτων της πρωτότυπης αυτής εργασίας και από όσο γνωρίζω η εργασία μου δε συκοφαντεί πρόσωπα, ούτε προσβάλει τα πνευματικά δικαιώματα τρίτων.

2) Αποδέχομαι ότι η ΒΚΠ μπορεί, χωρίς να αλλάξει το περιεχόμενο της εργασίας μου, να τη διαθέσει σε ηλεκτρονική μορφή μέσα από τη ψηφιακή Βιβλιοθήκη της, να την αντιγράψει σε οποιοδήποτε μέσο ή/και σε οποιοδήποτε μορφότυπο καθώς και να κρατά περισσότερα από ένα αντίγραφα για λόγους συντήρησης και ασφάλειας.

Αφιερώνω την εργασία αυτή στους γονείς μου….

My favorite power food is Greek yogurt and honey…

Misty May-Treanor

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρακάτω εργασία που εκπονήθηκε στο πλαίσιο των μεταπτυχιακών μου σπουδών στο Τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο. Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες σε όλους αυτούς που συνέβαλαν στο να ολοκληρώσω τις υποχρεώσεις αλλά και τη παρούσα διπλωματική μου εργασία.

Πρωτίστως, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέπων καθηγητή μου για την πολύτιμη βοήθειά του και την ενθάρρυνσή του. Επίσης, ένα ευχαριστώ στα μέλη της επιτροπής για την πολύτιμη συνεισφορά τους.

Τέλος, το μεγαλύτερο ευχαριστώ το οφείλω στην οικογένεια μου για την υπομονή τους και την υποστήριξη που έδειξαν αυτή τη περίοδο όπως και για τη ψυχολογική υποστήριξη που μου παρείχαν.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ 6
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ 7
ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ 9
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ 10
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ 11
ΕΙΣΑΓΩΓΗ 12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ 14
1.1 Ο ορισμός των γαλακτοκομικών προϊόντων 14
1.2 Οι τύποι των γαλακτοκομικών προϊόντων 16
1.3 Η υγιεινή των γαλακτοκομικών προϊόντων και η αποφυγή κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων από μερικές ομάδες 18
1.4 Η ποιότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων 19
1.5 Η ποιότητα της πρώτης ύλης των γαλακτοκομικών προϊόντων 20
1.6 Η ποιότητα στη μεταποίηση των γαλακτοκομικών προϊόντων 22
1.7 Οι παράγοντες που καθορίζουν την ποιότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων 24
1.8 Τα μοντέλα κατανάλωσης παγκοσμίως 27
1.9 Η κατάσταση της αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων 28
1.10 Τα στατιστικά στοιχεία των γαλακτοκομικών προϊόντων 29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ 32
2.1 Η επισκόπηση της γαλακτοβιομηχανίας 32
2.2 Η ελληνική γαλακτοκομική βιομηχανία σήμερα 34
2.3 Οι συγκεκριμένες ενέργειες που πρέπει να γίνουν στον τομέα της γαλακτοκομίας 35
2.4 Η ανάλυση PEST της γαλακτοβιομηχανίας 37
2.5 Οι προοπτικές της γαλακτοκομικής αγοράς 48

2.5.1 Η παγκόσμια αγορά 49
2.5.2 Η αγορά της ΕΕ και της Ελλάδας 50
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ 53
3.1 Ο ορισμός του γιαουρτιού και η ιστορική αναδρομή του 53
3.2 Οι στόχοι της προστασίας και το γενικό καθεστώς 56
3.3 Οι γεωγραφικές ενδείξεις και οι παραδοσιακές ειδικότητες σε Ελλάδα και Ευρωπαϊκή Ένωση 59
3.4 Τα προϊόντα που έχουν προδιαγραφές για ΠΟΠ/ΠΓΕ και η αναμονή της πιστοποίησης του γιαουρτιού 60
3.5 Οι κριτικές του πλαισίου προστατευόμενης γεωγραφικής κατάστασης 65
3.6 Άρθρα για τις ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ-ΠΓΕ του γιαουρτιού 67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ 70
4.1 Ο σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα 70
4.2 Η μεθοδολογία και το δείγμα 71
4.3 Η στατιστική ανάλυση 72
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ 73
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ 92
ΕΠΙΛΟΓΟΣ 95
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 96
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 100

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1 : Το φύλο των ερωτηθέντων. 73
Διάγραμμα 2 : Η ηλικία των ερωτηθέντων. 74
Διάγραμμα 3 : Η οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων..... 75
Διάγραμμα 4 : Το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων 76
Διάγραμμα 5 : Η ενασχόληση με τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας στο παρελθόν..... 77
Διάγραμμα 6 : Η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας 78
Διάγραμμα 7 : Το πιο επικερδές προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες 79
Διάγραμμα 8 : Το λιγότερο επικερδές προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες 81
Διάγραμμα 9 : Το πιο ανταγωνιστικό προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες 83
Διάγραμμα 10 : Το λιγότερο ανταγωνιστικό προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες..... 85
Διάγραμμα 11 : Η ξεχωριστή θέση των γαλακτοκομικών προϊόντων στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς 86
Διάγραμμα 12 : Η ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ για την μη αντιγραφή των ελληνικών προϊόντων 87
Διάγραμμα 13 : Η σύγκριση του επιπέδου του ελληνικού γιαουρτιού με την ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά 88
Διάγραμμα 14 : Η ειδική πιστοποίηση των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν 89
Διάγραμμα 15 : Η ανωτερότητα των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων από τα αντίστοιχα του εξωτερικού 90
Διάγραμμα 16 : Κατά πόσο τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού 91

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ

Ο κύριος στόχος των γαλακτοκομικών βιομηχανιών είναι να αυξήσουν την παραγωγικότητά τους, καθώς και την ποιότητα του γάλακτος, προκειμένου να βελτιώσουν την οικονομική τους απόδοση. Υπό την επίδραση της αναπαραγωγής και της βελτίωσης της διατροφής και της διαχείρισης, η παραγωγή γάλακτος και η ποιότητά της έχουν αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία 40 χρόνια. Από την άλλη πλευρά, αυτός ο εκσυγχρονισμός συνεπάγεται τη συγκέντρωση της παραγωγής σε λιγότερες εκμεταλλεύσεις μεγαλύτερου μεγέθους, δημιουργώντας ένα πρότυπο στο οποίο η Ελλάδα δεν αποτελεί εξαίρεση. Αυτά τα αγροκτήματα είναι σε θέση να βελτιώσουν την υποδομή τους (κτίρια και μηχανήματα) και να υιοθετήσουν καινοτόμες πρακτικές, οι οποίες μπορούν να διασφαλίσουν τη μεγιστοποίηση της παραγωγής γάλακτος υπό υγιείς και ελεγχόμενες συνθήκες. Αυτό μπορεί να γίνει εάν στις γαλακτοπαραγωγικές βιομηχανίες εισαχθούν σύγχρονες μηχανές αρμέγματος, γίνει χρήση μηχανών αρμέγματος που θα βελτιώνει την ποιότητα και την υγιεινή του γάλακτος και θα αυξάνει την αποδοτικότητα της εργασίας έτσι ώστε να βελτιώνει τις συνθήκες εργασίας στην εκμετάλλευση, εφόσον χρησιμοποιούνται οι κατάλληλες μέθοδοι υγιεινής. Η καλή λειτουργία των μηχανών αρμέγματος έχει βρεθεί ότι έχει θετικές επιπτώσεις στην υγεία του μαστού, η οποία, με τη σειρά του, επηρεάζει σημαντικά την ποιότητα του γάλακτος. Κατά συνέπεια, η αποτελεσματική διαχείριση του αρμέγματος βελτιώνει το κόστος και την ευημερία των ζώων. Σκοπός της συγκεκριμένης εργασίας είναι να παρουσιαστούν και να αναλυθούν οι ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ-ΠΓΕ των γαλακτοκομικών προϊόντων και να γίνει μια εμπειρική διερεύνηση για τα ελληνικό γιαούρτι αλλά και για τα άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Λέξεις κλειδιά : Ασφάλεια, Γαλακτοβιομηχανία, Ποιότητα, Υγιεινή.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ

The main objective of the dairy industry is to increase its productivity as well as the quality of milk in order to improve its economic performance. Under the influence of breeding and improving nutrition and management, milk production and its quality have increased significantly over the last 40 years. On the other hand, this modernization entails concentrating production on fewer larger farms, creating a model in which Greece is no exception. These farms are able to improve their infrastructure (buildings and machinery) and adopt innovative practices that can ensure the maximization of milk production under sound and controlled conditions. This can be done by introducing modern milking machines into the dairy industry, using milking machines to improve milk quality and hygiene, and increasing the efficiency of work so as to improve working conditions on the holding if appropriate hygiene methods are used. The good functioning of milking machines has been found to have a positive effect on breast health, which, in turn, significantly affects the quality of milk. Consequently, effective milking management improves the cost and welfare of animals. The purpose of this paper is to present and analyze the qualitative indications of PDO-PGI in dairy products and to make an empirical investigation for Greek yogurt and for other dairy products.

Key words: Dairy, Hygiene, Quality, Safety

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η κατάσταση της αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων επιδεινώθηκε δραματικά κατά την περίοδο 2007-2009. Το 2007 οι τιμές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) και της παγκόσμιας αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων αυξήθηκαν σημαντικά και οδήγησαν σε σχετικά μικρή αύξηση των ποσοτήτων γάλακτος. Ωστόσο, το 2008, η μείωση της παγκόσμιας ζήτησης που συνδέεται με την οικονομική κρίση είχε άμεσο αντίκτυπο στις τιμές της αγοράς της ΕΕ, οι οποίες μειώθηκαν σημαντικά και επηρέασαν σημαντικά το εισόδημα των παραγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων. Η κατάσταση της αγοράς ανέκαμψε το 2009 και βελτιώθηκε συνεχώς το 2010. Σύμφωνα με τη δεύτερη έκθεση της ΕΕ το 2012, η αστάθεια, που δεν παρατηρείται κατά την περίοδο 2008-2009, παρέμεινε στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων μέχρι το τέλος του 2010 και υποχώρησε το 2011 και το 2012, όπου υπήρχε αυξημένη παραγωγή και υψηλότερες τιμές.

Η γαλακτοβιομηχανία στην Ελλάδα αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους και δυναμικότερους τομείς της οικονομίας της χώρας και έναν παραδοσιακό κλάδο της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων, παρουσιάζοντας σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία τριάντα χρόνια. Η συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο παράγουν διάφορα είδη γαλακτοκομικών προϊόντων, γεγονός που υποδηλώνει μια μάλλον κατακερματισμένη βιομηχανία. Αυτές οι μικρές μονάδες επεξεργασίας γάλακτος που λειτουργούν τοπικά δεν επηρεάζουν σοβαρά τη ζήτηση. Λίγες είναι οι μεγάλες γαλακτοκομικές εταιρείες που αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το 90% του συνολικού μεριδίου αγοράς γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα. Αν και υπάρχουν μελέτες που έχουν εκτιμήσει το επίπεδο απόδοσης των γαλακτοκομικών εκμεταλλεύσεων στην Ελλάδα, δεν υπάρχει καμία προσπάθεια να εκτιμηθεί η αποτελεσματικότητα της ελληνικής γαλακτοκομικής βιομηχανίας. Όσον αφορά τις γαλακτοκομικές εταιρείες στην ΕΕ, υπάρχουν μελέτες που διερευνούν την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία της βιομηχανίας αλλά όχι το επίπεδο της αποτελεσματικότητάς του. Ως εκ τούτου, η συμβολή αυτής της μελέτης στην υπάρχουσα βιβλιογραφία μπορεί να συνοψιστεί στο γεγονός ότι, τουλάχιστον εξ όσων γνωρίζουμε, αυτή είναι η μόνη μελέτη που εκτιμά το επίπεδο

τεχνικής απόδοσης των γαλακτοκομικών επιχειρήσεων και προσπαθεί να διερευνήσει τις επιδόσεις του τομέα από πτυχή της γαλακτοκομικής βιομηχανίας.

Συγκεκριμένα στα παρακάτω κεφάλαια, θα αναλυθούν οι ποιοτικές ενδείξεις που πρέπει να έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα έτσι ώστε να είναι πιστοποιημένα και ασφαλή προς κατανάλωση έτσι ώστε να τα αγοράζουν ανεπιφύλακτα οι καταναλωτές. Τα προϊόντα που έχουν μεγαλύτερη ζήτηση οπότε θα πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη βαρύτητα σε αυτά είναι η Ελληνική φέτα και το γιαούρτι, όπου είναι εθνικά προϊόντα της χώρας μας, και εκπροσωπούν τη χώρα ακόμα και στο εξωτερικό. Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν οι ποιοτικές ενδείξεις σε όλα τα ελληνικά προϊόντα, αλλά μιας και μελετάμε τις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες, δύο από τα πιο ποιοτικά προϊόντα της χώρας είναι ανεπίτρεπτο να μην έχουν την ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ, έτσι ώστε να μπορούν αργότερα να ανταγωνιστούν τα αντίστοιχα προϊόντα του εξωτερικού και να λάβουν ίσως και αρκετές διακρίσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

1.1 Ο ορισμός των γαλακτοκομικών προϊόντων

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ένας τύπος τροφής που παράγεται από ή περιέχει γάλα κυρίως βοοειδών, βουβαλιών, αιγών και προβάτων. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα περιλαμβάνουν είδη διατροφής όπως γιαούρτι, τυρί και βούτυρο. Μια εγκατάσταση που παράγει γαλακτοκομικά προϊόντα είναι γνωστή ως γαλακτοκομείο. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα καταναλώνονται σε ολόκληρο τον κόσμο, με εξαίρεση το μεγαλύτερο μέρος της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ασίας καθώς και ορισμένα τμήματα της Κεντρικής Αφρικής (Stefanakis, et al. 2007).

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν να προκαλέσουν προβλήματα σε άτομα που έχουν δυσανεξία στη λακτόζη ή αλλεργία στο γάλα. Η υπερβολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων μπορεί να συνεισφέρει σημαντικές ποσότητες χοληστερόλης και κορεσμένων λιπαρών στη διατροφή, γεγονός που μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο καρδιακών παθήσεων και να προκαλέσει άλλα σοβαρά προβλήματα υγείας (Simonovska & Nillson, 2011).

Δεν υπάρχει υπερβολικός καρδιαγγειακός κίνδυνος με την πρόσληψη ασβεστίου μέσω διατροφής, αλλά τα συμπληρώματα ασβεστίου συνδέονται με υψηλότερο κίνδυνο ασβεστοποίησης της στεφανιαίας αρτηρίας. Το πόσιμο γάλα ή άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν προκαλούν παραγωγή βλέννας και δεν επιδεινώνουν τα συμπτώματα του κρυολογήματος ή του άσθματος (Volanis, et al. 2007).

Τα ποσοστά κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων ποικίλλουν σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι χώρες υψηλής κατανάλωσης σε γάλα καταναλώνουν περισσότερα από 150 kg κατά κεφαλήν ανά έτος οι οποίες είναι η Αργεντινή, η Αρμενία, η Αυστραλία, η Κόστα Ρίκα και οι περισσότερες ευρωπαϊκές κομητείες όπως το Ισραήλ, η Κιργιζία, η Βόρεια Αμερική και το Πακιστάν (Voors & D’Haese, 2010).

Οι χώρες μεσαίας κατανάλωσης καταναλώνουν 30 έως 150 kg κατά κεφαλή ανά έτος όπου είναι η Ινδία, το Ιράν, η Ιαπωνία, η Κένυα, το Μεξικό, η Μογγολία, η Νέα Ζηλανδία, η Βόρεια και Νότια Αφρική όπου προσθέτονται σε αυτές το μεγαλύτερο μέρος της Μέσης Ανατολής και το μεγαλύτερο μέρος της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής. Οι χώρες με χαμηλή κατανάλωση καταναλώνουν λιγότερο από 30 kg κατ 'έτος όπου είναι η Σενεγάλη, το μεγαλύτερο μέρος της Κεντρικής Αφρικής και το μεγαλύτερο μέρος της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ασίας (Sekovska, 2011).

Ορισμένες ομάδες αποφεύγουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα για λόγους που δεν σχετίζονται με την υγεία (Hahlani & Garwi, 2014). Ορισμένες θρησκείες περιορίζουν ή δεν επιτρέπουν την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων. Για παράδειγμα, ορισμένοι μελετητές του Jainism υποστηρίζουν ότι δεν καταναλώνουν κανένα γαλακτοκομικό προϊόν, επειδή τα γαλακτοκομικά προϊόντα θεωρούνται ότι ενέχουν βία κατά των αγελάδων. Ο αυστηρός ιουδαϊσμός απαιτεί το κρέας και τα γαλακτοκομικά προϊόντα να μην σερβίρονται στο ίδιο γεύμα, να εξυπηρετούνται ή να μαγειρεύονται στα ίδια σκεύη ή να αποθηκεύονται μαζί. Τέλος, οι χορτοφάγοι και οι vegan είναι τα άτομα που αποφεύγουν όλα τα είδη των ζωικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των γαλακτοκομικών προϊόντων, που συνήθως οφείλεται στην ηθική όσον αφορά τον τρόπο παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι ηθικοί λόγοι για την αποφυγή των γαλακτοκομικών προϊόντων περιλαμβάνουν τον τρόπο παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων, τον τρόπο χειρισμού των ζώων και την περιβαλλοντική επίδραση της γαλακτοκομικής παραγωγής.

1.2 Οι τύποι των γαλακτοκομικών προϊόντων

Μερικοί τύποι γαλακτοκομικών προϊόντων από όλο τον κόσμο είναι οι εξής (Pantoja, et al. 2009) :

- Γάλα
- Γιαούρτι
- Τυρί
- Κασέρι
- Παγωτό
- Βούτυρο

Από τα συγκεκριμένα προϊόντα μπορούν να προκύψουν και διάφορα υποκατάστατα αυτών που αναλόγως με την διάθεση, τα προβλήματα που μπορεί να έχει κάποιος στα συστατικά ορισμένων προϊόντων ή από οποιοδήποτε άλλο παράγοντα, καταφεύγει στις εναλλακτικές λύσεις αυτών (Swai & Schoonman, 2011).

Μερικά εναλλακτικά προϊόντα των παραπάνω κατηγοριών είναι (Nada, et al. 2012) :

- Για το γάλα : ξινόγαλο, κεφίρ, γάλα χωρίς λακτόζη, γάλα χωρίς γλουτένη, γάλα σόγιας, γάλα αμυγδάλου, γάλα ρυζιού, γάλα βρώμης, γάλα καρύδας.

- Για το γιαούρτι : γιαούρτι σόγιας, γιαούρτι αμυγδάλου, γιαούρτι χωρίς λακτόζη, γιαούρτι χωρίς γλουτένη.

- Για το τυρί : μανούρι, μυζήθρα, χαλούμι, καλαθάκι, ανθότυρο, τυρί κότατζ.

- Για το κασέρι : κεφαλοτύρι, γκούντα, τσένταρ, παρμεζάνα, ροκφόρ, ένταμ.

- Για το παγωτό : παγωτό παρφέ, παγωτό καϊμάκι, κασάτο παγωτό.

- Για το βούτυρο : μαργαρίνη, βούτυρο γάλακτος καθαρό ή κλαριφιέ, ζωικό λίπος.

1.3 Η υγιεινή των γαλακτοκομικών προϊόντων και η αποφυγή κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων από μερικές ομάδες

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν να προκαλέσουν προβλήματα σε άτομα που έχουν δυσανεξία στη λακτόζη ή αλλεργία στο γάλα. Η υπερβολική κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων μπορεί να συνεισφέρει σημαντικές ποσότητες χοληστερόλης και κορεσμένων λιπαρών στη διατροφή, γεγονός που μπορεί να αυξήσει τον κίνδυνο καρδιακών παθήσεων και να προκαλέσει άλλα σοβαρά προβλήματα υγείας (Dalmasso, et al. 2011).

Δεν υπάρχει υπερβολικός καρδιαγγειακός κίνδυνος με λήψη διατροφικού ασβεστίου, αλλά τα συμπληρώματα ασβεστίου συνδέονται με υψηλότερο κίνδυνο ασβεστοποίησης στεφανιαίας αρτηρίας. Το πόσιμο γάλα ή άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν προκαλεί παραγωγή βλέννας και δεν θα επιδεινώσει τα συμπτώματα του κρυολογήματος ή του άσθματος. Αυτή η ευρέως διαδεδομένη πεποίθηση προέρχεται από το γεγονός ότι μερικοί λάμβαναν το λεπτό στρώμα των υπολειμμάτων που είχαν μείνει πίσω αφού κατανάλωναν γάλα ή παγωτό (Gonçalves, et al. 2012).

Ορισμένες ομάδες αποφεύγουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα για λόγους που δεν σχετίζονται με την υγεία (Restani, et al. 2009) :

- Θρησκευτικές : Ορισμένες θρησκείες περιορίζουν ή δεν επιτρέπουν την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων. Για παράδειγμα, ορισμένοι μελετητές του Τζαϊνισμού υποστηρίζουν ότι δεν καταναλώνουν κανένα γαλακτοκομικό προϊόν, επειδή τα γαλακτοκομικά προϊόντα θεωρούνται ότι ενέχουν βία κατά των αγελάδων. Ο αυστηρός ιουδαϊσμός απαιτεί το κρέας και τα γαλακτοκομικά προϊόντα να μην σερβίρονται στο ίδιο γεύμα, να εξυπηρετούνται ή να μαγειρεύονται στα ίδια σκεύη ή να αποθηκεύονται μαζί.

- Χορτοφάγοι και vegan : Είναι αυτοί που αποφεύγουν όλα τα ζωικά προϊόντα και τα υποκατάστατα τους, συμπεριλαμβανομένων των γαλακτοκομικών προϊόντων, που συνήθως οφείλεται στην ηθική όσον αφορά τον τρόπο

παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι ηθικοί λόγοι για την αποφυγή των γαλακτοκομικών προϊόντων περιλαμβάνουν τον τρόπο παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων, τον τρόπο χειρισμού των ζώων και την περιβαλλοντική επίδραση της γαλακτοκομικής παραγωγής.

1.4 Η ποιότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων

Το γάλα μπορεί να παρουσιάσει μεγάλες διαφορές ποιότητας, τις οποίες πρέπει να λάβουν υπόψη οι μεταποιητές γάλακτος. Δύο τύποι κριτηρίων χρησιμοποιούνται για την πληρωμή με φυσιοχημικές και βακτηριολογικές ιδιότητες. Τα φυσικοχημικά κριτήρια συνήθως σχετίζονται με την περιεκτικότητα σε λίπος και πρωτεΐνη, όπου ο βασικός ρυθμός της οποίας ποικίλλει από το ένα στο άλλο ανά κιλό γάλακτος (Ahmad, et al. 2012).

Η δοκιμή για καλύτερη βακτηριολογική ποιότητα θα μπορούσε να οδηγήσει στην εξεύρεση ειδικών βακτηριδίων, όπως *Coliforms, Staphylococcus, Listeria* και *Butyric*. Ομοίως, η παρουσία αντιβιοτικών και η θερμοκρασία του γάλακτος κατά τη διάρκεια της συλλογής μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως κριτήρια ποιότητας και για τη μείωση των τιμών. Επιπλέον, η παρουσία χημικών υπολειμμάτων θα μπορούσε να μεταβάλει τη διαδικασία επεξεργασίας των παράγωγων νωπών γαλακτοκομικών προϊόντων (Stefanakis, et al. 2007).

Η ποιότητα του γάλακτος αφορά την πρόληψη σε κάθε στάδιο της παραγωγής. Τα συστήματα ελέγχου ποιότητας αποσκοπούσαν στην πρόληψη των ελαττωμάτων και όχι στην ανίχνευσή τους. Ο έλεγχος ποιότητας πραγματοποιείται σε κάθε στάδιο της παραγωγής, ως πρώτη ύλη στην κατάσταση της εκμετάλλευσης. Οι καταναλωτές, οι μεταποιητές και οι ρυθμιστικές αρχές ενδιαφέρονται ολοένα και περισσότερο για την ασφάλεια και την υγιεινή του γάλακτος, με αποτέλεσμα να δίνεται μεγαλύτερη έμφαση στη διαχείριση των γεωργικών εκμεταλλεύσεων για την εξασφάλιση της ποιότητας του γάλακτος (Volanis, et al. 2007).

Ο καταναλωτής απαιτεί ασφαλή και υγιεινά γαλακτοκομικά προϊόντα που μπορούν να αγοραστούν χωρίς καμία αμφιβολία. Για το νωπό γάλα ο όρος ποιότητα είναι εξαιρετικά πλήρης. Υπάρχει μια ποιοτική πυραμίδα που βασίζεται σε γαλακτοκομικά προϊόντα με βάση αυτά τα είδη περιμέτρων (Simonovska & Nillson, 2011).

Συνοπτικά, καταρχάς, η βάση αυτής της πυραμίδας είναι η ασφάλεια αυτών των προϊόντων, η δεύτερη είναι η διατροφική αξία και τρίτον, πρέπει να υπάρχει η υπηρεσία για την ικανοποίηση των καταναλωτών μακροπρόθεσμα. Μερικές από τις σημαντικότερες πτυχές ποιότητας είναι η ποιότητα του περιεχομένου και η φυσικοχημική κατάσταση, η ποιότητα της υγιεινής (βακτηριολογικά και κυτταρολογικά χαρακτηριστικά, η απουσία παθογόνων και άλλων προσμείξεων), η αισθητική ποιότητα, η διατροφική ποιότητα και η τεχνολογική ποιότητα (ικανότητα επεξεργασίας) (Voors & D'Haese, 2010).

1.5 Η ποιότητα της πρώτης ύλης των γαλακτοκομικών προϊόντων

Εάν ο παραγωγός γάλακτος πρέπει να καθορίσει την ποιότητα, μπορεί να την ορίσει ως καλή απόδοση του κοπαδιού του με αποτέλεσμα την υψηλή απόδοση και το υψηλό ποσοστό λίπους ή / και πρωτεΐνης ίσως σε συνδυασμό με τον χαμηλό αριθμό κυττάρων κλπ (Sekovska, 2011).

Στη γαλακτοκομική βιομηχανία τα κύρια χαρακτηριστικά της ποιότητας είναι η βέλτιστη υγιεινή, η ανώτερη οξειδωτική σταθερότητα και οι καλές ιδιότητες παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, καθώς αυτά τα χαρακτηριστικά εξασφαλίζουν την παραγωγή πολύτιμων γαλακτοκομικών προϊόντων. Τέλος, ο καταναλωτής θεωρεί ότι η ασφάλεια, το καλό γούστο, η λογική τιμή και η υγιεινή είναι από τα κύρια χαρακτηριστικά ποιότητας (Hahlani & Garwi, 2014).

Τα χαρακτηριστικά ποιότητας για τις πρώτες ύλες των γαλακτοκομικών προϊόντων που απαιτούνται από τους πελάτες / καταναλωτές είναι η κύρια κινητήρια δύναμη της σημερινής καινοτομίας, γι 'αυτό και η βιομηχανία τροφίμων, συμπεριλαμβανομένης της γαλακτοκομικής βιομηχανίας, έχει προσεγγίσει την ανάπτυξη προϊόντων. Οι

απαιτήσεις των πελατών / καταναλωτών αυξάνονται συνεχώς ως συνέπεια των μεταβολών στους κοινωνικοοικονομικούς παράγοντες, της περαιτέρω εκπαίδευσης, των έτοιμων και εκτεθειμένων πληροφοριών κλπ (Pantoja, et al. 2009).

Η έννοια της ποιότητας των πρώτων υλών των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι επομένως μια δυναμική οντότητα που θα περιλαμβάνει συνεχώς νέα χαρακτηριστικά ποιότητας επιπλέον των αυτά που ήδη ζητούσε ο σύγχρονος καταναλωτής. Συνεπώς, υπάρχει συνεχής ανάγκη για δράση των παραγόντων της αλυσίδας γάλακτος που παραδίδουν τα προϊόντα στους πελάτες / καταναλωτές (Swai & Schoonman, 2011).

