



**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ  
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΪΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ  
ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ  
& ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

Προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα:  
η περίπτωση του Νομού Λάρισας

**Ελπίδα Ν. Μπάρκα**

Επιβλέπων καθηγητής:

Σιμιτζής Παναγιώτης, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ

**ΑΘΗΝΑ  
2022**

**ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ**  
**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ**  
**ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΪΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ**

**Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία**

Προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα:  
η περίπτωση του Νομού Λάρισας

“Consumer preferences for dairy products:  
the case of Larissa Greece”

**Ελπίδα Ν. Μπάρκα**

Εξεταστική Επιτροπή:

Σιμιτζής Παναγιώτης, Επίκουρος Καθηγητής ΓΠΑ (Επιβλέπων)

Χαρισμιάδου Μαρία, Επίκουρη Καθηγήτρια ΓΠΑ

Μασούρας Θεοφύλακτος, Αναπληρωτής Καθηγητής ΓΠΑ

## **Προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα: η περίπτωση του Νομού Λάρισας**

*ΔΠΜΣ Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παραγωγής Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων*

*Τμήμα Επιστήμης Τροφίμων και Διατροφής του Ανθρώπου*

*Τμήμα Επιστήμης Ζωϊκής Παραγωγής*

### **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

**Εισαγωγή:** Τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν σημαντικό κομμάτι της δίαιτας των Ελλήνων.

**Σκοπός:** Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής αποτελεί η διερεύνηση των προτιμήσεων των Ελλήνων αγοραστών, της ευρύτερης περιοχής του Νομού Λάρισας, αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

**Μεθοδολογία:** Στο πλαίσιο της έρευνας έγινε χρήση αυτοσυμπληρώμενου ερωτηματολογίου το οποίο αναρτήθηκε μέσω του Google Forms και διαμοιράσθηκε σε 100 καταναλωτές της ευρύτερης περιοχής της Λάρισας. Η επεξεργασία των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS-23 και ακολούθησε περιγραφική ανάλυση των αποτελεσμάτων.

**Αποτελέσματα:** Σύμφωνα με τα ευρήματα, το δείγμα της παρούσας έρευνας καταναλώνει γαλακτοκομικά προϊόντα σχεδόν σε καθημερινή βάση και κυρίως τυρί και γάλα. Αντιλαμβάνονται τη χρησιμότητα των γαλακτοκομικών στην υγεία του ανθρώπου και τα επιλέγουν κυρίως λόγω της συνεισφοράς τους στην ευεξία και τη φυσική κατάσταση καθώς και λόγω της ταύτισής τους με τη μεσογειακή διατροφή. Θεωρούν ότι τα σημαντικότερα θρεπτικά συστατικά που περιέχουν είναι τα ωμέγα 3 λιπαρά οξέα και οι πρωτεΐνες. Επίσης ο βασικότερος λόγος που θεωρούν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα θεωρούνται ανθυγιεινά είναι η υψηλή περιεκτικότητά τους σε ορμόνες. Τέλος, η κύρια πηγή ενημέρωσης τους για τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι η τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

**Συμπεράσματα:** Η παρούσα έρευνα προσέφερε πληροφορίες αναφορικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών της ευρύτερης περιοχής της Λάρισας αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Περαιτέρω έρευνες θα μπορούσαν να εξετάσουν επιπλέον λόγους επιλογής των συγκεκριμένων προϊόντων καθώς και τη σχέση τους με άλλα διατροφικά προϊόντα.

**Επιστημονική περιοχή:** Γαλακτοκομικά προϊόντα

**Λέξεις-Κλειδιά:** Γαλακτοκομικά προϊόντα, γάλα, προτιμήσεις καταναλωτών, Λάρισα

## **Consumers preferences for dairy products: the case of Larissa, Greece**

Msc Intergraded Management of Milk Production and Dairy Products  
Department of Food Science and Human Nutrition  
Department of Animal Production

### **ABSTRACT**

**Introduction:** Dairy products are an important part of the Greek diet.

**Purpose:** The purpose of this research is to investigate the preferences of Greek consumers regarding dairy products, in the wider area of the Prefecture of Larissa.

**Methodology:** The research used a self-completing questionnaire which was posted via Google Forms and distributed to 100 consumers in the greater area of Larissa. The data were processed with the statistical program SPSS-23 and a descriptive analysis was performed.

**Results:** According to the findings, the sample of the present study consumes dairy products almost on a daily basis and mainly cheese and milk. They understand the usefulness of dairy products in human health and choose them mainly because of their contribution to well-being and fitness as well as their integration into the Mediterranean diet. They believe that the most important nutrients they contain are omega 3 fatty acids and protein. On the other hand, the main reason that dairy products are considered unhealthy is their high content of hormones. Finally, their main source of information regarding dairy products is television and radio.

**Conclusions:** The present study provided information on consumer preferences regarding dairy products in the wider area of the Prefecture of Larissa. Further research could consider additional reasons for selecting these products as well as their relationship to other food products.

**Scientific area:** Dairy products

**Keywords:** Dairy products, milk, consumer s preferences, area Larissa

## Δήλωση Έργου

Η κάτωθι υπογεγραμμένη φοιτήτρια Μπάρκα Ελπίδα του Νικολάου, δηλώνω ρητά ότι η παρούσα Μεταπτυχιακή διατριβή με τίτλο «Προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα», οι πηγές και τα ηλεκτρονικά αρχεία που αναπτύχθηκαν ή τροποποιήθηκαν στο πλαίσιο της εργασίας και αναφέρονται ρητώς μέσα στο κείμενο που συνοδεύουν, υπό την επίβλεψη του Επίκουρου Καθηγητή ΓΠΑ κ. Σιμιτζή Παναγιώτη, αποτελεί αποκλειστικά δικό μου μη υποβοηθούμενο πόνημα, δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής.

Τα σημεία όπου έχουν χρησιμοποιηθεί ιδέες, κείμενο, αρχεία ή/και πηγές άλλων συγγραφέων, αναφέρονται ευδιάκριτα στο κείμενο με την κατάλληλη παραπομπή, ενώ η σχετική αναφορά συμπεριλαμβάνεται στο τμήμα των βιβλιογραφικών αναφορών με πλήρη περιγραφή.

Δηλώνω επίσης, ότι η παρούσα εργασία, δεν έχει υποβληθεί ποτέ πριν για οποιονδήποτε λόγο ή για εξέταση σε οποιοδήποτε άλλο πανεπιστήμιο ή εκπαιδευτικό ίδρυμα της χώρας ή του εξωτερικού. Η εργασία αποτελεί προϊόν συνεργασίας μου με τον επιβλέποντα καθηγητή μου.

Συμπληρωματικά και με τη συναίνεση μου, η παρούσα εργασία ελέγχθηκε από την Εξεταστική - Επιτροπή- από λογισμικό ανίχνευσης λογοκλοπής που διαθέτει το ΓΠΑ-για να διασταυρωθεί η πρωτοτυπία της.

---

Τα πνευματικά δικαιώματα της μεταπτυχιακής διατριβής ανήκουν στον/στην φοιτητή /τρια. Επιτρέπεται η δημοσίευση των αποτελεσμάτων της εργασίας σε επιστημονικά περιοδικά και συνέδρια από τον φοιτητή /τρια ή και τον επιβλέποντα καθηγητή /τρια, υπό τον όρο της αναφοράς των ονομάτων και των δυο (φοιτητή και επιβλέποντα καθηγητή)και της προηγούμενης ενημέρωσης του μη συμμετέχοντος στη δημοσίευση. Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τον συγγραφέα και μόνο.

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα, όπως αυτά εκφράζονται με την ακόλουθη άδεια των Creative Commons.

Ονοματεπώνυμο

23/05/2022

**Μπάρκα Ελπίδα**

*Αφιερωμένη στη μητέρα μου Μαρία.....*

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή εκπονήθηκε στα πλαίσια του μεταπτυχιακού μου προγράμματος «Ολοκληρωμένη διαχείριση παραγωγής γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων» του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κύριο Σιμιτζή Παναγιώτη, Επίκουρο Καθηγητή του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών, για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγηση του στην εκπόνηση της παρούσης μεταπτυχιακής μου διατριβής αλλά και για την άψογη συνεργασία μας.

Επιπρόσθετα, θα ήθελα να ευχαριστήσω και τους καθηγητές κα Χαρισμιάδου Μαρία, Επίκουρο Καθηγήτρια του Τμήματος Επιστήμης Ζωικής Παραγωγής του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών και τον κ. Μασούρα Θεοφύλακτο, Αναπληρωτή Καθηγητή του Τμήματος Επιστήμης & Τεχνολογίας Τροφίμων του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών που μου έκαναν την τιμή να είναι μέλη της επιτροπής μου καθώς και για την πολύτιμες συμβουλές τους στην μεταπτυχιακή μου εργασία.

Την προϊσταμένη Δρ. Στουρνάρα Αθανασία του Κτηνιατρικού Εργαστηρίου Λάρισας-Εθνικό Εργαστήριο Αναφοράς Γάλακτος Και Γαλακτοκομικών Προϊόντων για όλες τις χρήσιμες επιστημονικές πληροφορίες που μου παρείχε.

Τις φίλες μου Νατάσσα Γαϊτάνου, Μαρία Τσιώνη, Κατερίνα Μηλιώνη, Μαρία Σησιού και την κουμπάρα μου Ευαγγελία Θεοδοσίου που ήταν δίπλα μου σε όλη την χρονική διάρκεια της μεταπτυχιακής μου εργασίας.

Θα ήταν παράληψη να μην αναφερθώ στην ψυχολογική και ηθική συμπαράσταση της οικογένειας μου και ιδιαίτερα του συζύγου μου Γιώργου και των παιδιών μου Σπυριδούλα και Μαρία Ηλέκτρα. Η αμέριστη στήριξη και κατανόηση τους καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής της μεταπτυχιακής μου εργασίας ήταν ιδιαίτερα σημαντική για εμένα.

Τέλος, ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους συνέλαβαν στη συγγραφή και ολοκλήρωση της μεταπτυχιακής μου εργασίας.

## Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	i
ABSTRACT.....	ii
Δήλωση Έργου.....	iii
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	v
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ / ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ / ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ .....	viii
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ / ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ .....	ix
1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	1
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ .....	3
2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ .....	3
3. ΓΑΛΑ, ΤΥΡΙ, ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ, ΜΥΖΗΘΡΑ, ΒΟΥΤΥΡΟ, ΓΙΑΟΥΡΤΙ.....	14
3.1 Γάλα.....	14
3.1 Βασικές Κατηγορίες γάλατος .....	18
Παστεριωμένο Γάλα: .....	18
Γάλα UHT:.....	18
Γάλα Υψηλής Παστερίωσης:.....	19
3.2 Βούτυρο.....	20
3.2.1 Κατηγορίες βουτύρου .....	21
3.2.2 Τυρί .....	23
Μυζήθρα.....	26
Κεφαλοτύρι .....	26
3.2.3 Γιαούρτι.....	28
4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ (σύσταση, διατροφικά οφέλη κτλ.).....	31
4.1 Σύσταση.....	31
5. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΟΦΕΛΗ .....	33
5.1 Οφέλη για την υγεία .....	33
6. ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ.....	36
6.1 Παραγωγή γάλακτος.....	36
6.2 Συστήματα παραγωγής .....	36
7. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ .....	38
7.1 Παράγοντες που την επηρεάζουν .....	38
7.2 Η έννοια της ποιότητας και τα κριτήρια επιλογής προϊόντων .....	39
7.3 Διαδικασία λήψης απόφασης .....	42



7.4 Επίδραση της διαφήμισης.....	43
8. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ .....	45
8.1 Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα.....	45
8.2 Μεθοδολογία και ερευνητικά εργαλεία.....	45
9. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	46
10. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ.....	47
10.1 Κοινωνικό-δημογραφικά Χαρακτηριστικά.....	47
11. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ.....	49
12. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ.....	54
13. ΣΥΖΗΤΗΣΗ .....	63
14. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	64
15. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	65
15.1 Ξενόγλωσση.....	65
15.2 Ελληνική .....	68
16. ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	69

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ/ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ /ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

<b>Γράφημα 1.</b> Μέση ετήσια αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων .....	3
<b>Γραφήμα 2.</b> Μέση ετήσια αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων.....	9
<b>Γράφημα 3.</b> Ποσότητες αίγειου γάλακτος ανά Περιφέρεια .....	10
<b>Γράφημα 4.</b> Ποσότητες αγελαδινού γάλακτος πανελλαδικά.....	10
<b>Γραφήμα 5.</b> Μέσες τιμές του αγελαδινού γάλακτος πανελλαδικά.....	11
<b>Πίνακας 2:</b> Ποσότητα νωπού πρόβειου και αίγειου γάλακτος που παραδόθηκε στην Ελληνική αγορά ανά μήνα για το έτος 2021.....	6
<b>Πίνακας 3:</b> Παραγωγή γάλακτος κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή ενότητα.....	12
<b>Πίνακας 4:</b> Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων, κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα, 2019. ....	13
<b>Πίνακας 5:</b> Παραγωγή και κατανάλωση τυριού σε διάφορες.....	17
<b>Πίνακας 6:</b> Παραγωγή και κατανάλωση αγελαδινού γάλακτος σε διάφορες χώρες.....	18
<b>Πίνακας 7:</b> Διεργασίες που εφαρμόζονται στο γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προκύπτουν .....	22
<b>Πίνακας 8:</b> Παραγωγή και κατανάλωση βουτύρου σε διάφορες χώρες 1.000 τόνοι ΔΕΚ. 2021 .....	29
<b>Γράφημα 2.</b> Μέσος όρος χρημάτων εβδομαδιαίως για κατανάλωση Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	9
<b>Εικόνα 1.</b> Οι κυριότεροι προορισμοί του γάλακτος που παραδίδεται στα γαλακτοκομεία .....	16
<b>Εικόνα 2.</b> Δομή βουτύρου.....	21

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ/ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΙΔΙΚΟΥ ΜΕΡΟΥΣ