Επιπλέον, η επιστημονική κοινότητα πρέπει να υποστηρίξει με τις απαραίτητες γνώσεις και εργαλεία, εάν η προμήθεια γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ευρώπη θα είναι επίσης οικονομικά εφικτή στο μέλλον. Η επιστημονική κοινότητα που έχει σημασία για τη βιομηχανία γεωργικών προϊόντων και τροφίμων σε πολλές βιομηχανικές χώρες οργανώνεται σε ξεχωριστά εφαρμοσμένα επιστημονικά θέματα όπως η επιστήμη των ζώων / φυτών, η επιστήμη και η τεχνολογία των τροφίμων κλπ. Συνεπώς, αντιπροσωπεύουν μια προσέγγιση «από το αγρόκτημα στο τραπέζι», η οποία αναπτύχθηκε ιστορικά για να υποστηρίξει σπάνιες κοινωνίες σχετικά με τα τρόφιμα ή τις οικονομίες που καθοδηγούνται αποκλειστικά από την παραγωγή (Nada, et al. 2012).

Σε πολιτικό επίπεδο, έχει αναγνωριστεί η προσέγγιση της αυριανής παραγωγής τροφίμων στην Ευρώπη για περισσότερο από μια δεκαετία. Κατά συνέπεια, τα όργανα χρηματοδότησης εντός της ΕΕ κατά τη διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας έχουν συνεχώς δρομολογήσει ερευνητικά προγράμματα εντός της περιοχής γεωργίας / τροφίμων, τα οποία βασίζονται σε παραγωγή τροφίμων με γνώμονα τον πελάτη / καταναλωτή, έχοντας υπόψη την απαραίτητη αλλαγή την επιστημονική κοινότητα που έχει σημασία για τη βιομηχανία γεωργικών προϊόντων και τροφίμων (Dalmasso, et al. 2011).

Παρ 'όλα αυτά, η αναμενόμενη αλλαγή της επιστημονικής κοινότητας που έχει σημασία για τη βιομηχανία γεωργικών προϊόντων και τροφίμων όπου άρχισε να γίνεται αργά μόνο κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου. Συνεπώς, η επιστημονική κοινότητα που προορίζεται να υποστηρίξει τη σύγχρονη παραγωγή νωπού γάλακτος

απέχει ακόμη πολύ από την πλήρη ανάπτυξή της για να εκπληρώσει τις απαιτήσεις για να εδραιωθεί η βάση που εξασφαλίζει ότι η παραγωγή γάλακτος στην Ευρώπη είναι επίσης οικονομικά κερδοφόρα στο περιβάλλον πωλήσεων του αύριο που βασίζεται στον πελάτη. Εάν η επιστημονική κοινότητα που υποστηρίζει μια οικονομικά κερδοφόρα παραγωγή γάλακτος στο βιομηχανικό τμήμα του κόσμου πρέπει να είναι πλήρως λειτουργική, πρέπει να πραγματοποιηθεί μια ταχεία αλλαγή (Gonçalves, et al. 2012).

Αυτό απαιτεί πολύ μεγαλύτερο διάλογο μεταξύ των επιστημονικών κλάδων που συνδυάζουν τους παραδοσιακούς φορείς με την επιστήμη των καταναλωτών, την κοινωνιολογία, την επιστήμη των υλικών, την ανθρώπινη διατροφή, τους βιολόγους συστημάτων κλπ. Επίσης απαιτεί έντονο πολυεπιστημονικό επίπεδο για την επίλυση προβλημάτων και τη δημιουργία δικτύων ή πλατφορμών που περιέχουν όλους τους κλάδους με έμφαση στην ανάπτυξη εργαλείων και λύσεων για μια οικονομικά κερδοφόρα παραγωγή γάλακτος που καθορίζεται από τις απαιτήσεις των πελατών / καταναλωτών (Restani, et al. 2009).

Ωστόσο, και άλλοι τομείς που δεν έχουν σχέση με την ποιότητα των πρώτων υλών των γαλακτοκομικών προϊόντων και δεν αναφέρονται, πρέπει να συμβάλουν σημαντικά στην επιτυχία της αυριανής γαλακτοκομικής παραγωγής. Αυτό περιλαμβάνει την βελτιωμένη αποτελεσματικότητα στην παραγωγή, π.χ. βελτιωμένη αντοχή στις ασθένειες, βέλτιστη γονιμότητα και αναπαραγωγή κ.λπ., μαζί με ιδιαίτερα εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες, έτσι ώστε οι αυξημένες ικανότητες και η εφαρμογή των αποκτούμενων γνώσεων και τεχνολογιών να εξασφαλίσουν την βέλτιστη ποιότητα (Ahmad, et al. 2012).

1.6 Η ποιότητα στη μεταποίηση των γαλακτοκομικών προϊόντων

Η μεταποίηση των γαλακτοκομικών προϊόντων περιλαμβάνει την μετατροπή του νωπού γάλακτος σε μια σειρά από γαλακτοκομικά προϊόντα όπως βούτυρο, γιαούρτι και γάλα που έχει υποστεί ζύμωση, τυριά, σκόνες ξηρού γάλακτος, προϊόντα ξηρού ορρού γάλακτος, παγωτά και κατεψυγμένα επιδόρπια. Μια επιτυχημένη επιχείρηση

γαλακτοκομικών προϊόντων πρέπει να μεταποιεί σε ασφαλές περιβάλλον το γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα. Είναι επιτακτική η μεγιστοποίηση της ικανοποίησης των πελατών, η ελαχιστοποίηση της απώλειας προϊόντος και η συμμόρφωση με τους κώδικες υγιεινής. Η ποιότητα του γαλακτοκομικού προϊόντος εξισώνει την επιβίωση και την ανάπτυξη της επιχείρησης (Stefanakis, et al. 2007).

Παράγοντες όπως οι πρακτικές παρασκευής, η καθαριότητα, τα υγειονομικά πρότυπα, η προσωπική υγιεινή και οι εργασιακές συνήθειες των εργαζομένων και των επισκεπτών, έχουν καθοριστική σημασία για τον έλεγχο της ποιότητας, της ασφάλειας των προϊόντων, της προσωπικής ασφάλειας και της χρηματοοικονομικής ακεραιότητας (Volanis, et al. 2007).

Το σύστημα HACCP εξασφαλίζει ποιότητα και στην μεταποίηση των προϊόντων και συγκεκριμένα των γαλακτοκομικών προϊόντων όπου είναι χρήσιμο για την ασφαλή κατασκευή ενός προϊόντος. Ο καθορισμός κρίσιμων σημείων ελέγχου (CCP) βοηθά στην εξάλειψη ή στον έλεγχο των επικίνδυνων μικροοργανισμών ή των τοξινών τους σε οποιοδήποτε σημείο κατά τη διάρκεια ολόκληρης της σειράς παραγωγής. Το HACCP είναι ένα εργαλείο διαχείρισης που παρέχει μια δομημένη και επιστημονική προσέγγιση για τον έλεγχο των αναγνωρισμένων κινδύνων (Volanis, et al. 2007).

Η έννοια HACCP επιτρέπει σε εκείνους που λειτουργούν ρυθμίζουν βάσει ενός σχεδίου HACCP να προχωρήσουν σε μια προληπτική προσέγγιση, όπου εντοπίζονται και ελέγχονται πιθανοί κίνδυνοι στην μεταποίηση των γαλακτοκομικών προϊόντων στο περιβάλλον κατασκευής που είναι η πρόληψη της αποτυχίας του προϊόντος. Παρακάτω παρουσιάζονται οι επτά αρχές του HACCP που πρέπει να συμπεριληφθούν σε ένα σχέδιο HACCP και στην συγκεκριμένη περίπτωση στη μεταποίηση των γαλακτοκομικών προϊόντων μιας βιομηχανίας (Voors & D’Haese, 2010) :

- Διεξαγωγή ανάλυσης κινδύνου.

- Προσδιορισμός των κρίσιμων σημείων ελέγχου (CCP).

- Καθιέρωση κρίσιμων ορίων (CLs).
- Καθιέρωση διαδικασιών παρακολούθησης.
- Καθιέρωση διορθωτικών ενεργειών.
- Καθιέρωση διαδικασιών επαλήθευσης.
- Καθιέρωση διαδικασιών τήρησης αρχείων και τεκμηρίωσης.

1.7 Οι παράγοντες που καθορίζουν την ποιότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων

Ένας κινητήριος παράγοντας της μεταβλητότητας της γαλακτοκομικής βιομηχανίας είναι ότι δεν είναι εγγυημένη η ποσότητα και η ποιότητα του γάλακτος που παράγεται με την πάροδο του χρόνου. Εξαρτάται πάρα πολύ από παράγοντες που οι αγρότες δεν μπορούν να ελέγξουν, αν και γίνεται προσπάθεια από αυτούς (Sekovska, 2011).

Οι βιομηχανίες και οι κυβερνητικές υπηρεσίες προσπαθούν να βρουν το καλύτερο δυνατό για να προβλέψουν με ακρίβεια την παραγωγή γάλακτος και όλοι ελπίζουν ότι το γάλα θα είναι εξαιρετικής ποιότητας. Η ποσότητα του γάλακτος που παράγει η αγελάδα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το περιβάλλον στο οποίο βρίσκεται. Πρόκειται για την άνεση όπου όσο πιο άνετη είναι η αγελάδα, τόσο περισσότερο γάλα παράγει (Hahlani & Garwi, 2014).

Οι περιβαλλοντικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τα εξής (Pantoja, et al. 2009) :

- Καιρός, κλίμα και γεωγραφία : Τα ήπια κλίματα με τις ήπιες εποχές δίνουν λιγότερη πίεση στις αγελάδες από τα κλίματα με πιο ακραίες καιρικές συνθήκες. Η γεωγραφία συνδέεται στενά με τον καιρό και το κλίμα. Για παράδειγμα, οι αγελάδες τείνουν να είναι πιο παραγωγικές λόγω της θερμότητας σε κάποιες περιοχές απ ότι σε άλλες. Η θερμότητα και η υγρασία

είναι οι παράγοντες με τη μεγαλύτερη επίδραση. Εάν οι νυχτερινές θερμοκρασίες πέσουν, οι αγελάδες έχουν την ευκαιρία να κάνουν γάλα ακόμα και σε πιο ζεστές περιοχές.

- Ζωοτροφές : Ο καιρός και το κλίμα μπορούν επίσης να επηρεάσουν την αφθονία και την ποιότητα των ζωοτροφών, γεγονός που μεταφράζεται στην ποσότητα και την ποιότητα του παραγόμενου γάλακτος. Οι τιμές και η διαθεσιμότητα των ζωοτροφών μπορούν να έχουν μεγάλο αντίκτυπο σε αυτό που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι αγρότες.

- Διαμονή : Όταν οι αγελάδες έχουν άνετα μέρη για ξεκούραση, χώρο για βόσκηση και αγρότες που εργάζονται για να διατηρούν τα πάντα καθαρά, είναι πιο παραγωγικές.

Η βιολογία και ο τρόπος με τον οποίο οι αγρότες αλληλεπιδρούν επηρεάζουν επίσης την παραγωγή γάλακτος.

Οι παράγοντες περιλαμβάνουν τα εξής (Swai & Schoonman, 2011) :

- Είδη : Οι διαφορετικές φυλές αγελάδων παράγουν φυσικά διαφορετικές ποσότητες (και ποιότητες) γάλακτος.

- Ηλικία : Οι νεότερες αγελάδες γενικά παράγουν περισσότερο γάλα από τις παλαιότερες. Οι αγρότες αντιμετωπίζουν συνεχώς την απόφαση να αφήσουν μια αγελάδα να δώσει γάλα σε σχέση με το πότε είναι οικονομικά καλύτερο να σφαγιάζεται το βόειο κρέας και να την αντικαταστήσει με μια νεαρή αγελάδα.

- Συχνότητα αρμέγματος : Οι αγρότες είναι πολύ ακριβείς σχετικά με το πόσο συχνά αρμέγουν τις αγελάδες τους. Η ποσότητα των αρμεγμάτων ανά ημέρα αυξάνει το κόστος εργασίας και του εξοπλισμού. Αλλά η μεγάλη αναμονή μεταξύ των αρμεγμάτων σημαίνει χαμηλή ποσότητα και ποιότητα.

- Υγεία : Οι άρρωστες αγελάδες παράγουν λιγότερο γάλα και φυσικά έχει χαμηλότερη ποιότητα σε σχέση με το κανονικό.

Η ποιότητα του γάλακτος μια αγελάδας επηρεάζει το κατά πόσο ένας γεωργός πληρώνεται για αυτό. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο οι αγρότες πηγαίνουν σε τόσες μεγάλες περιοχές για να εξασφαλίσουν την ποιότητα του γάλακτος. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την ποιότητα του γάλακτος που δίνει μια αγελάδα είναι οι εξής (Nada, et al. 2012) :

- Η υγεία των αγελάδων : Η υγεία των αγελάδων έχει τον μεγαλύτερο αντίκτυπο στην ποιότητα του γάλακτος που παράγει. Ακριβώς όπως οι άνθρωποι έτσι και οι αγελάδες μπορούν να αρρωστήσουν από ασθένειες όπως κρύο ή γρίπη. Είναι επίσης επιρρεπείς στον ερεθισμό ή τη φλεγμονή των μαστών τους εάν οι συνθήκες που επικρατούν στον στάβλο είναι κακές. Η έκθεση σε λάσπη και κοπριά μπορεί να εκθέσει το κοπάδι σε περισσότερα παθογόνα μικρόβια, αυξάνοντας τα περιστατικά μόλυνσης. Οι βροχερές εποχές μπορούν προφανώς να οδηγήσουν σε υψηλότερες μετρήσεις σωματικών κυττάρων.

- Μετρήσεις σωματικών κυττάρων : Αυτοί είναι οι καλύτεροι δείκτες για την υγεία των αγελάδων. Οι υψηλοί αριθμοί σωματικών κυττάρων στο γάλα δείχνουν αυξημένη παρουσία λευκών αιμοσφαιρίων, όπου είναι ένα μήνυμα ότι η αγελάδα αγωνίζεται για μια ασθένεια. Άλλοι τύποι σωματικών κυττάρων μπορούν να υποβαθμίσουν την περιεκτικότητα σε λίπος και πρωτεΐνες στο γάλα. Αυτό βλάπτει την ποιότητα του γάλακτος και μπορεί να οδηγήσει σε μικρότερη αμοιβή γι αυτό.

- Διατροφή : Ακριβώς όπως η δίαιτα της αγελάδας επηρεάζει την ποσότητα του γάλακτος που παράγει, επηρεάζει επίσης την ποιότητα της σύνθεσης. Όταν οι ζωοτροφές είναι άφθονες, οι γεωργοί έχουν περισσότερο χώρο για να προσαρμόσουν τις ζωοτροφές και να ενισχύσουν τα συστατικά του γάλακτος. Η καλύτερη σύνθεση της ζωοτροφής σημαίνει καλύτερη αμοιβή.

- Διαχείριση γάλακτος : Ένας άλλος παράγοντας που επηρεάζει την ποιότητα του γάλακτος είναι ο τρόπος με τον οποίο συντηρείται μόλις αρμεχθεί από την αγελάδα. Επειδή το γάλα είναι φυσικό προϊόν και μπορούν εύκολα να ευδοκιμήσουν τα βακτήρια, οι μετρήσεις βακτηρίων που λαμβάνονται κατά τη διάρκεια της επεξεργασίας μπορούν να δείξουν εάν το γάλα ελήφθη με καθαρό εξοπλισμό και ψύχθηκε γρήγορα. Όταν καθαρίζεται ο εξοπλισμός και όσο ταχύτερα το γάλα ψύχεται, τόσο μικρότερη θα είναι η μέτρηση των βακτηριδίων.

1.8 Τα μοντέλα κατανάλωσης παγκοσμίως

Τα ποσοστά κατανάλωσης γαλακτοκομικών προϊόντων ποικίλλουν σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι χώρες υψηλής κατανάλωσης καταναλώνουν περισσότερα από 150 κιλά κατά κεφαλήν ανά έτος και αυτές είναι η Αργεντινή, η Αρμενία, η Αυστραλία, η Κόστα Ρίκα, οι περισσότερες ευρωπαϊκές κομητείες, το Ισραήλ, η Κιργιζία, η Βόρεια Αμερική και το Πακιστάν (Dalmasso, et al. 2011).

Οι χώρες μεσαίας κατανάλωσης καταναλώνουν από 30 έως 150 κιλά κατά κεφαλή ανά έτος όπως είναι η Ινδία, το Ιράν, η Ιαπωνία, η Κένυα, το Μεξικό, η Μογγολία, η Νέα Ζηλανδία, η Βόρεια και η Νότια Αφρική, το μεγαλύτερο μέρος της Μέσης Ανατολής και το μεγαλύτερο μέρος της Λατινικής Αμερικής και της Καραϊβικής. Οι χώρες με χαμηλή κατανάλωση καταναλώνουν λιγότερο από 30 κιλά κατ 'έτος όπως είναι η Σενεγάλη, το μεγαλύτερο μέρος της Κεντρικής Αφρικής και το μεγαλύτερο μέρος της Ανατολικής και Νοτιοανατολικής Ασίας (Gonçalves, et al. 2012).

1.9 Η κατάσταση της αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων

Οι διεθνείς τιμές όλων των γαλακτοκομικών προϊόντων συνέχισαν να μειώνονται από την αρχή του 2013, ιδίως για την σκόνη αποβουτυρωμένου γάλακτος (SMP) και το πλήρες γάλα σε σκόνη (WMP). Ο βασικός παράγοντας ήταν η μείωση της ζήτησης από την κινεζική εισαγωγή, καθώς η ζήτηση για πλήρες γάλα σε σκόνη μειώθηκε κατά 34% από τα επίπεδα του 2014. Αυτή η μείωση της κινεζικής ζήτησης γαλακτοκομικών προϊόντων συνδέθηκε με τη συνεχή αύξηση της παραγωγής μεταξύ 2014 και 2015, στις βασικές εξαγωγικές αγορές, με αύξηση της συνολικής παραγωγής γάλακτος στην Αυστραλία (4%), στην Ευρωπαϊκή Ένωση (2%), στη Νέα Ζηλανδία (5%) και τις Ηνωμένες Πολιτείες (1%) (Grunert & Aachmann, 2016).

Η απαγόρευση των εισαγωγών από τη Ρωσική Ομοσπονδία εξακολουθεί να περιορίζει το εμπόριο γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι εισαγωγές τυριού της Ρωσίας μειώθηκαν κατά 62% μεταξύ 2013 και 2015, οι οποίες επηρέασαν κυρίως τις εξαγωγές από την Ευρωπαϊκή Ένωση, τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Αυστραλία. Αντίστροφα, η Λευκορωσία αύξησε σημαντικά τις εξαγωγές τυριών στη Ρωσική Ομοσπονδία, συμπληρώνοντας τη ζήτηση εκεί. Η απαγόρευση αναμένεται να συνεχιστεί μέχρι τις αρχές του 2017, με τις εισαγωγές τυριού να αναμένεται να αυξηθούν απότομα καθώς συνεχίζονται οι συναλλαγές, οι οποίες παρέχονται κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση και τις Ηνωμένες Πολιτείες, αν και σε χαμηλότερα επίπεδα από ότι πριν από την απαγόρευση (Marongiu & Cesaro, 2017).

Η παραγωγή στην Ωκεανία αντιμετωπίζει προκλήσεις, οι χαμηλές τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων οδήγησαν σε μείωση του συνολικού ζωικού κεφαλαίου γαλακτοπαραγωγής το οποίο μειώθηκε κατά 2,7% το 2015. Επιπλέον, η ξηρασία και οι δυσμενείς καιρικές συνθήκες είχαν περιορίσει την παραγωγή στα συστήματα βοσκής της Ωκεανίας το 2016, όπου αργότερα μείωσε την παραγωγή στη Νέα Ζηλανδία κατά 6,8% και σταμάτησε την ανάπτυξη στην Αυστραλία. Τα προηγούμενα καλά περιθώρια σε συνδυασμό με την κατάργηση της γαλακτοκομικής ποσόστωσης της ΕΕ από τον Απρίλιο του 2015 προήγαγαν αύξηση της συνολικής παραγωγής γάλακτος στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Barjolle, 2016).

Η αύξηση αυτή, ωστόσο, ήταν άνιση σε όλα τα κράτη μέλη. Για παράδειγμα, οι παραδόσεις γάλακτος από την περίοδο 2014-2015 (Απρίλιος-Μάρτιος) αυξήθηκαν κατά 18,5% στην Ιρλανδία, 3,7% στη Γερμανία, 2,9% στο Ηνωμένο Βασίλειο και 11,9% στην Ολλανδία. Με αυξημένη παραγωγή γάλακτος και περιορισμένη ανάπτυξη στην εγχώρια κατανάλωση, οι εξαγωγές της ΕΕ για όλα τα βασικά γαλακτοκομικά προϊόντα στο σύνολό τους αναμένεται να αυξηθούν κατά 58,5% μεταξύ των ετών αναφοράς 2013-15 και του 2025 (Marongiu & Cesaro, 2017).

1.10 Τα στατιστικά στοιχεία των γαλακτοκομικών προϊόντων

Η κατά κεφαλήν ζήτηση για τα γαλακτοκομικά προϊόντα στις αναπτυσσόμενες χώρες αναμένεται να αυξηθεί σταθερά μεσοπρόθεσμα, υποστηριζόμενη από την αύξηση των εισοδημάτων και τη μείωση των τιμών των γαλακτοκομικών προϊόντων σε σχέση με το ανώτατο όριο του 2013. Όπως παρατηρήθηκε τα προηγούμενα χρόνια, παρατηρείται συνεχής μετατόπιση των διατροφικών προτύπων προς τα ζωικά προϊόντα, λόγω των αλλαγών στη διατροφή των ανθρώπων (Hahlani & Garwi, 2014).

Σε πολλές αγορές της Μέσης Ανατολής και της Ασίας, συμπεριλαμβανομένης της Σαουδικής Αραβίας, της Αιγύπτου, του Ιράν και της Ινδονησίας, αναμένεται έντονη αύξηση της κατανάλωσης, με την κατά κεφαλήν κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων στις αναπτυσσόμενες χώρες να αυξάνεται μεταξύ 0,8% και 1,7% ετησίως. Επιπλέον, η κατά κεφαλήν κατανάλωση στον ανεπτυγμένο κόσμο αναμένεται να αυξηθεί μεταξύ 0,5% για τα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα και 1,1% για σκόνη αποβουτυρωμένου γάλακτος (Pantoja, et al. 2009).

Η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος προβλέπεται να αυξηθεί κατά 177 Mt (23%) έως το 2025, που αντιστοιχεί σε μέσο ρυθμό ανάπτυξης 1,8% (τον χρόνο) που είναι κάτω από το 2,0% (τον χρόνο) την τελευταία δεκαετία. Το μεγαλύτερο μέρος αυτής της αύξησης (73%) αναμένεται να προέλθει από αναπτυσσόμενες χώρες, ιδίως από την Ινδία και το Πακιστάν. Αυτή η επέκταση της παραγωγής είναι σε μεγάλο βαθμό στα νωπά γαλακτοκομικά προϊόντα, τα οποία θα αυξηθούν στο 2,9% (τον χρόνο) στις

αναπτυσσόμενες χώρες και θα προμηθεύουν κατά κύριο λόγο τις εγχώριες αγορές. Σε παγκόσμιο επίπεδο, η παραγωγή των βασικών γαλακτοκομικών προϊόντων (βούτυρο, τυρί, γάλα και κασέρι) αυξάνεται με παρόμοιο ρυθμό με την παραγωγή γάλακτος, αν και πιο αργή από την παραγωγή νωπών γαλακτοκομικών προϊόντων (Swai & Schoonman, 2011).

Ως αποτέλεσμα αυτών των παραγόντων ζήτησης και προσφοράς, οι ονομαστικές τιμές όλων των γαλακτοκομικών προϊόντων αναμένεται να αυξηθούν μεσοπρόθεσμα, μαζί με τις πραγματικές τιμές των σκονών γάλακτος που ανακάμπτουν από τα σημερινά χαμηλά επίπεδα. Οι πραγματικές τιμές του βουτύρου και του τυριού αναμένεται να μειωθούν ελαφρώς κατά την επόμενη δεκαετία, αν και αυτό οφείλεται σε συγκριτικά υψηλότερο βασικό επίπεδο από ότι για τις σκόνες γάλακτος (Nada, et al. 2012).

Η ενίσχυση τόσο του αμερικανικού δολαρίου όσο και του ευρώ θα ασκήσει πίεση στην αύξηση των εξαγωγών από τις Ηνωμένες Πολιτείες και την Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς θα γίνουν λιγότερο ανταγωνιστικές στην παγκόσμια αγορά. Αντιστρόφως, οι εξαγωγείς στην Αργεντινή, την Αυστραλία και τη Νέα Ζηλανδία αναμένεται να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί στην παγκόσμια αγορά λόγω των σχετικά ασθενέστερων νομισμάτων (Dalmasso, et al. 2011).

Η συνεχιζόμενη αύξηση των εξαγωγών αναμένεται κατά την επόμενη δεκαετία. Με τις χαμηλές τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων να αποτελούν εμπόδιο στην είσοδο στην αγορά για τους μη παραδοσιακούς εξαγωγείς, η αύξηση των εξαγωγών θα συνεχίσει να ικανοποιείται από μια μικρή συγκέντρωση βασικών εξαγωγέων. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θα είναι ο βασικός εξαγωγέας των γαλακτοκομικών προϊόντων, ενώ η Νέα Ζηλανδία θα είναι ο πρώτος εξαγωγέας βουτύρου και πλήρες γάλακτος σε σκόνη (Nada, et al. 2012).

Η παγκόσμια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων είναι επιρρεπής σε διαταραχές λόγω της μεταβλητότητας των καιρικών συνθηκών, των αλλαγών στην πολιτική και του ανοίγματος ή του κλεισίματος του εμπορίου σε βασικές χώρες. Πολλές από τις εξελίξεις στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων θα προκύψουν από τη ζήτηση

εισαγωγών στην Κίνα και από το πόσο γρήγορα θα αντιδράσουν οι παραγωγοί σε χαμηλότερες τιμές. Η κατάσταση προβλέπει την ενίσχυση της ζήτησης από τις αναπτυσσόμενες χώρες και υποθέτει ότι, ενώ η Κίνα δεν επαναλαμβάνει την εισαγωγή γάλακτος και βουτύρου στα επίπεδα του 2014, αντί να εξυπηρετεί μεγάλο μέρος της ζήτησης εσωτερικά, οι εισαγωγές των γαλακτοκομικών προϊόντων και του τυριού θα αυξηθούν κατά την περίοδο των προβλέψεων (Hahlani & Garwi, 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

2.1 Η επισκόπηση της γαλακτοβιομηχανίας

Η παγκόσμια γαλακτοκομική βιομηχανία έχει εξεταστεί εδώ και πολλά χρόνια. Τα περισσότερα έθνη έχουν εξιδανικεύσει το γάλα των ζώων, ως θεμελιώδες κατασκεύασμα για τη διατροφή των παιδιών. Πράγματι, το γάλα είναι ένα εξαιρετικά πολύπλοκο και θρεπτικό φαγητό που περιλαμβάνει τα περισσότερα από τα θρεπτικά συστατικά που είναι γνωστά ως απαραίτητα για την υγεία και την ανάπτυξη των παιδιών. Για παράδειγμα, η ζάχαρη γάλακτος, η λακτόζη, είναι γνωστή για την επίδρασή της στην ανάπτυξη του εγκεφάλου. Ως "τρόφιμα της μητρικής φύσης", το γάλα υπερτιμάται για πολλά από τα συστατικά του (Marongiu & Cesaro, 2017).

Στα πιο εύπορα μέρη του κόσμου, οι προμήθειες συστατικών και πρωτεϊνών είναι τα πιο επιθυμητά στοιχεία του γάλακτος, αλλά σε πολλές οικονομικά υποβαθμισμένες περιοχές του κόσμου, η ενέργεια που παρέχεται από το λίπος του γάλακτος παραμένει η πιο πολύτιμη συνιστώσα του. Λόγω της καθολικότητας του γάλακτος στις διατροφές των παιδιών, το γάλα έχει επιλεγεί ως φορέας για τις συμπληρωματικές βιταμίνες A και D, όπου αυτές είναι γενικά ανεπαρκείς στη διατροφή των παιδιών (Barjolle & Philippe, 2012).

Δυστυχώς, σε ορισμένα εύπορα κράτη, το γάλα παραβλέπεται από γονείς που δεν ενθαρρύνουν την πρόσληψη γάλακτος στα παιδιά τους. Κατά συνέπεια, λόγω της αδυναμίας κατανάλωσης επαρκούς ποσότητας βιταμίνης D, αυτά τα έθνη γίνονται μάρτυρες επανεμφάνισης πολλών ασθενειών στα παιδιά. Έχοντας κάνει το θέμα της χρησιμότητας του γάλακτος στα παιδιά, υπάρχει το θέμα της αλλεργίας στο γάλα, συχνά με τη μορφή δυσανεξίας στη λακτόζη, που αποδίδεται σε ορισμένες γενετικές καταβολές ανθρώπων. Γενικά, τέτοια προβλήματα δεν είναι εμφανή στη πορεία της

ζωής, όταν η κατανάλωση γάλακτος έχει διαγραφεί από τη διατροφή για μεγάλο χρονικό διάστημα (Moschini, et al. 2008).

Έτσι, η δυσανεξία στη λακτόζη δεν γίνεται πλέον αντιληπτή μοναδικά ως γενετική προδιάθεση, αλλά ως αποτέλεσμα των αλληλεπιδράσεων μεταξύ της γενετικής των λαών και των διατροφικών και πολιτισμικών συνηθειών τους. Υπάρχουν στρατηγικές αντιμετώπισης αυτών των προβλημάτων για τους περισσότερους ανθρώπους. Επί του παρόντος, στις ανεπτυγμένες χώρες, υπάρχει ένα κίνημα για την υπεράσπιση των καταναλωτών που απαιτεί την επισήμανση των τροφίμων με γνωστά αλλεργιογόνα. Η γαλακτοκομική βιομηχανία φαίνεται να είναι διατεθειμένη να το πράξει εάν η πολιτική έχει θεσπιστεί για όλα τα τρόφιμα (Jena & Grote, 2010).

Στο τέλος, το γάλα εξακολουθεί να αναζητείται από τις περισσότερες κοινωνίες για την αξία των τροφίμων ως υγρό προϊόν ή ως παραγόμενο προϊόν όπως το τυρί. Η ανάπτυξη των πηγών γάλακτος είναι γενικά πολύ υψηλή στην ατζέντα των περισσότερων εθνών. Οι εύπορες χώρες έχουν το πλεονέκτημα του άφθονου γάλακτος, ώστε να επικεντρωθούν στα χαρακτηριστικά ασφάλειας και διατροφής του γάλακτος, καθώς και στις μεθόδους εμπορίας, προκειμένου να διασφαλίσουν τη διαρκή προμήθεια προϊόντων που προσφέρονται σε λογικές τιμές (Marongiu & Cesaro, 2017).

Πολλά είδη θηλαστικών διαχειρίζονται για την ικανότητά τους να προμηθεύουν γάλα. Ενώ η γαλακτοπαραγωγός αγελάδα είναι ο βασικός προμηθευτής γάλακτος, η γαλακτοπαραγωγή είναι παγκοσμίως γνωστή ως προμηθευτής γάλακτος για τον άνθρωπο. Στις τροπικές περιοχές του κόσμου, το γάλα από βουβάλια αυξάνεται επειδή προσαρμόζεται στις τοπικές προμήθειες ζωοτροφών, τη διαχείριση και τις κλιματικές συνθήκες. Μερικές φορές, τα θηλυκά άλλων ειδών, όπως τα πρόβατα και τα κατσίκια, αποτιμώνται ως πηγές γάλακτος λόγω ειδικών χαρακτηριστικών γεύσης ή υφής τυριών και άλλων παραγόμενων προϊόντων (Barjolle, 2015).

Όταν η ψύξη δεν διευθετείται εύκολα κατά την εμπορία ή την αποθήκευση γάλακτος σε σπίτι, η ποιότητά της είναι βραχύβια. Εάν δεν καταναλωθεί γρήγορα μετά τη συλλογή, η μετατροπή του γάλακτος σε ένα προϊόν που έχει υποστεί ζύμωση ή μεταποίηση επεκτείνει τη χρησιμότητα του γάλακτος σε τέτοιες περιπτώσεις. Η

ανάγκη για μια "ψυχρή αλυσίδα" για τη διατήρηση της ποιότητας και της ακεραιότητας των γαλακτοκομικών προϊόντων εξηγεί γιατί το μεγαλύτερο μέρος του γάλακτος που παράγεται στον κόσμο καταναλώνεται σε τοπικό επίπεδο (Barjolle, 2016).

Το διεθνές εμπόριο γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων παραμένει ένα μικρό κλάσμα (λιγότερο από 5%) της παγκόσμιας παραγωγής γάλακτος. Από αυτή την απεικόνιση του γάλακτος και των αρετών του, είναι ασφαλές να πούμε ότι η γαλακτοκομική βιομηχανία του κόσμου είναι τεράστια και πολύ σημαντική για μια ποιοτική διατροφή για όλους τους ανθρώπους όλων των ηλικιών. Συγκεκριμένα, οι πολύ νέοι και οι πολύ ηλικιωμένοι είναι οι άνθρωποι που επηρεάζονται περισσότερο από την ανάγκη για ασβέστιο και άλλα συστατικά του γάλακτος (Belletti & Marescotti, 2011).

2.2 Η ελληνική γαλακτοκομική βιομηχανία σήμερα

Η ελληνική γαλακτοβιομηχανία είναι μία από τις σημαντικότερες και αναπτυγμένες βιομηχανίες. Αποτελεί περίπου το 7% της συνολικής βιομηχανίας τροφίμων, με ποσοστό περίπου 32% του κύκλου εργασιών της βιομηχανίας τροφίμων. Συνολικά, υπάρχουν 893 βιομηχανίες που παράγουν γάλα, γιαούρτι, τυρί, παγωτό και σοκολάτες. Είναι ενδεικτικό της υψηλής γαλακτοκομικής παραγωγής, ότι το τοπικό γάλα που παράγεται στην Ελλάδα δεν επαρκεί για την κάλυψη της τοπικής παραγωγής, με αποτέλεσμα την εισαγωγή γάλακτος από άλλες χώρες.

Οι περισσότερες από τις μεγάλες εταιρείες παράγουν παράλληλα γάλα, γιαούρτι και διάφορα τυριά, αλλά υπάρχουν και πολλές μικρότερες εταιρείες που παράγουν μεμονωμένα προϊόντα. Πρόκειται κυρίως για τοπικούς παραγωγούς τυριού, που παράγουν τυριά με προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ). Η Ελλάδα έχει 20 τυριά ΠΟΠ, με τα πιο γνωστά να είναι η φέτα, το κασέρι, η γραβιέρα και το μετσοβόνη. Το γάλα και το τυρί αντιπροσωπεύουν περίπου το 60% της γαλακτοκομικής παραγωγής.

Η γαλακτοβιομηχανία είναι σχεδόν εξίσου διανεμημένη εντός της Ελλάδας. Οι μεγαλύτερες εταιρείες όμως βρίσκονται στην Αττική, τη Μακεδονία και τη Θεσσαλία. Αυτές είναι εταιρείες που παράγουν σχεδόν όλα τα γαλακτοκομικά προϊόντα, γι 'αυτό έχουν τον μεγαλύτερο κύκλο εργασιών.

2.3 Οι συγκεκριμένες ενέργειες που πρέπει να γίνουν στον τομέα της γαλακτοκομίας

Σύμφωνα με τις πρόσφατες στρατηγικές για την ασφάλεια των τροφίμων, απαιτούνται οι ακόλουθες τομεακές δράσεις (Barjolle, et al. 2011) :

- Επενδυτική στρατηγική σε επίπεδο βιομηχανίας για την αντιμετώπιση των συνεπειών της επέκτασης των ποσοστώσεων στην ικανότητα μεταποίησης, καθώς και για τη διευκόλυνση της έρευνας και ανάπτυξης των νέων προϊόντων.

- Ο τομέας των γαλακτοκομικών προϊόντων πρέπει να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα, την κλίμακα και την αποδοτικότητα του κόστους μέσω του εξορθολογισμού και της συνεργασίας μεταξύ των κατεστημένων επιχειρήσεων και των συνεργατών. Ο στόχος πρέπει να είναι η επίτευξη μιας νέας διαμόρφωσης στο επίπεδο επεξεργασίας των γαλακτοκομικών προϊόντων, που να ταιριάζει με τις δομές που υπάρχουν ήδη στις κυριότερες ανταγωνιστικές χώρες, όπως η Δανία, η Ολλανδία και η Νέα Ζηλανδία.

- Οι ελληνικές εταιρείες πρέπει να διαφοροποιήσουν το μείγμα γαλακτοκομικών προϊόντων και να αυξήσουν την παραγωγή προϊόντων υψηλότερης αξίας όπως το γιαούρτι. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτούνται συνεχείς επενδύσεις στην έρευνα και την ανάπτυξη. Κύριος στόχος της στρατηγικής αυτής για τη μετατροπή της ελληνικής βιομηχανίας, είναι η ανάπτυξη νέων και καινοτόμων προϊόντων υψηλής ποιότητας που ενισχύουν την υγεία μέσω της εφαρμογής της επιστήμης, της τεχνολογίας και της καινοτομίας.

- Απαιτείται νέα επένδυση σε εγκαταστάσεις αρμέγματος σε επίπεδο γεωργικών εκμεταλλεύσεων προκειμένου να επιτευχθεί υψηλό επίπεδο αποτελεσματικότητας στην παραγωγή αυξανόμενων επιπέδων παραγωγής γάλακτος. Επιπλέον, οι γαλακτοπαραγωγοί θα βοηθηθούν για τον εντοπισμό και τη διασφάλιση της μείωσης του κόστους μέσω της καλύτερης διαχείρισης των βοσκοτόπων, της καλύτερης αναπαραγωγής και του αυξημένου επιχειρηματικού προσανατολισμού. Ο στόχος πρέπει να είναι η επίτευξη αποδοτικότητας και κλίμακας σε επίπεδο παραγωγής που να επιτρέπει στους γαλακτοπαραγωγούς να παράγουν γάλα ανταγωνιστικά.

- Θα είναι επίσης σημαντικό να αυξηθεί περαιτέρω το επίπεδο ποιότητας και ασφάλειας των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων. Αυτό θα περιλαμβάνει την παραγωγή γάλακτος υψηλής ποιότητας σε επίπεδο εκμετάλλευσης μέσω της επίτευξης χαμηλού αριθμού βακτηρίων, ελάχιστων υπολειμμάτων και υψηλών δυνατοτήτων επεξεργασίας. Η πρόοδος στον τομέα αυτό μπορεί να διευκολυνθεί περαιτέρω από τις δραστηριότητες κάθε γαλακτοβιομηχανίας όσον αφορά τη βελτίωση της υγειονομικής κατάστασης του εθνικού πληθυσμού γαλακτοπαραγωγικών αγελάδων.

- Πρέπει να αντιμετωπιστεί επειγόντως η σημαντική πρόκληση του συνδυασμού της δυνητικής ανάπτυξης με την ανάγκη ελέγχου και μείωσης των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου. Η έρευνα της Teagasc δείχνει ότι υπάρχει πεδίο εφαρμογής για την Ελλάδα να επιτύχει ενδεχόμενες μειώσεις εκπομπών αερίων με στόχο την παράλληλη διατήρηση ή αύξηση της συνολικής παραγωγής γάλακτος.

2.4 Η ανάλυση PEST της γαλακτοβιομηχανίας

Η εσωτερική ανάλυση προσδιορίζει τα πλεονεκτήματα και τις αδυναμίες του ελληνικού τομέα γαλακτοκομικών προϊόντων προκειμένου να συμβάλει στην καλύτερη κατανόηση της τρέχουσας κατάστασής του πριν από την κατάρτιση ενός τομεακού σχεδίου δράσης.

Τα δυνατά σημεία του τομέα γαλακτοκομικών προϊόντων είναι τα εξής (Grunert & Aachmann, 2016) :

- Μεγάλη και επιτυχημένη παράδοση της παραγωγής γάλακτος.
- Άμεση πρόσβαση στην αγορά της ΕΕ.
- Ο παραγωγός γάλακτος με στόχο το χαμηλό κόστος και τη συνεχιζόμενη τάση αύξησης της χρήσης μη κτηνοτροφικών σιτηρών και άλλων πηγών ζωοτροφών, αυτό θα μπορούσε να ενισχύσει περαιτέρω τα ελληνικά συστήματα παραγωγής διατροφής χαμηλού κόστους.
- Το σύστημα παραγωγής με βάση το χόρτο παρέχει επίσης εργαλεία μάρκετινγκ όσον αφορά την πράσινη εικόνα και τη φυσικότητα των παραγόμενων γαλακτοκομικών προϊόντων.
- Ορισμένες ελληνικές γαλακτοκομικές εταιρείες είναι σημαντικοί παράγοντες στην παγκόσμια σκηνή.

Οι αδυναμίες του τομέα γαλακτοκομικών προϊόντων είναι οι εξής (Grunert & Aachmann, 2016) :

- Η εποχικότητα της παραγωγής μειώνει την αξιοποίηση της παραγωγικής ικανότητας των εγκαταστάσεων αυξάνοντας τις κεφαλαιακές απαιτήσεις και περιορίζει το μείγμα προϊόντων.

- Η κακή σύνθεση προϊόντων με εξάρτηση από τα εμπορεύματα, όπως το βούτυρο και οι σκόνες γάλακτος.

- Η μεταποιητική βιομηχανία είναι κατακερματισμένη και οι μεταποιητές έχουν μικρότερη κλίμακα από τους κύριους διεθνείς ανταγωνιστές τους.

- Όπως και με τη μεταποίηση, η κλίμακα στο μάρκετινγκ είναι καλύτερη από τον μέσο όρο της ΕΕ, αλλά και κάτω από τους κύριους διεθνείς ανταγωνιστές της, γεγονός που οδηγεί σε μειονεκτήματα ως προς το κόστος.

- Τα επίπεδα του γάλακτος είναι κάτω από το μέσο όρο της ΕΕ, με επίπεδα λίπους και πρωτεΐνης 10% και 2% αντιστοίχως κάτω του μέσου όρου της ΕΕ.

- Ο ρυθμός αύξησης της κλίμακας της παραγωγής γάλακτος ήταν σημαντικά χαμηλότερος από εκείνον των κυριότερων ανταγωνιστών τα τελευταία 20 χρόνια.

- Το σύστημα εμπορίας ποσοστώσεων γάλακτος δεν καθοδηγείται από τον τομέα, με περιορισμούς, όπως ο περιορισμός των ποσοστώσεων.

Από την άλλη, η εξωτερική ανάλυση είναι ένα χρήσιμο στρατηγικό εργαλείο για την ανάλυση εξωγενών παραγόντων οι οποίοι, σε πολλές περιπτώσεις, είναι ανεξάρτητοι από τον ίδιο τον γαλακτοκομικό κλάδο (Grunert & Aachmann, 2016).

Πολιτικοί παράγοντες είναι οι κάτωθι:

- Έλεγχος της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής: Η συμφωνία για τον έλεγχο της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής επιβεβαίωσε τη δέσμευση για την κατάργηση

των ποσοστώσεων γάλακτος της ΕΕ το 2015, με συμφωνία επί των μέτρων για την προετοιμασία της γαλακτοκομικής βιομηχανίας της ΕΕ για το σενάριο αυτό. Αυτό επικεντρώθηκε κατά κύριο λόγο σε μια απόφαση για τη χορήγηση πέντε ποσοστιαίων αυξήσεων ποσοστώσεων γάλακτος κατά 1% από το 2009 έως το 2013, σε συνδυασμό με τη μεταβολή της προσαρμογής των λιπαρών ουσιών, με αποτέλεσμα την αύξηση των ποσοστώσεων κατά 2% το 2009. Όσον αφορά την αγορά, οι μηχανισμοί παρέμβασης για το βούτυρο και το γάλα το γάλα σε σκόνη αφέθηκε αμετάβλητο για τους πρώτους 30.000 τόνους βουτύρου και 109.000 τόνους γάλακτος, με την υποβολή προσφορών για επίπεδα πέραν αυτών των ορίων. Η ενίσχυση ιδιωτικής αποθεματοποίησης για το βούτυρο, με τη σημερινή του μορφή, διατηρήθηκε επίσης.

- Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ) : Ενώ αναγνωρίζονται τα οφέλη ενός πολυμερούς εμπορικού συστήματος και η άνοδος που θα μπορούσε να δοθεί στην παγκόσμια οικονομία από μια επιτυχημένη συμφωνία, οποιαδήποτε τέτοια συμφωνία πρέπει να είναι ισορροπημένη και πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα συμφέροντα της Ελλάδας. Για τον προσδιορισμό των επιπτώσεων της προτεινόμενης συμφωνίας του ΠΟΕ στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, μελετητές προέβησαν σε σύγκριση μεταξύ του σεναρίου αλλαγής πολιτικής και του σεναρίου συμφωνίας του ΠΟΕ. Η ανάλυση αυτή διαπίστωσε ότι οι τρέχουσες προτάσεις του ΠΟΕ θα εξακολουθούσαν να αφήνουν στην αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ επαρκή δασμολογική προστασία για να περιορίσουν οποιαδήποτε αύξηση των εισαγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων στην ΕΕ. Ωστόσο, οι προτάσεις θα έχουν κάποιο αντίκτυπο στις αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων της ΕΕ, δεδομένου ότι συνεπάγονται την πλήρη κατάργηση των επιστροφών κατά την εξαγωγή έως το 2013. Αυτό θα έχει επιπτώσεις στις αγορές γιαουρτιού της ΕΕ, καθώς η τιμή του είναι γενικά υψηλότερη από την παγκόσμια τιμή. Κατά συνέπεια, η έκθεση προβλέπει ότι μέχρι το 2020 θα υπάρξει μείωση κατά 2% τόσο της τιμής του γάλακτος στην ΕΕ όσο και της Ελλάδας σε σύγκριση με την ανάλυση της βασικής γραμμής.

- Η αναδιάρθρωση της δομής της γαλακτοβιομηχανίας : Σε σύγκριση με τον τομέα της γαλακτοβιομηχανίας των κυριότερων ανταγωνιστικών χωρών εξαγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων όπως η Δανία, η Ολλανδία και η Νέα Ζηλανδία, το τομέας των γαλακτοκομικών προϊόντων της Ελλάδας είναι κατακερματισμένος και περιλαμβάνει επεξεργαστές μικρότερης κλίμακας. Στην έκθεση για το ενημερωτικό δελτίο αναφέρεται ότι έξι εταιρείες επεξεργάστηκαν το 80% του γάλακτος της Ελλάδας το 2001 και από τότε δεν προέκυψε σημαντικός εξορθολογισμός. Επιπλέον, η εμπορία γαλακτοκομικών προϊόντων συνίσταται από μεγάλο αριθμό συνεργατών χαλαρά ευθυγραμμισμένων με μια κεντρική οργάνωση μάρκετινγκ. Αντίθετα, στη Νέα Ζηλανδία, μια χώρα με περίπου διπλάσιο γάλα από την Ελλάδα, ένας μοναδικός γαλακτοκομικός συνεταιρισμός συγκεντρώνει, επεξεργάζεται και εμπορεύεται το 95% της προσφοράς γάλακτος. Στην Ολλανδία κυριαρχούσε ένας τομέας με διπλό εφοδιασμό για το γάλα σε σχέση με αυτόν της Ελλάδας. Παλιότερα είχαν συμφωνήσει να συγχωνευθούν και το 2008, η ΕΕ ενέκρινε αυτή τη συγχώνευση.

Σε ορισμένα φόρουμ πρόσφατα και ενόψει της σημαντικής μείωσης των τιμών του γάλακτος το 2008 και το 2009, υπήρξαν απαιτήσεις για αυξημένη αποτελεσματικότητα κόστους και εξορθολογισμό στον τομέα της γαλακτοβιομηχανίας. Έχουν γίνει κλήσεις για την ανάπτυξη κεντρικών εγκαταστάσεων επεξεργασίας για την επίτευξη μεγαλύτερης οικονομικής απόδοσης κατά την επεξεργασία. Παρόλο που έχουν βελτιωθεί οι σχέσεις συνεργασίας μεταξύ των συνεργατών τα τελευταία χρόνια με την ανάπτυξη κοινών συμφωνιών επεξεργασίας, απαιτείται η περαιτέρω συνεργασία και ο εξορθολογισμός να αναπτύξουν σημαντική κλίμακα προκειμένου να μειωθεί το κόστος και να επιτευχθούν καλύτερες αποδόσεις στην αγορά. Επιπλέον, η εποχιακή καμπύλη παραγωγής μειώνει τη χρησιμοποίηση της παραγωγικής ικανότητας των μονάδων παραγωγής γάλακτος, αυξάνοντας έτσι τις κεφαλαιακές απαιτήσεις και περιορίζοντας το μείγμα προϊόντων. Οποιαδήποτε εξέλιξη στον τομέα της γαλακτοβιομηχανίας πρέπει να είναι σε θέση να καλύψει τις συνέπειες της επέκτασης της γαλακτοκομικής ποσόστωσης μετά τη συμφωνία για τον έλεγχο της υγείας της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής και την κατάργηση των ποσοστώσεων το 2015 (Grunert & Aachmann, 2016).

Παράλληλα, οι οικονομικοί παράγοντες είναι οι εξής:

- Γενικό οικονομικό κλίμα : Η αύξηση του πληθυσμού, η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου και η αλλαγή των τρόπων διατροφής, συνέβαλαν στην αύξηση της ζήτησης τροφίμων. Ωστόσο, μετά από μια περίοδο ρεκόρ των βασικών εμπορευμάτων, ιδίως για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και ορισμένα σιτηρά στα τέλη του 2007 και στις αρχές του 2008, οι τιμές μειώθηκαν σημαντικά καθώς η παγκόσμια οικονομία αντιμετωπίζει σημαντική κάμψη λόγω του συνδυασμού δυσμενών μακροοικονομικών παραγόντων. Παρά ταύτα, οι μεσοπρόθεσμες προοπτικές για τα αγροτικά προϊόντα στις παγκόσμιες αγορές είναι αρκετά καλές.

Κύριο λόγο των απαντήσεων στην παγκόσμια προσφορά και το γεγονός ότι μόνο περιορισμένη ποσότητα αγροτικών προϊόντων διακινούνται διεθνώς, καθιστά ολοένα και πιο διαδεδομένο το ζήτημα της αστάθειας των τιμών των βασικών προϊόντων. Στο πλαίσιο αυτού του φαινομένου, ο τομέας των γαλακτοκομικών προϊόντων και των δημητριακών, ειδικότερα, αντιμετωπίζει σήμερα μια πτώση των τιμών. Ωστόσο, οι αναλυτές πιστεύουν ότι οι μεσοπρόθεσμες και οι μακροπρόθεσμες προοπτικές για το γάλα εξακολουθούν να είναι πολύ καλές, καθώς η αύξηση της ζήτησης υπερβαίνει κατά πολύ την πιθανή αύξηση της προσφοράς από παραγωγούς χαμηλού κόστους. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τη γαλακτοβιομηχανία, καθώς η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου αντιπροσώπευε το 23% των πωλήσεων της ΕΕ το 2007 και είναι ο σημαντικότερος προορισμός για τις εξαγωγές τυριού στην ΕΕ (Grunert & Aachmann, 2016).

- Εδαφική έκταση (γη) : Η διαθεσιμότητα κατάλληλης γης σε βιώσιμες τιμές για την αύξηση της παραγωγής και την επίτευξη οικονομιών κλίμακας είναι ένα συνεχές θέμα για τους γαλακτοπαραγωγούς. Η απόκτηση επιπρόσθετης γης είναι ιδιαίτερα σημαντική για μια ομάδα γαλακτοπαραγωγών, καθώς ορισμένοι δεν είναι ιδιοκτήτες μιας συμπαγούς εκμετάλλευσης επαρκούς μεγέθους (μιας ανάγκης για την παραγωγή γάλακτος) που να επιτρέπει την επιθυμητή επέκταση της γαλακτοκομικής παραγωγής. Αν και εξακολουθεί να είναι οικονομικά αμφισβητήσιμο για τους αγρότες να αγοράσουν γη, η

συγκράτηση των τιμών της γης τους τελευταίους δώδεκα μήνες είναι προφανώς μια ευπρόσδεκτη εξέλιξη για όσους επιθυμούν να επεκταθούν.

Το κόστος της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι επίσης ένα σημαντικό ζήτημα για τους γαλακτοπαραγωγούς, σύμφωνα με εκθέσεις, το 58,2% των ειδικών γαλακτοπαραγωγών νοίκιασαν γη το 2007. Αυτό είναι σημαντικά υψηλότερο από το μέσο όρο για όλους τους αγρότες κατά 34,1%. Οι ειδικευμένοι γαλακτοπαραγωγοί αντιπροσώπευαν το 18,1% του συνόλου της γης που ενοικιάστηκε σε εθνικό επίπεδο το 2007 (Grunert & Aachmann, 2016).

Η σημασία της κλίμακας στην παραγωγή γάλακτος γίνεται ολοένα και πιο εμφανής ενόψει της αυξανόμενης έκθεσης στη μεταβλητότητα της παγκόσμιας αγοράς και της σταδιακής κατάργησης του καθεστώτος των ποσοστώσεων. Οι μεγαλύτερες γαλακτοπαραγωγικές εκμεταλλεύσεις θα είναι επομένως απαραίτητες για τη διατήρηση μιας βιώσιμης γαλακτοκομικής βιομηχανίας και η κυβερνητική πολιτική πρέπει να προωθήσει την αύξηση των γαλακτοκομικών εκμεταλλεύσεων ως μέσο για την επίτευξη αυξημένης οικονομικής ευημερίας. Ένα καλό παράδειγμα αυτής της προσέγγισης είναι η συνεχής ανάπτυξη των εταίρων παραγωγής γάλακτος που επιτρέπουν σε ορισμένους γαλακτοπαραγωγούς να έρθουν μαζί για να συγκεντρώσουν πόρους, συμπεριλαμβανομένων των ποσοστώσεων γάλακτος, δημιουργώντας έτσι οικονομίες κλίμακας. Άλλα οφέλη που συνδέονται με αυτές τις εταιρικές σχέσεις είναι η βελτίωση της απόδοσης της εκμετάλλευσης και η απελευθέρωση της εργασίας. Οι αλλαγές που έγιναν το 2008 στις συμπράξεις γαλακτοκομικών προϊόντων επιτρέπουν πλέον στους μη γαλακτοπαραγωγούς να συμμετάσχουν με τους γαλακτοπαραγωγούς για να δημιουργήσουν μια εταιρική σχέση γαλακτοκομικής παραγωγής, γεγονός που καθιστά πιο εύκολη την είσοδο στη γαλακτοπαραγωγή για μερικούς ανθρώπους. Επί του παρόντος, αυτές οι εταιρικές σχέσεις βρίσκονται σε μικρή ηλικία και ο αριθμός τους παραμένει μικρός. Ωστόσο, αυτές οι μορφές εναλλακτικών γεωργικών δομών έχουν γίνει κοινές και επιτυχείς σε άλλες χώρες, όπως η Γαλλία και η Νέα Ζηλανδία (Grunert & Aachmann, 2016).

Όσον αφορά τους κοινωνικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη γαλακτοβιομηχανία, αυτοί είναι οι εξής:

- Δημογραφικά στοιχεία : Σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Δομών Αγροτικών Οργανισμών το 2007, υπήρχαν 400 εξειδικευμένα γαλακτοκομικά αγροκτήματα στην Ελλάδα το 2007. Η έρευνα κατέδειξε επίσης ότι το 2007 λίγο περισσότερο από το 73% των εξειδικευμένων γαλακτοκομικών εκμεταλλεύσεων βρισκόταν στις βόρειες και κεντρικές περιφέρειες. Αυτό είναι σημαντικά υψηλότερο από το μέσο όρο του 46,8% για όλες τις εκμεταλλεύσεις. Το μέσο μέγεθος εκμετάλλευσης αυτών των γαλακτοκομικών εκμεταλλεύσεων είναι 48,7 στρέμματα, το οποίο είναι η δεύτερη μεγαλύτερη μέση έκταση ανά τύπο εκμετάλλευσης και είναι υψηλότερο από το μέσο όρο των 32,3 στρεμμάτων για όλα τα αγροκτήματα.