<b>Πίνακας 1</b> Ποσότητα νωπού αγελαδινού γάλακτος που παραδόθηκε στην Ελληνική αγορά ανά μήνα για το έτος 2021. ....	5
<b>Πίνακας 2:</b> Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά .....	47
<b>Πίνακας 3:</b> Γενικές Ερωτήσεις (Απόψεις για τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα) .....	49
<b>Πίνακας 4:</b> Βαθμολόγηση σημαντικότητας των θρεπτικών συστατικών στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	54
<b>Πίνακας 5:</b> Ισχυρισμοί Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	55
<b>Πίνακας 6:</b> Έννοιες που συνδέονται με τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	56
<b>Πίνακας 7:</b> Ιδιότητες και Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	57
<b>Πίνακας 8:</b> Επίδραση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων στην υγεία του ανθρώπου .....	58
<b>Πίνακας 9:</b> Λόγοι που θεωρούνται τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα ως υγιεινά .....	59
<b>Πίνακας 10:</b> Λόγοι χαρακτηρισμού των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ως ανθυγιεινά .....	60
<b>Πίνακας 11:</b> Πηγή πληροφόρησης για τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	61
<b>Διάγραμμα 1:</b> Συχνότητα κατανάλωσης Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	50
<b>Διάγραμμα 2:</b> Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	51
<b>Διάγραμμα 3:</b> Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα από συγκεκριμένο ζώο .....	52
<b>Διάγραμμα 4:</b> Τόπος παραγωγής των Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	52
<b>Διάγραμμα 5:</b> Τόπος προμήθειας των Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	53
<b>Διάγραμμα 6:</b> Ισχυρισμοί Γαλακτοκομικών Προϊόντων .....	55
<b>Διάγραμμα 7:</b> Έννοιες που συνδέονται με τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	56
<b>Διάγραμμα 8:</b> Ιδιότητες και Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	57
<b>Διάγραμμα 9:</b> Επίδραση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων στην υγεία του ανθρώπου .....	58
<b>Διάγραμμα 10:</b> Λόγοι να θεωρούνται τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα ως υγιεινά .....	59
<b>Διάγραμμα 11:</b> Λόγοι χαρακτηρισμού των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ως ανθυγιεινά .....	60
<b>Διάγραμμα 12:</b> Πηγή πληροφόρησης για Γαλακτοκομικά Προϊόντα .....	61
<b>Σχήμα 1:</b> Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή .....	40

## ΕΠΕΞΗΓΗΣΕΙΣ ΑΚΡΟΝΥΜΙΩΝ

\* WMP - πλήρες γάλα σε σκόνη / SMP - αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη

\*ΠΠΑ-Προσλαμβανόμενη Ποσότητα Αναφοράς ενός μέσου ενήλικα.

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από την προϊστορία δεν είναι γνωστό πότε ο άνθρωπος χρησιμοποίησε για πρώτη φορά το γάλα των ζώων ως τροφή. Σύμφωνα με τους O' Mahony και Fox (2014), η οικιακή εκμετάλλευση γαλακτοπαραγωγών ζώων (αγελάδων, αιγών και προβάτων) με σκοπό την παραγωγή γάλακτος γινόταν ήδη από το 8.000 π. Χ., ενώ στη Βίβλο η "Γη της Επαγγελίας" είναι η γη στην οποία "ρέει μέλι και γάλα" (O' Mahony and Fox, 2014).

Η χρησιμοποίηση του γάλακτος των γαλακτοπαραγωγών ζώων στη διατροφή του ανθρώπου, άρχισε συγχρόνως με την εξημέρωσή τους. Ο άνθρωπος πέτυχε την παρασκευή ορισμένων γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως του βουτύρου, του ξινογάλακτος, της γιαούρτης και των τυριών. Η αξιοποίηση του γάλακτος και η μεταποίηση του σε άλλα προϊόντα γινόταν για πολλά χρόνια, με εμπειρικές μεθόδους για την οικιακή κατανάλωση.

Οι αρχαιολόγοι υποστηρίζουν ότι η προσαρμογή στην πέψη της λακτόζης στη Βόρεια Ευρώπη προώθησε το κύμα της ανθρώπινης επιβίωσης και αναπαραγωγής ώστε να αναπτυχθούν πληθυσμοί με μια γενετική παραλλαγή που επέτρεπε στους ενήλικες να αφομοιώνουν τα προϊόντα ζώων, όπως οι αγελάδες, οι κατσίκες και τα πρόβατα βοηθώντας τον ανθρώπινο πληθυσμό να αυξηθεί και να εξαπλωθεί. Η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων σε συνάρτηση με την αύξηση του πληθυσμού επαναλήφθηκε όταν οι Ευρωπαίοι ξεκίνησαν την εξερεύνηση και την εγκατάσταση τους στην Αμερική. Ισπανοί και Βρετανοί μετανάστες μετέφεραν αγελάδες και βοοειδή μέσω των ωκεανών προκειμένου να εφοδιαστούν με θρεπτικά συστατικά υψηλής βιολογικής αξίας. Στην Κολομβιανή ανταλλαγή, οι Ευρωπαίοι εισήγαγαν την αναπαραγωγική δύναμη των ζώων σε νέα περιβάλλοντα της Αμερικής, μαζί με πλήθος ασθενειών. Οι γηγενείς πληθυσμοί αποδεκατίστηκαν, ενώ οι άποικοι συνέχισαν μια διατροφή πλούσια σε πρωτεΐνες και γαλακτοκομικά προϊόντα (Wouters, 2012).

Η Γαλακτοκομία ξεκίνησε να αναπτύσσεται ως επιστήμη μετά το 13<sup>ο</sup> αιώνα και κυρίως μετά το 19<sup>ο</sup> αιώνα όταν άρχισαν να αναπτύσσονται και οι άλλες θετικές επιστήμες και όπως η Χημεία, η Βιοχημεία και η Μικροβιολογία. Τον 20<sup>ο</sup> αιώνα η Γαλακτοκομία σημείωσε, από τεχνολογική άποψη αλματώδη εξέλιξη ενώ παράλληλα αυξάνεται και η παραγωγή του γάλακτος, με αποτέλεσμα την ανάπτυξη της επιστήμης της Ζωοτεχνίας. Η αύξηση είναι εντυπωσιακή αλλά εξίσου εντυπωσιακή είναι και η αύξηση του πληθυσμού της γης (O' Mahony and Fox, 2014).

Το γάλα μπήκε σε μια διαφορετική και προβληματική φάση της ιστορίας του τον 21<sup>ο</sup> αιώνα. Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα βρίσκονταν στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων μετά τους Παγκόσμιους Πολέμους, και οι επιστήμονες προσπαθούν ακόμα και σήμερα να κατανοήσουν πως αλλάζει οι ανάγκες και οι απαιτήσεις του καταναλωτή σε σχέση με εκείνες που αντιμετώπιζαν τις δεκαετίες του 1920 και του 1950. (Mejares, et al., 2022).

Το γάλα εκκρίνεται από τους μαστικούς αδένες των θηλυκών θηλαστικών, αλλά το γάλα ελάχιστων ειδών αξιοποιείται ως προϊόν ή πρώτη ύλη για την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Τα πιο γνωστά και αξιοποιήσιμα είδη είναι το αγελαδινό, το πρόβειο, το αίγαιο, το

βουβαλίσιο και της καμήλας. Είναι ιδιαίτερα πλούσιο σε πρωτεΐνες καθώς, περιέχει 80 είδη εκ των οποίων οι 60 είναι ένζυμα, καθώς επίσης άλατα και ανόργανα στοιχεία. Το ανόργανο στοιχείο που περιέχει σε αφθονία είναι το ασβέστιο, το οποίο συμβάλλει στην υγεία και ανάπτυξη των οστών και των δοντιών κατά την παιδική ηλικία, και στην πρόληψη της οστεοπόρωσης, ειδικά στο γυναικείο φύλο. Η απορρόφηση του από τον οργανισμό γίνεται από τις βιταμίνες C και D, με τις οποίες το γάλα εμπλουτίζεται κατά την επεξεργασία του για την επίτευξη αυτού του σκοπού, και τη λακτόζη. Οι άνθρωποι όλης της γης, καταναλώνουν σε καθημερινή βάση γάλα και γαλακτοκομικά και γι' αυτόν τον λόγο, η ζήτηση τους αυξάνεται συνεχώς. Σε παγκόσμια κλίμακα, η παραγωγή γάλακτος προσεγγίζει τα 843 εκατομμύρια τόνους ετησίως καθώς το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν σημαντικό και αναπόσπαστο κομμάτι της διατροφής του ανθρώπου σε όλες τις ηλικίες. (Van de Langerijt et al., 2021).

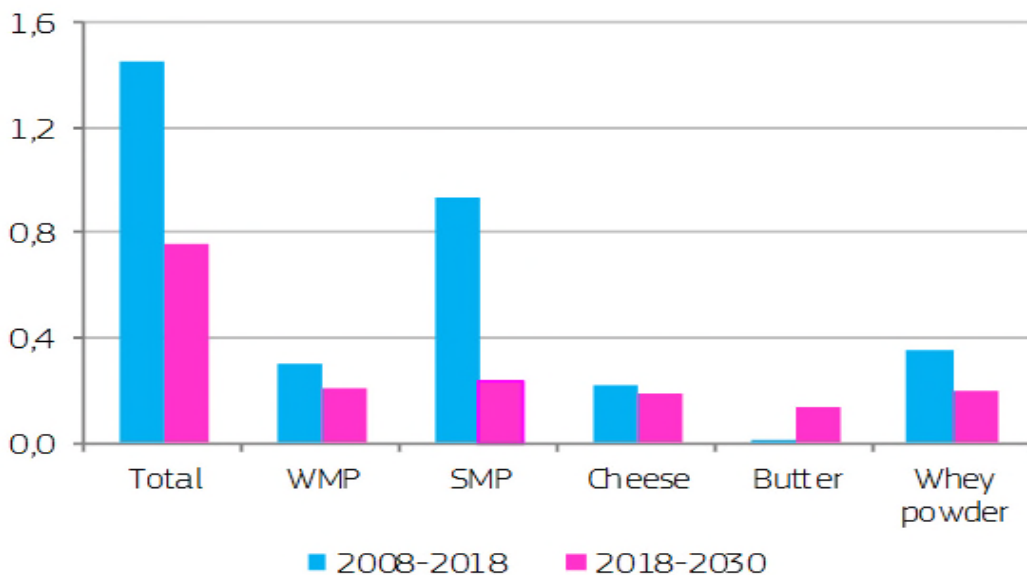
Στην Ελλάδα στις χώρες της Μεσογείου και τη Γαλλία, είναι αρκετά διαδεδομένη η εκτροφή προβάτων και αιγών, των οποίων το γάλα χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό στην παραγωγή γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων. Το πρόβειο γάλα παράγεται σε χώρες όπου η εκτροφή των αγελάδων είναι δύσκολη ενώ η Κίνα είναι κύρια παραγωγός με άλλο ένα πολύ μεγάλο ποσοστό της παγκόσμιας παραγωγής να προέρχεται από τις μεσογειακές χώρες και τις χώρες της Μέσης Ανατολής (Kalyankar et al., 2016). Το πρόβειο γάλα χρησιμοποιείται στην παρασκευή τυριών, είτε μεμονωμένα είτε με ανάμιξη με άλλα είδη γάλακτος (Juárez et al., 2003). Το αίγειο γάλα αποτελεί πηγή πρωτεϊνών, ασβεστίου και φωσφόρου και προτείνεται από τους γιατρούς, στα άτομα που εμφανίζουν αλλεργίες στο αγελαδινό, ως υποκατάστατό του. Τα προϊόντα από αίγειο γάλα καταναλώνονται ως επί το πλείστο στις ανεπτυγμένες χώρες, ενώ η αντίστοιχη βιομηχανία αναπτύσσεται συνεχώς και στις υπόλοιπες (Guo, 2003).

## ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

### 2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΕ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ, ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΕΘΝΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Αυξημένη ζήτηση θα έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα σύμφωνα με τις προβλέψεις της Ε.Ε. το 2018-2030, όπως το τυρί, καθώς ο παγκόσμιος πληθυσμός θα αυξηθεί παράλληλα με τα μέσα εισοδήματα. Οι προγνώσεις της ΕΕ, που δημοσιεύθηκαν στις 7 Δεκεμβρίου 2018, και παρατίθενται παρακάτω περιλαμβάνονται οι παρατηρήσεις σχετικά με τις προβλεπόμενες επιδόσεις των ευρωπαϊκών αγορών για το 2018 έως το 2030 (Γράφημα 1). Ενώ η καταναλωτική δύναμη του κόσμου αυξάνεται, τόσο λόγω του αυξημένου πληθυσμού όσο και των αυξανόμενων εισοδημάτων, η ζήτηση για γαλακτοκομικά προϊόντα αναμένεται να αυξηθεί. Το παγκόσμιο εμπόριο στον τομέα αυτό θα αυξηθεί πιο αργά από ό,τι την προηγούμενη δεκαετία, με την ΕΕ και τη Νέα Ζηλανδία να είναι κυρίαρχες στην αγορά. Έως το 2030, η ΕΕ θα μπορούσε να προσφέρει σχεδόν το 35% της παγκόσμιας ζήτησης. Η επικέντρωση θα γίνει εκτενέστερα σε προϊόντα με προστιθέμενη αξία, όπως τα βιολογικά προϊόντα ή εκείνα με προστατευόμενες γεωγραφικές ενδείξεις (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2016).

Οι εξαγωγές τυριού, βουτύρου, αποκορυφωμένου γάλακτος σε σκόνη, πλήρους γάλακτος σε σκόνη και σκόνη ορού γάλακτος στην ΕΕ αναμένεται να αυξηθούν κατά μέσο όρο κατά περίπου 330.000 τόνους ετησίως. Χρειάζονται περίπου 900.000 τόνοι πρόσθετου γάλακτος ετησίως για να ικανοποιηθεί η ζήτηση στην αγορά της ΕΕ, για τα παραδοσιακά γαλακτοκομικά προϊόντα, στα οποία περιλαμβάνονται κυρίως διάφορα τυριά σε αντίθεση με την κατανάλωση νωπού γάλακτος η οποία αναμένεται να μειωθεί στην ΕΕ.



Γράφημα 1 Μέση ετήσια αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων.

\* WMP - πλήρες γάλα σε σκόνη / SMP - αποκορυφωμένο γάλα σε σκόνη

(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020)

Στην ΕΕ η παραγωγή γάλακτος αναμένεται να παρουσιάσει μέτρια αύξηση το 2018-2030, με κατά μέσο όρο 0,8% ετησίως. Η παραγωγή έφτασε τα 167 εκατομμύρια τόνους το 2018 και λέγεται ότι θα φθάσει τα 182 εκατομμύρια τόνους περίπου μέχρι το 2030. Η παραγωγή γάλακτος θα αυξηθεί έως το 2030 σε ποσοστό 17% πάνω από τα επίπεδα του 2017 ενώ θα σημειωθεί βραδύτερος ρυθμός λόγω περιβαλλοντικών περιορισμών στην παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων.