Το προφίλ ηλικίας των ειδικευμένων παραγωγών γαλακτοκομικών προϊόντων είναι το νεότερο από κάθε τύπο εκμετάλλευσης στην Ελλάδα. Το 8,2% των γαλακτοπαραγωγών είναι ηλικίας έως 35 ετών σε σύγκριση με 6,9% κατά μέσο όρο, ενώ το 13,9% είναι μεγαλύτερο ή ίσο με 65 ετών σε σύγκριση με 24,9% κατά μέσο όρο. Αυτή η δομή νεότερης ηλικίας αποτελεί πηγή αισιοδοξίας για τον κλάδο, καθώς αυξάνει τη δυνατότητα υιοθέτησης νέων τεχνολογιών σε αυτές τις εκμεταλλεύσεις. Εντούτοις, πρέπει να επισημανθεί η προσοχή καθώς το ποσοστό των νεαρών γαλακτοπαραγωγών μειώθηκε από τις έρευνες για τις γεωργικές κατασκευές του 2003 και του 2005, όταν το 2003 ήταν 13,2% των γαλακτοπαραγωγών ηλικίας κάτω των 35 ετών, όπου είναι πολύ πιο δύσκολο για τους ηλικιωμένους αγρότες να είναι ενεργοί γαλακτοπαραγωγοί (Grunert & Aachmann, 2016).

Επιπρόσθετα, οι τεχνολογικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη γαλακτοβιομηχανία είναι οι κάτωθι:

- Έρευνα και ανάπτυξη : Υπάρχει μακροχρόνια ανάγκη να αναπτυχθεί το μείγμα προϊόντων της βιομηχανίας, ιδιαίτερα δεδομένης της ανταγωνιστικής πίεσης που συνδέεται με τις πρόσφατες μειώσεις των τιμών των γαλακτοκομικών προϊόντων και τη συνεχιζόμενη απομάκρυνση των τιμών

στήριξης. Ο κλάδος πρέπει να εξαρτάται λιγότερο από τα προϊόντα των βασικών εμπορευμάτων με χαμηλό περιθώριο και να επικεντρώνεται περισσότερο στα προϊόντα υψηλότερης προστιθέμενης αξίας. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται συνεχής έρευνα και ανάπτυξη. Κύριος στόχος της στρατηγικής των ελληνικών βιομηχανιών είναι η ανάπτυξη νέων και καινοτόμων προϊόντων υψηλής ποιότητας που ενισχύουν την υγεία μέσω της εφαρμογής της επιστήμης, της τεχνολογίας και της καινοτομίας.

Κάποια πρόοδος σημειώθηκε την τελευταία δεκαετία σχετικά με αυτό το ζήτημα, καθώς ο τομέας του γάλακτος για βρέφη στην Ελλάδα είναι σήμερα στρατηγικά πολύ σημαντικός για την ελληνική γαλακτοβιομηχανία και την ευρύτερη οικονομία. Τρεις από τους βασικούς παράγοντες διεθνώς στον κλάδο του γάλακτος βρίσκονται στην Ελλάδα και καλύπτουν το 15% της παγκόσμιας απαίτησης με συνολικό κύκλο εργασιών 67 εκατομμυρίων ευρώ. Μια πρόσφατη έρευνα για τον ευρωπαϊκό γαλακτοκομικό τομέα κατέδειξε σημαντικές δυνητικές ευκαιρίες στην αγορά σκληρού / ημίσκληρου τυριού καθώς και εξειδικευμένα γαλακτοκομικά συστατικά που προσφέρουν υγιεινές, θρεπτικές και λειτουργικές ιδιότητες (Grunert & Aachmann, 2016).

Εκτός από την ανάπτυξη του συνδυασμού προϊόντων, είναι αναγκαίο να αναπτυχθούν πρωτοβουλίες έρευνας και εμπορίας προϊόντων με στόχο την τόνωση της ζήτησης γάλακτος που παράγεται από την Ελλάδα. Το σημερινό μοντέλο της γαλακτοκομικής βιομηχανίας περιλαμβάνει μονάδες μεταποίησης που αντλούν μεγάλο μέρος του εισοδήματός τους από διεθνείς δραστηριότητες που βασίζονται σε προμήθειες γάλακτος στο εξωτερικό. Ενώ αυτό έχει εξαιρετική επιχειρησιακή αίσθηση, η μακροπρόθεσμη υγεία της βιομηχανίας, η οποία είναι εφικτή μόνο μέσω της δημιουργίας και της διατήρησης των βιώσιμων γεωργικών επιχειρήσεων και θέσεων εργασίας, θα εξαρτηθεί από τη μοναδική ζήτηση για «ελληνικά παραγόμενα» γαλακτοκομικά προϊόντα που θα οδηγήσουν σε μεγάλες εξαγωγές στην ΕΕ και σε παγκόσμιες αγορές (Grunert & Aachmann, 2016).

Περαιτέρω έρευνα για τα θρεπτικά, περιβαλλοντικά και κοινωνικά οφέλη των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων και του ελληνικού παραγωγικού συστήματος θα βοηθούσε στην τόνωση αυτής της μοναδικής ζήτησης, καθώς και στην ανάπτυξη

νέων πρωτοβουλιών μάρκετινγκ που προάγουν την ισχυρή αναγνώριση των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων. Όλα αυτά θα μπορούσαν να γίνουν στο πλαίσιο μιας πιο επικεντρωμένης εφαρμογής της έννοιας, στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων, που θα βοηθούσε τους διεθνείς πελάτες να αναγνωρίσουν υψηλής ποιότητας γαλακτοκομικά προϊόντα που παράγονται (Grunert & Aachmann, 2016).

- Το Ταμείο Επενδύσεων σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα : Η κρατική επιχορήγηση ύψους 114 εκατομμυρίων ευρώ που ανακοινώθηκε το 2007 στο πλαίσιο του Ταμείου Επενδύσεων Γαλακτοκομικών Προϊόντων, αναμένεται να οδηγήσει σε επενδύσεις κεφαλαίου ύψους 286 εκατομμυρίων ευρώ από τους μεταποιητές γαλακτοκομικών προϊόντων, με ορισμένες από τις επενδύσεις αυτές να έχουν ήδη πραγματοποιηθεί. Ο σκοπός της επιχορήγησης είναι να αυξήσει την αποτελεσματικότητα των κυριότερων μεταποιητών γαλακτοκομικών προϊόντων, υποστηρίζοντας την αναβάθμιση των υπαρχόντων εγκαταστάσεων και κτιρίων για να αποτυπώσουν νέες επιχειρήσεις ή / και να αναπτύξουν νέα προϊόντα προστιθέμενης αξίας.

- Η δομή των τιμών του γάλακτος : Ένα σχετικό ζήτημα όσον αφορά το κόστος επεξεργασίας είναι η δομή των τιμών του γάλακτος που χρησιμοποιείται συνήθως για να πληρώσει τους αγρότες στη χώρα. Οι γεωργοί πληρώνονται ανά λίτρο γάλακτος με την τιμή που αντικατοπτρίζει την ποσοστιαία περιεκτικότητα πρωτεΐνης και λίπους στο γάλα. Ορισμένοι μεταποιητές έχουν πρόσφατα προβεί σε προσαρμογές της αναλογίας πρωτεϊνών προς λίπος στη δομή των τιμών του γάλακτος, προκειμένου να βελτιώσουν την τιμή που καταβάλλεται σε εκείνους που παρέχουν υψηλότερη περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες. Αυτή η δομή έχει ως αποτέλεσμα ανταμοιβές που βασίζονται στα κιλά πρωτεΐνης και λίπους που παρέχονται μείον το κόστος που σχετίζεται με την επεξεργασία του γάλακτος. Το σύστημα επιβραβεύει τους αγρότες με σχετικά υψηλά στερεά γάλακτος (γάλα υψηλών ποσοτήτων πρωτεϊνών και λιπών), παρά με εκείνα με υψηλό όγκο γάλακτος σε συνδυασμό με χαμηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες και λίπη. Ένας τέτοιος μηχανισμός τιμολόγησης θα αναγκάσει τη βιομηχανία να επικεντρωθεί στα συστατικά του γάλακτος

παρά στον όγκο και θα πρέπει να μειώσει το κόστος επεξεργασίας καθώς θα χρειαζόταν μικρότερος όγκος για την απόκτηση των ίδιων συστατικών.

- Όσον αφορά την τεχνολογία των γεωργικών εκμεταλλεύσεων : Η αυξημένη μεταβλητότητα των τιμών των παραγωγών και των εισροών παρέχει ένα πολύ πιο απαιτητικό περιβάλλον και θα απαιτήσει βελτιωμένη αποδοτικότητα κόστους σε επίπεδο γεωργικών εκμεταλλεύσεων. Η ανάλυση της καλλιέργειας γαλακτοκομικών προϊόντων στην Ελλάδα δείχνει μεγάλη διαφορά στην απόδοση μεταξύ των παραγωγών υψηλού και χαμηλού κόστους. Υπάρχει μια διαφορά 68% στη βάση κόστους μεταξύ εκείνων με το χαμηλότερο κόστος παραγωγής και εκείνων με το υψηλότερο, που ανέρχεται σε 10,9c / λίτρο. Προκειμένου οι γαλακτοπαραγωγοί να επιβιώσουν, πρέπει να παράγουν γάλα με χαμηλότερο κόστος αυξάνοντας την αποδοτικότητα. Υπάρχει σχετικά μεγάλη έμφαση στην τεχνική βελτίωση και τη μεταφορά γνώσεων στην ελληνική γαλακτοπαραγωγή. Τα τελευταία χρόνια το μεγαλύτερο μέρος αυτής της εστίασης ασχολείται με τη διαχείριση των βοσκοτόπων και τα ερευνητικά και συμβουλευτικά προγράμματα είναι καθοριστικά για την επιτυχία. Η χρήση ομάδων συζήτησης ως μέσου για τη βελτίωση της μεταφοράς και της αφομοίωσης γνώσεων ήταν πιο σημαντική στη γαλακτοκομική βιομηχανία σε σχέση με άλλους τομείς κατά την τελευταία δεκαετία.

Η περαιτέρω τεχνολογική πρόοδος σε τομείς όπως η γενετική των ζώων, η διατροφή και η εκτροφή και διαχείριση χόρτου θα προκύψουν στο μέλλον και θα είναι ιδιαίτερα σημαντικές για τη συμβολή τους στην επίτευξη μεγαλύτερης κλίμακας. Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και η πρόοδος μαζί με τη χρήση των καλύτερων διεθνών πρακτικών θα είναι σημαντικές για την ευημερία των γαλακτοκομικών προϊόντων σε μια πιο ανοικτή και ασταθή γαλακτοκομική αγορά. Επιπλέον, οι γαλακτοπαραγωγοί πρέπει να βοηθηθούν για τον εντοπισμό και τη διασφάλιση της μείωσης του κόστους μέσω της καλύτερης διαχείρισης των βοσκοτόπων, της καλύτερης αναπαραγωγής και του αυξημένου επιχειρηματικού προσανατολισμού σε αυτή την εποχή της αστάθειας των τιμών (Grunert & Aachmann, 2016).

- Η υγεία των ζώων στην Ελλάδα : Το πρόγραμμα για την κυβέρνηση 2007-2012 περιελάμβανε δέσμευση για την καθιέρωση μιας πρωτοβουλίας για την

υγεία των αγελών για την αντιμετώπιση μη ρυθμιζόμενων ασθενειών και για πολλά χρόνια το τμήμα προχωρεί ενεργά σε μια τέτοια πρωτοβουλία. Ως στόχος τίθεται η βελτίωση της υγείας των αγελών με τον προσδιορισμό και την ιεράρχηση των μη ρυθμιζόμενων ασθενειών που επηρεάζουν αρνητικά τόσο την οικονομική όσο και την ασθένεια των ελληνικών ζώων. Η πρωτοβουλία αυτή αναπτύσσεται ως προσέγγιση της εθνικής συντονισμένης εταιρικής σχέσης για την υγεία των ζώων. Συγκεντρώνει τους αγρότες, τους μεταποιητές, τους εμπόρους, τους συμβούλους για την υγεία των ζώων και την κυβέρνηση για να εντοπίσει τι πρέπει να επιτευχθεί για συγκεκριμένες χρονικές περιόδους στον τομέα της μη κανονιστικής υγείας των ζώων, προκειμένου να εξασφαλιστεί η βελτίωση της κερδοφορίας των Ελλήνων αγροτών και η διεθνής ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ζωικών προϊόντων.

Από την άλλη, οι περιβαλλοντικοί παράγοντες είναι οι εξής:

- Η αλλαγή του κλίματος : Η μείωση των εκπομπών της γεωργίας στην Ελλάδα κατά 30% θα πραγματοποιήσει μια μείωση των εκπομπών αερίων από 19,58 εκατομμύρια τόνους το 2005 σε 13,71 εκατομμύρια τόνους το 2020. Αυτοί οι στόχοι θέτουν σημαντικές προκλήσεις για τη γεωργία της Ελλάδας, καθώς έχουν προσδιοριστεί μέχρι 4% τεχνικές μείωσης. Ωστόσο, η πρόσφατη έρευνα για την προσομοίωση των αερίων του θερμοκηπίου, δείχνει ότι υπάρχει πεδίο εφαρμογής στον τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων για αύξηση της αποδοτικότητας της παραγωγής γάλακτος ανά μονάδα προϊόντος έως 20% σε σύγκριση με τα επίπεδα του 2008, μέσω της υιοθέτησης βασικών τεχνολογιών όπως είναι η πρώιμη γήρανση, το μειωμένο ποσοστό αντικατάστασης, η υψηλότερη σύνθεση γάλακτος, η αυξημένη διάρκεια της βόσκησης και η βελτιωμένη διαχείριση της και οι υψηλότεροι ρυθμοί κτηνοτροφίας. Δεδομένου ότι η παραγωγή θα αυξηθεί, αυτές οι στρατηγικές μείωσης ενδέχεται να μην συμβάλλουν στη συνολική μείωση των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου από τον γαλακτοκομικό τομέα.

Ταυτόχρονα, υπάρχουν και νομικοί παράγοντες που επηρεάζουν τη γαλακτοβιομηχανία. Αναλυτικότερα:

- Το πλαίσιο για τα ύδατα : Ο στόχος της παρούσας οδηγίας είναι να επιτευχθεί καλή κατάσταση των υδάτων έως το 2015 για όλα τα επιφανειακά ύδατα και τα υπόγεια ύδατα. Για να επιτευχθούν αυτά τα σχέδια διαχείρισης απορροής ποταμών πρέπει να συμφωνηθούν και να εγκριθούν και αυτό πιθανόν να συμβεί στις αρχές του 2010. Προβλέπεται ότι τα γεωργικά μέτρα θα προκύψουν από το πρόγραμμα δράσης για τα νιτρικά άλατα. Αυτό μπορεί να έχει επιπτώσεις στην εντατική καλλιέργεια σε ορισμένες περιοχές, ιδιαίτερα εάν πλησιάζει σε ποτάμια και λίμνες. Για παράδειγμα, ένα σημαντικό ποσό της τρέχουσας γαλακτοπαραγωγής και η πιθανή προγραμματισμένη επέκταση στον τομέα της γαλακτοκομίας πραγματοποιείται στη κατάσταση απορροής των ποταμών, όπου θα καθοριστούν εάν οι κανόνες και οι κανονισμοί που περιέχονται στο Πρόγραμμα Δράσης για τα Νιτρικά άλατα είναι ικανοί να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις αυτές. Επομένως, είναι δυνατόν τα μέτρα που έχουν ληφθεί για την επίτευξη των στόχων της παρούσας οδηγίας θα μπορούσαν να περιορίσουν την ικανότητα της γαλακτοκομικής βιομηχανίας να επεκταθεί.

2.5 Οι προοπτικές της γαλακτοκομικής αγοράς

Η ανάλυση της αγοράς των γαλακτοκομικών προϊόντων παγκοσμίως, της ΕΕ και της Ελλάδας, όπως παρουσιάζεται παρακάτω, προκύπτει κατά κύριο λόγο από τις ακόλουθες εκθέσεις (Gorton, et al. 2014) :

- Έκθεση της Επιτροπής προς το Συμβούλιο (2007) : Προοπτικές της αγοράς για τον γαλακτοκομικό τομέα και διάφορες ενημερώσεις.
- Η Γεωργική Προοπτική του OECD-FAO 2009-2018.
- Οι γεωργικές προβολές USDA έως το 2017.

2.5.1 Η παγκόσμια αγορά

Η παγκόσμια παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων αυξάνεται συνεχώς, κατά μέσο όρο 10 εκατομμύρια τόνους ετησίως από το 1998 και η τάση αυτή αναμένεται να συνεχιστεί. Οι χώρες που δεν είναι μέλη του OECD επεκτάθηκαν στην παραγωγή γάλακτος μετά το 2013 και η επέκταση των γαλακτοκομικών προϊόντων θα σημειωθεί τόσο στην Κίνα όσο και στην Ινδία, όπου η αύξηση της ζήτησης θα τονώσει την αύξηση του βουτύρου και της γαλακτοκομικής παραγωγής. Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την αναμενόμενη συγκρατημένη ανάπτυξη στην περιοχή του OECD λόγω κερδών από την Ωκεανία και τις Ηνωμένες Πολιτείες (Barjolle, 2015).

Η ανταπόκριση στην προσφορά ενδέχεται να επηρεαστεί από το υψηλότερο κόστος παραγωγής ως αποτέλεσμα τόσο του υψηλότερου κόστους των ζωοτροφών όσο και της ενέργειας. Οι δαπάνες αυτές θα επηρεάσουν την παραγωγή, τη μεταποίηση και τη διανομή γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων θα επηρεαστούν επίσης από την παρέμβαση πολιτικής, τους περιβαλλοντικούς περιορισμούς, τη διαθεσιμότητα νερού και τον ανταγωνισμό για τα βοσκοτόπια. Η αυξημένη παραγωγή σε πολλές χώρες θα προέρχεται από υψηλότερες αποδόσεις παρά από υψηλότερο αριθμό βοοειδών (Barjolle, 2016).

Η ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα στην Κίνα θα συνεχίσει να ξεπερνά τον εφοδιασμό και οι εισαγωγές θα αυξηθούν, ειδικά για τις σκόνες γάλακτος. Θα υπάρξει επίσης αύξηση των εισαγωγών γάλακτος σε σκόνη στην Ασία και τη Μέση Ανατολή. Οι εισαγωγές βουτύρου και τυριού θα συνεχίσουν επίσης να αυξάνονται στη Ρωσία. Οι παγκόσμιες εξαγωγές γαλακτοκομικών προϊόντων αναμένεται να αυξηθούν για όλα τα προϊόντα, με την Ουκρανία και την Αργεντινή να αυξάνουν το μερίδιό τους στην παγκόσμια εξαγωγική αγορά (Belletti & Marescotti, 2011).

Η παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη αποτελεί τη βάση για την αυξημένη ζήτηση γαλακτοκομικών προϊόντων. Η οικονομική ανάπτυξη στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι καθοριστική καθώς η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων ανταποκρίνεται στην αύξηση των εισοδημάτων στις χώρες αυτές. Καθώς τα εισοδήματα αυξάνουν οι καταναλωτές διαφοροποιούν τη διατροφή τους και καταναλώνουν περισσότερα γαλακτοκομικά προϊόντα οδηγώντας σε μεγαλύτερη ζήτηση για περισσότερα

προϊόντα υψηλής αξίας. Ο ρυθμός αύξησης του πληθυσμού στις αναπτυσσόμενες χώρες είναι σχεδόν διπλάσιος από εκείνους των ανεπτυγμένων χωρών και θα ενισχύσει περαιτέρω τη ζήτηση για περισσότερα γαλακτοκομικά προϊόντα στην παγκόσμια αγορά (Barjolle, et al. 2011).

Παράλληλα, οι τιμές των γεωργικών βασικών προϊόντων μειώθηκαν σημαντικά από τις αρχές του 2007. Μεσοπρόθεσμα, θα είναι υψηλότερα από τα μέσα επίπεδα που παρατηρήθηκαν κατά την τελευταία δεκαετία. Μετά από δύο δεκαετίες πτώσης των τιμών, οι διαρθρωτικοί παράγοντες όπως η παγκόσμια ζήτηση τροφίμων και ζωοτροφών και η επέκταση των βιοκαυσίμων πρέπει να διατηρήσουν τις τιμές υψηλές (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

Οι τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων θα αλλάξουν από την προσφορά τους προς τη ζήτηση και θα ανταποκρίνονται περισσότερο στις ενδείξεις της αγοράς και στη ζήτηση των καταναλωτών. Η παγκόσμια ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα θα συνεχίσει να αυξάνεται, καθώς οι αναπτυσσόμενες χώρες θα συνεχίσουν την οικονομική τους ανάπτυξη, ενώ σε μεσοπρόθεσμη βάση οι παγκόσμιες τιμές γαλακτοκομικών προϊόντων αναμένεται να φθάσουν κατά μέσο όρο πάνω από τα επίπεδα που επιτεύχθηκαν κατά το πρώτο εξάμηνο της δεκαετίας, πριν από την άνοδο των τιμών. Οι υψηλές διεθνείς τιμές των γαλακτοκομικών προϊόντων θα οδηγήσουν σε ανταπόκριση στην προσφορά από παραδοσιακούς και αναδυόμενους εξαγωγείς (Barjolle & Philippe, 2012).

2.5.2 Η αγορά της ΕΕ και της Ελλάδας

Η παραγωγή γάλακτος στην ΕΕ προβλέπεται παρέμεινε σταθερή μέχρι το 2014 και εκτιμάται ότι θα χρειαστούν επιπλέον 8 εκατομμύρια τόνοι γάλακτος για την ικανοποίηση της εσωτερικής ζήτησης. Ωστόσο, η συνολική παραγωγή γάλακτος αναμένεται να μειωθεί σταδιακά λόγω της σταθερής μείωσης της παραγωγής επιβίωσης. Η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα θα αυξηθεί σταδιακά καθώς θα καταστεί διαθέσιμη μεγαλύτερη ποσόστωση (Barjolle, 2016).

Η παραγωγή γιαουρτιού αναμένεται να αυξηθεί σημαντικά και θα αποτελέσει την κύρια κινητήρια δύναμη της παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ΕΕ. Η παραγωγή βουτύρου στην ΕΕ αναμένεται να μειωθεί κατά την περίοδο προοπτικής, καθώς χρησιμοποιείται περισσότερο λίπος γάλακτος για την παραγωγή γιαουρτιού. Αυτό θα ισχύει και για την Ελλάδα καθώς θα απομακρυνθούμε από την παραγωγή βουτύρου στην παραγωγή προϊόντων υψηλότερης προστιθέμενης αξίας. Αναμένεται ότι η ΕΕ θα είναι καθαρός εισαγωγέας βουτύρου μέχρι το 2014. Η παραγωγή σκόνης γάλακτος (SMP) θα μειωθεί επίσης καθώς χρησιμοποιούνται περισσότερες πρωτεΐνες στα γιαούρτια και στα νωπά προϊόντα και η ΕΕ έγινε ένας μικρός καθαρός εισαγωγέας έως το 2014. Η παραγωγή ολικής σκόνης γάλακτος στην ΕΕ αναμένεται επίσης να μειωθεί και αυτό θα οδηγήσει σε μείωση των εξαγωγών, καθώς οι προμηθευτές στην παγκόσμια αγορά θα γίνουν πιο ανταγωνιστικοί (Grunert & Aachmann, 2016).

Με την κατάργηση των ποσοστώσεων το 2015 και την ετήσια αύξηση της ποσόστωσης στο πλαίσιο του διαγνωστικού ελέγχου, οι Έλληνες παραγωγοί γάλακτος θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στην αυξημένη ζήτηση, υπό την προϋπόθεση ότι θα συνεχίσουν να παραμένουν και να αναπτύσσονται ως παραγωγοί χαμηλού κόστους που μπορούν να αντιμετωπίσουν το γάλα. Ωστόσο, η απαίτηση για μείωση των εκπομπών αερίων θερμοκηπίου θα αποτελέσει πρόκληση για τον τομέα, δεδομένης της ανάγκης να αυξηθεί η παραγωγή γάλακτος, ενώ παράλληλα θα πληρούνται τα νέα χαμηλότερα όρια εκπομπών αερίων θερμοκηπίου (Marongiu & Cesaro, 2017).

Η κατανάλωση γιαουρτιού και γάλακτος εντός της ΕΕ αυξήθηκε μετά το 2013, συμβάλλοντας σημαντικά στην αύξηση της ζήτησης στα νέα κράτη μέλη. Η κατανάλωση νωπών γαλακτοκομικών προϊόντων εντός της ΕΕ θα αυξηθεί επίσης μέσω της αυξημένης ζήτησης γαλακτοκομικών προϊόντων που έχουν υποστεί ζύμωση. Η γαλακτοκομική βιομηχανία της ΕΕ θα παραιτηθεί από το μερίδιο αγοράς στην παγκόσμια αγορά, καθώς η εσωτερική αγορά καταναλώνει μεγαλύτερο ποσοστό του παραγόμενου γάλακτος. Η κατανάλωση γιαουρτιού και γάλακτος εντός της ΕΕ αναμένεται να μειωθεί και αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για την Ελλάδα, όπου το 80% της γαλακτοκομικής παραγωγής εξάγεται και το γιαούρτι περιλαμβάνει το 60% της παραγωγής. Αυτό αυξάνει τη σημασία των ελληνικών εταιρειών να διαφοροποιήσουν

το μείγμα των προϊόντων τους, ώστε να μειώσουν την τρέχουσα υπερβολική εξάρτηση από τις εξαγωγές γάλακτος (Torres Salcido & Muchnik, 2012).

Ταυτόχρονα, οι τιμές της ΕΕ και της Ελλάδας σημείωσαν κορυφή το 2007 και έκτοτε υποχώρησαν κάτω από τα επίπεδα που παρατηρήθηκαν νωρίτερα αυτή τη δεκαετία. Η μεταβλητότητα των τιμών είναι ένα πιο διαδεδομένο χαρακτηριστικό και μπορεί να αναμένεται να συνεχιστεί καθώς η ΕΕ μειώνει τα επίπεδα παρεμβάσεων της αγοράς. Οι κυμαινόμενες αποδόσεις της αγοράς θα οδηγήσουν σε κυκλικές μεταβολές των τιμών του γάλακτος. Αναμένεται ότι η τιμή του γάλακτος θα επιβραδυνθεί αργά καθώς η παραγωγή αυξάνεται σταδιακά, είναι ανταποκρινόμενη στην πρόσθετη ποσόστωση που παρέχεται. Ωστόσο, καθώς η ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα παρέμεινε ισχυρή μετά το 2013 αναμένεται ότι οι τιμές θα ανακάμψουν σε σχετικά υψηλά επίπεδα. Συνοπτικά, οι προοπτικές της παγκόσμιας αγοράς και της ΕΕ για τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι κάπως θετικές μεσοπρόθεσμα, ιδίως για την παραγωγή προϊόντων υψηλότερης προστιθέμενης αξίας (Gorton, et al. 2014).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΓΙΑΟΥΡΤΙΟΥ

3.1 Ο ορισμός του γιαουρτιού και η ιστορική αναδρομή του

Το γιαούρτι είναι ένα τρόφιμο που παράγεται από τη βακτηριακή ζύμωση του γάλακτος. Τα βακτηρίδια που χρησιμοποιούνται για το γιαούρτι είναι γνωστά ως καλλιέργειες γιαουρτιού. Η ζύμωση της λακτόζης από αυτά τα βακτηρίδια παράγει γαλακτικό οξύ, το οποίο δρα στην πρωτεΐνη του γάλακτος για να δώσει στο γιαούρτι την υφή και τη χαρακτηριστική ξινή γεύση. Το αγελαδινό γάλα είναι κοινώς διαθέσιμο σε όλο τον κόσμο και ως εκ τούτου είναι το γάλα που χρησιμοποιείται πιο συχνά για το γιαούρτι. Το γάλα από βουβάλια, κατσίκες, προβατίνες, φοράδες και καμήλες χρησιμοποιείται επίσης για την παραγωγή γιαουρτιού όπου διατίθεται τοπικά. Το γάλα που χρησιμοποιείται μπορεί να ομογενοποιηθεί ή όχι, ακόμη και παστεριωμένο ή ωμό. Κάθε είδος γάλακτος παράγει σημαντικά διαφορετικά αποτελέσματα (Belletti & Marescotti, 2011).

Μερικές φορές προστίθενται άλλα λακτοβακίλλια και διφωσφοβακτήρια κατά τη διάρκεια ή μετά την καλλιέργεια του γιαουρτιού. Ορισμένες χώρες απαιτούν το γιαούρτι να περιέχει μια ορισμένη ποσότητα μονάδων που σχηματίζουν αποικίες βακτηρίων. Στην Κίνα, για παράδειγμα, η απαίτηση για τον αριθμό των βακτηρίων γαλακτοβακίλλων είναι τουλάχιστον 1 εκατομμύριο ανά χιλιοστόλιτρο. Για να παραχθεί το γιαούρτι, αρχικά θερμαίνεται το γάλα, συνήθως περίπου στους 85°C, για να μετουσιωθεί η πρωτεΐνη του γάλακτος έτσι ώστε να μην σχηματίζεται το τυρόπηγμα. Μετά τη θέρμανση, το γάλα αφήνεται να ψυχθεί στους περίπου 45°C. Η βακτηριακή καλλιέργεια αναμειγνύεται και η θερμοκρασία των 45°C διατηρείται για 4 έως 12 ώρες για να επιτραπεί η ζύμωση (Barjolle, et al. 2011).

Το γάλα μπορεί να έχει εκδηλωθεί αυθόρμητα και ακούσια σε αυτό μέσω της επαφής με τα φυτά ή μπορεί να έχουν μεταφερθεί βακτήρια από το μαστό των

γαλακτοπαραγωγών ζώων. Η προέλευση του γιαουρτιού είναι άγνωστη, αλλά θεωρείται ότι έχει εφευρεθεί στη Μεσοποταμία γύρω στο 5000 π.Χ. Στα αρχαία ινδικά αρχεία, ο συνδυασμός του γιαουρτιού και του μελιού ονομάζεται "τροφή των θεών". Οι περσικές παραδόσεις υποστηρίζουν ότι «ο Αβραάμ χρωστάτισε την γονιμότητά του και τη μακροζωία του στην τακτική κατάποση του γιαουρτιού» (Grunert & Aachmann, 2016).

Η κουζίνα της αρχαίας Ελλάδας περιελάμβανε ένα γαλακτοκομικό προϊόν γνωστό ως οξύγαλα το οποίο πιστεύεται ότι ήταν μια μορφή γιαουρτιού. Ο Γαληνός (129 μ.Χ. - 200 / γ. 216) αναφέρει ότι το οξύγαλα καταναλωνόταν με μέλι, παρόμοιο με το τρόπο που καταναλώνεται σήμερα το ελληνικό γιαούρτι. Τα παλαιότερα γραπτά που αναφέρονται στο γιαούρτι αποδίδονται στον Πλίνιο τον Γέροντα, ο οποίος παρατήρησε ότι ορισμένα «βάρβαρα έθνη» ήξεραν πώς «να παχύνουν το γάλα σε μια ουσία με μια ευχάριστη οξύτητα» (Gorton, et al. 2014).

Η χρήση του γιαουρτιού από τους μεσαιωνικούς Τούρκους καταγράφεται στα βιβλία που γράφτηκαν τον 11ο αιώνα. Πολλά κείμενα αναφέρουν τη λέξη «γιαούρτι» σε διάφορα τμήματα και περιγράφουν τη χρήση του από νομάδες Τούρκους. Τα πρώτα γιαούρτια ήταν πιθανώς αυθόρμητα ζυμωμένα από άγρια βακτήρια σε σακούλες δέρματος αιγών. Κάποιοι υποδηλώνουν ότι οι μάγειρες του ινδικού αυτοκράτορα Akbar γεύονταν γιαούρτι με σπόρους μουστάρδας και κανέλα. Ένας άλλος πρώιμος απολογισμός μιας ευρωπαϊκής συνάντησης με γιαούρτι εμφανίζεται στη γαλλική κλινική ιστορία: ο Φραγκίσκος Α’ της Γαλλίας έπασχε από σοβαρή διάρροια που δεν μπορούσε να θεραπεύσει κανένας γάλλος γιατρός. Ο σύμμαχος του, Σουλεϊμάν ο μεγαλοπρεπής, έστειλε έναν γιατρό, ο οποίος φέρεται να θεράπευσε τον ασθενή με γιαούρτι. Ευχαριστημένος, ο Γάλλος βασιλιάς διέδωσε τις πληροφορίες σχετικά με το φαγητό που τον είχε θεραπεύσει (Torres Salcido & Muchnik, 2012).

Μέχρι τη δεκαετία του 1900, το γιαούρτι ήταν βασικό σε δίαιτες ανθρώπων στη Ρωσική Αυτοκρατορία (και ιδιαίτερα στην Κεντρική Ασία και τον Καύκασο), τη Δυτική Ασία, τη Νοτιοανατολική Ευρώπη / Βαλκάνια, την Κεντρική Ευρώπη και την Ινδία. Ο Stamen Grigorov (1878-1945), Βούλγαρος φοιτητής ιατρικής στη Γενεύη, εξέτασε πρώτα την μικροχλωρίδα του βουλγαρικού γιαουρτιού. Το 1905 το περιέγραψε ως αποτελούμενο από ένα σφαιρικό και ένα βακτήριο που παράγει

γαλακτικό οξύ που μοιάζει με ράβδο. Το 1907, το βακτήριο που μοιάζει με ράβδο ονομάστηκε *Bacillus bulgaricus*. Ο Ρώσος, βραβευμένος με το βραβείο Νόμπελ, και βιολόγος Ilya Mechnikov, από το Ινστιτούτο Pasteur στο Παρίσι, επηρεάστηκε από το έργο του Grigorov και υποτίθεται ότι η τακτική κατανάλωση γιαουρτιού ήταν υπεύθυνη για τις ασυνήθιστα μεγάλες ζωές των Βουλγάρων αγροτών. Πιστεύοντας ότι ο *Lactobacillus* είναι απαραίτητος για την καλή υγεία, ο Mechnikov εργάστηκε για να διαδώσει το γιαούρτι ως τρόφιμο σε όλη την Ευρώπη (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

Το 1919, ο Isaac Carasso, ο οποίος ήταν από την οθωμανική αυτοκρατορία, ξεκίνησε μια μικρή επιχείρηση γιαουρτιού στη Βαρκελώνη της Ισπανίας και πήρε το όνομά του από τον Danone ("μικρός Δανιήλ") τον γιο του. Η επωνυμία αργότερα επεκτάθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες υπό αμερικανική έκδοση του ονόματος Dannon. Το γιαούρτι με προσθήκη μαρμελάδας φρούτων κατοχυρώθηκε έλαβε δίπλωμα ευρεσιτεχνίας το 1933 από το γαλακτοκομείο Radlická Mlékárna στην Πράγα. Το γιαούρτι εισήχθη στις Ηνωμένες Πολιτείες κατά την πρώτη δεκαετία του εικοστού αιώνα, επηρεασμένο από την έκταση της ζωής της Élie Metchnikoff. Δημοσιεύθηκε από τον John Harvey Kellogg στο Sanitarium της Battle Creek, όπου χρησιμοποιήθηκε τόσο προφορικά όσο και σε κλύσματα και αργότερα από τους Αρμένιους μετανάστες Sarkis και Rose Colombosian, οι οποίοι ξεκίνησαν το Colombo and Sons Creamery στο Andover της Μασαχουσέτης το 1929 (Marongiu & Cesaro, 2017).

Το Colombo Yogurt εξαπλώθηκε αρχικά γύρω από τη Νέα Αγγλία σε ένα βαγόνι με άλογο που φέρει την αρμενική λέξη madzoon και μετατράπηκε αργότερα σε "γιαούρτι". Η δημοτικότητα του γιαουρτιού στις Ηνωμένες Πολιτείες ενισχύθηκε στη δεκαετία του 1950 και στη δεκαετία του 1960, όταν παρουσιάστηκε ως υγιεινή διατροφή από επιστήμονες όπως ο βακτηριολόγος που γεννήθηκε στην Ουγγαρία, Stephen A. Gaymont (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

3.2 Οι στόχοι της προστασίας και το γενικό καθεστώς

Σε χώρες όπου εφαρμόζονται νόμοι προστατευόμενης γεωγραφικής κατάστασης, μόνο τα προϊόντα που πληρούν τα διάφορα γεωγραφικά και ποιοτικά κριτήρια μπορούν να χρησιμοποιήσουν την προστατευόμενη ένδειξη. Απαγορεύεται επίσης να συνδυαστεί η ένδειξη με λέξεις όπως "στυλ", "τύπος", "απομίμηση" ή "μέθοδος" σε σχέση με τις προστατευόμενες ενδείξεις ή να γίνει οποιαδήποτε ενέργεια όπου θα μπορεί να σημαίνει ότι το προϊόν πληροί τις προδιαγραφές, όπως ως χρήση διακριτικής συσκευασίας που συνδέεται με το προστατευόμενο προϊόν (Barjolle & Philippe, 2012).

Οι προστατευόμενες ενδείξεις αντιμετωπίζονται ως δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας από τον κανονισμό (ΕΚ) αριθ. 1383/2003 (κανονισμός σχετικά με την παρέμβαση των τελωνειακών αρχών για εμπορεύματα όπου υπάρχουν υπόνοιες ότι παραβιάζουν ορισμένα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται έναντι των εμπορευμάτων που διαπιστώνεται ότι παραβίασαν τα δικαιώματα αυτά), τα εμπορεύματα μπορούν να κατασχεθούν από τα τελωνεία κατά την εισαγωγή (Moschini, et al. 2008).

Εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα μέτρα επιβολής είναι η παράβαση που μπορεί να αντιμετωπιστεί ως πλαστογραφία, παραπλανητική διαφήμιση, παραβίαση ή ακόμη και ως ζήτημα δημόσιας υγείας. Εκτός της Ευρώπης, η προστασία των προϊόντων απαιτεί συνήθως διμερείς συμφωνίες μεταξύ της ΕΕ και των χωρών εισαγωγής, ενώ οι προστατευόμενες ενδείξεις ενδέχεται να μην αντικατοπτρίζουν πάντα άλλα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, όπως τα εμπορικά σήματα. Στις 15 Νοεμβρίου 2011, το Ευρωπαϊκό Ελεγκτικό Συνέδριο παρουσίασε την έκθεσή του. Το σχεδιασμό και η διαχείριση του Σχεδίου Γεωγραφικών Ενδείξεων επιτρέπουν την αποτελεσματικότητά του στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (Grunert & Aachmann, 2016).

Τα προοίμια των κανονισμών αναφέρουν τη ζήτηση των καταναλωτών για τρόφιμα ποιότητας και προσδιορίζουν ορισμένους στόχους για τα καθεστώτα προστασίας όπου είναι τα εξής (Gorton, et al. 2014) :

- Την προώθηση προϊόντων με ειδικά χαρακτηριστικά, ιδίως εκείνων που προέρχονται από μειονεκτικές ή αγροτικές περιοχές.

- τη βελτίωση του εισοδήματος των γεωργών, με αντάλλαγμα μια "πραγματική προσπάθεια βελτίωσης της ποιότητας".

- Τη διατήρηση του πληθυσμού στις αγροτικές περιοχές.

- Την παροχή σαφών και συνοπτικών πληροφοριών στους καταναλωτές σχετικά με την προέλευση του προϊόντος.

Η παροχή ανταμοιβής για προσπάθειες βελτίωσης της ποιότητας και η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών συχνά αναφέρονται ως δικαιολογίες για την προστασία των σημάτων σε άλλους τομείς και οι γεωγραφικές ενδείξεις λειτουργούν με παρόμοιο τρόπο με τα εμπορικά σήματα. Το γενικό καθεστώς διέπει τη χρήση προστατευόμενων ονομασιών προέλευσης (ΠΟΠ) και προστατευόμενων γεωγραφικών ενδείξεων (ΠΓΕ) για τα τρόφιμα και ορισμένα άλλα γεωργικά προϊόντα. Υπάρχουν ξεχωριστά καθεστώτα για τα οινοπνευματώδη ποτά και για τα αρωματισμένα ποτά (γεωγραφικές ονομασίες) καθώς και για τους οίνους (γεωγραφικές ενδείξεις που συχνά αναφέρονται ως ονομασίες). Η καταγωγή του προϊόντος είναι μόνο ένα από τα κριτήρια για τη χρήση των προστατευόμενων όρων, όπου το προϊόν πρέπει επίσης να πληροί διάφορα κριτήρια ποιότητας. Η ετικέτα "εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα" (ΕΠΙΠ) είναι ένας παρόμοιος προστατευμένος όρος που δεν επιβάλλει περιορισμούς στη γεωγραφική προέλευση των προϊόντων (Torres Salcido & Muchnik, 2012).

Η προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων επεκτάθηκε και στα τρόφιμα και σε άλλα γεωργικά προϊόντα το 1992. Δεδομένων των ευρέως διαφορετικών εθνικών διατάξεων, το "γενικό καθεστώς" παρέχει στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή πολύ μεγαλύτερη εξουσία (σε σύγκριση με τα ειδικά καθεστώτα) προκειμένου να

εξασφαλίσει εναρμονισμένη προστασία σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Επί του παρόντος διέπεται από τον κανονισμό για την προστασία των γεωγραφικών ενδείξεων και των ονομασιών προέλευσης των γεωργικών προϊόντων και των τροφίμων (αριθ. 510/2006) (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

Για να είναι επιλέξιμο για ΠΟΠ, το προϊόν πρέπει να έχει ιδιότητες και χαρακτηριστικά που οφείλονται ουσιαστικά στην περιοχή παραγωγής του, αφού πρέπει επίσης να παράγεται, να μεταποιείται και να παρασκευάζεται αποκλειστικά εντός της περιοχής αυτής. Η απαίτηση για ΠΓΕ είναι ελαφρώς λιγότερο αυστηρή. Η καλή φήμη ενός προϊόντος από μια δεδομένη περιοχή είναι επαρκής (και όχι να έχει αντικειμενικά διαφορετικά χαρακτηριστικά) εάν κάποιο από τα στάδια παραγωγής, επεξεργασίας και παρασκευής μπορεί να λάβει χώρα εντός της περιοχής. Διαφορετικά, η προστασία που παρέχεται από τους δύο όρους είναι ισοδύναμη (Moschini, et al. 2008).

Μια αίτηση για ΠΟΠ ή ΠΓΕ απευθύνεται αρχικά στις αρχές του οικείου κράτους μέλους. Εκτιμάται από το κράτος μέλος κατά τα κριτήρια του κανονισμού και, εάν κριθεί αποδεκτό, διαβιβάζεται στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τελική έγκριση. Οι αιτήσεις δημοσιεύονται τόσο σε εθνικό όσο και σε κοινοτικό επίπεδο και τρίτα μέρη μπορούν να αντιταχθούν στις προτεινόμενες ΠΟΠ ή ΠΓΕ που θεωρούν ότι θα βλάψουν την επιχείρησή τους. Μια επαναλαμβανόμενη αντίρρηση είναι ότι η προτεινόμενη ονομασία είναι ένας γενικός όρος για το εν λόγω προϊόν, όπου οι γενικές ονομασίες δεν μπορούν να καταχωρηθούν αλλά, μόλις καταχωρηθούν, οι ονομασίες προστατεύονται από τη γενίκευση. Η φέτα θεωρήθηκε ότι δεν έχει γίνει γενική πιστοποίηση και καταχωρήθηκε ως ΠΟΠ στην απογοήτευση των τυροκόμων εκτός της Ελλάδας (Jena & Grote, 2010).

3.3 Οι γεωγραφικές ενδείξεις και οι παραδοσιακές ειδικότητες σε Ελλάδα και Ευρωπαϊκή Ένωση

Τα τρία καθεστώτα γεωγραφικών ενδείξεων και παραδοσιακών ειδικοτήτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, είναι γνωστά ως προστατευόμενη ονομασία προέλευσης (ΠΟΠ), προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη (ΠΓΕ) και εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα (ΣΠΤ), όπου προωθούν και προστατεύουν τα ονόματα των ποιοτικών γεωργικών προϊόντων και τροφίμων. Τα προϊόντα που έχουν καταχωρηθεί σε ένα από τα τρία καθεστώτα μπορούν να επισημανθούν με το λογότυπο του εν λόγω συστήματος για να βοηθήσουν στην ταυτοποίηση αυτών των προϊόντων. Τα καθεστώτα βασίζονται στο νομικό πλαίσιο που προβλέπει ο κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1151/2012 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 21ης Νοεμβρίου 2012, για τα συστήματα ποιότητας για τα γεωργικά προϊόντα και τα τρόφιμα (Marongiu & Cesaro, 2017).

Αυτός ο κανονισμός (ο οποίος εφαρμόζεται στο εσωτερικό της ΕΕ και σταδιακά διευρύνεται διεθνώς μέσω διμερών συμφωνιών μεταξύ της ΕΕ και τρίτων χωρών) διασφαλίζει ότι μόνο τα προϊόντα που πραγματικά προέρχονται από την περιοχή αυτή επιτρέπεται να αναγνωρίζονται ως τέτοια στο εμπόριο. Η νομοθεσία τέθηκε σε ισχύ για πρώτη φορά το 1992. Σκοπός του νόμου είναι να προστατευθεί η φήμη των τοπικών τροφίμων, να προωθηθεί η αγροτική και γεωργική δραστηριότητα, να βοηθηθούν οι παραγωγοί να αποκτήσουν υψηλή τιμή για τα αυθεντικά προϊόντα τους και να εξαλείψουν τον αθέμιτο ανταγωνισμό και την παραπλάνηση των καταναλωτών από μη γνήσια προϊόντα, τα οποία ενδέχεται να είναι κατώτερης ποιότητας ή διαφορετικής γεύσης (Barjolle, 2015).

Αυτοί οι νόμοι προστατεύουν τα ονόματα των οίνων, των γαλακτοκομικών, των ζαμπόν, των λουκάνικων, των θαλασσινών, των ελιών, των ελαιολάδων, της μπύρας, του βαλσαμικού ξυδιού, των τοπικών ψωμιών, των φρούτων, των ωμών κρέατων και των λαχανικών (Barjolle, 2016).

Τα τρόφιμα όπως η Gorgonzola, το Parmigiano-Reggiano, η φέτα, τα βούτυρα Waterford, το τυρί Herve, οι πίτες Melton Mowbray, το τυρί Piave, το Asiago, το camembert, το μηλίτη Herefordshire, το κονιάκ, το μπράντυ και η σαμπάνια προέρχονται από την καθορισμένη περιοχή. Για παράδειγμα, το τυρί πρέπει να παρασκευάζεται από γάλα μιας συγκεκριμένης φυλής προβάτων και να ωριμάζει στις φυσικές σπηλιές κοντά στην πόλη Roquefort-sur-Soulzon στην περιοχή Aveyron της Γαλλίας, όπου αποικίζεται από τον μύκητα Penicillium roqueforti που αναπτύσσεται σε αυτές τις σπηλιές. Το σύστημα αυτό είναι παρόμοιο με τα συστήματα ονομασίας που χρησιμοποιούνται σε ολόκληρο τον κόσμο. Σε πολλές περιπτώσεις, το σύστημα ΠΟΠ / ΠΓΕ της ΕΕ λειτουργεί παράλληλα με το σύστημα που χρησιμοποιείται στη συγκεκριμένη χώρα και, σε ορισμένες περιπτώσεις, εξαρτάται από το σύστημα ονομασίας που έχει ήδη θεσπιστεί (Belletti & Marescotti, 2011).

3.4 Τα προϊόντα που έχουν προδιαγραφές για ΠΟΠ/ΠΓΕ και η αναμονή της πιστοποίησης του γιαουρτιού

Το καθεστώς ποιότητας για τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα έχει ως στόχο να παράσχει ένα καθεστώς προστασίας για τα παραδοσιακά προϊόντα διατροφής ειδικού χαρακτήρα. Διαφορετικά από την ΠΟΠ και την ΠΓΕ, το εν λόγω καθεστώς ποιότητας δεν πιστοποιεί ότι το προστατευόμενο προϊόν διατροφής έχει σχέση με συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή (Barjolle, et al. 2011).

Τα τρόφιμα στο συγκεκριμένο καθεστώς θα πρέπει να είναι «ειδικού χαρακτήρα» και είτε οι πρώτες ύλες, η μέθοδος παραγωγής τους είτε η επεξεργασία τους πρέπει να είναι «παραδοσιακές». Σύμφωνα με το άρθρο. 3 του κανονισμού 1151/12 "ειδικός χαρακτήρας" ορίζεται ως "τα χαρακτηριστικά παραγωγής που διακρίνουν σαφώς ένα προϊόν από άλλα παρόμοια προϊόντα της ίδιας κατηγορίας" (Barjolle, 2015).

Σύμφωνα με το άρθρο. 3 του κανονισμού 1151/12 "παραδοσιακή" ορίζεται ως "αποδεδειγμένη χρήση στην εγχώρια αγορά για περίοδο που επιτρέπει τη μετάδοση μεταξύ γενεών, όπου η περίοδος αυτή πρέπει να είναι τουλάχιστον 30 έτη". Για να καταστεί δυνατή η καταχώριση μιας ονομασίας τροφίμου στο πλαίσιο του

καθεστώτος των εγγυημένων παραδοσιακών ιδιότυπων προϊόντων, πρέπει (Barjolle, 2016) :

- Να χρησιμοποιείται παραδοσιακά για να αναφέρεται στο συγκεκριμένο προϊόν.
- Να προσδιορίζει τον παραδοσιακό χαρακτήρα ή τον ειδικό χαρακτήρα του προϊόντος.

Τα εγγυημένα παραδοσιακά ιδιότυπα προϊόντα δημιουργούν ένα αποκλειστικό δικαίωμα πάνω από το όνομα του εγγεγραμμένου προϊόντος. Ως εκ τούτου, η ονομασία του καταχωριμένου προϊόντος μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο από τους παραγωγούς που συμμορφώνονται με την εγκεκριμένη μέθοδο παραγωγής και τις προδιαγραφές του προϊόντος. Η νομική λειτουργία των ΕΠΙΠ είναι να πιστοποιεί ότι ένα συγκεκριμένο γεωργικό προϊόν έχει αντικειμενικά συγκεκριμένα χαρακτηριστικά τα οποία το διαφοροποιούν από όλα τα άλλα στην κατηγορία του και ότι οι πρώτες ύλες, η σύνθεση ή η μέθοδος παραγωγής του είναι συνεπείς για τουλάχιστον 30 έτη. Επομένως, οι ονομασίες τροφίμων ΕΠΙΠ είναι καταχωρημένα εμπορικά σήματα με διακριτή λειτουργία (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

Η προστατευόμενη ονομασία προέλευσης είναι το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, του ονόματος μιας χώρας που χρησιμοποιείται ως ονομασία για ένα γεωργικό προϊόν ή ένα τρόφιμο. Είναι δηλαδή (Barjolle & Philippe, 2012) :

- Προϊόντα που προέρχονται από μια τέτοια περιοχή, τόπο ή χώρα.

- Προϊόντα των οποίων η ποιότητα ή οι ιδιότητες προσδιορίζονται σημαντικά ή αποκλειστικά από το γεωγραφικό περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένων φυσικών και ανθρώπινων παραγόντων.

- Προϊόντα των οποίων η παραγωγή, η μεταποίηση και η προετοιμασία πραγματοποιούνται εντός της καθορισμένης γεωγραφικής περιοχής.

Με άλλα λόγια, για να λάβει το καθεστώς ΠΟΠ, το σύνολο του προϊόντος πρέπει να παράγεται παραδοσιακά και εξ ολοκλήρου εντός της συγκεκριμένης περιοχής και έτσι να αποκτά μοναδικές ιδιότητες (Barjolle, 2015).

Η προστατευόμενη γεωγραφική ένδειξη είναι το όνομα μιας περιοχής, ενός συγκεκριμένου τόπου ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, του ονόματος μιας χώρας, που χρησιμοποιείται ως περιγραφή ενός γεωργικού προϊόντος ή ενός τροφίμου. Είναι δηλαδή (Barjolle, 2016) :

- Προϊόντα που προέρχονται από μια τέτοια περιοχή, τόπο ή χώρα.

- Προϊόντα που έχουν συγκεκριμένη ποιότητα, καλή θέληση ή άλλη χαρακτηριστική ιδιότητα, που οφείλεται στη γεωγραφική της προέλευση.
- Προϊόντα όπου ένα από τα στάδια της παραγωγής, της μεταποίησης ή της προετοιμασίας λαμβάνει χώρα στην περιοχή.

Με άλλα λόγια, για να λάβουν την κατάσταση των ΠΓΕ, το σύνολο του προϊόντος πρέπει να παράγεται παραδοσιακά και τουλάχιστον εν μέρει (παρασκευασμένο, επεξεργασμένο ή παραγόμενο) εντός της συγκεκριμένης περιοχής και να αποκτά έτσι μοναδικές ιδιότητες (Barjolle, et al. 2011).

Οι κατηγορίες των ελληνικών προϊόντων που έχουν προδιαγραφές και πιστοποίηση για ΠΟΠ/ΠΓΕ είναι τα εξής (Grunert & Aachmann, 2016) :

- Ελαιόλαδο – Ελιές.
- Τυριά.
- Φρούτα, λαχανικά, ξηροί καρποί και όσπρια.
- Προϊόντα αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής.
- Νωπά ψάρια, μαλάκια.
- Άλλα προϊόντα ζωικής προέλευσης.
- Φυσικές μαστίχες και ρητίνες.
- Αιθέρια έλαια.
- Άλλα προϊόντα (όπως ο Κρόκος Κοζάνης).

Ισχυρό πλήγμα δέχονται τα φημισμένα ελληνικά προϊόντα με τις εμπορικές συμφωνίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες δίνουν τη δυνατότητα στην εκάστοτε χώρα να τα «εκμεταλλεύεται» και να τα «βαφτίζει» ως δικά της, ενώ ήδη η Ελλάδα μετράει πολλές χαμένες μάχες. Οι Τούρκοι, οι Καναδοί, οι Τσέχοι, οι Αφρικανοί και άλλοι έχουν καταφέρει μεγάλα χτυπήματα στα ελληνικά προϊόντα, ενώ στην καλύτερη των περιπτώσεων η ελληνική πολιτεία αδυνατεί να υπερασπιστεί επαρκώς προϊόντα-σφραγίδα της χώρας (Gorton, et al. 2014).

Μερικά τρανταχτά παραδείγματα όπως η φέτα, με εξαγωγές που ξεπερνούν τα 380 εκατομμύρια ευρώ ετησίως, οι ελιές Καλαμάτας και φυσικά το τελευταίο χτύπημα με το τσέχικο «Ελληνικό Γιαούρτι» και η φέτα της Νοτίου Αφρικής. Η Ελλάδα εκχωρεί το συγκριτικό της πλεονέκτημα και μάλιστα δεν λαμβάνει απολύτως κανένα αντάλλαγμα για αυτό, ενώ μέσα από νέες συμφωνίες έρχονται και άλλες ήττες, όπως η συμφωνία TTIP. Το αληθινό ελληνικό γιαούρτι που κάνει διεθνή καριέρα στην Ευρώπη και την Αμερική αντιμετωπίζει αντίστοιχα σοβαρά προβλήματα (Torres Salcido & Muchnik, 2012).