Οι εκστρατείες προώθησης στην μείωση της πρόσληψης γαλακτοκομικών προϊόντων λόγω του κλιματικού και περιβαλλοντικού αποτυπώματος των ζωικών προϊόντων, μαζί με την αύξηση των περιστατικών δυσανεξίας στη λακτόζη, θα επηρεάσουν αρνητικά την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων. Αντίθετα η ολοένα αυξανόμενη κατανάλωση προπαρασκευασμένων τροφίμων, όπως τα έτοιμα γεύματα, τα μπιφτέκια και τα κατεψυγμένα τρόφιμα, οδηγεί σε μεγαλύτερη χρήση γαλακτοκομικών προϊόντων ως συστατικών, όπως για παράδειγμα το τυρί.

Η τυροκομία είναι ένας παραδοσιακός τομέας δραστηριότητας, ενώ στοιχειοθετείται από πολλές ιστορικές πηγές, ως μια από τις βασικότερες βιοτεχνικές δραστηριότητες. Με τη συνδρομή χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και με την πάροδο των χρόνων καθώς και με τη χορήγηση επενδυτικών κινήτρων από την πολιτεία (στα πλαίσια αναπτυξιακών νόμων και κοινοτικών κανονισμών), ο κλάδος σημείωσε μεγάλη ανάπτυξη με ταυτόχρονη αύξηση του βαθμού βιομηχανοποίησης, αποτελώντας αξιοσημείωτο παράγοντα του κλάδου των γαλακτοκομικών και του τομέα των ειδών διατροφής. Κύριο χαρακτηριστικό του κλάδου είναι ο μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα της τυροκομίας. Η πλειοψηφία τους περιλαμβάνει μονάδες μικρού μεγέθους και παραγωγικής δυναμικότητας, δηλαδή μικρές βιοτεχνικές επιχειρήσεις και γεωργικές εκμεταλλεύσεις, με ανάλογα χαρακτηριστικά. Οι επιχειρήσεις αυτές απευθύνονται σε τοπικό επίπεδο, παράγοντας «παραδοσιακά» προϊόντα. Ορισμένοι εξ' αυτών αδυνατούν να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις της υπάρχουσας νομοθεσίας και των οδηγιών της ΕΕ με αποτέλεσμα την παύση της λειτουργίας τους τα τελευταία χρόνια. Σημαντικό μέρος της εγχώριας αγοράς (κατανάλωσης) καλύπτουν οι μεγάλοι μεγέθους παραγωγικές μονάδες, οι οποίες διαθέτουν ευρεία βάση προϊόντων και σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό τον οποίο ανανεώνουν διαθέτοντας σημαντικά κονδύλια ενώ μέσω του οργανωμένου και μεγάλου δικτύου διανομής τους, έχουν κατορθώσει να καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος της ελληνικής επικράτειας και αρκετές έχουν αναπτυχθεί στον τομέα των εξαγωγών. Οι μεγάλες επιχειρήσεις ακολουθούν στην παραγωγική τους διαδικασία σύγχρονα πρότυπα διασφάλισης ποιότητας (HACCP, ISO, Agrocert), (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2016).

Τα τελευταία τριάντα χρόνια, η παγκόσμια παραγωγή γάλακτος αυξήθηκε παραπάνω από 59 τοις εκατό, δηλαδή από 530 εκατομμύρια τόνους το 1988 σε 843 εκατομμύρια τόνους το 2018. Η Ινδία είναι η μεγαλύτερη παραγωγός γάλακτος χώρα στον κόσμο, με ποσοστό 22% στην παγκόσμια παραγωγή, ενώ ακολουθούν οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, η Κίνα, το Πακιστάν και η Βραζιλία.

Το μεγαλύτερο μέρος της επέκτασης της παραγωγής γάλακτος από την δεκαετία του 1970, σημειώθηκε στη Νότια Ασία, η οποία είναι ο κύριος παράγοντας ανάπτυξης της παραγωγής γάλακτος στον κόσμο. Στην Αφρική η παραγωγή γάλακτος αυξάνεται αργά σε σχέση με άλλες χώρες, εξαιτίας της φτώχειας και σε ορισμένες χώρες λόγω των δυσμενών κλιματικών συνθηκών. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2016).

Η Νέα Ζηλανδία, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η Γερμανία, η Γαλλία, η Αυστραλία και η Ιρλανδία είναι οι χώρες με τα μεγαλύτερα πλεονάσματα γάλακτος. Ενώ η Κίνα, η Ιταλία, η Ρωσική Ομοσπονδία, το Μεξικό, η Αλγερία και η Ινδονησία είναι οι χώρες με τα μεγαλύτερα ελλείμματα.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι σημαντικός παραγωγός γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων και τα προϊόντα υπάγονται στην κοινή οργάνωση των αγορών (ΚΟΑ). Η παραγωγή γάλακτος πραγματοποιείται σε όλες τις χώρες της ΕΕ και αντιπροσωπεύει σημαντικό ποσοστό της αξίας της γεωργοκτηνοτροφικής παραγωγής της. Η συνολική παραγωγή γάλακτος της ΕΕ εκτιμάται σε περίπου 155 εκατομμύρια τόνους ετησίως. Κύριοι παραγωγοί είναι η Γερμανία, η Γαλλία, η Πολωνία, οι Κάτω Χώρες, η Ιταλία και η Ισπανία. Από κοινού αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 70 % της παραγωγής της ΕΕ.

Τα τελευταία χρόνια έχει μειωθεί το έλλειμμα της γαλακτοπαραγωγής της ΕΕ λόγω της βελτίωσης της απόδοσης γάλακτος ανά αγελάδα σε αντίθεση με το 2018 όπου υπήρχαν περίπου 21 εκατομμύρια αγελάδες στην ΕΕ, με μέση παραγωγή 7 000 kg γάλακτος ανά αγελάδα (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2016).

Τα μεγέθη των εκμεταλλεύσεων και των ζώων γαλακτοπαραγωγής ποικίλλουν σε πολύ μεγάλο βαθμό, όπως και οι αποδόσεις τους. Με την ανάπτυξη του τομέα των γαλακτοκομικών προϊόντων σε ολόκληρη την ΕΕ, έχουν μειωθεί οι αποκλίσεις ως προς την απόδοση και άλλους τεχνικούς παράγοντες, με αποτέλεσμα οι λιγότερο προηγμένοι παραγωγοί γαλακτοκομικών προϊόντων να καλύπτουν γρήγορα τη διαφορά τους με εκείνους που αναδιάρθρωσαν και εκσυγχρόνισαν πρώτοι τις εκμεταλλεύσεις τους (FAO, 2021). Στην Ελλάδα και στις χώρες της Μεσογείου και τη Γαλλία, είναι ευρέως διαδεδομένη η εκτροφή προβάτων και αιγών, των οποίων το γάλα χρησιμοποιείται σε μεγάλο βαθμό στην παραγωγή γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2016).

**Πίνακας 1** Ποσότητα νωπού αγελαδινού γάλακτος που παραδόθηκε στην Ελληνική αγορά ανά μήνα για το έτος 2021.

Μήνας	Ποσότητα αγελαδινού σε kg
Ιανουάριος	57.437.254
Φεβρουάριος	52.838.949
Μάρτιος	59.998.957
Απρίλιος	58.515.187
Μάιος	60.503.040



Ιούνιος	56.438.270
Ιούλιος	55.791.207
Αύγουστος	54.238.113
Σεπτέμβριος	52.479.001
Οκτώβριος	52.761.623
Νοέμβριος	51.078.851
Δεκέμβριος	53.837.532
<b>Σύνολο:</b>	<b>608.408,73</b>

(Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός,2021).

**Πίνακας 2:** Ποσότητα νωπού πρόβειου και αίγειου γάλακτος που παραδόθηκε στην Ελληνική αγορά ανά μήνα για το έτος 2021.

Μήνας	Ποσότητα πρόβειου (kg)	Ποσότητα γίδινου (kg)
Ιανουάριος	72.504.74	8.632.742
Φεβρουάριος	77.522.166	11.030.126
Μάρτιος	100.090.416	18.526.215
Απρίλιος	103.779.903	24.385.863
Μάϊος	101.555.067	32.550.667
Ιούνιος	72.098.730	25.032.279
Ιούλιος	46.525.538	18.347.437
Αύγουστος	26.098.774	11.226.309
Σεπτέμβριος	13.972.676	5.227.034
Οκτώβριος	14.799.476	1.929.983
Νοέμβριος	28.895.557	1.955.020
Δεκέμβριος	50.154.426	4.959.043
<b>Σύνολο:</b>	<b>707.997,469</b>	<b>11.378.885,409</b>

(Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός,2021).

Το 2020 η παραγωγή γάλακτος στην Ελλάδα σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat ήταν μία χρονιά που συνολικά η παραγωγή της Ευρωπαϊκής Ένωσης κινήθηκε ανοδικά, καταγράφοντας αύξηση 1,1% σε σύγκριση με το 2019, ενώ η χώρα μας ακολούθησε την πορεία αυτή, με τη συνολική ελληνική παραγωγή που παρέλαβαν τα γαλακτοκομεία να φτάνει τους 1.542.790 τόνους, έναντι 1.472.620 τόνων το 2019. Είναι η καλύτερη επίδοση που έχει καταγραφεί τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας ξεπερνώντας αυτήν του 2018 (1.498.300 τόνοι). Η Ελλάδα μαζί με τη Γαλλία είναι δεύτεροι καλύτεροι παραγωγοί πρόβειου και αίγειο γάλακτος στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς το 56,3% του γάλακτος που παρέλαβαν τα ελληνικά γαλακτοκομεία το 2020 έφτασε περίπου 800.000 τόνους. (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020)

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα που παρήγαγαν τα ελληνικά γαλακτοκομεία, το 2020 παρήχθησαν 402.320 τόνοι πόσιμου γάλακτος, 265.350 τόνοι πλήρους γάλακτος, 128.740 τόνοι ημιαποβουτυρωμένου γάλακτος, 8.050 τόνοι αποβουτυρωμένου γάλακτος, 228.190 τόνοι τυριών, 14.680 τόνοι κρέμας, 2.580 τόνοι βουτύρου και 30.840 τόνοι άλλων προϊόντων (γλυκά με βάση το γάλα, παγωτά κλπ.) ενώ τα δύο τρίτα του πλήρους γάλακτος που παραλαμβάνουν τα γαλακτοκομεία χρησιμοποιούνται για την παραγωγή τυριών και βουτύρου.

Σε σύγκριση με το 2019 η παραγωγή πλήρους γάλακτος μειώθηκε κατά 17.000 τόνους, ενώ αντίθετα η παραγωγή τυριών αυξήθηκε κατά 21.000 τόνους και είναι το μεγαλύτερο ποσοστό στην Ευρώπη, με δεύτερη την Κύπρο (20,8%) και τρίτη την Ισπανία (12,9%), ενώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το 2020 παρήχθησαν 106,1 εκατομμύρια τόνοι γάλακτος συνολικά. Πάνω από το ένα πέμπτο της συνολικής παραγωγής προέρχεται από τη Γερμανία, η οποία είναι επίσης σημαντικός παραγωγός πόσιμου γάλακτος (29,3%), βουτύρου (21%) και τυριών (22,9%) στην ΕΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020).

Στην Ελλάδα η αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων έχει περάσει στο επόμενο στάδιο, έχοντας βιώσει τις συνέπειες της κρίσης και αφού μελέτησε τα νέα δεδομένα, ξεκινά την «αντεπίθεσή» της. Οι γαλακτοβιομηχανίες επαναπροσδιόρισαν στόχους και προτεραιότητες, σχεδιάζουν, αναλύουν και προχωρούν σε κινήσεις με νέα λανσαρίσματα, rebranding και ενίσχυση της καινοτομίας. Ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τομέας των «ενισχυμένων» προϊόντων, εμπλουτισμένων με συστατικά που δίνουν έξτρα οφέλη στον καταναλωτή, σε μια προσπάθεια απάντησης στις σύγχρονες καταναλωτικές ανάγκες. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα βρίσκονται σήμερα στην πρώτη γραμμή της κατηγορίας των λειτουργικών τροφίμων καθότι τα προϊόντα ζύμωσης θεωρούνται υγιεινά για τον οργανισμό. Ακολουθώντας τις τάσεις, τα brands ανταποκρίνονται και αυξάνονται τα σχετικά λανσαρίσματα τέτοιων προϊόντων, είτε ενισχυμένων με συστατικά, είτε λειτουργικά από φυσικού τους, τα λεγόμενα «naturally functional».(Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2016).

Η παγκόσμια κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων όπως το γάλα, το βούτυρο, το τυρί, το γιαούρτι και το παγωτό αυξάνεται, με τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης στις λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου. Η ανησυχία των καταναλωτών σχετικά με το είδος και την ποσότητα των προσθέτων στα τρόφιμα όπως τα γαλακτοκομικά παραμένει σε υψηλά επίπεδα. Ένας από τους κύριους μοχλούς της αγοράς είναι η μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση των καταναλωτών για τη σχέση μεταξύ της διατροφικής πρόσληψης και της υγείας, με

αποτέλεσμα πολλοί παραγωγοί γαλακτοκομικών να αναδιατυπώνουν τώρα τα προϊόντα τους για να το αντιμετωπίσουν. Οι ανησυχίες για την υγεία των καταναλωτών αποτελούν επίσης απειλή για την παγκόσμια αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων, με πολλούς ανθρώπους να στρέφονται σε εναλλακτικές λύσεις με προϊόντα φυτικής προέλευσης όπως η σόγια και το γάλα βρώμης.