Η Κομισιόν έδωσε το πράσινο φώς στην Τσεχία να χρησιμοποιεί τον όρο «ελληνικό γιαούρτι» στα γαλακτοκομικά της προϊόντα. Η απάντηση που έδωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι ότι «ο όρος ελληνικό γιαούρτι αναφέρεται σε μια ιδιαίτερη μέθοδο παραγωγής. Η ονομασία δεν προστατεύεται και μπορεί να χρησιμοποιηθεί εκτός Ελλάδας, υπό την προϋπόθεση ότι οι καταναλωτές δεν παραπλανώνται σχετικά με τον τόπο καταγωγής. Η μόνη υποχρέωση που έθεσαν στους Τσέχους είναι να επισημαίνουν την καταγωγή του προϊόντος. Πάντως, ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης ανέφερε ότι θα προσφύγει στη δικαστήρια κατά της Τσεχίας γι αυτό το γεγονός (Hahlani & Garwi, 2014).

Από την Τσεχία και την Κομισιόν είναι εμφανές ότι κινδυνεύει και η ταυτότητα του ελληνικού γιαουρτιού στις διεθνείς αγορές. Όπως αναφέρει ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών Γαλακτοκομικών Προϊόντων (ΣΕΒΓΑΠ), οι Τσέχοι κατάφεραν να εξασφαλίσουν τη σύμφωνη γνώμη της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να παράξουν γιαούρτι που θα φέρει την ονομασία «ελληνικό», παρότι το συγκεκριμένο προϊόν δεν θα παράγεται στην Ελλάδα και παρά την τεκμηριωμένη ένσταση που υπέβαλε η Ελλάδα (Nada, et al. 2012).

Οι Έλληνες παραγωγοί υποστηρίζουν πως παρότι το ελληνικό γιαούρτι δεν είναι κατοχυρωμένο ως ΠΟΠ, όπως είναι η φέτα, η Ε.Ε. δεν θα έπρεπε να επιτρέψει χώρα της Ένωσης να καπηλεύεται ονομασίες που ανήκουν σε άλλες, παραπλανά συνειδητά τους καταναλωτές σε βάρος της Ελλάδας. Το θέμα για τα ελληνικά συμφέροντα είναι τεράστιο, καθώς ο ετήσιος τζίρος του ελληνικού γιαουρτιού σήμερα στην Ε.Ε. είναι περίπου 6 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ σε παγκόσμιο επίπεδο το νούμερο ανέρχεται σε 15 δισεκατομμύρια ευρώ. Η μόδα που κατακτά την άλλη πλευρά του Ατλαντικού ακούει στο όνομα «γιαούρτι αλά ελληνικά». Θα περίμενε κανείς οι ελληνικές εταιρείες να κατέχουν τα σκήπτρα στη συγκεκριμένη αγορά, ωστόσο «νικητής» αναδεικνύεται με διαφορά η εταιρεία «Chobani» που ανήκει στο επιχειρηματία Χαμντί Ουλουκάγια (Gonçalves, et al. 2012).

Ωστόσο ο ξέφρενος αμερικανικός ενθουσιασμός για το «ελληνικό γιαούρτι» θα αρχίσει σταδιακά να μειώνεται χρονιά με χρονιά, σύμφωνα με την Washington Post, που δημοσίευσε τις προβλέψεις μελετητών της αγοράς. Οι ειδικοί προβλέπουν ότι φέτος θα μείνουν στάσιμες ή θα μειωθούν, αφού το αμερικανικό κοινό βαριέται γρήγορα και αναζητά συνεχώς κάτι νέο. Είναι λογικό ότι πρέπει να πάρει την ένδειξη ΠΟΠ/ΠΓΕ το ελληνικό γιαούρτι, έτσι ώστε να κατοχυρωθεί ως ελληνικό και να μην μπορεί να αντιγραφεί από διάφορες άλλες χώρες. Οι εξαγωγές θα αυξηθούν λόγω ότι το ελληνικό γιαούρτι είναι μοναδικό σε ποιότητα σε σχέση με τα εναλλακτικά προϊόντα γιαουρτιού του εξωτερικού, και αυτό θα πρέπει να πιστοποιηθεί και να προστατεύεται όπως και τα υπόλοιπα προαναφερθέντα προϊόντα, οπότε πρέπει το Υπουργείο Γεωργία και Αγροτικής Ανάπτυξης να δώσει έμφαση τόσο στην φέτα όσο και στο γιαούρτι, λόγω ότι είναι δύο από τα καλύτερα προϊόντα του τόπου μας, οπότε πρέπει να διασφαλιστούν εγκαίρως (Gonçalves, et al. 2012).

3.5 Οι κριτικές του πλαισίου προστατευόμενης γεωγραφικής κατάστασης

Κάπως παραδόξως το πλαίσιο της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης μπορεί να θεωρηθεί ως προστατευτική κίνηση ενάντια στην παγκόσμια αγροτική οικονομική πολιτική και ένα νεοφιλελεύθερο εργαλείο γεωργικής διακυβέρνησης βασισμένο στην αγορά. Αυτό το καθιστά εξίσου σημαντικό πεδίο μάχης τόσο για το κίνημα κατά της παγκοσμιοποίησης όσο και για τους υποστηρικτές του ελεύθερου εμπορίου της Αυστραλίας και των Ηνωμένων Πολιτειών. Έτσι είτε αλλιώς, έχουν διατυπωθεί ορισμένες επικρίσεις (Restani, et al. 2009).

Μερικά από τα θέματα διακυβέρνησης είναι τα εξής (Dalmasso, et al. 2011) :

- Η παραχώρηση της αγοράς ως τόπου ρύθμισης: Οι μεταρρυθμίσεις της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής (ΚΑΠ) εισήγαγαν σιγά-σιγά μια σειρά εργαλείων βασιζόμενων στην αγορά για τη ρύθμιση του τομέα των γεωργικών προϊόντων διατροφής (το πλαίσιο Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης είναι ένα από αυτά). Η αγορά θεωρείται ως ο ιδανικός μηχανισμός "όπλων-μήκους" με τον οποίο θα προωθηθεί η ανάπτυξη, θα αποκατασταθούν οι ατέλειες στις συνδεδεμένες βιομηχανίες και θα προστεθεί η μη υπολογιζόμενη αξία για τα ευρωπαϊκά προϊόντα. Δηλαδή, δημιουργώντας μια κοινωνική αντίδραση στις «ανήθικες» επιπτώσεις της αυτορρυθμιζόμενης αγοράς.

- Η δημιουργία μοναδικών αγορών: Με τη δημιουργία των λεγόμενων «αγορών δεοντολογικών τροφίμων», οι παραγωγοί τροφίμων μπορούσαν να διεκδικήσουν μεγαλύτερη τιμή για τα προϊόντα τους. Τα καθεστώτα ΠΟΠ / ΠΓΕ ενισχύουν τη δημιουργία αγορών δεοντολογικών τροφίμων, που βασίζονται σε «τοπικά» προϊόντα. Σε αυτές τις περιπτώσεις, η «τοπική αγορά» αξιολογείται ως εγγενώς «καλή» ή τουλάχιστον καλύτερη από την παραγωγή από μια απεριόριστη, παγκοσμιοποιημένη αγορά τροφίμων.

- Η παροχή εμποδίων στην είσοδο: Η χάραξη ορίων γύρω από ορισμένα τρόφιμα και ποτά εμποδίζει άλλους παράγοντες να εισέρχονται σε συγκεκριμένες αγορές. Σε αυτό το σημείο, το πλαίσιο της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης μπορεί δυνητικά να αρνηθεί (ή να καταστήσει εξαιρετικά δύσκολη) την είσοδο στον τομέα των γεωργικών προϊόντων διατροφής. Για παράδειγμα, υπάρχουν αυστηροί γεωγραφικοί, παραγωγικοί, σχεδιαστικοί, χρονικοί και ειδικοί περιορισμοί για την είσοδο στην αγορά τυριού.

- Ο περιορισμός του ανταγωνισμού στις υπάρχουσες αγορές: Όταν υπάρχουν ήδη αγορές, υπάρχει η τάση για τη μείωση του ανταγωνισμού, εάν γίνονται δεκτές ορισμένες αιτήσεις της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης. Το κράτος, αντί να απαλλαγεί από κάθε ευθύνη (που συχνά θεωρείται ότι συμβαίνει σε μια νεοφιλελεύθερη οικονομία), συνδέεται με το καθήκον του προσεκτικού ελέγχου της αγοράς. Ο καθορισμός των τιμών των προϊόντων, η ενοποίηση των σούπερ μάρκετ, ο έλεγχος του εργατικού δυναμικού και η διοχέτευση των κερδών είναι όλα πιθανά ζητήματα. Στο πλαίσιο του Ηνωμένου Βασιλείου, η Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι επιφορτισμένη με τη διερεύνηση ρυθμιστικών εξουσιών έναντι των αγορών και των συγχωνεύσεων επιχειρήσεων, προκειμένου να αποτρέψει (ή τουλάχιστον να μετριάσει) τα προβλήματα αυτά.

- Ο γεωγραφικός καθορισμός του κεφαλαίου: Λόγω της φύσης του πλαισίου της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης, το κεφάλαιο συγκεντρώνεται σε συγκεκριμένους τομείς. Δεδομένου ότι τα δικαιώματα δεν είναι άμεσα μεταβιβάσιμα, η πιστοποίηση ΠΓΕ / ΠΟΠ χορηγείται σε εκείνους με δικαιώματα εκμισθωμένης ιδιοκτησίας. Επομένως, τα μονοπωλιακά μισθώματα γης μπορούν συχνά να προκύψουν εις βάρος αυτών που βασίζονται σε τέτοια εδάφη.

- Η απελευθέρωση της ενέργειας στους καταναλωτές: Ορισμένοι ερευνητές πρότειναν ότι οι αγορές δεοντολογικών τροφίμων, και το πλαίσιο της Προστατευόμενης Γεωγραφικής Κατάστασης, έχουν προωθήσει άμεσα μια

μορφή «μετρητών μέχρι» πολιτικής δημοκρατίας, όπου η εξουσία των καταναλωτών μπορεί να μετατραπεί σε μια νόμιμη δομή και μηχανισμό διακυβέρνησης. Αυτό αποτελεί μέρος μιας ευρύτερης μετάβασης από τις μορφές «κυβέρνησης» σε «διακυβέρνηση» που παρατηρείται σε έναν κόσμο νεοφιλελευθερισμού, όπου μια ομάδα μη κρατικών φορέων, αναμφίβολα, λαμβάνει τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με το πού και τι να αγοράσει.

3.6 Άρθρα για τις ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ-ΠΓΕ του γιαουρτιού

Η αξία της αμερικανικής αγοράς για το ελληνικό γιαούρτι, που κατευθύνεται από γνωστά εμπορικά σήματα, εκτιμάται ότι κυμαίνεται προς το σήμα των 4 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Και όμως η συντριπτική πλειοψηφία αυτού του γιαουρτιού δεν υπήρξε ποτέ στην Ελλάδα. Οι άνθρωποι καταλαβαίνουν ότι το ελληνικό γιαούρτι είναι ένα στυλ του γιαουρτιού, όπου διακρίνεται από την παχύτερη συνέπεια του, αποτέλεσμα της εξάπλωσης του ορού γάλακτος. Αλλά τώρα, όπως και πολλές γεωγραφικές περιοχές που είχαν τα συνώνυμα προϊόντα τους, η Ελλάδα ψάχνει να ανακτήσει την ονομασία του γιαουρτιού της (Barjolle & Jeanneaux, 2012).

Το Υπουργείο Γεωργίας της Ελλάδας δημιούργησε μια ομάδα 14 μελών για να ερευνήσει την ελληνική παραγωγή γιαουρτιού και να υποβάλει αίτηση για την ονομασία "Ελληνικό γιαούρτι" για να ληφθεί μια Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης (ΠΟΠ) και προστατευόμενης γεωγραφικής ένδειξης (ΠΓΕ) με το μητρώο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εάν γίνει δεκτή η αίτηση, όλα τα "ελληνικά γιαούρτια" που πωλούνται στην Ε.Ε. θα πρέπει να προέρχονται από την Ελλάδα (Barjolle & Philippe, 2012).

Με μια παγκόσμια αγορά που εκτιμάται ότι ξεπερνά τα 50 δισεκατομμύρια δολάρια, από τα οποία το 39% είναι στην Ευρώπη, η ανάκτηση του ονόματος "ελληνικό γιαούρτι" θα ήταν αρκετά μεγάλη για το μεσογειακό έθνος. Ωστόσο, η απλή διασφάλιση της ΠΟΠ και της ΠΓΕ δεν σημαίνει ότι όλη η ελληνική παραγωγή γιαουρτιού θα επιστρέψει ξαφνικά στην Ελλάδα. Τα σήματα θα μπορούσαν απλώς να προσθέσουν τη λέξη "Ελληνικό προϊόν" στις ετικέτες τους. Η αλλαγή δεν θα είχε

καμιά σημασία στο Ηνωμένο Βασίλειο, λόγω ότι η Αμερική είναι εκτός της Ε.Ε (Jena & Grote, 2010).

Παρόλα αυτά, αν υποθέσουμε ότι το αυθεντικό ελληνικό γιαούρτι φέρει κάποιες κάψουλες (σε αντίθεση με τους καταναλωτές απλώς να αρέσει το στυλ), η ανάκτηση του ονόματος του ελληνικού γιαουρτιού θα μπορούσε ασφαλώς να ενισχύσει την παραγωγή και τις πωλήσεις γιαουρτιού που παράγεται νόμιμα στην Ελλάδα. Και παρόλο που οι κανόνες δεν θα ισχύουν, η προθυμία της Ελλάδας να αναλάβει δράση θα μπορούσε τουλάχιστον να επηρεάσει μερικούς Αμερικανούς να συνειδητοποιήσουν ότι η εταιρεία Chobani χρησιμοποιεί τεχνικά «γιαούρτι ελληνικού τύπου στη Νέα Υόρκη» (Belletti & Marescotti, 2011).

Η απόφαση έχει καθυστερήσει αρκετά χρόνια, πολύ μετά το γεγονός ότι το προϊόν έχει γίνει μια τάση εντός και εκτός της ΕΕ, αλλά είναι αμφίβολο εάν θα έχει θετικό αντίκτυπο στον κλάδο του προϊόντος και στον τομέα της πρωτογενούς παραγωγής, σύμφωνα με την έκθεση που έχει γίνει. Η κίνηση του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης έρχεται σε μια εποχή όπου τόσο η Τσεχική Δημοκρατία σε επίπεδο χώρας όσο και οι πολυεθνικές εταιρείες έχουν ρυθμίσει την παραγωγή τοπικού ελληνικού τύπου γιαουρτιού και κάνουν σημαντικά κέρδη, αλλά θα τα χάσουν αν η Ελλάδα καταφέρει να κάνει το ελληνικό γιαούρτι ΠΟΠ προϊόν. Η ανακοίνωση από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, σύμφωνα με την έκθεση, συμπίπτει με την ανακοίνωση των ετήσιων αποτελεσμάτων της γαλακτοκομικής εταιρίας ΦΑΓΕ, της ελληνικής εταιρείας που δημιούργησε πραγματικά την παγκόσμια τάση γιαουρτιού εδώ και αρκετά χρόνια (Barjolle, et al. 2011).

Τα αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου και του δεύτερου τριμήνου, που ανακοινώθηκαν από τη γαλακτοκομική βιομηχανία της οικογένειας Φιλίππου, δείχνουν σημάδια πτώσης. Στην αγορά που έπληξε την κρίση, ο όγκος του εξαμήνου μειώθηκε κατά 31,7%. Σε διεθνές επίπεδο, το πρώτο τρίμηνο οι πωλήσεις της ΦΑΓΕ σε όγκο μειώθηκαν κατά 5,1% στις Ηνωμένες Πολιτείες και 7,7% στο Ηνωμένο Βασίλειο. Η μόνη εξαίρεση ήταν η ιταλική αγορά, όπου ο όγκος των πωλήσεών της αυξήθηκε κατά 3,3% (Gorton, et al. 2014).

Όμως, ακόμη μεγαλύτερη είναι η μείωση του όγκου πωλήσεων κατά το δεύτερο τρίμηνο. Με βάση τα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία της γαλακτοκομικής εταιρείας, ο όγκος των πωλήσεών της μειώθηκε κατά 8,5% το δεύτερο τρίμηνο. Συγκεκριμένα, ο όγκος πωλήσεων μειώθηκε κατά 5,4%, 7,1%, 2,7% και 23,2% στις Ηνωμένες Πολιτείες, το Ηνωμένο Βασίλειο, την Ιταλία και την Ελλάδα αντίστοιχα. Αυτό είναι αποτέλεσμα σκληρού ανταγωνισμού από διεθνείς παίκτες όπως η εταιρεία Chobani, η General Mills, η Danone και άλλες (Torres Salcido & Muchnik, 2012).

Η έκθεση αναφέρει επίσης ότι αυτό συμβαίνει σε μια εποχή όπου η έρευνα του Techavio προβλέπει ότι η ελληνική αγορά γιαουρτιού θα αυξηθεί κατά 7,73% ετησίως μεταξύ του 2017-2021 και θα φτάσει μέχρι τότε σε ετήσιες πωλήσεις ύψους 3,86 δισεκατομμυρίων δολαρίων από τα 2,82 δισεκατομμύρια (Marongiu & Cesaro, 2017).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

4.1 Ο σκοπός και τα ερευνητικά ερωτήματα

Σκοπός της ερευνητικής μελέτης είναι να παρουσιαστούν και να αναλυθούν επισταμένως οι απόψεις των εργαζομένων σε γαλακτοβιομηχανίες της Ελλάδας, σχετικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα και συγκεκριμένα για το γιαούρτι, και τις ποιοτικές ενδείξεις που υπάρχουν σε ορισμένα γαλακτοκομικά προϊόντα και δεν υπάρχουν σε μερικά άλλα, όπως είναι το γιαούρτι.

Τα ερευνητικά ερωτήματα είναι τα εξής :

- Ποιο προϊόν των γαλακτοβιομηχανιών θεωρείται ότι είναι περισσότερο επικερδές;

- Ποιο προϊόν των γαλακτοβιομηχανιών θεωρείται ότι αντιμετωπίζει τον μεγαλύτερο ανταγωνισμό στην αγορά;

- Τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ έτσι ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα αντιγραφής από άλλα κράτη;

- Το ελληνικό γιαούρτι μπορεί να συγκριθεί στον ίδιο βαθμό που βρίσκεται η ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά;

- Κατά πόσο τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού;

4.2 Η μεθοδολογία και το δείγμα

Το ερευνητικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε στην παρούσα εργασία είναι το ερωτηματολόγιο. Η επιλογή αυτού του εργαλείου έγινε καθώς είναι εύκολο στη χρήση του, εύληπτο, εξασφαλίζεται η ανωνυμία των ερωτηθέντων και συνεπώς η εμπιστευτικότητα προσφέρει πιο ρεαλιστικά και αληθή αποτελέσματα και απόψεις των ερωτηθέντων (Δαφέρμος, 2011).

Το ερωτηματολόγιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας αποτελείται από 16 ερωτήσεις, που αφορούν στοιχεία για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και συγκεκριμένα για το γιαούρτι, και τις ποιοτικές ενδείξεις που υπάρχουν σε ορισμένα γαλακτοκομικά προϊόντα και δεν υπάρχουν σε μερικά άλλα, όπως είναι το γιαούρτι. Χρησιμοποιήθηκαν κυρίως κλειστού τύπου ερωτήσεις. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου είναι εύκολες στην συμπλήρωση, δεν είναι ιδιαίτερα χρονοβόρες και παρέχουν την δυνατότητα αντικειμενικών απαντήσεων (Δαφέρμος, 2011).

Το ερωτηματολόγιο μοιράστηκε στους εργαζομένους σε γαλακτοβιομηχανίες της Ελλάδας, κατά την περίοδο του Νοεμβρίου. Επιλέχθηκε τυχαίο δείγμα 100 ατόμων.

Το συγκεκριμένο ερωτηματολόγιο τροποποιήθηκε για να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της εμπειρικής ανάλυσης της συγκεκριμένης εργασίας. Θα παρατεθούν αναλυτικά οι λεπτομέρειες από την αρχή έως την παρουσίαση των τελικών συμπερασμάτων έτσι ο αναγνώστης να μπορεί να κατανοήσει όλη την διαδικασία και να βγάλει τα δικά του συμπεράσματα για το θέμα.

4.3 Η στατιστική ανάλυση

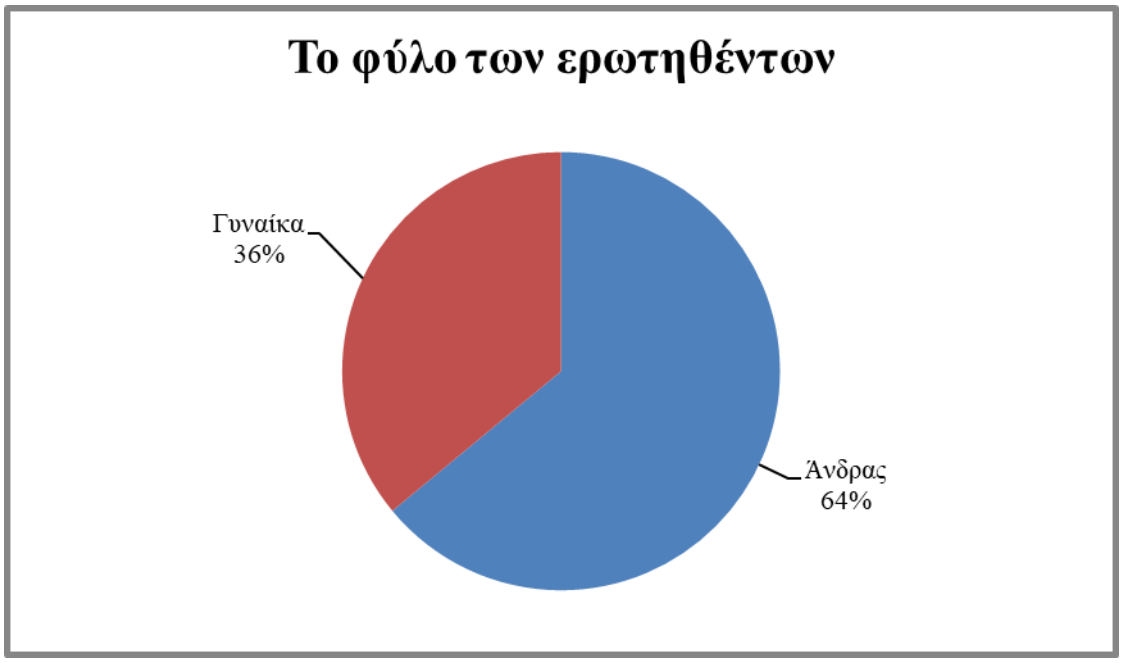
Το SPSS Statistics είναι ένα πακέτο λογισμικού που χρησιμοποιείται για διαδραστική ή στατιστική ανάλυση. Το αρχικό λογισμικό πρόγραμμα ήταν για το στατιστικό πακέτο των κοινωνικών επιστημών (SPSS), που αντικατόπτριζε την αρχική αγορά, αλλά το λογισμικό είναι πλέον δημοφιλές και σε άλλους τομείς, συμπεριλαμβανομένων των επιστημών υγείας και του μάρκετινγκ (Φωλίνας & Διαμαντόπουλος, 2014).

Τα στατιστικά στοιχεία SPSS τοποθετούν περιορισμούς στην εσωτερική δομή αρχείων, τους τύπους δεδομένων, την επεξεργασία δεδομένων και τα αρχεία που ταιριάζουν, τα οποία από κοινού απλοποιούν σημαντικά τον προγραμματισμό. Τα σύνολα δεδομένων SPSS έχουν δισδιάστατη δομή πίνακα, όπου οι σειρές συνήθως αντιπροσωπεύουν περιπτώσεις (όπως άτομα ή νοικοκυριά) και οι στήλες αντιπροσωπεύουν μετρήσεις (όπως ηλικία, φύλο ή εισόδημα νοικοκυριού) (Δαφέρμος, 2011).

Όλες οι επεξεργασίες δεδομένων πραγματοποιούνται διαδοχικά κατά περίπτωση μέσω του αρχείου (σύνολο δεδομένων). Εκτός από τη δομή και την επεξεργασία των μεταβλητών μεταξύ των διαφόρων παραμέτρων, υπάρχει ξεχωριστή κατάσταση πινάκων όπου μπορεί κανείς να επεξεργαστεί τα δεδομένα ως πίνακες χρησιμοποιώντας λειτουργίες πινάκων και γραμμικής άλγεβρας (Δαφέρμος, 2011).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τον προσδιορισμό του φύλου των ερωτώμενων, με ποσοστό της τάξεως του 64% (n=64) απάντησαν ότι είναι άνδρες και με ποσοστό της τάξεως του 36% (n=36) απάντησαν ότι είναι γυναίκες στην έρευνα που έγινε.



Διάγραμμα 1 : Το φύλο των ερωτηθέντων.

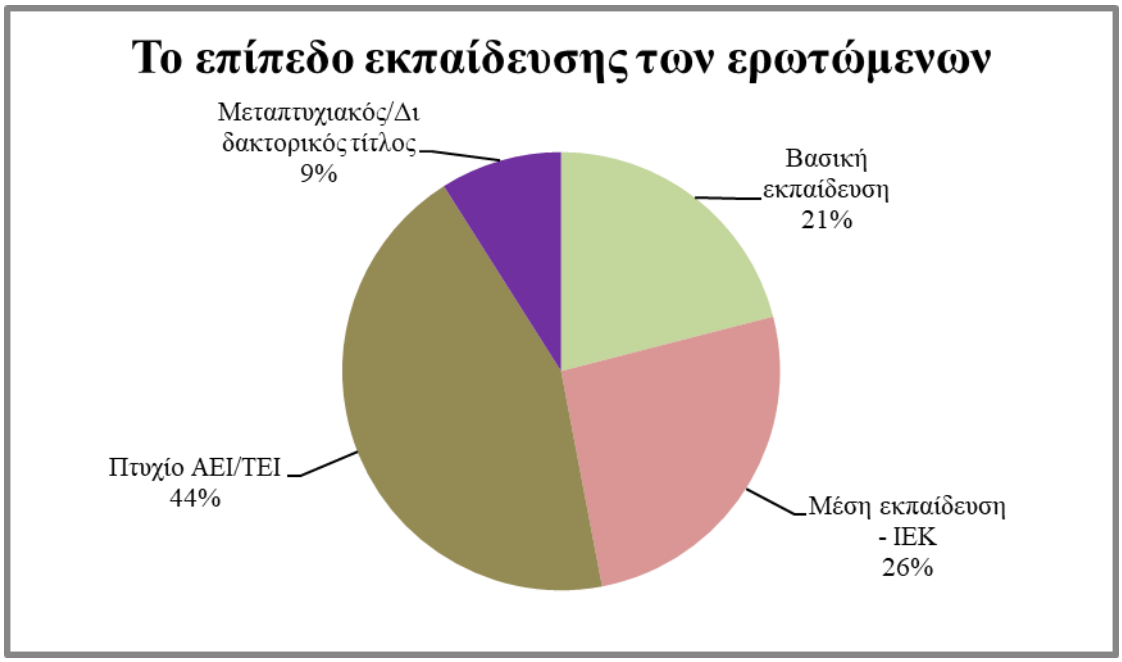
Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με τον προσδιορισμό της ηλικιακής ομάδας και συγκεκριμένα ένα μέρος του δείγματος του 17% (n=17), δηλώνει ότι είναι ηλικίας από 18 έως 24, ενώ ακολουθεί το ποσοστό των ερωτώμενων που δήλωσαν ότι είναι σε ηλικία από 25 έως 34 με ποσοστό 21% (n=21). Ένα μέρος του δείγματος με ποσοστό 32% (n=32) δήλωσε ότι είναι ηλικίας από 35 έως 44. Η επόμενη μερίδα των ερωτώμενων με ποσοστό 19% (n=19) δήλωσε ότι είναι ηλικίας από 45 έως 54. Ενώ τέλος, αυτοί που απάντησαν ότι είναι πάνω από 55 ετών είναι με ποσοστό 11% (n=11).

Διάγραμμα 2 : Η ηλικία των ερωτηθέντων.

Η επόμενη ερώτηση που κληθήκαν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι, αφορά τον προσδιορισμό της οικογενειακής τους κατάστασης. Ένα μέρος του δείγματος με ποσοστό 48% (n=48), απάντησαν ότι δεν έχουν σχέση και συγκεκριμένα ότι είναι άγαμοι. Ενώ με ποσοστό του 37% (n=37), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι έγγαμοι. Το υπόλοιπο ποσοστό που απομένει χωρίζεται σε 7% (n=7) όπου οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι διαζευγμένοι, ενώ στο υπόλοιπο 8% (n=8) οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι σε κατάσταση χηρείας.

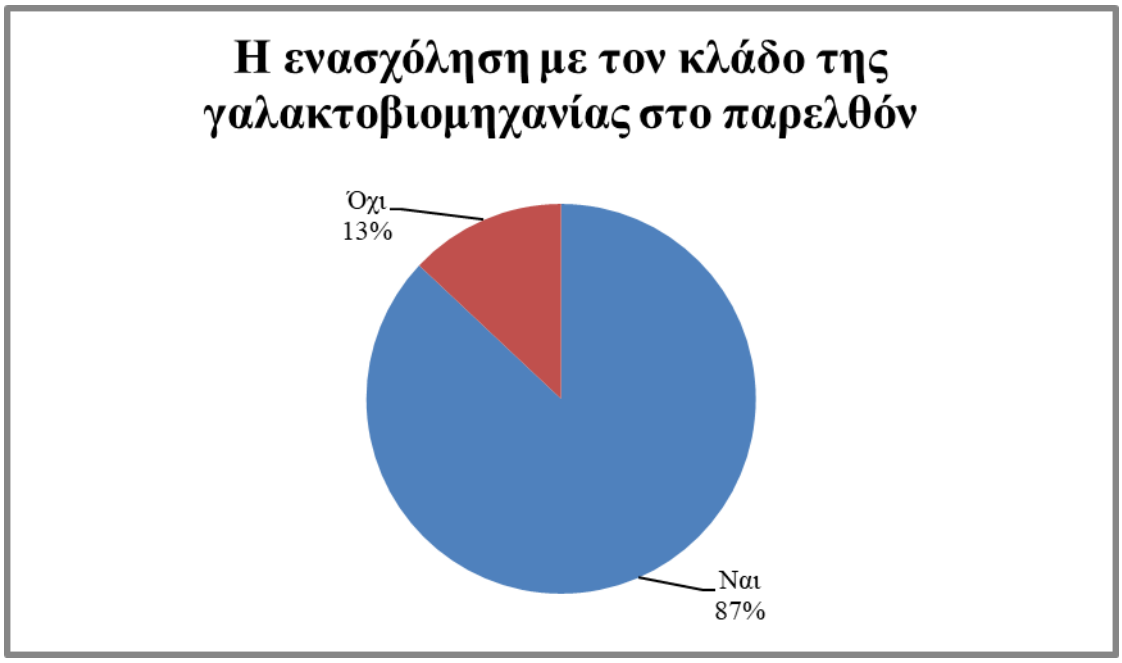
Διάγραμμα 3 : Η οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει καθαρά με τον προσδιορισμό του επιπέδου εκπαίδευσης που κυμαίνεται ο ερωτώμενος. Υπάρχουν 4 κατηγορίες επιπέδου εκπαίδευσης όπου είναι η βασική εκπαίδευση, η μέση εκπαίδευση μαζί με τους απόφοιτους ΙΕΚ, οι πτυχιούχοι πανεπιστημίου και Τ.Ε.Ι. και τέλος οι κάτοχοι μεταπτυχιακού-διδακτορικού διπλώματος. Ένα μέρος του δείγματος 21% (n=21), δήλωσε ότι κατέχει την βασική εκπαίδευση δηλαδή ότι είναι απόφοιτος δημοτικού ή γυμνασίου. Με ποσοστό της τάξεως του 26% (n=26), δήλωσε ότι κατέχει την μέση εκπαίδευση, δηλαδή ότι είναι απόφοιτος λυκείου ή ΙΕΚ. Ένα μέρος του δείγματος με ποσοστό της τάξεως του 44% (n=44) δήλωσε ότι ανήκει στην κατηγορία του Πανεπιστημίου-Τ.Ε.Ι. Ενώ, το τελευταίο μέρος του δείγματος με ποσοστό 9% (n=9) δήλωσε ότι έχει μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα.



Διάγραμμα 4 : Το επίπεδο εκπαίδευσης των ερωτώμενων

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν ο ερωτώμενος έχει ασχοληθεί στο παρελθόν με τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας ή με κάτι αντίστοιχο. Το ποσοστό του 87% (n=87) απάντησε ότι έχει ασχοληθεί στο παρελθόν με τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας ή με κάτι αντίστοιχο. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό του 13% (n=13) δήλωσε ότι δεν έχει ασχοληθεί στο παρελθόν με τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας ή με κάτι αντίστοιχο.

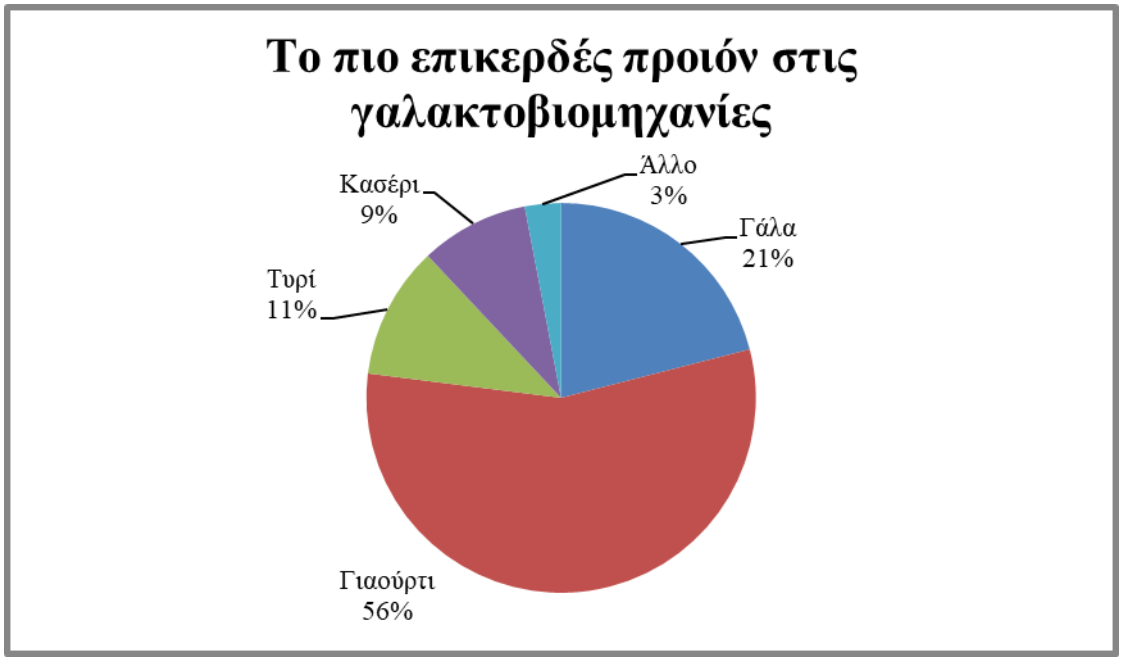


Διάγραμμα 5 : Η ενασχόληση με τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας στο παρελθόν

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν η γενικότερη κατάσταση του κλάδου των γαλακτοκομικών προϊόντων είναι καλή ή όχι. Με ποσοστό 3% (n=3), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι πολύ κακή η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας. Με ποσοστό 7% (n=7), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι κακή η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας. Με ποσοστό 38% (n=38), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι μέτρια η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας. Με ποσοστό 31% (n=31), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι καλή η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας. Τέλος, με ποσοστό 21% (n=21), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι είναι πολύ καλή η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας.

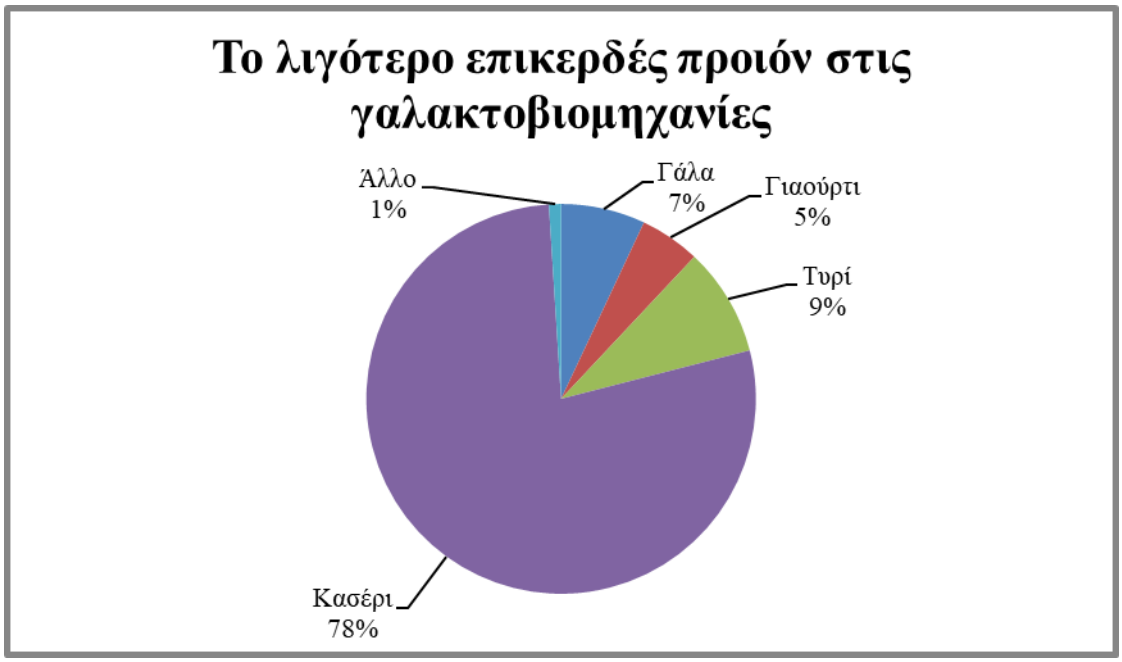
Διάγραμμα 6 : Η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το πιο είναι, κατά την γνώμη των ερωτώμενων, το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες. Με ποσοστό του 21% (n=21), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γάλα. Με ποσοστό του 56% (n=56), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γιαούρτι. Με ποσοστό του 11% (n=11), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το τυρί. Με ποσοστό του 9% (n=9), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το κασέρι. Τέλος, με ποσοστό του 3% (n=3), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το πιο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι κάποιο άλλον προϊόν εκτός των προαναφερθέντων.



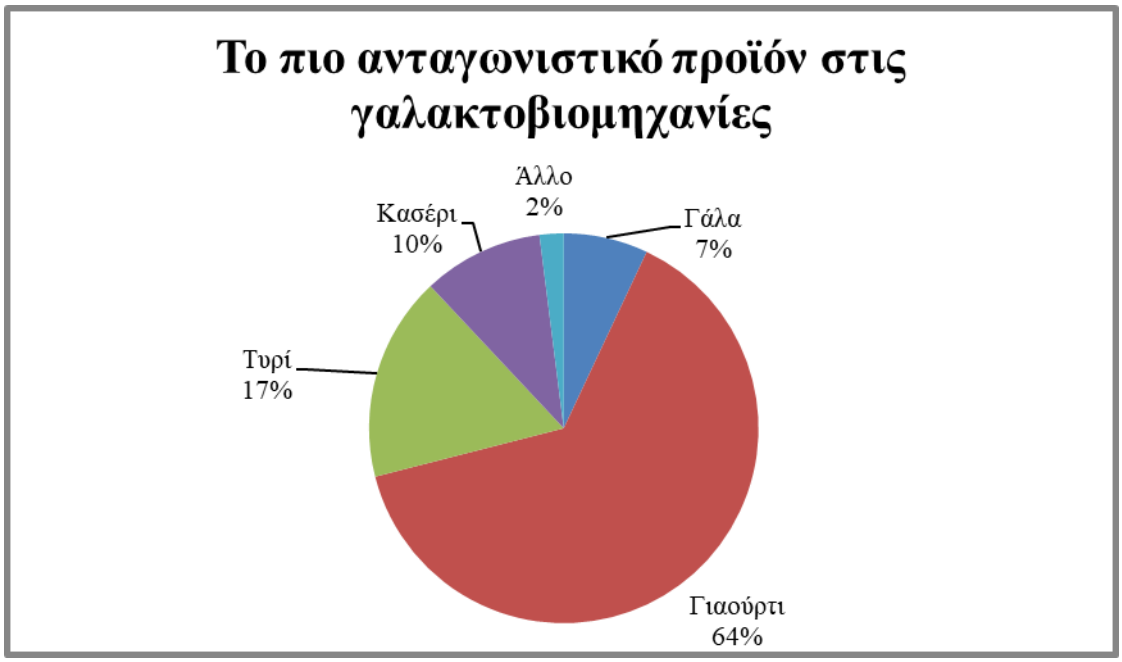
Διάγραμμα 7 : Το πιο επικερδές προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το πιο είναι, κατά την γνώμη των ερωτώμενων, το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες. Με ποσοστό του 7% (n=7), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γάλα. Με ποσοστό του 5% (n=5), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γιαούρτι. Με ποσοστό του 9% (n=9), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το τυρί. Με ποσοστό του 78% (n=78), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το κασέρι. Τέλος, με ποσοστό του 1% (n=1), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο επικερδές προϊόν που παράγεται αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι κάποιο άλλον προϊόν εκτός των προαναφερθέντων.



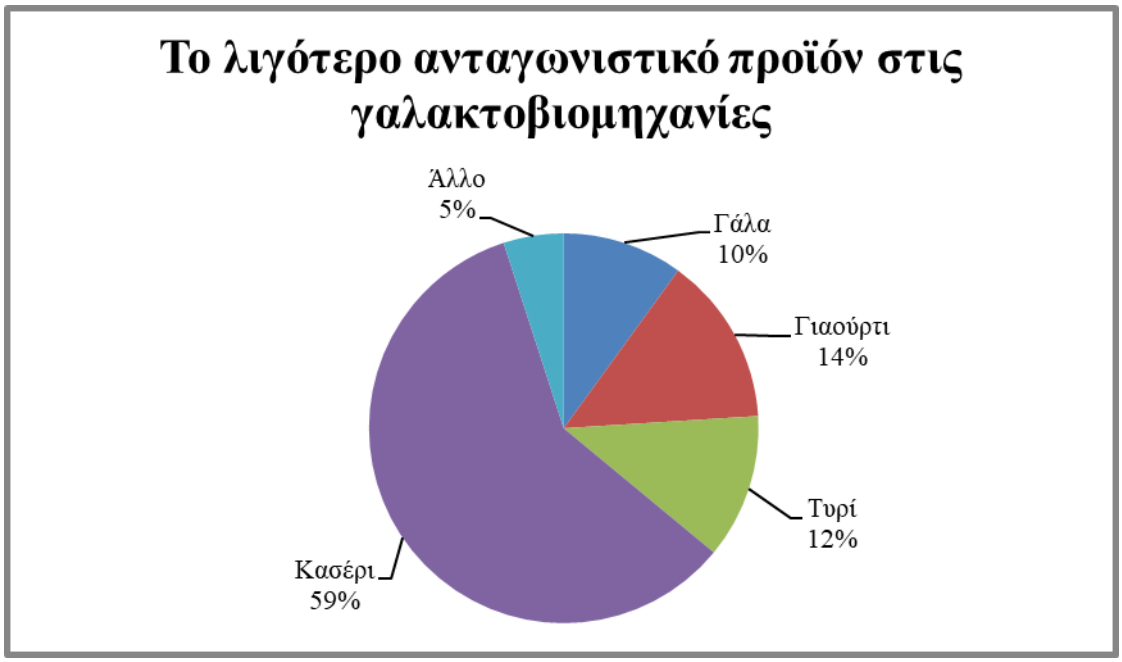
Διάγραμμα 8 : Το λιγότερο επικερδές προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το πιο είναι, κατά την γνώμη των ερωτώμενων, το προϊόν που δέχεται τον μεγαλύτερο ανταγωνισμό αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες. Με ποσοστό του 7% (n=7), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το μεγαλύτερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γάλα. Με ποσοστό του 64% (n=64), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το μεγαλύτερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γιαούρτι. Με ποσοστό του 17% (n=17), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το μεγαλύτερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το τυρί. Με ποσοστό του 10% (n=10), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το μεγαλύτερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το κασέρι. Τέλος, με ποσοστό του 2% (n=2), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το μεγαλύτερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι κάποιο άλλον προϊόν εκτός των προαναφερθέντων.



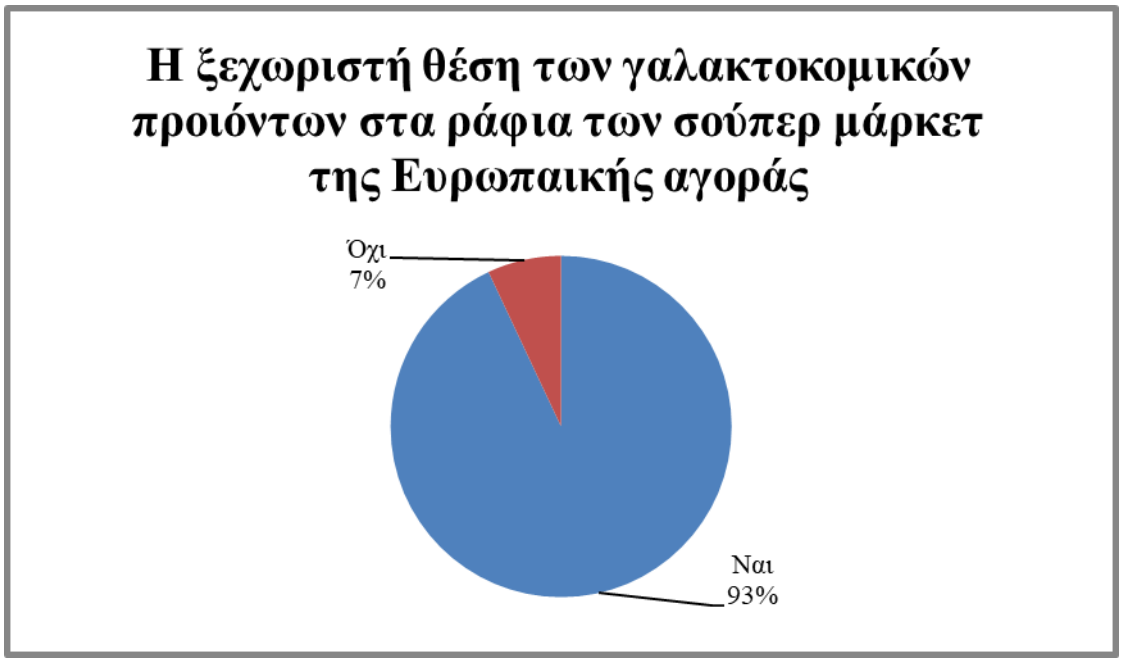
Διάγραμμα 9 : Το πιο ανταγωνιστικό προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το πιο είναι, κατά την γνώμη των ερωτώμενων, το προϊόν που δέχεται το λιγότερο ανταγωνισμό αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες. Με ποσοστό του 10% (n=10), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γάλα. Με ποσοστό του 14% (n=14), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το γιαούρτι. Με ποσοστό του 12% (n=12), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το τυρί. Με ποσοστό του 59% (n=59), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι το κασέρι. Τέλος, με ποσοστό του 5% (n=5), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το λιγότερο σε ανταγωνισμό προϊόν αυτήν την στιγμή στις ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες είναι κάποιο άλλον προϊόν εκτός των προαναφερθέντων.



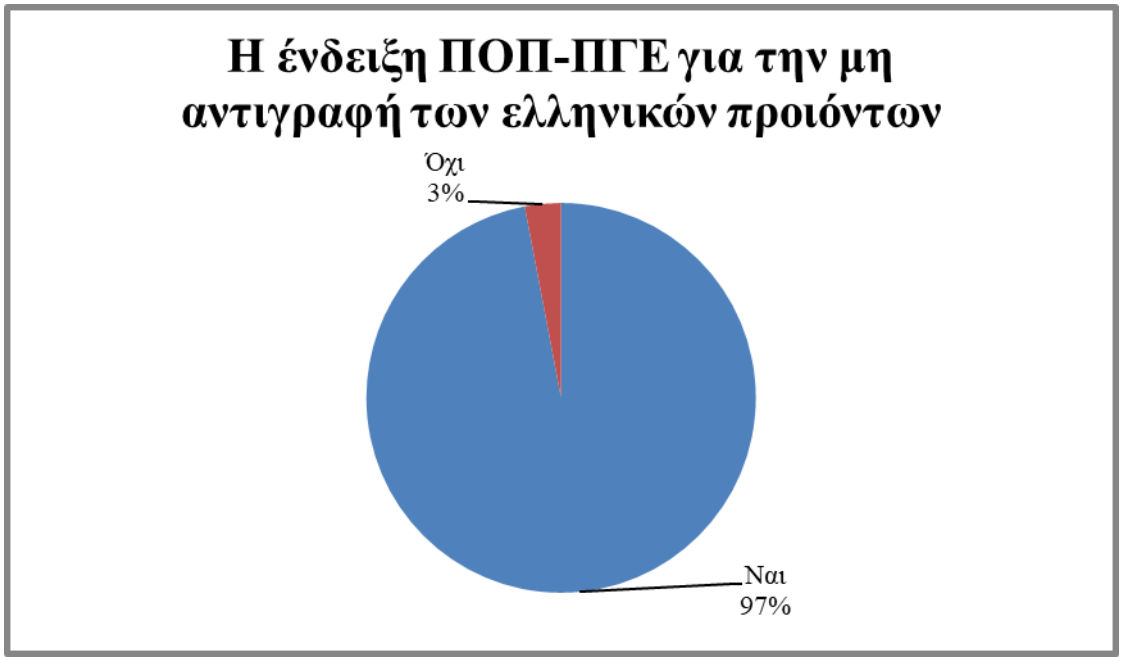
Διάγραμμα 10 : Το λιγότερο ανταγωνιστικό προϊόν στις γαλακτοβιομηχανίες

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν τα γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ξεχωριστή θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς. Με ποσοστό του 93% (n=93), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ξεχωριστή θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς. Από την άλλη πλευρά, με ποσοστό του 7% (n=7), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν πρέπει να έχουν ξεχωριστή θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς.



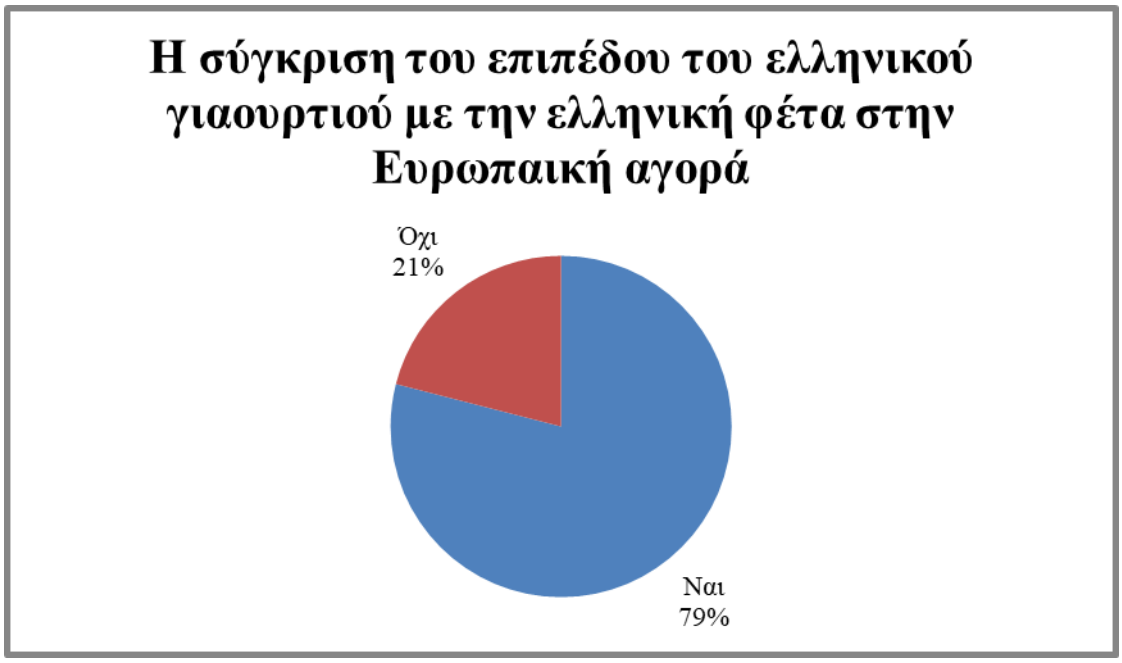
Διάγραμμα 11 : Η ξεχωριστή θέση των γαλακτοκομικών προϊόντων στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ έτσι ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα αντιγραφής από άλλα κράτη. Με ποσοστό του 97% (n=97), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ έτσι ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα αντιγραφής από άλλα κράτη. Από την άλλη πλευρά, με ποσοστό του 3% (n=3), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν πρέπει να έχουν ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ έτσι ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα αντιγραφής από άλλα κράτη.



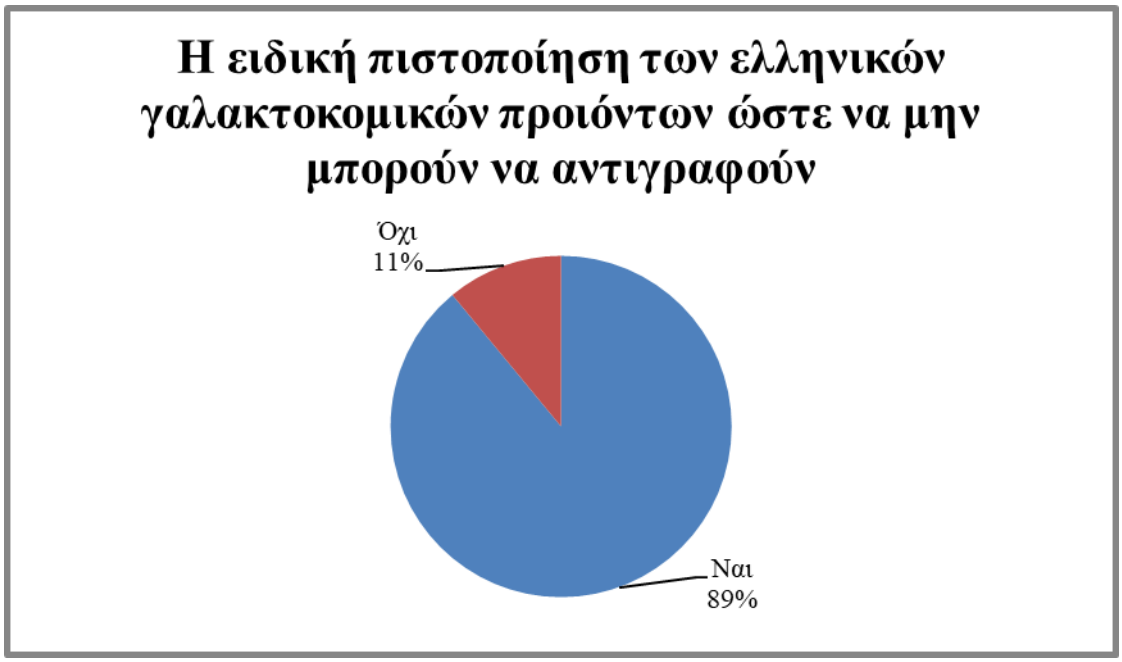
Διάγραμμα 12 : Η ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ για την μη αντιγραφή των ελληνικών προϊόντων

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν το ελληνικό γιαούρτι μπορεί να συγκριθεί στον ίδιο βαθμό που βρίσκεται η ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά. Με ποσοστό του 79% (n=79), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το ελληνικό γιαούρτι μπορεί να συγκριθεί στον ίδιο βαθμό που βρίσκεται η ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά. Από την άλλη πλευρά, με ποσοστό του 21% (n=21), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι το ελληνικό γιαούρτι δεν μπορεί να συγκριθεί στον ίδιο βαθμό που βρίσκεται η ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά.