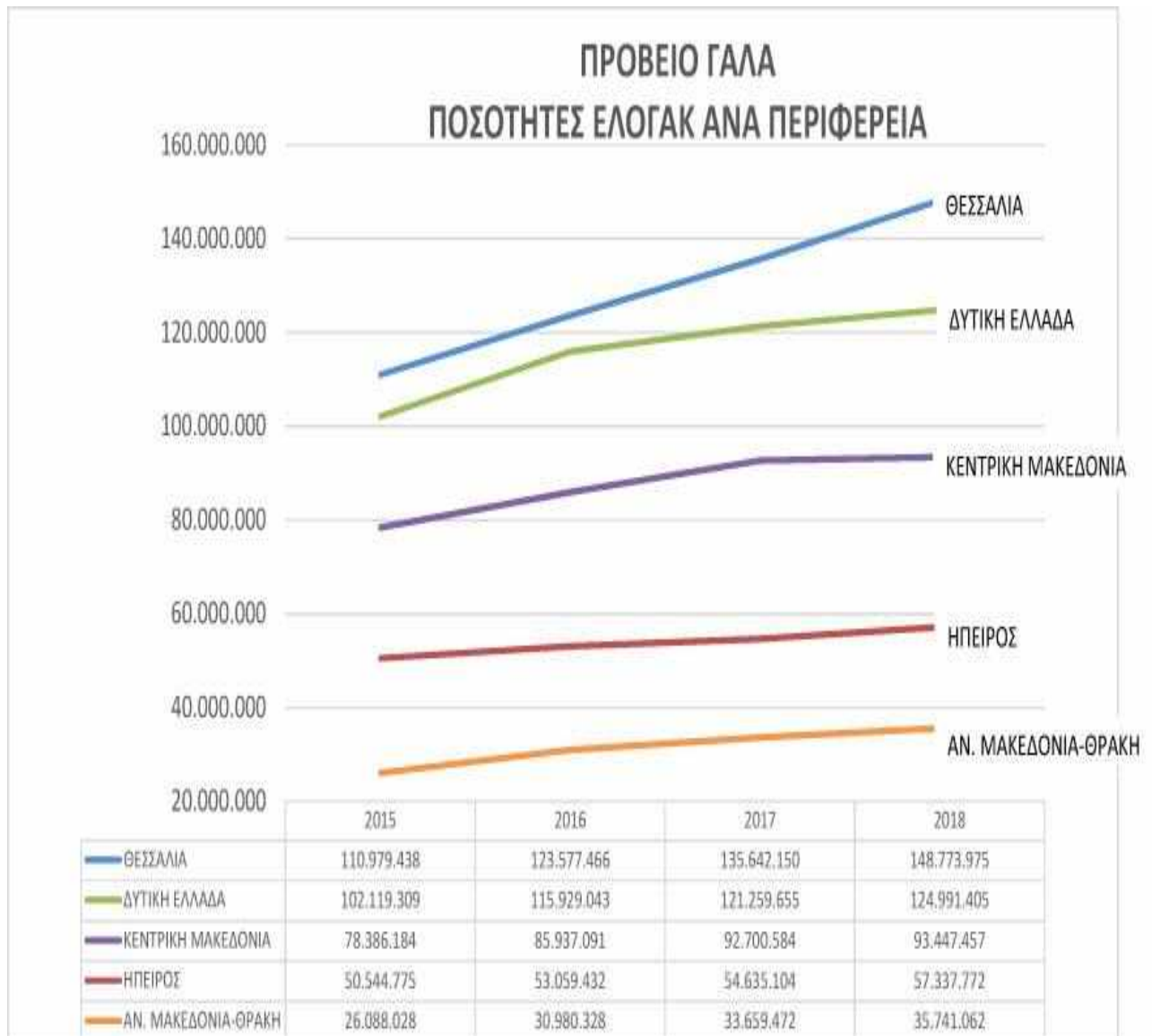
Οι καταναλωτές ενδιαφέρονται και αναζητούν υγιεινά φρέσκα και φυσικά τρόφιμα, αλλά αυτό που αναζητούν συνήθως έχει να κάνει κυρίως με συγκεκριμένες προσωπικές τους ανάγκες, συμπεριλαμβανομένου του σωματικού τους προφίλ και των δικών τους διατροφικών συνηθειών. Με τις προκλήσεις της υπάρχουσας κατάστασης, στο εμπόριο προστίθενται τακτικά νέα προϊόντα. Για παράδειγμα το αγελαδινό γάλα, υποκαθιστά το γάλα αμύγδαλου, σόγιας και το γάλα βρώμης δίνοντας μια εναλλακτική λύση. Δεδομένου ότι η παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων περιλαμβάνει φυσικούς πόρους, οι καταναλωτές γάλακτος (και οι ερευνητές) επικεντρώνονται στο περιβάλλον και την ανθρώπινη μεταχείριση των ζώων. (Ευρωπαϊκή Επιτοπή,2020).

Σε τοπικό επίπεδο και συγκεκριμένα η περιφέρεια Θεσσαλίας στην πόλη της Λάρισας όπου πραγματοποιείται και η ερευνά μας είναι πρώτη στην παραγωγή αιγοπρόβειου γάλακτος. Οι ποσότητες που παράγει είναι οι μεγαλύτερες στην Ελλάδα μεταξύ όλων των Ελληνικών περιφερειών και το ύψος των τιμών που οι γαλακτοκομικές επιχειρήσεις καταβάλουν στους κτηνοτρόφους και παραγωγούς, είναι οι μεγαλύτερες σε σύγκριση με όλες τις άλλες περιοχές της χώρας. Έρχεται δεύτερη στην παραγωγή αίγειου γάλακτος μετά την περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας, αλλά η διαφορά τους είναι μικρή και η ποσότητα μεγάλη. Το σύνολο της παραγωγής της διοχετεύεται εντός της Ελλάδας.

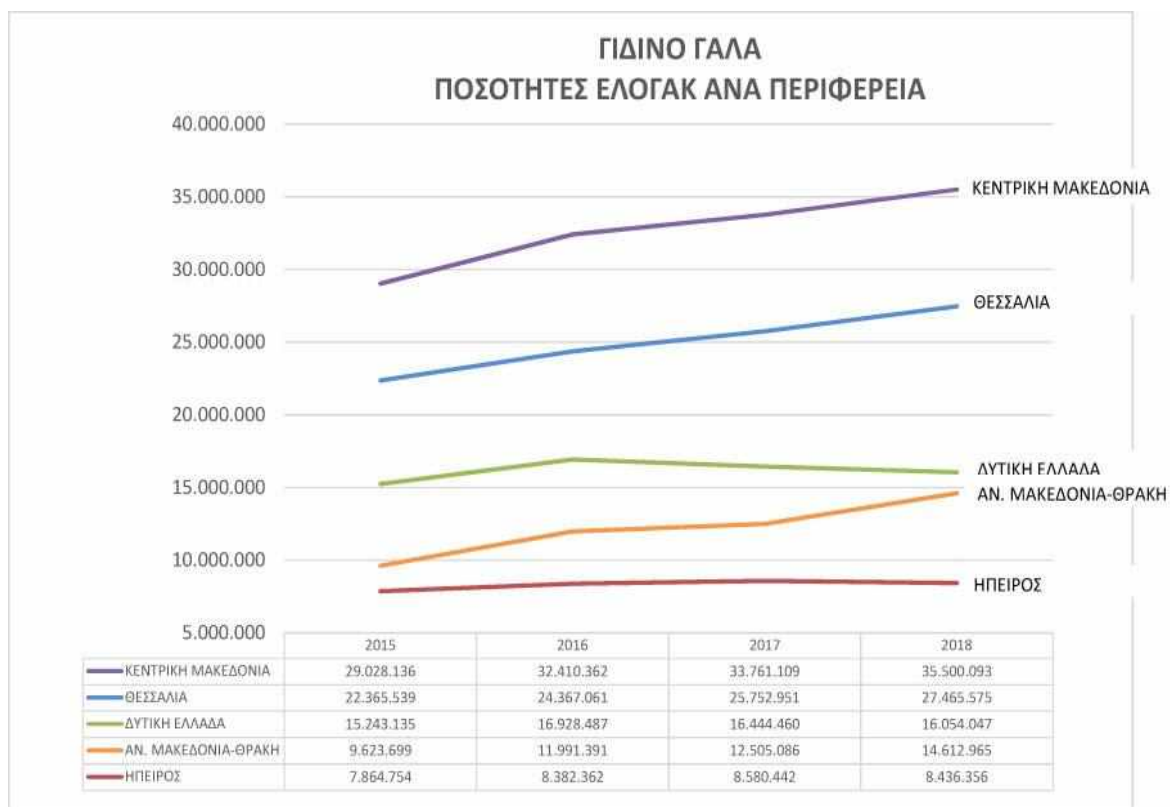
Ο σημαντικότερος κλάδος της κτηνοτροφίας στη Θεσσαλία είναι η αιγοπροβατοτροφία και ακολουθεί η βοοτροφία και η χοιροτροφία. Η αιγοπροβατοτροφία είναι ακόμα 'παραδοσιακή' έχοντας τύπο εκτροφής τον εκτατικό ποιμενικό ενώ η βοοτροφία και η χοιροτροφία λειτουργούν με επιχειρηματικά κριτήρια και στοχεύουν στις ιδιωτικές επενδύσεις.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat και της ΕΛΣΤΑΤ (2016) ,η διάρθρωση της απασχόλησης κατατάσσει την Θεσσαλία πανευρωπαϊκά μεταξύ των 276 Περιφερειών της ΕΕ, στην 8η θέση στη γεωργία, στην 11η στην κτηνοτροφία, στη 17η στην επεξεργασία φρούτων και λαχανικών, στην 20η στην παραγωγή Γαλακτοκομικών-τυροκομικών προϊόντων και στην 28η στην παραγωγή ποτών. Καταγράφοντας την εξαγωγική δραστηριότητα στην Περιφερειακή Στρατηγική για την Έξυπνη Εξειδίκευση RIS3 (2015) η Θεσσαλία συμβάλει κατά 6% στο σύνολο των εξαγωγών της χώρας (36% των οποίων προορίζεται για τις αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης). Πρώτος εξαγωγικός κλάδος αναδεικνύονται τα τρόφιμα, με βασικά προϊόντα τα παραγόμενα λαχανικά και φρούτα (16%), τα γαλακτοκομικά-τυροκομικά (11%) και τα δημητριακά (2%).Στη ζωική παραγωγή, ο σημαντικότερος κλάδος της κτηνοτροφίας είναι η αιγοπροβατοτροφία που συμβάλλει στο 58% της Εθνικής ζωικής παραγωγής, 20% του εγχώριου πρόβειου γάλακτος και 16% του αίγειου γάλακτος και το 40% της ΠΟΠ Φέτας της χώρας. Ακολουθούν η βοοτροφία στο 33% της ελληνικής παραγωγής βόειου κρέατος και στο 15% του βόειου γάλακτος και η χοιροτροφία στο 25%.

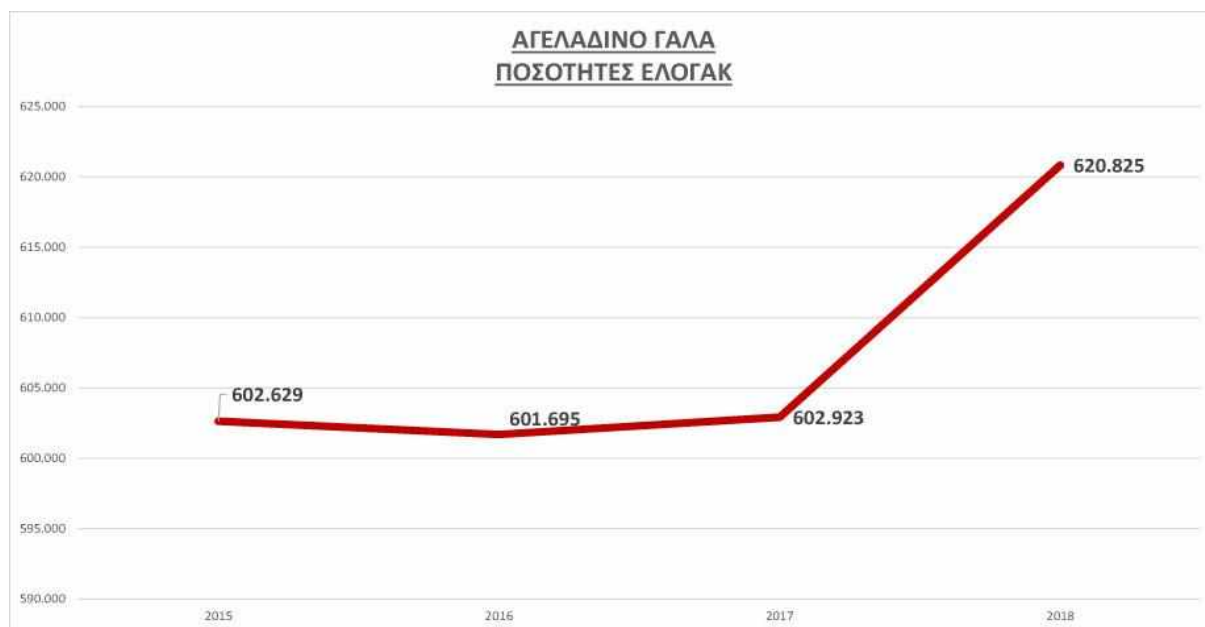
Η Θεσσαλία έχει πιστοποιημένα ΠΟΠ/ΠΓΕ 20 προϊόντα, ενώ μπορεί να πιστοποιήσει άλλα 20 προϊόντα της, τα οποία θα διαμορφώσουν την παραγωγική και πολιτιστική της ταυτότητα. Τα παραπάνω αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα αποτελούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Θεσσαλίας που μπορούν υπό προϋποθέσεις να γίνουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην εγχώρια και στις διεθνείς αγορές. Παρακάτω παρουσιάζεται η δυναμικότητα της Θεσσαλίας στον αγροδιατροφικό τομέα.



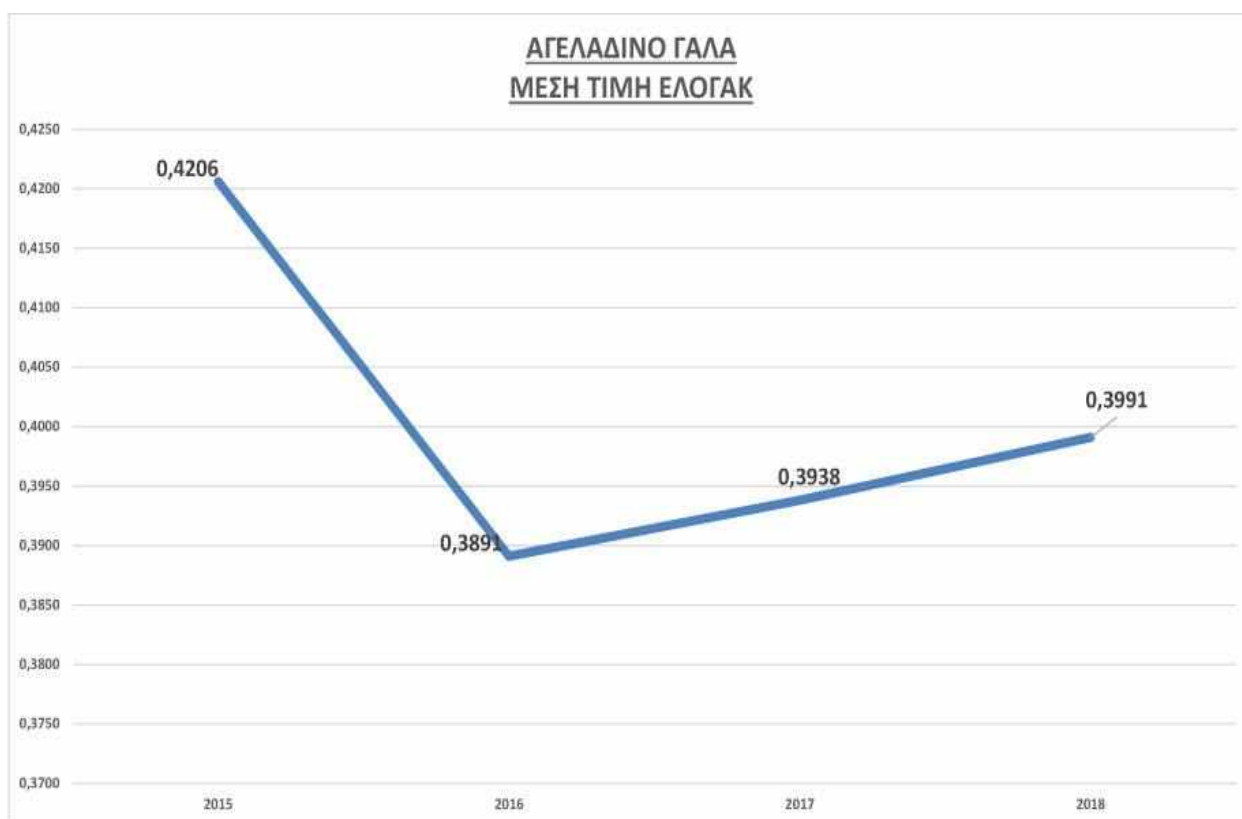
**Γράφημα 2** Μέση ετήσια αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου γαλακτοκομικών προϊόντων  
Πηγή :Eurostat και ΕΛΣΤΑΤ (2016).



**Γράφημα 3** Ποσότητες αίγειου γάλακτος ανά Περιφέρεια  
 Πηγή :Eurostat και ΕΛΣΤΑΤ (2016).



**Γράφημα 4.** Ποσότητες αγελαδινού γάλακτος πανελλαδικά.  
 Πηγή :Eurostat και ΕΛΣΤΑΤ (2016).



**Γράφημα 5** Μέσες τιμές του αγελαδινού γάλακτος πανελλαδικά  
*Πηγή :Eurostat και ΕΛΣΤΑΤ (2016).*

**Πίνακας 3** Παραγωγή γάλακτος κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή ενότητα

**Πρωτογενή κτηνοτροφικά προϊόντα**  
**Παραγωγή γάλακτος, κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα, 2019**

Σε τόνους

Περιφέρειες και Περιφερειακές Ενότητες	Γενικό σύνολο γάλακτος Grand Total of milk	Γάλα αγελάδων Cow milk for human consumption	Γάλα άλλων αγελάδων Milk from other cows <sup>(1)</sup>	Γάλα βουβαλιών Milk from buffaloes	Γάλα προβάτων Sheep milk for human consumption				Γάλα αιγών Goat milk for human consumption			
					Σύνολο Total	Οικόσιτων Domestic	Κοπαδιάρικων In flock	Νομαδικών Nomadic	Σύνολο Total	Οικόσιτων Domestic	Κοπαδιάρικων In flock	Νομαδικών Nomadic
<b>Περιφέρεια Θεσσαλίας</b>	<b>358.478</b>	<b>129.136</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>173.327</b>	<b>417</b>	<b>155.634</b>	<b>17.276</b>	<b>56.015</b>	<b>472</b>	<b>48.852</b>	<b>6.692</b>
Λάρισας	250.084	101.442	0	—	115.045	33	101.280	13.733	33.597	170	27.803	5.624
Καρδίτσας	21.795	7.800	0	—	11.744	80	10.419	1.245	2.251	71	1.859	321
Μαγνησίας	28.438	1.474	0	—	17.995	7	17.988	—	8.969	3	8.966	—
Σποράδων	1.587	6	—	—	97	—	97	—	1.485	—	1.485	—
Τρικάλων	56.574	18.414	0	0	28.446	297	25.851	2.298	9.713	227	8.739	747

Πίνακας 4 Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων, κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα, 2019.

**Δευτερογενή κτηνοτροφικά προϊόντα**

**Παραγωγή μερικών δευτερογενών προϊόντων, κατά Περιφέρεια και Περιφερειακή Ενότητα, 2019**

Σε τόνους

Περιφέρειες και Περιφερειακές Ενότητες	Τυρί Cheese		Βούτυρο Butter		Μυζήθρα Myzithra	Κρέμα Crème
	μαλακό soft	σκληρό hard	νωπό fresh	λιωμένο melted		
<b>Σύνολο Ελλάδας</b>	<b>101.502</b>	<b>31.234</b>	<b>1.966</b>	<b>165</b>	<b>12.805</b>	<b>5.897</b>
<b>Περιφέρεια Θεσσαλίας</b>	<b>41.475</b>	<b>7.435</b>	<b>1.129</b>	<b>11</b>	<b>4.656</b>	<b>2.416</b>
Λάρισας	3.229	821	2	—	217	—
Καρδίτσας	526	13	2	0	16	6
Μαγνησίας	1.747	13	18	2	39	369
Σποράδων	17	—	—	—	2	—
Τρικάλων	35.956	6.588	1.106	9	4.384	2.041

Πηγή ΕΛΣΤΑΤ, 2019

Στην εγχώρια βιομηχανία γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων (όπου υπάγονται και τα τυριά) τηρείται ένα αρκετά αυστηρό πλαίσιο λειτουργίας, όσον αφορά την υγιεινή, την ποιότητα και την ονομασία των προϊόντων. Παρακάτω αναφέρονται τα κυριότερα σημεία της σχετικής νομοθεσίας.

Με την Κοινή Υπουργική Απόφαση (ΚΥΑ) 278186 (ΦΕΚ 1097 Β'/22.8.2002) των υπουργών Εθνικής Οικονομίας & Οικονομικών και Γεωργίας και του υφυπουργού Ανάπτυξης, η οποία τροποποιήθηκε από τον 282939/2003 (ΦΕΚ 1839Β/2003) καθορίστηκαν μέτρα σχετικά με την προστασία της ονομασίας του γάλακτος και των γαλακτοκομικών προϊόντων κατά την διάθεσή τους στο εμπόριο. Η σχετική ΚΥΑ εκδόθηκε σε υλοποίηση του κοινοτικού κανονισμού 1898/87 και στοχεύει στην αποτροπή παραπλάνησης των καταναλωτών.



### 3. ΓΑΛΑ, ΤΥΡΙ, ΚΕΦΑΛΟΤΥΡΙ, ΜΥΖΗΘΡΑ, ΒΟΥΤΥΡΟ, ΓΙΑΟΥΡΤΙ

#### 3.1 Γάλα

Γάλα είναι το έκκριμα του μαστικού αδένου των θηλαστικών που προορίζεται για τη διατροφή του νεογέννητου για το οποίο αποτελεί τη μοναδική τροφή μέχρι μία ορισμένη ηλικία. Για τον άνθρωπο όμως, το γάλα εξακολουθεί να αποτελεί μέρος της καθημερινής διαίτας του, είτε αυτούσιο είτε με τη μορφή γαλακτοκομικών προϊόντων (τυριά, βούτυρο, γιαούρτι κλπ.), για όλη τη διάρκεια της ζωής του. (Μάντης, κα, 2018)

Σύμφωνα με τον Κώδικα Τροφίμων και Ποτών “**γάλα** είναι το απαλλαγμένο από πρωτόγαλα προϊόν του ολοσχερούς, χωρίς διακοπή αρμέγματος υγιούς γαλακτοφόρου ζώου, που ζει και τρέφεται υπό υγιεινούς όρους και που δεν βρίσκεται σε κατάσταση υπερκόπωσης”, ενώ “**νωπό γάλα** νοείται το γάλα που εκκρίνεται από τους μαστικούς αδένες μιας ή περισσότερων αγελάδων, προβατίνων, αιγών ή βουβαλιού το οποίο δεν έχει θερμανθεί πέραν των 40°C, ούτε έχει υποβληθεί σε επεξεργασία με ισοδύναμο αποτέλεσμα”.

Βάσει του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1662/2006 της Επιτροπής, παράρτημα II, τμήμα IX, πρωτόγαλα είναι το γάλα από έκκριμα των μαστών των ζώων λίγες ημέρες μετά τον τοκετό και διακρίνεται για το πλήθος αντισωμάτων και ανόργανων στοιχείων που περιέχει. Η σύνθεση του πρωτογάλατος διαφέρει σε αρκετά μεγάλο βαθμό από αυτήν του φυσιολογικού γάλακτος δηλαδή, στις φυσικοχημικές ιδιότητες, όπως η οξύτητα, το ειδικό βάρος και το ιξώδες, οι οποίες παρουσιάζονται ιδιαίτερα αυξημένες στο πρωτόγαλα (Κεχαγιάς & Τσακάλη, 2017). «Νωπό γάλα» χαρακτηρίζεται «το γάλα το οποίο παράγεται από την έκκριση του μαστού εκτρεφόμενων ζώων και το οποίο δεν έχει θερμανθεί σε θερμοκρασία άνω των 40°C ούτε έχει υποστεί οποιαδήποτε επεξεργασία που έχει ανάλογη επίδραση.» (Κανονισμός αριθ. 853/2004, παράρτημα I, παράγραφος 4). Το νωπό γάλα απαγορεύεται να διατεθεί στην αγορά εάν: (Κώδικας Τροφίμων και Ποτών, άρθρο 80, σημείο 4).

Συγκεκριμένα:

- Περιέχει ίχνη από πρωτόγαλα
- έχει προστεθεί χρωστική ή το φυσικό του χρώμα έχει μεταβληθεί λόγω παρουσίας μικροοργανισμών
- έχει προστεθεί ζάχαρη
- περιέχει αιωρήματα, τα οποία μπορούν να σχηματίσουν ίζημα μετά από κάποιο χρονικό διάστημα
- έχει πραγματοποιηθεί προσθήκη συντηρητικών
- περιέχεται σε ανοιχτά δοχεία ή δοχεία με ακατάλληλο πώμα.

Το υγρό γάλα περιέχει περίπου 88% νερό. Συμπυκνωμένα γαλακτοκομικά προϊόντα λαμβάνονται με μερική αφαίρεση νερού. Τα αποξηραμένα γαλακτοκομικά προϊόντα έχουν

ακόμη μεγαλύτερες ποσότητες νερού που αφαιρούνται συνήθως σε λιγότερο από 4%. Τα οφέλη και από τις δύο διαδικασίες περιλαμβάνουν αυξημένη διάρκεια ζωής, ευελιξία προϊόντος, μειωμένο κόστος μεταφοράς και καλύτερη αποθήκευση.

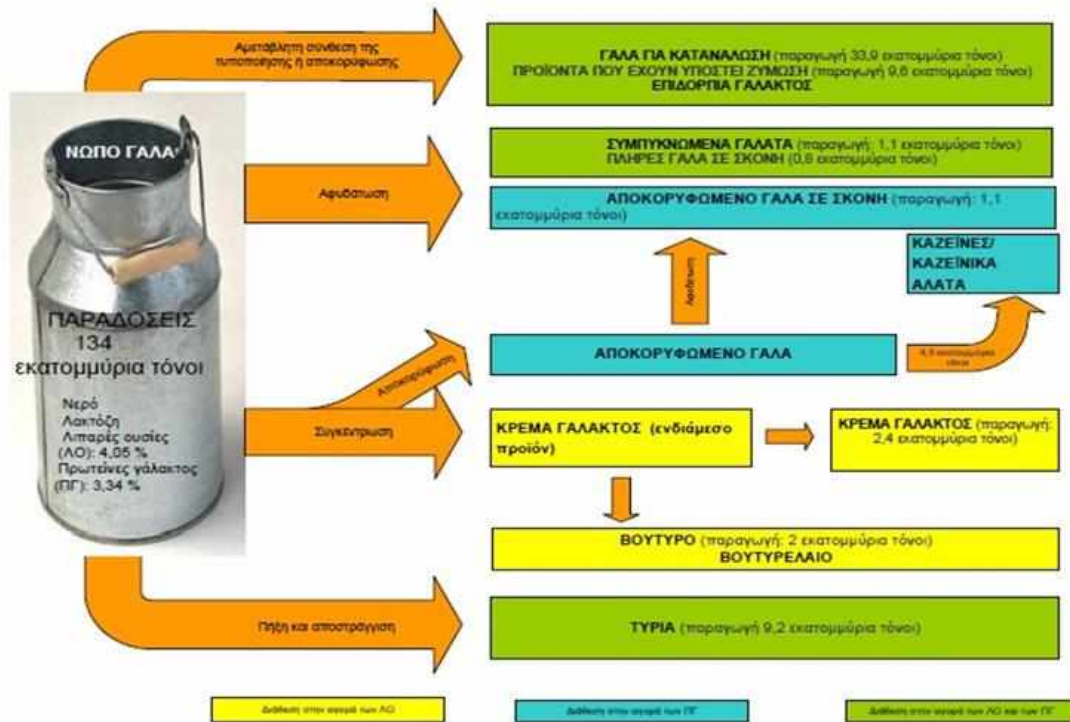
Συμπυκνωμένα γαλακτοκομικά προϊόντα: πλήρες γάλα, ζαχαρούχο συμπυκνωμένο γάλα, συμπυκνωμένο βουτυρόγαλα, συμπυκνωμένος ορός γάλακτος.

Αποξηραμένα γαλακτοκομικά προϊόντα: σκόνη γάλακτος, σκόνη ορού γάλακτος, συμπυκνώματα Πρωτεΐνης Ορού Γάλακτος.