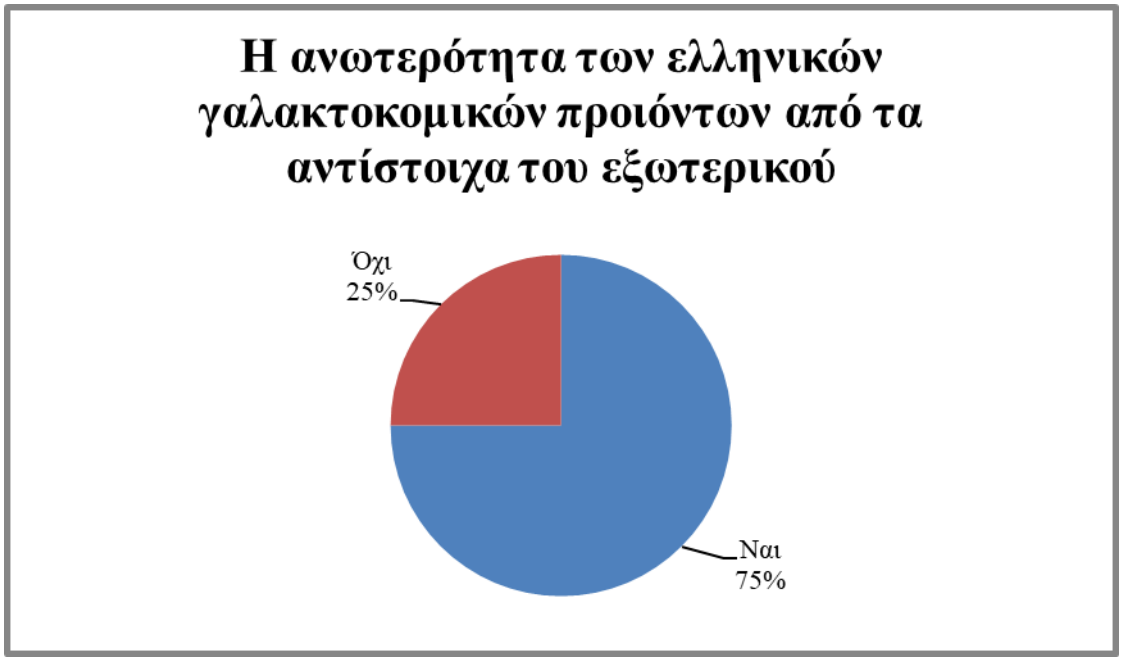
Διάγραμμα 13 : Η σύγκριση του επιπέδου του ελληνικού γιαουρτιού με την ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα θα πρέπει να εξασφαλίσουν ειδική πιστοποίηση έτσι ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν από κράτη του εξωτερικού. Με ποσοστό του 89% (n=89), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα θα πρέπει να εξασφαλίσουν ειδική πιστοποίηση έτσι ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν από κράτη του εξωτερικού. Από την άλλη πλευρά, με ποσοστό του 11% (n=11), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα δεν θα πρέπει να εξασφαλίσουν ειδική πιστοποίηση έτσι ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν από κράτη του εξωτερικού.



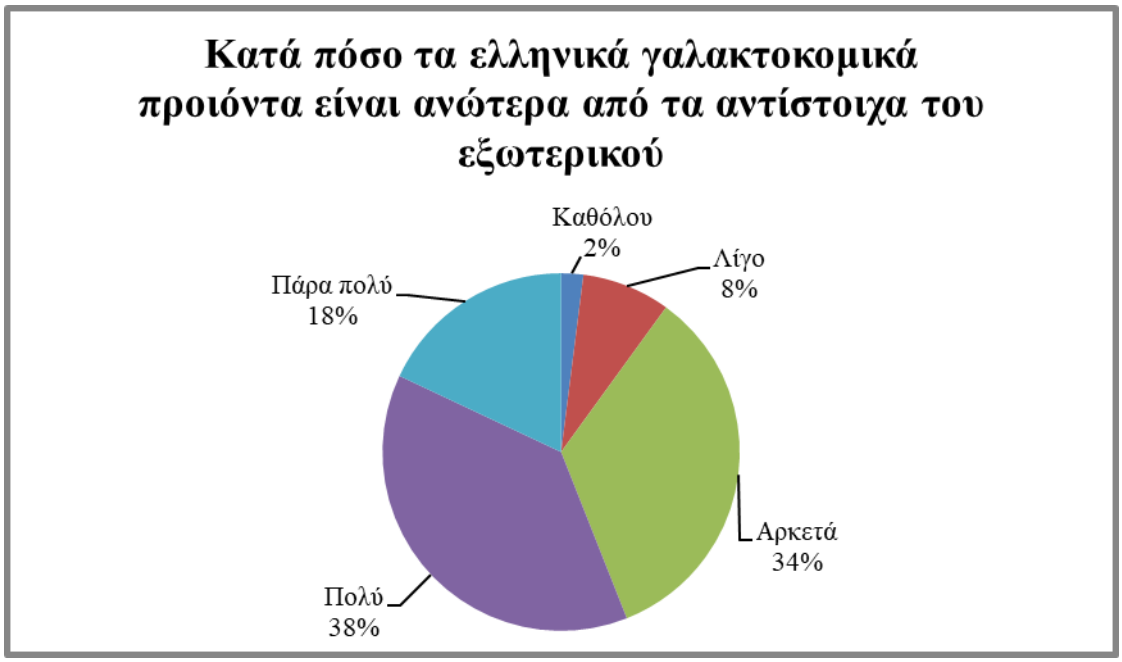
Διάγραμμα 14 : Η ειδική πιστοποίηση των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το εάν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Με ποσοστό του 75% (n=75), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Από την άλλη πλευρά, με ποσοστό του 15% (n=15), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα δεν είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού.



Διάγραμμα 15 : Η ανωτερότητα των ελληνικών γαλακτοκομικών προϊόντων από τα αντίστοιχα του εξωτερικού

Η επόμενη ερώτηση έχει να κάνει με το κατά πόσο τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Με ποσοστό του 2% (n=2), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα δεν είναι καθόλου ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Με ποσοστό του 8% (n=8), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι λίγο ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Με ποσοστό του 34% (n=34), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι αρκετά ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Με ποσοστό του 38% (n=38), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι πολύ ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού. Τέλος, με ποσοστό του 18% (n=18), οι ερωτώμενοι δήλωσαν ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι πάρα πολύ ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού.



Διάγραμμα 16 : Κατά πόσο τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, οι απαντήσεις των ερωτώμενων ήταν λίγο-πολύ αυτές που πρέπει να παρουσιαστούν σε κάθε εμπειρική διερεύνηση. Οπότε στην κατηγορία των δημογραφικών στοιχείων, οι περισσότεροι που απάντησαν ήταν άνδρες και το υπόλοιπο ποσοστό ήταν γυναίκες. Χωρίς να υπάρχει καμία ένδειξη υποβάθμισης για τις γυναίκες, το δείγμα των 100 ατόμων ήταν δειγματοληπτικό και δεν επιλέχθηκαν τα άτομα με κάποιο κριτήριο. Όσον αφορά για τις ηλικιακές ομάδες, τα ποσοστά μοιράστηκαν περίπου ισάξια σε όλες τις ηλικιακές κλίμακες, όπου αυτό κάνει την έρευνα μας περισσότερο αξιόπιστη και έγκυρη. Σχετικά με την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων, οι περισσότεροι που απάντησαν δήλωσαν ότι είναι είτε άγαμοι είτε έγγαμοι, και λιγότερο ποσοστό μοιράστηκε στους διαζευγμένους και σε αυτούς που βρίσκονται σε κατάσταση χηρείας. Επίσης, είναι λογικό για το επίπεδο εκπαίδευσης, να κατέχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά αυτή που έχουν βασική, μέση και ανώτερη ή ανώτατη εκπαίδευση.

Στην ενότητα για τον κλάδο της γαλακτοβιομηχανίας, οι περισσότεροι απάντησαν ότι έχουν ασχοληθεί παλαιότερα με το συγκεκριμένο τομέα, και έχουν κάποιες γνώσεις πάνω σε αυτόν τον τομέα. Παρατηρείται με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν, ότι η γενικότερη κατάσταση του κλάδου της γαλακτοβιομηχανίας είναι καλή αλλά σε γενικό πλάνο, πρέπει να αναφερθεί ότι είναι σημαντικό να συνεχίσει να βελτιώνεται ο κλάδος για να μπορούν να γίνουν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα (και γιατί όχι όλα τα ελληνικά προϊόντα) περισσότερο ανταγωνιστικά σε σχέση με αυτά του εξωτερικού. Ένα από τα πιο σημαντικά σημεία του ερωτηματολογίου είναι όταν το γιαούρτι παρουσιάζεται ως το πιο επικερδές και ανταγωνιστικό προϊόν στην ελληνική αγορά. Φυσικά, πίσω από το γιαούρτι έρχεται με μικρή διαφορά η γνωστή σε όλους ελληνική φέτα, και κάθε χρόνο υπάρχει εναλλαγή των 2 προϊόντων στην 1^{η} και 2^{η} θέση των ανταγωνιστικών και επικερδών προϊόντων στην ελληνική αγορά. Από την αντίθετη πλευρά, το ελληνικό κασέρι είναι το λιγότερο επικερδές και ανταγωνιστικό

προϊόν που θα πρέπει να βελτιωθεί και να αυξήσει την ποιότητα του έτσι ώστε να μπορεί να ανταγωνιστεί διάφορα επώνυμα κασέρια όπως είναι η παρμεζάνα.

Οι ερωτώμενοι δικαίως πιστεύουν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα της Ελληνικής αγοράς, θα πρέπει να κατέχουν ξεχωριστή θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς. Ένα μικρό ποσοστό όμως πιστεύει περισσότερο στο παραδοσιακό και μεσογειακό τρόπο και δεν θέλει να υπάρχουν στα Ευρωπαϊκά ράφια τα προϊόντα μας. Επίσης, πρέπει να υπάρχουν στα περισσότερα ελληνικά προϊόντα, εννοείται και στα γαλακτοκομικά η ένδειξη ΠΟΠ/ΠΓΕ έτσι ώστε να μην μπορούν να τα αντιγράψουν οι ξένες χώρες και οι εξαγωγές τους να είναι περισσότερες από τις δικές, που θα κατέχουμε το αυθεντικό προϊόν και θα είναι πολύ ανώτερο σε ποιότητα. Μπορεί η φέτα να είναι ευρέως πασίγνωστη στην Ελληνική και ξένη αγορά, αλλά και το ελληνικό γιαούρτι, δίνει μάχες τα τελευταία χρόνια για να αποκτήσει την ένδειξη ΠΟΠ/ΠΓΕ και να μην μπορεί να αντιγραφεί και να πωλείται το αντίστοιχο ξένο προϊόν του εξωτερικού. Πρέπει όλα τα ελληνικά προϊόντα να λάβουν ειδική πιστοποίηση γιατί είναι και ποιοτικά ανώτερα από αυτά του εξωτερικού αλλά και μπορεί να δοθεί το προνόμιο στην Ελλάδα να παράγει ακόμα περισσότερες ποσότητες για να τα διανέμει εντός και εκτός Ελλάδας. Η ανωτερότητα των Ελληνικών προϊόντων φαίνεται ξεκάθαρα από την μοναδική ποιότητα που διαθέτουν και από το πόσο εύγευστα είναι. Τα αντίστοιχα προϊόντα των υπόλοιπων χωρών μπορεί να είναι ποιοτικά αλλά συνήθως υπερτερούν σε γεύση και νοστιμιά. Τέλος, συμφωνούν και οι ερωτώμενοι όταν τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι πολύ ανώτερα σε σχέση με αυτά του εξωτερικού γι' αυτό θα πρέπει να προστατεύονται από τους Ευρωπαϊκούς κανονισμούς για να μην μπορούν να αντιγράφονται εύκολα.

Σχετικά με τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν αρχικά, θα απαντηθούν παρακάτω έτσι ώστε να ολοκληρωθεί το θέμα της συζήτησης αποτελεσμάτων. Αναφέρθηκε και παραπάνω ότι τα πιο ανταγωνιστικά και επικερδή προϊόντα που υπάρχουν στην Ελληνική αγορά είναι η φέτα και το γιαούρτι, γι' αυτό και γίνονται προσπάθειες να αντιγραφούν αλλά και να γίνει αυτό δεν θα υπάρχει η ίδια ποιότητα στα είδη των προϊόντων του εξωτερικού. Είναι βέβαιο ότι όλα τα ελληνικά ποιοτικά προϊόντα θα πρέπει να κατέχουν ένδειξη ΠΟΠ/ΠΓΕ έτσι ώστε να μην μπορούν οι χώρες του εξωτερικού να τα προωθούν ως δικά τους και να χάνει η Ελλάδα πολλά κέρδη από τις εξαγωγές των προϊόντων της. Τα ελληνικά προϊόντα είναι πολύ περισσότερο ποιοτικά

από τα αντίστοιχα του εξωτερικού και αυτό οφείλεται στο μεσογειακό κλίμα που κατέχει η Ελλάδα και στις διαδικασίες παραγωγής των προϊόντων που γίνονται κατά μεγάλο ποσοστό χειρωνακτικά. Τέλος, όσον αφορά το ελληνικό γιαούρτι μπορεί άνετα να συγκριθεί με την ελληνική φέτα καθώς και τα 2 προϊόντα κατέχουν ποιοτικά χαρακτηριστικά και μπαίνουν στις λίστες των πιο επώνυμων και γευστικών ελληνικών τροφίμων που υπάρχουν στην αγορά.

Όσον αφορά τις έρευνες που έχουν γίνει για τα ελληνικά προϊόντα και τις ποιοτικές ενδείξεις ΠΟΠ/ΠΓΕ δεν είναι πάρα πολλές και αυτές έχουν ένα εύρος που καλύπτει τα περισσότερα προϊόντα που έχουν την συγκεκριμένη πιστοποίηση. Μια ενδιαφέρουσα έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την Σμυρνιωτοπούλου (2011), με θέμα την διερεύνηση των δυνατοτήτων προώθησης της εμπορίας πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων ποιότητας στην περιοχή της Αττικής και συγκεκριμένα αναφέρεται στην ανταπόκριση των καταναλωτών στα προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ, έχει αρκετά κοινά σημεία με την προαναφερθείσα έρευνα γιατί αναλύει τους παράγοντες και τις πληροφορίες που έχει λάβει από τους καταναλωτές της Αττικής και το κατά πόσο φυσιολογικά συμπεριφέρονται οι καταναλωτές ως προς τα προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ. Επίσης, γίνεται μια αναφορά στην παρούσα έρευνα για το τι προσφέρουν οι πιστοποιήσεις στους παραγωγούς και τι οφέλη θα έχει η Ελλάδα μέσα από αυτήν την διαδικασία πιστοποίησης ΠΟΠ και ΠΓΕ. Επίσης μια ακόμη σημαντική μελέτη για τα προϊόντα ΠΟΠ/ΠΓΕ έχει πραγματοποιηθεί από τον Περής (2008), με θέμα τα προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης ΠΟΠ και οι συνέπειες της εφαρμογής αυτών στην Ελλάδα. Στην παρούσα έρευνα γίνεται λόγος για όλη τη γκάμα των ελληνικών προϊόντων ΠΟΠ/ΠΓΕ και συγκεκριμένα γίνεται λόγος στο ποιες συνέπειες θα έχει η Ελλάδα εάν αυτά τα προϊόντα δεν είχαν την προαναφερθείσα πιστοποίηση. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η Ελλάδα χάνει πολλά χρήματα από την πιστοποίηση ΠΟΠ/ΠΓΕ γιατί κάποιες χώρες του εξωτερικού αντιγράφουν τα προϊόντα μας και τα παρουσιάζουν ως δικά τους. Οπότε τα κράτη που κάνουν τις εισαγωγές κατευθύνονται στα προϊόντα αντιγραφής και όχι στα αυθεντικά με αποτέλεσμα να χάνει πολλά έσοδα από τις πωλήσεις σε κράτη του εξωτερικού η Ελλάδα.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η γαλακτοκομική βιομηχανία γενικά πρέπει να είναι προετοιμασμένοι να αντιμετωπίσουν τις μακροπρόθεσμες εξελίξεις και προκλήσεις του γαλακτοκομικού τομέα. Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στις αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων τόσο εντός της ΕΕ όσο και παγκοσμίως, οι νέοι κανόνες που θεσπίστηκαν με την αποκαλούμενη δέσμη για το γάλα για την ενίσχυση του ρόλου των παραγωγών στην αλυσίδα εφοδιασμού, το τέλος του συστήματος ποσοστώσεων στην ΕΕ και οι αναμενόμενες εξαγωγικές ευκαιρίες, βελτιώνουν συνεχώς τις επιδόσεις και αυξάνουν την ποιότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων. Η αποτελεσματική και ανταγωνιστική γαλακτοβιομηχανία είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της βιώσιμης παραγωγής γάλακτος. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτεί το γεγονός ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές ως προς την αποτελεσματικότητα μεταξύ των επιχειρήσεων που παράγουν γαλακτοκομικά προϊόντα στη χώρα και των επιχειρήσεων που εισάγουν τα προϊόντα αυτά από τους κυριότερους παραγωγούς γάλακτος της ΕΕ, όπως η Γερμανία και η Γαλλία. Εντούτοις, πολλά υποσχόμενο είναι το ζήτημα ότι δεν υπάρχουν σημαντικές ελαφρές τιμές για το κόστος των προϊόντων, όπου ενσωματώνει όλες τις παραμέτρους του λειτουργικού κόστους. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στην αποτελεσματική αξιοποίηση της υπάρχουσας υποδομής. Με λίγα λόγια, θα πρέπει να δοθούν οι απαραίτητες ενδείξεις ποιότητας σε όλα τα ελληνικά προϊόντα και κυρίως τα γαλακτοκομικά (μεγάλης ή μικρής βαρύτητας), έτσι ώστε να μπορούν να είναι ανταγωνιστικά με αυτά του εξωτερικού, έτσι ώστε να γίνονται όλα τα προϊόντα (ελληνικά και ξένα) καλύτερα στην ποιότητα και συνεχώς να λαμβάνουν διακρίσεις από τους αντίστοιχους οργανισμούς πιστοποίησης ποιότητας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ahmad, S. Hinch, G. Prior, J. Thomas, P. & Burrell, D. (2012). The role of extension in changing the dairy industry in Pakistan: a review. *Journal of Animal and Plant Sciences*, 2(2), 113-116.

Barjolle, D. & Jeanneaux, P. (2012). Raising rivals' costs strategy and localised agro-food systems in Europe. *International Journal on Food System Dynamics*, 3(1), 11–21.

Barjolle, D. & Philippe, J. (2012). Raising rivals' costs strategy and localised agro-food systems in Europe. *International Journal on Food System Dynamics*, 3(1), 11–21.

Barjolle, D. (2015). Geographical indications and Protected Designations of Origin: Intellectual property tools for rural development objectives D. Gangjee, ed. *Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications*, 1–26.

Barjolle, D. (2016). Geographical indications and Protected Designations of Origin: Intellectual Property Tools for Rural Development Objectives. In D. Gangjee, ed. Research Handbook on Intellectual Property and Geographical Indications. *Edward Elgar*, 1–26.

Barjolle, D. Sylvander, B. & Thevenod-Mottet, E. (2011). Public Policies and Geographical Indications. In: Barham, E. and Sylvander, B. (Eds.). *Labels of Origin for Food. Local Development, Global Recognition*, Wallingford: CAB International, 2(5), 92-105.

Belletti, G. & Marescotti, A. (2011). *Monitoring and evaluating the effects of the protection of Geographical Indications. A methodological proposal. In The Effects of*

Protecting Geographical Indications Ways and Means of their Evaluation. Swiss Federal Institute of Intellectual Property, 31–122.

Dalmasso, A. Civera, T. La Neve, F. & Bottero, T. (2011). Simultaneous detection of cow and buffalo milk in mozzarella cheese by real-time PCR assay. *Food Chemistry*. 12(4), 362–366.

Δαφέρμος, Β. (2011). *Κοινωνική στατιστική και μεθοδολογία έρευνας με το SPSS.* Θεσσαλονίκη: Ζήτη.

Gonçalves, J. Pereira, F. Amorim, A. & van Asch, B. (2012). New method for the simultaneous identification of cow, sheep, goat, and water buffalo in dairy products by analysis of short species-specific mitochondrial DNA targets. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. 6(1), 10480–10485.

Gorton, M. Torok, A. & Tregear, A. (2014). The Impact of EU Agri-food Quality Policy in the New Member States: A Case Study of the Mako Onion PDO. 2(1), 66-72.

Grunert, G. & Aachmann, K. (2016). Consumer Reactions to The Use of EU Quality Labels On Food Products: A Review of the Literature. *Food Control*, 5(9), 178-187.

Hahlani, D. & Garwi, J. (2014). Operational challenges to smallholder dairy farming: the case of mayfield dairy settlement scheme in chipinge district of Zimbabwe. *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 19(1), 87–94.

Jena, R. & Grote, U. (2010). Changing Institutions to Protect Regional Heritage: A Case for Geographical Indications in the Indian Agrifood Sector. *Development Policy Review*, 2(2), 217–236.

Marongiu, S. & Cesaro, L. (2017). Economic performance and profitability of agricultural holdings in Inner Areas. *Italian Journal of Planning Practices*. 3(1), 80–85.

Moschini, C. Menapace, L. & Pick, D. (2008). Geographical Indications and the competitive provision of quality in agricultural markets. *American Journal of Agricultural Economics*, 9(3), 794–812.

Nada, S. Ilija, D. Igor, T. Jelena, M. & Ruzica, G. (2012). Implication of food safety measures on microbiological quality of raw and pasteurizedmilk. *Food Control*, 2(5), 728–731.

Pantoja, F. Reinemann, D. & Ruegg, L. (2009). Associations among milk quality indicators in raw bulk milk. *Journal of Dairy Science*, 9(2), 4978–4987.

Περής, Σ. (2008). *Προϊόντα προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ) και οι συνέπειες εφαρμογής τους στην Ελλάδα*. [Πτυχιακή Εργασία]. Καβάλα: ΤΕΙ Καβάλας, Τμήμα Λογιστικής.

Restani, P. Ballabio, C. Di Lorenzo, C. Tripodi, S. & Fiocchi, A. (2009). Molecular aspects of milk allergens and their role in clinical events. *Analytical and Bioanalytical Chemistry*. 3(5), 47–56.

Simonovska, A. & Nillson, J. (2011). Conditions for structural changes in the Macedonian dairy sector - the dairy farmers choice of processors, Post-Communist Economies Review, 23(4), 539-551.

Sekovska, B. (2011). *Milk production conditions in Republic of Macedonia – IFCN Review*. Proceedings Days of veterinary medicine. 09-11 September, Ohrid, Macedonia.

Σμυρνιωτοπούλου, Κ. (2011). *Διερεύνηση δυνατοτήτων προώθησης της εμπορίας πιστοποιημένων αγροτικών προϊόντων ποιότητας στην περιοχή της Αττικής: Η ανταπόκριση των καταναλωτών σε προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ*. [Πτυχιακή Εργασία]. Κρήτη: ΤΕΙ Κρήτης, Τμήμα Εμπορίας και Διαφήμισης.

Stefanakis, A. Volanis, M. Zoiopoulos, P. & Hadjigeorgiou, I. (2007). Assessing the potential benefits of technical intervention in evolving the semi-intensive dairy-sheep farms in Crete. *Small Ruminant Research.* 72(1), 66-72.

Swai, S. & Schoonman, L. (2011). Microbial quality and associated health risks of raw milk marketed in the Tanga region of Tanzania. *Asian Pacific Journal of Tropical Biomedicine*, 1(3), 217–222.

Torres Salcido, G. & Muchnik, J. (2012). Globalization/Fragmentation Process: Governance and Public Policies for Localized Agri-Food Systems. In: Arfini, F., Mancini, M. C. and Donati, M. (Eds). *Local Agri-food systems in a global world. Market, Social and Environmental Challenges*. Newcastle Upon Tyne: Cambridge scholars publishing, 9(9), 97-116.

Volanis, M. Stefanakis, A. Hadjigeorgiou, I. & Zoiopoulos, E. (2007). Supporting the extensive dairy sheep smallholders of the semi-arid region of Crete through technical intervention. *Tropical Animal Health and Production*, 3(9), 325–334.

Voors, J. & D'Haese, M. (2010). Smallholder dairy sheep production and market channel development: An institutional perspective of rural Former Yugoslav Republic of Macedonia. *Journal of Dairy Science*, 9(8), 84-97.

Φωλίνας, Δ., & Διαμαντόπουλος, Ε. (2014). *Μεθοδολογία έρευνας και στατιστική ανάλυση με τη χρήση του SPSS.* Αθήνα: Αυτοέκδοση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ, ΓΕΩΓΡΑΦΙΑΣ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
«ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ»

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1) Επιλέξτε το φύλο σας

- ☐ Άνδρας
- ☐ Γυναίκα

2) Επιλέξτε την ηλικία σας

- ☐ 18-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45-44
- ☐ Άνω των 55

3) Επιλέξτε την οικογενειακή κατάσταση σας

- ☐ Άγαμος/η
- ☐ Έγγαμος/η
- ☐ Διαζευγμένος/η
- ☐ Χήρος/α

4) Επιλέξτε το επίπεδο εκπαίδευσης σας

- ☐ Βασική εκπαίδευση
- ☐ Μέση εκπαίδευση – ΙΕΚ
- ☐ Πτυχίο ΑΕΙ/ΤΕΙ
- ☐ Μεταπτυχιακός/Διδακτορικός Τίτλος

5) Έχετε ασχοληθεί με τον κλάδο της γαλακτοκομίας στο παρελθόν;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

6) Πώς θεωρείται την γενικότερη κατάσταση στον κλάδο της γαλακτοκομίας;

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

7) Ποιο προϊόν από αυτά που παράγει η επιχείρηση που εργάζεστε θεωρείται ότι είναι περισσότερο επικερδές;

- ☐ Γάλα

- Γιαούρτι
- Τυρί
- Κασέρι
- Άλλο

8) Ποιο προϊόν από αυτά που παράγει η επιχείρηση που εργάζεστε θεωρείται ότι είναι λιγότερο επικερδές;

- Γάλα
- Γιαούρτι
- Τυρί
- Κασέρι
- Άλλο

9) Ποιο προϊόν που παράγει η επιχείρηση που εργάζεστε θεωρείται ότι αντιμετωπίζει τον μεγαλύτερο ανταγωνισμό στην αγορά;

- Γάλα
- Γιαούρτι
- Τυρί
- Κασέρι
- Άλλο

10) Ποιο προϊόν σας θεωρείται ότι αντιμετωπίζει τον μικρότερο ανταγωνισμό στην αγορά;

- Γάλα
- Γιαούρτι
- Τυρί
- Κασέρι
- Άλλο

11) Πιστεύετε ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ξεχωριστή θέση στα ράφια των σούπερ μάρκετ της Ευρωπαϊκής αγοράς;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

12) Πιστεύετε ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα πρέπει να έχουν ένδειξη ΠΟΠ-ΠΓΕ έτσι ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα αντιγραφής από άλλα κράτη;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

13) Πιστεύετε ότι το ελληνικό γιαούρτι μπορεί να συγκριθεί στον ίδιο βαθμό που βρίσκεται η ελληνική φέτα στην Ευρωπαϊκή αγορά;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

14) Πιστεύετε ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα θα πρέπει να εξασφαλίσουν ειδική πιστοποίηση έτσι ώστε να μην μπορούν να αντιγραφούν από κράτη του εξωτερικού;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

15) Πιστεύετε ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού;

- ☐ Ναι
- ☐ Όχι

16) Κατά πόσο πιστεύετε ότι τα ελληνικά γαλακτοκομικά προϊόντα είναι ανώτερα από τα αντίστοιχα του εξωτερικού;

- ☐ Καθόλου
- ☐ Λίγο
- ☐ Αρκετά
- ☐ Πολύ
- ☐ Πάρα πολύ

Σας ευχαριστώ πολύ για τη συμμετοχή σας!!!

Ευάγγελος Αθανασόπουλος