Αρκετοί άνθρωποι γνωρίζουν ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα αποτελούν σημαντική πηγή θρεπτικών ουσιών για την ανάπτυξη παιδιών και εφήβων. Το γάλα και τα άλλα γαλακτοκομικά προϊόντα, είναι εξαιρετικές πηγές πρωτεϊνών, ασβεστίου και βιταμινών για ανθρώπους σε όλες τις ηλικίες, συμπεριλαμβανομένων των ενηλίκων, των ηλικιωμένων και των αθλητών. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα περιέχουν υδατάνθρακες, πρωτεΐνες, βασικές βιταμίνες (A, D, B12, ριβοφλαβίνη και νιασίνη), και μέταλλα, (ασβέστιο, φώσφορο, κάλιο).

- **Ασβέστιο** (30 τοις εκατό\*): Βοηθά στην κατασκευή και διατήρηση ισχυρών οστών και δοντιών.
- **Ριβοφλαβίνη** (25 τοις εκατό\*): Υποστηρίζει την ανάπτυξη του σώματος, την παραγωγή ερυθρών αιμοσφαιρίων και το μεταβολισμό.
- **Φώσφορος** (25 τοις εκατό\*): Ενισχύει τα οστά.
- **Βιταμίνη D** (25 τοις εκατό\*): Βοηθά στην προώθηση της απορρόφησης του ασβεστίου.
- **Βιταμίνη B** (22 τοις εκατό\*): Βοηθά στη μετατροπή των τροφίμων σε ενέργεια.
- **Κάλιο** (11 τοις εκατό\*): Ρυθμίζει την ισορροπία υγρών και βοηθά στη διατήρηση της κανονικής αρτηριακής πίεσης.
- **Βιταμίνη A** (10 τοις εκατό\*): Προωθεί την καλή όραση και το υγιές δέρμα.
- **Νιασίνη** (10 τοις εκατό\*): Προωθεί την σωστή κυκλοφορία.

\* ΠΠΑ-Προσλαμβανόμενη Ποσότητα Αναφοράς ενός μέσου ενήλικα.



Εικόνα 1.Οι κυριότεροι προορισμοί του γάλακτος που παραδίδεται στα γαλακτοκομεία. (Εργαστηριακές σημειώσεις Τεχνολογίας Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων, Αναπληρωτή Καθηγητή Γ.Π.Α. κ. Θεοφίλακτου Μασούρα).

**Πίνακας 5: Παραγωγή και κατανάλωση αγελαδινού γάλακτος σε διάφορες χώρες**  
1.000 Μ/Τ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2021, (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2020)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022 Dec
<b>Παραγωγή Αγελαδινού Γάλακτος</b>						
Ευρωπαϊκή Ένωση	140,848	142,258	143,060	145,415	145,700	146,700
Ινδία	83,634	89,800	92,000	93,800	96,000	98,000
Κίνα	30,386	30,750	32,012	34,400	34,600	35,500
Ρωσία	29,972	30,398	31,154	32,010	32,020	32,150
Βραζιλία	23,624	23,745	24,262	24,965	24,845	25,095
Νέα Ζηλανδία	21,530	22,017	21,896	21,980	22,240	22,250
Ηνωμένο Βασίλειο	15,145	15,189	15,429	15,447	15,500	15,600
Μεξικό	12,121	12,368	12,650	12,750	12,850	12,980
Αργεντινή	10,090	10,837	10,640	11,445	11,900	12,100
Καναδά	9,675	9,944	9,903	10,035	10,185	10,330
Αυστραλία	9,462	9,451	8,832	9,099	9,000	9,100
Ουκρανία	10,275	10,070	9,646	9,258	8,800	8,300
Λευκορωσία	7,321	7,345	7,394	7,765	7,830	7,900
Ιαπωνία	7,281	7,289	7,314	7,438	7,515	7,570
Νότια Κορέα	2,081	2,041	2,035	2,088	2,030	2,040
Ταϊβάν	380	385	410	437	437	440
Φιλιππίνες	15	16	17	17	16	17
Σύνολο	413,840	423,903	428,654	438,349	441,468	446,072
ΗΠΑ	97,762	98,688	99,084	101,252	102,604	103,284
Σύνολο	511,602	522,591	527,738	539,601	544,072	549,356
<b>Κατανάλωση</b>						
Ινδία	72,185	77,000	79,000	81,000	83,000	85,000
Ευρωπαϊκή Ένωση	23,738	23,313	23,373	23,912	23,900	23,950
Κίνα	12,810	12,700	13,200	13,000	14,501	14,995
Βραζιλία	9,993	10,762	10,900	11,170	11,120	11,231
Ρωσία	7,500	7,318	7,270	7,080	6,990	6,900
Ηνωμένο Βασίλειο	6,910	6,763	6,404	6,376	6,280	6,250
Ουκρανία	4,998	4,862	4,967	5,025	4,960	4,593
Μεξικό	4,174	4,183	4,190	4,145	4,149	4,166
Ιαπωνία	3,974	3,995	4,000	4,020	4,050	4,065
Καναδάς	2,884	2,832	2,816	2,844	2,835	2,825
Αυστραλία	2,530	2,620	2,536	2,528	2,470	2,500
Αργεντινή	1,681	1,771	1,645	1,800	1,710	1,710
εε						
Νότια Κορέα	1,561	1,566	1,575	1,523	1,540	1,530
Λευκορωσία	1,065	1,050	1,055	1,075	1,085	1,080

Οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) παράγουν περίπου το ένα τέταρτο της παγκόσμιας ποσότητας γάλακτος (Πίνακας 5) καθώς η υψηλή παραγωγή έχει οδηγήσει σε σημαντικό πλεόνασμα γαλακτοκομικών προϊόντων, η στήριξη της τιμής των οποίων επιβαρύνει σημαντικά τον Κοινοτικό Προϋπολογισμό. Η χώρα μας είναι ελλειμματική σε γαλακτοκομικά προϊόντα και εισάγει κυρίως γάλα συμπυκνωμένο, σκόνη γάλακτος, τυριά και βούτυρο σε ποσότητα που αντιπροσωπεύει το 30% περίπου της εθνικής συνολικής παραγωγής γάλακτος.

**Πίνακας 6. Διεργασίες που εφαρμόζονται στο γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα που προκύπτουν. (Εργαστηριακές σημειώσεις Τεχνολογίας Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων Αναπληρωτή Καθηγητή Γ.Π.Α. κ. Θεοφίλακτου Μασούρα).**

Διεργασίες	Κύριο Προϊόν	Περαιτέρω Προϊόντα
Φυγοκεντρικός διαχωρισμός	Κρέμα	Βούτυρο, Βουτυρέλαιο, κρέμες με διάφορες λιπ/τες Σαντιγύ, επιδόρπια
	Άπαχο Γάλα	Σκόνες, Συμπυκνώματα Πρωτεϊνών
Συμπύκνωση - Αποξήρανση		Συμπυκν/νο και σακχαρούχο γάλα, σκόνη γάλα, βρεφικά γάλατα
Ενζυμική Πήξη	Τυρί	~1000 είδη
	Τυρόγαλα	Τυριά τυρογάλακτος, σκόνες τυρογάλακτος, πρωτεΐνες ορού, λακτόζη
Όξινη Πήξη	Φρέσκο τυρί	
Ζύμωση		Γιαούρτια, Όξινα γάλατα
Κατάψυξη		Παγωτά

### 3.1 Βασικές Κατηγορίες γάλατος

**Νωπό Γάλα:** Το γάλα που προέρχεται από μαστικούς αδένες αγελάδων, προβάτων, αιγών ή βουβαλιών, το οποίο δεν έχει θερμανθεί πέρα από 40οC ή έχει υποστεί επεξεργασία με ισοδύναμο αποτέλεσμα εκτός από τη διήθηση, την ψύξη και την ομογενοποίηση.

**Παστεριωμένο Γάλα:** Το γάλα που πρέπει να έχει υποβληθεί σε θερμική επεξεργασία η οποία επιτυγχάνεται με την έκθεση σε υψηλή θερμοκρασία για μικρό χρονικό διάστημα (73οC για δεκαπέντε δευτερόλεπτα) προς καταστροφή του μεγαλύτερου μέρους των παθογόνων μικροοργανισμών.

**Γάλα UHT:** Το γάλα πρέπει να έχει υποστεί την επίδραση συνεχών και πολύ υψηλών θερμοκρασιών για πολύ μικρό χρονικό διάστημα (13,5οC επί τουλάχιστον ένα δευτερόλεπτο) με σκοπό την καταστροφή όλων των υπολειπόμενων μικροοργανισμών και των σπορίων τους.

Γάλα Υψηλής Παστερίωσης: το γάλα θερμαίνεται στιγμιαία για ένα δέκατο του δευτερολέπτου στους 100οC. Ωστόσο με αυτή τη διαδικασία δεν έχουμε αποστείρωση, η οποία θα κατέστρεφε περισσότερα από τα συστατικά του τα οποία του προσδίδουν διατροφική αξία.

Γάλα Κατάψυξης: το νωπό γάλα το οποίο έγινε διατηρήσιμο με αναγνωρισμένη μέθοδο ταχείας κατάψυξης και εν συνεχεία διατηρείται σε θερμοκρασία μικρότερη από -15οC. Οι περισσότερες έρευνες συμβουλεύουν ότι το κατεψυγμένο γάλα είναι ασφαλές για αποθήκευση για 1-3 μήνες, για να μειωθεί η πιθανότητα εμφάνισης συνεκτικότητας.

Σκευάσματα Γάλακτος, τα ροφήματα και κυρίως τα σοκολατούχα. Η παρασκευή τους επιτυγχάνεται με μια από τις προηγηθείς βασικές κατηγορίες γάλακτος και με την προσθήκη σκόνης κακάο, ζάχαρης και άλλων πρώτων υλών που συγκαταλέγονται στον Κώδικα.

Διατηρημένα Γάλατα (Μερικά ή Ολικά Αφυδατωμένα), το συντηρημένο γάλα προς κατανάλωση από τον άνθρωπο μερικώς ή πλήρως αφυδατωμένο που πρέπει να συμμορφώνεται με τις ειδικές διατάξεις του Κώδικα Τροφίμων. Οι διατάξεις συμπληρώνονται με τις διατάξεις του Π.Δ. 518/83 το οποίο αφορά τα διατηρημένα γάλατα που προορίζονται για ανθρώπινη διατροφή σε συμμόρφωση προς τις Οδηγίες 76/118/ΕΟΚ, 78/630/ΕΟΚ και 79/1067/ΕΟΚ και τους γενικούς κανόνες επισήμανσης των τροφίμων που προβλέπονται από την Ευρωπαϊκή νομοθεσία. % ( Μάντης , κ.α.,2018).

## Μερικά Αφυδατωμένα Γάλατα (εβαπορέ)

### Είδη μη ζαχαρούχου συμπυκνωμένου γάλακτος

Συμπυκνωμένο γάλα πλούσιο σε λιπαρά. Μερικά αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 15% και σε ολικό στερεό υπόλειμμα γάλακτος τουλάχιστον 26,5%.

Συμπυκνωμένο γάλα. Μερικά αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 7,5% και σε ολικό στερεό υπόλειμμα γάλακτος τουλάχιστον 25%.

Γάλα συμπυκνωμένο, μερικά αποβουτυρωμένο. Μερικά αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 1% και κάτω του 7,5% και σε ολικό στερεό υπόλειμμα γάλακτος τουλάχιστον 20%.

Γάλα συμπυκνωμένο, αποβουτυρωμένο. Μερικά αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά δεν υπερβαίνει το 1% και η κατά βάρος περιεκτικότητα σε ολικό υπόλειμμα γάλακτος είναι τουλάχιστον 20%. %.(Μάντης,και.συν.,2018).

### Είδη συμπυκνωμένου ζαχαρούχου γάλακτος

Γάλα συμπυκνωμένο, ζαχαρούχο. Μερικά αφυδατωμένο γάλα στο οποίο έχει προστεθεί σακχαρόζη (ημίλευκη, λευκή ή υπέρλευκη ζάχαρη) και του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 8% και σε ολικό στερεό υπόλειμμα γάλακτος τουλάχιστον 28%.

Γάλα συμπυκνωμένο, μερικά αποβουτυρωμένο, ζαχαρούχο. Μερικά αφυδατωμένο γάλα στο οποίο έχει προστεθεί σακχαρόζη (ημίλευκη, λευκή ή υπέρλευκη ζάχαρη) και του οποίου η

κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 1% και κάτω του 8% και σε ολικό στερεό υπόλειμμα γάλακτος τουλάχιστον 24%.

Ολικά Αφυδατωμένα Γάλατα (γάλα σε σκόνη ή κόκκους) χαρακτηρίζονται τα εξής:

Γάλα σε σκόνη, πλούσιο σε λιπαρά ή σκόνη γάλακτος πλούσιου σε λιπαρά. Αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι τουλάχιστον 42%.

Πλήρες γάλα σε σκόνη ή σκόνη πλήρους γάλακτος. Αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι άνω του 26% και κάτω του 42%.

Γάλα μερικά αποβουτυρωμένο σε σκόνη ή σκόνη γάλακτος μερικά αποβουτυρωμένου. Αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά είναι άνω του 1,5% και κάτω του 26%.

Γάλα αποβουτυρωμένο σε σκόνη ή σκόνη αποβουτυρωμένου γάλακτος. Αφυδατωμένο γάλα του οποίου η κατά βάρος περιεκτικότητα σε λιπαρά δεν υπερβαίνει το 1,5%. (Μάντης, και συν.,2018).

### 3.2 Βούτυρο

Ο ΚΤΠ ορίζει ως “βούτυρο” ή “βούτυρο γάλακτος” το “προϊόν που λαμβάνεται με κτύπημα γάλακτος ή αφρογάλακτος ή μίγματος τους είτε όπως έχουν, είτε μετά από οξίνιση με βιολογικό όμως και μόνο τρόπο”. Τα προϊόν αυτά περιέχει τουλάχιστον 80% λίπος με κύριο κλάσμα τα τριγλυκερίδια (82% του λίπους) και έχει μέγιστη περιεκτικότητα σε στερεό υπόλειμμα άνευ λίπους (ΣΥΑΛ) 2% και σε νερό 16%.

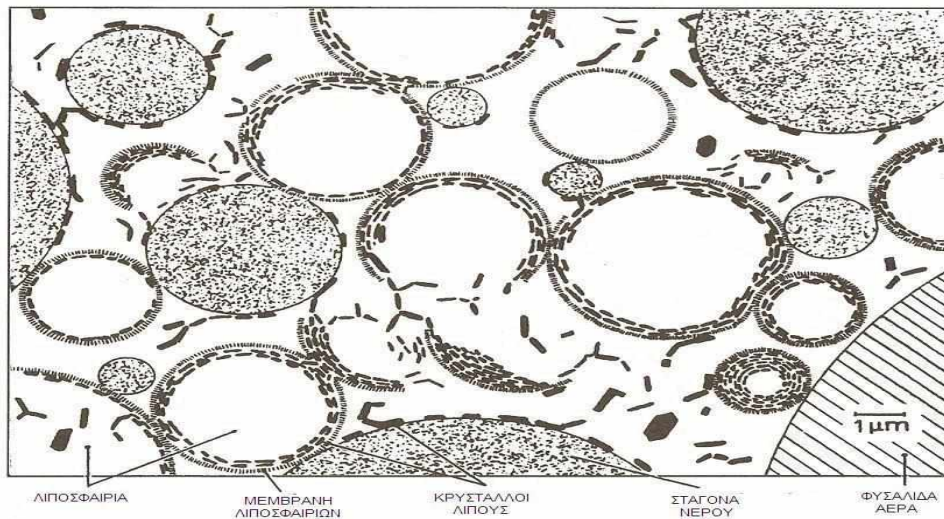
Το βούτυρο είναι ένα από τα πρώτα γαλακτοκομικά προϊόντα που παρασκεύασε ο άνθρωπος και παράγεται από την αποβουτύρωση της κρέμας (κορυφής), έχει απαλλαγεί κατά το μεγαλύτερο μέρος από τα άλλα συστατικά του γάλακτος και δεν περιέχει νερό σε ποσοστό μεγαλύτερο από 16% κατά βάρος του.

Η ισχύουσα ελληνική νομοθεσία επιτρέπει την παραγωγή προϊόντων με μειωμένη ή χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά, τα οποία μαζί με το βούτυρο χαρακτηρίζονται ως 23 “γαλακτικές λιπαρές ύλες” και ορίζονται ως “τα προϊόντα με τη μορφή ευμάλακτου στερεού γαλακτώματος λιπαρής ύλης σε νερό προερχόμενα αποκλειστικά από το γάλα ή και από ορισμένα γαλακτοκομικά προϊόντα, των οποίων οι λιπαρές ύλες είναι το κυριότερο αξιοποιήσιμο συστατικό. Εντούτοις μπορεί να προστίθενται και άλλες ύλες αναγκαίες για την παρασκευή τους, εφόσον οι εν λόγω ύλες δεν χρησιμοποιούνται για να αντικατασταθεί, εν μέρει ή συνολικά, ένα οποιοδήποτε συστατικό του γάλακτος”.

Η διερεύνηση της μικροδομής του βουτύρου με το ηλεκτρονικό μικροσκόπιο αποκαλύπτει την ύπαρξη μιας άμορφης, συνεχούς λιπαρής φάσης η οποία προέρχεται από τη στερεοποίηση μέρους του λίπους που ελευθερώθηκε λόγω ρήξης της μεμβράνης των λιποσφαιρίων. Μέσα στη φάση αυτή διακρίνονται ανέπαφα λιποσφαίρια και κοκκία ή κρύσταλλοι λίπους μεγέθους 1-5 μm και 0,01-2 μm, αντίστοιχα. Παράλληλα υπάρχουν σταγονίδια νερού και σε αραιά διαστήματα φυσαλίδες αέρα με διάμετρο 1-25 μm και >20 μm, αντίστοιχα. Διακρίνονται



επίσης ιζήματα πρωτεϊνών, κυρίως μικκύλια καζεΐνης. Το μέγεθος των σταγονιδίων του νερού εξαρτάται άμεσα από την τελική επεξεργασία (μάλαξη) του βουτύρου. (Μάντης, και. συν., 2018). (Εικόνα 2.)



Εικόνα 2. Δομή βουτύρου (γαλάκτωμα w/o) Πηγή: Walstra et al., 1999

### 3.2.1 Κατηγορίες βουτύρου

**Αλατισμένο βούτυρο:** το προϊόν βουτύρου στο οποίο προστίθεται αλάτι, η αλάτιση του βουτύρου που παρασκευάζεται σε ασυνεχή συστήματα, γίνεται με την προσθήκη ξηρού αλατιού μέσα στη βουτυροκάδη, αμέσως πριν τη μάλαξη της βουτυρόμαζας.

**Τυροβούτυρο ή βούτυρο τυρογάλακτος:** το προϊόν το οποίο υποβάλλεται σε αποκορύφωση με σκοπό την ανάκτηση του λίπους. Η κρέμα του τυρογάλακτος που παράγεται μετατρέπεται στη συνέχεια σε βούτυρο χρησιμοποιώντας συνεχή ή ασυνεχή συστήματα.

**Τηγμένο βούτυρο γάλακτος ή τυρογάλακτος:** το προϊόν το οποίο γίνεται με θέρμανση του βουτύρου στους 50°C, όπου το λίπος τήκεται και επιπλέει πάνω στην υδατινή φάση. Η παραλαβή της υπερκείμενης λιπαρής φάσης δίνει βούτυρο με λιποπεριεκτικότητα 96% περίπου. Μία άλλη μέθοδος παραλαβής είναι η θέρμανση του βουτύρου μέχρι παρατεταμένου βρασμού, οπότε εξατμίζεται μέρος του νερού και λαμβάνεται το τελικό προϊόν με λιποπεριεκτικότητα 99%.

**Άνυδρο λίπος γάλακτος ή βουτυρέλαιο:** το προϊόν το οποίο παρασκευάζεται με τήξη και φυγοκέντρηση του βουτύρου αλλά μπορεί να παρασκευαστεί και με πρώτη ύλη την κρέμα.

**Κτυπημένο ή εναερωμένο βούτυρο:** το προϊόν βουτύρου του οποίου ο όγκος έχει αυξηθεί με την ενσωμάτωση αέρα ή αδρανούς αερίου. Για την παρασκευή του χρησιμοποιούνται ειδικές μηχανές (mixers) όπου το βούτυρο αναταράσσεται έντονα σε θερμοκρασία 13-16°C έως ότου ο όγκος του αυξηθεί κατά 50%.



Βούτυρο με μειωμένα λιπαρά: το προϊόν το οποίο βασίζεται στη τεχνολογία παραγωγής μαργαρίνης. Στον (Πίνακα 7) παρουσιάζεται η παραγωγή και κατανάλωση βουτύρου σε διάφορες χώρες.

**Πίνακας 7:** Παραγωγή και κατανάλωση βουτύρου σε διάφορες χώρες  
1.000 τόνοι ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ,2021

	2017	2018	2019	2020	2021	2022 Δεκ
<b>Παραγωγή</b>						
Ινδία	5.400	5.600	5.850	6.100	6.300	6.500
Ευρωπαϊκή Ένωση	2.031	2.069	2.125	2.153	2.134	2.145
Νέα Ζηλανδία	525	550	525	500	470	485
Ρωσία	270	256	268	282	270	280
Μεξικό	223	228	231	233	235	236
Ηνωμένο Βασίλειο	161	140	194	194	205	210
Λευκορωσία	120	115	116	120	121	125
Καναδάς	109	116	112	118	122	125
Κίνα	99	108	110	108	109	109
Βραζιλία	83	85	85	82	82	83
Ιαπωνία	302	292	254	270	275	267
Σύνολο	9.323	9.559	9.870	10.160	10.323	10.565
ΗΠΑ	838	893	905	973	948	990
Σύνολο	10.161	10.452	10.775	11.133	11.271	11.555
<b>Κατανάλωση</b>						
Ινδία	5.387	5.577	5.803	6.080	6.275	6.470
Ευρωπαϊκή Ένωση	1.862	1.898	1.901	1.889	1.939	1.935
Ρωσία	357	346	384	402	396	394
Κίνα	195	226	198	230	252	277
Μεξικό	264	250	277	266	257	258
Ηνωμένο Βασίλειο	188	155	197	206	205	215
Καναδάς	121	124	141	141	147	149
Αυστραλία	115	117	104	105	105	105
Βραζιλία	88	91	89	85	89	90
Ιαπωνία	72	78	83	79	80	81
Νέα Ζηλανδία	209	186	201	200	193	197
Σύνολο	8.858	9.048	9.378	9.683	9.938	10.171
ΗΠΑ	849	898	940	978	985	1.011
Σύνολο	9.707	9.946	10.318	10.661	10.923	11.182

(Ευρωπαϊκή Επιτροπή,2020)

### 3.2.2 Τυρί

Σύμφωνα με ορισμό του Codex Alimentarius “Τυρί είναι το νωπό ή ώριμο προϊόν που προέρχεται από τη στράγγιση, ύστερα από πήξη του πλήρους, μερικώς αποβουτυρωμένου ή άπαχου γάλακτος ή βουτυρογάλακτος ή μίγματος ορισμένων ή όλων αυτών των προϊόντων” (Μάντης, κα, 2018).

*Ο ελληνικός Κώδικας Τροφίμων και Ποτών (ΚΤΠ) ορίζει τα τυριά που παράγονται από γάλα και ωριμάζουν, ως “τα προϊόντα ωρίμανσης του πήγματος (στάρπη) που είναι απαλλαγμένο από το τυρόγαλα, στον επιθυμητό κάθε φορά βαθμό και τα οποία παρασκευάστηκαν με την επένεργεια πυτιάς ή άλλων ενζύμων που δρουν ανάλογα σε γάλα (νωπό ή παστεριωμένο, αγελάδας, προβάτου, κατσίκας, βουβάλου και μίγματα αυτών) ή σε μερικώς αποβουτυρωμένο γάλα ή σε μίγματα αυτών ή και σε μίγματα αυτών με κρέμα γάλακτος (αφρόγαλα)”.*

Το τυρί αποτελεί ένα από τα σπουδαιότερα γαλακτοκομικά προϊόντα. Προέρχεται από πήξη του γάλακτος και στράγγιση του πήγματος. Η πήξη γίνεται κατά κύριο λόγο με ένζυμα (πυτιά) αλλά μπορεί να γίνει και με οξίνιση ή θέρμανση (π.χ. τυρί Ricotta από πλήρες γάλα). Το τυρόπηγμα αφού υποστεί ορισμένους χειρισμούς καταναλώνεται είτε αμέσως (νωπό) ή ύστερα από ωρίμανση (Μάντης, και συν., 2018).

Από το τυρόγαλα παρασκευάζονται τα τυριά τυρογάλακτος με θέρμανση του τυρογάλακτος στους 85-90° C. Στη χώρα μας από το τυρόγαλα παράγεται η Μυζήθρα, το Ανθότυρο και το Μανούρι. Τα μετουσιωμένα ή ανακατεργασμένα τυριά παρασκευάζονται με τεμαχισμό, ανάμιξη, τήξη και γαλακτωματοποίηση με τη βοήθεια της θερμότητας και των γαλακτοματοποιητών, μιας ή περισσότερων ποικιλιών τυριών με ή χωρίς προσθήκη άλλων τροφίμων. Τα πρόσθετα αυτά των τροφίμων προστίθενται σε τέτοιες ποσότητες ώστε η παρουσία τους να χαρακτηρίζει το προϊόν και με την προϋπόθεση ότι οι προσθήκες αυτές, δεν υπερβαίνουν το 1/6 του βάρους των συνολικών στερεών του τελικού προϊόντος (Μάντης, και συν., 2018).

**Πίνακας 8:** Παραγωγή και κατανάλωση τυριού σε διάφορες Δεκέμβριος, 2021

	2017	2018	2019	2020	2021	2022 Δεκ
<b>Παραγωγή</b>						
Ευρωπαϊκή Ένωση	9.796	9.872	10.155	10.232	10.350	10.400
Ρωσία	951	970	983	1.059	1.075	1.085
Βραζιλία	771	760	770	790	790	795
Αργεντινή	514	444	523	488	544	550
Καναδάς	497	510	515	523	540	550
Ηνωμένο Βασίλειο	457	472	472	488	505	515
Μεξικό	396	419	437	446	448	452
Νέα Ζηλανδία	386	370	365	350	390	385
Αυστραλία	348	366	364	373	360	370
Λευκορωσία	260	275	300	346	355	370
Οι υπόλοιποι	281	284	285	289	294	308
Σύνολο Ξένων	14.657	14.742	15.169	15.384	15.651	15.780
Ηνωμένες Πολιτείες	5.733	5.914	5.959	6.012	6.206	6.299
Σύνολο	20.390	20.656	21.128	21.396	21.857	22.079
<b>Κατανάλωση</b>						
Ευρωπαϊκή Ένωση	8.727	8.790	9.019	9.052	9.135	9.180
Ρωσία	1.141	1.200	1.231	1.338	1.367	1.380
Ηνωμένο Βασίλειο	780	804	801	794	760	825
Βραζιλία	799	785	795	817	818	824
Καναδάς	504	537	539	555	571	594
Μεξικό	511	526	551	549	565	569
Αργεντινή	485	380	461	420	452	455
Ιαπωνία	324	329	346	335	342	345
Αυστραλία	291	293	297	305	305	310
Ουκρανία	188	198	205	222	229	240
Οι υπόλοιποι	459	453	477	516	586	627
Σύνολο Ξένων	14.209	14.295	14.722	14.903	15.130	15.349
Ηνωμένες Πολιτείες	5.494	5.675	5.751	5.750	5.956	6.080
Σύνολο	19.703	19.970	20.473	20.653	21.086	21.429

(Ευρωπαϊκή Επιτροπή ,2020)

Τα τελευταία είκοσι (20) περίπου χρόνια καταγράφεται αύξηση της παραγωγής των τυριών με σημαντικό μέρος της παγκόσμιας παραγωγής γάλακτος (15-20% περίπου) να μετατρέπεται σε τυρί. Το 2021 η παγκόσμια παραγωγή των διαφόρων ειδών τυριών ανήλθε σε 21.429 τόνους (Πίνακας 3). Η παγκόσμια παραγωγή τυριών δεν κατανέμεται ομοιόμορφα μεταξύ των πέντε ηπείρων. Οι μεγαλύτερες ποσότητες τυριών παράγονται στην Ευρώπη και στη βόρεια και κεντρική Αμερική. Ιδιαίτερα στα 28 κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) η παραγωγή των διαφόρων ειδών τυριών ανήλθε σε 10.400 τόνους (Πίνακας 3). Στη χώρα μας η μεγαλύτερη ποσότητα τυριών παράγεται από αιγοπρόβειο γάλα, το οποίο τυροκομείται κατά 70-75%, ενώ το αγελαδινό τυροκομείται κατά 25%.

Το τυρί ως τρόφιμο είναι εύπεπτο με άριστη θρεπτική αξία καθώς είναι συμπυκνωμένο και πλούσιο σε υψηλής βιολογικής αξίας πρωτεΐνες, οι οποίες σε μεγάλο ποσοστό έχουν διασπαστεί και είναι εύκολη η πέψη τους. Περιέχει επίσης άλατα και τα περισσότερα είδη τυριών είναι πλούσια σε ασβέστιο και φώσφορο καθώς και λιποδιαλυτές βιταμίνες. Είναι φτωχό σε λακτόζη (<1%) αλλά πλούσιο σε λίπος (συνήθως >20%) γεγονός που δεν είναι επιθυμητό στα πλαίσια της σύγχρονης διαιτητικής (Μάντης, και συν., 2018).

Επιπρόσθετα το τυρί είναι εξαιρετικό τρόφιμο και αποτελεί για τους καταναλωτές μία από τις κυριότερες πηγές πρωτεΐνης. Στη Γαλλία και στην Ελλάδα καταγράφεται η μεγαλύτερη στον κόσμο (25 kg περίπου), μέση ετήσια κατά κάτοικο, κατανάλωση τυριών.

Με βάση τη δομή, τη συνεκτικότητα τους, την υγρασία ή και τον τρόπο παρασκευής και ωρίμανσης τους τα τυριά κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- Πολύ σκληρά (Parmigiano, Romano, Pecorino κ.α.).
- Σκληρά (Provolone, Emmental, Κεφαλοτύρι, Γραβιέρα κ.α.).
- Ημίσκληρα (Gouda, Edam, Roquefort, Danbo κ.α.).
- Μαλακά (Mozzarella, Camembert, Brie, Φέτα κ.α.).
- Νωπά τυριά με αλοιφώδη υφή (Γαλοτύρι, Πηχτόγαλο Χανιών, Cottage, Philadelphia).
- Τυριά τυρογάλακτος (Μυζήθρα, Ανθότυρος, Μανούρι, Ricotta, Ziger, Suta κ.α.).

Με κριτήριο την ικανότητα ωρίμανσης και το είδος ωρίμανσης, τα τυριά διακρίνονται:

- Τυριά που δεν ωριμάζουν (Πηχτόγαλο Χανιών, Κατίκι Δομοκού, Cottage, Ymer, Ricotta κ.α.).
- Τυριά που ωριμάζουν με βακτήρια που αναπτύσσονται σε όλη τη μάζα τους. Εδώ μπορούν να υπαχθούν τα περισσότερα είδη τυριών.
- Τυριά που ωριμάζουν με εσωτερική ανάπτυξη μυκήτων (π.χ. Roquefort, Stilton, Danablu κ.α.).
- Τυριά που ωριμάζουν με επιφανειακή ανάπτυξη μυκήτων ή βακτηρίων (π.χ. Camembert, Brie, Limburger, Monster κ.α.).

Επίσης υπάρχουν σχήματα ταξινόμησης με βάση την περιεκτικότητα τους σε υγρασία, ή σε λίπος, ή ανάλογα με τη μέθοδο παρασκευής τους (π.χ. τυριά τύπου Provolone, ή τύπου Emmental κ.τ.λ.).

## Μυζήθρα

Η μυζήθρα αποτελεί ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα μαλακού τυριού που ωριμάζει με βακτήρια και είναι ένα παραδοσιακό είδος τυριού με διάφορες μορφές. Παρασκευάζεται από πρόβειο ή και κατσικίσιο γάλα, τυρόγαλα με προσθήκη φρέσκου γάλακτος και στη συνέχεια ζεσταίνεται πάλι με πυτιά. Η γεύση της είναι παρόμοια με αυτή που έχει το μανούρι, συνήθως υφάλμυρη, υπάρχουν όμως και γλυκές ποικιλίες όπως η κρητική μυζήθρα. Συνήθως για να πήξει, το μίγμα μπαίνει μέσα σε ένα ειδικό πανί (τσαντίλα) το οποίο κρεμιέται από ψηλό σημείο από τις τέσσερις άκρες του. Έτσι συνήθως τα κεφάλια της μυζήθρας έχουν ένα απιοειδές σχήμα (σχήμα αχλαδιού). Οι δύο κύριες μορφές της είναι η χλωρή (μαλακιά) και η σκληρή.

➤ Σε χλωρή κατάσταση, όπου πρέπει να περιέχει μέγιστη υγρασία 70% και ελάχιστη λιποπεριεκτικότητα 50% (υπολογισμένη σε ξηρή ουσία) και

➤ Σε σκληρή κατάσταση, όπου πρέπει να περιέχει μέγιστη υγρασία 40% και ελάχιστη λιποπεριεκτικότητα 50% (υπολογισμένη σε ξηρή ουσία).

## Κεφαλοτύρι

Το κεφαλοτύρι είναι ελληνικό παραδοσιακό σκληρό τυρί το οποίο αναγνωρίστηκε αρχικά ως ΠΟΠ, αλλά με βάση τη νομοθεσία, ΑΧΣ 362/98, ΦΕΚ 1181/98 τ. Β. διαγράφηκε. Παράγεται από πρόβειο ή αίγαιο γάλα ή μίγματα τους, που παράγονται στην ηπειρωτική Ελλάδα, την Κρήτη, τις Κυκλάδες και τα Ιόνια νησιά. Με την ΑΧΣ 362/98, μπορεί να παρασκευάζεται και από αγελαδινό γάλα.

Για την παραγωγή κεφαλοτυριού χρησιμοποιείται πλήρες γάλα ή τυποποιείται σε 3% λίπος (για χαμηλής λιποπεριεκτικότητας προϊόν), παστεριώνεται και ενοφθαλμίζεται με οξυγαλακτική καλλιέργεια (*Str. Thermophiles/ Lb. Del brueckii sub sp. bulgaricus*) και πήζει στους 35°C. Το πήγμα διαιρείται σε κύβους 1 cm μετά από 35 min περίπου, θερμαίνεται στους 45°C, στραγγίζεται, τοποθετείται σε καλούπια και υποβάλλεται σε πίεση. Ακολούθως το τυρί μεταφέρεται σε θάλαμο θερμοκρασίας 14°C και τοποθετείται σε άλμη 18-20 Be για 2 ημέρες περίπου. Η ωρίμαση του τυριού γίνεται αρχικά στους 12-14°C και σε RH 85-90%. Στο στάδιο αυτό διενεργούνται 20-25 επιφανειακά αλατίσματα με ταυτόχρονη αναστροφή. Η μερική, ξηρό αλάτισμα του τυροπήγματος κατά την τοποθέτηση του στα καλούπια, περιορίζει τα συχνά επιφανειακά αλατίσματα και ταυτόχρονα το εργατικό κόστος και τις πιθανές επιμολύνσεις. Όταν ολοκληρωθεί το αλάτισμα, το τυρί μεταφέρεται σε θαλάμους θερμοκρασίας 6°C για ολοκλήρωση της ωρίμανσης, η οποία διαρκεί συνολικά 3 μήνες.

Είναι σκληρό τυρί με μέγιστη υγρασία 38% και ελάχιστο λίπος επί ξηρού 40%. Φέρει μικρές οπές στη μάζα του και έχει ευχάριστο άρωμα και αλμυρή γεύση. (Μάντης, και συν., 2018).

Η παραγωγή τυριών στην Ελλάδα και γενικότερα στην περιοχή της Μεσογείου έχει παράδοση αιώνων. Αναφορές για την ανάπτυξη της τυροκομίας στην Ελλάδα υπάρχουν από αρχαιοτάτων χρόνων. Σύμφωνα με την ελληνική μυθολογία, η τέχνη της τυροκομίας δόθηκε ως πολύτιμο δώρο στους ανθρώπους από τους θεούς του Ολύμπου. Ο Αριστέας, γιος του θεού Απόλλωνα, στάλθηκε στους θνητούς για να διδάξει σε αυτούς την τεχνολογία της παρασκευής τυριού. Ο Όμηρος, τον 8<sup>ο</sup> π. Χ. αιώνα αναφέρει στην Οδύσσεια την παρασκευή τυριού από γάλα πρόβειο και κατσικίσιο από τον Κύκλωπα Πολύφημο. Η αναφορά αυτή σε λευκό και μαλακό τυρί οδηγεί στην υπόθεση ότι την εποχή εκείνη παραγόταν τυρί που έμοιαζε με φέτα, το οποίο αποτέλεσε τον πρόδρομο πολλών άλλων τύπων τυριών που αναπτύχθηκαν στη διάρκεια των αιώνων. Έτσι στις μέρες μας κάθε περιοχή, σχεδόν κάθε νησί της Ελλάδας, έχει τη δική του παράδοση στην παρασκευή των τυριών (Μάντης, κα, 2018).

Μάλλον ο άνθρωπος μπόρεσε τυχαία στην αρχή, να παρασκευάσει τυρί ίσως από τότε που εκμεταλλεύτηκε και το γάλα, αφού η κύρια μεταβολή που υφίσταται το γάλα όταν παραμένει σε θερμοκρασία περιβάλλοντος είναι η οξίνιση η οποία επιφέρει την πήξη του. Μία στράγγιση του πήγματος οδηγεί στην παραγωγή τυρομάζας. Τα υπόλοιπα είναι εύκολο να τα φανταστεί κανείς. Στα παλαιότερα κείμενα της ιστορίας (κείμενα Σουμέριων, Παλαιά Διαθήκη) αναφέρεται το τυρί και μάλιστα σαν πολύτιμο τρόφιμο-αγαθό. Ο άνθρωπος μπόρεσε να παρασκευάσει πολλά είδη τυριών με την πάροδο των χρόνων, ώστε σήμερα να παρασκευάζονται ανά τον κόσμο πολλές δεκάδες από διαφορετικά είδη τυριών και με πολλές ποικιλίες το καθένα. Με αυτόν τον τρόπο διακινούνται στο διεθνές εμπόριο τυριά με περισσότερα από 2.000 διαφορετικά ονόματα. Υπάρχουν περισσότερες από 500 επώνυμες κατηγορίες ή τύποι τυριών και πολλά από αυτά τα τυριά διαφέρουν μόνο ως προς το μέγεθος, τη συσκευασία ή τη χώρα προέλευσης (Μάντης, κα, 2018).

Στην Ευρώπη υπάρχει πληθώρα τυριών που παράγονται με ξεχωριστή μέθοδο και ιδιαίτερη γεύση, υφή και άρωμα, τα οποία παίζουν σημαντικότατο ρόλο στην παράδοση κάθε τόπου. Η Ευρωπαϊκή Ένωση, παρόλη την ελεύθερη κυκλοφορία προϊόντων, υπηρεσιών και προσώπων, έχοντας αποδεχθεί τη διαφορετικότητα κάθε κράτους μέλους όσον αφορά τα έθιμα, τις παραδόσεις και τη διατροφή, θέσπισε τον κανονισμό 2081/92 για την προστασία των γεωγραφικών προϊόντων και τροφίμων, ο οποίος αντικαταστάθηκε από τον κανονισμό 510/2006.

➤ Ως «ονομασία προέλευσης» νοείται η ονομασία που ταυτοποιεί ένα προϊόν:

- α) το οποίο κατάγεται από συγκεκριμένο τόπο, περιοχή ή, σε εξαιρετικές περιπτώσεις, χώρα
- β) του οποίου η ποιότητα ή τα χαρακτηριστικά οφείλονται κυρίως ή αποκλειστικά στο ιδιαίτερο γεωγραφικό περιβάλλον που συμπεριλαμβάνει τους εγγενείς φυσικούς και ανθρώπινους παράγοντες
- γ) του οποίου όλα τα στάδια της παραγωγής εκτελούνται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής

➤ Ως «γεωγραφική ένδειξη» νοείται η ονομασία που ταυτοποιεί ένα προϊόν:

α) το οποίο κατάγεται από συγκεκριμένο τόπο, περιοχή ή χώρα

β) του οποίου ένα συγκεκριμένο ποιοτικό χαρακτηριστικό, η φήμη ή άλλο χαρακτηριστικό μπορεί να αποδοθεί κυρίως στη γεωγραφική του προέλευση

γ) του οποίου ένα τουλάχιστον από τα στάδια της παραγωγής εκτελείται εντός της οριοθετημένης γεωγραφικής περιοχής.

➤ Ως «εγγυημένο παραδοσιακό ιδιότυπο προϊόν» νοείται ένα ιδιότυπο προϊόν ή τρόφιμο το οποίο:

α) παρασκευάζεται με τρόπο παραγωγής, μεταποίησης ή σύνθεσης που αντιστοιχεί στην παραδοσιακή πρακτική για το εν λόγω προϊόν ή τρόφιμο ή

β) παράγεται από πρώτες ύλες ή συστατικά που είναι τα χρησιμοποιούμενα παραδοσιακά.

Για να μπορεί να καταχωρισθεί μια ονομασία ως ονομασία εγγυημένου παραδοσιακού ιδιότυπου προϊόντος, πρέπει:

α) να χρησιμοποιείται κατά παράδοση για την περιγραφή του ιδιότυπου προϊόντος ή

β) να προσδιορίζει τον παραδοσιακό χαρακτήρα ή τον ιδιότυπο χαρακτήρα του προϊόντος.

Ο Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός «ΔΗΜΗΤΡΑ» (AGROCERT), είναι η αρμόδια Υπηρεσία στη χώρα μας, για την έγκριση των υποβαλλόμενων από τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις αιτημάτων ένταξης στο σύστημα ελέγχου, την πραγματοποίηση ελέγχων σε συνεργασία με τις Δ/νσεις Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής των Περιφερειακών Ενοτήτων, τη διασφάλιση της τήρησης των προδιαγραφών, την πιστοποίηση των εν λόγω προϊόντων και την τήρηση Μητρώου Εγκεκριμένων επιχειρήσεων και Μητρώου δικαιούχων χρήσης των ενδείξεων ΠΟΠ και ΠΓΕ». (ΥΠΠΑΤ, 2020).

**Σύμφωνα με τον κανονισμό** αυτό μέχρι τώρα έχουν καταχωρηθεί ως προστατευόμενης ονομασίας προέλευσης 20 παραδοσιακά είδη ελληνικών τυριών.

Στην χώρα μας από την συνολική παραγωγή τυριών αξιόλογη ποσότητα, παράγεται από μικρής δυναμικότητας και εποχιακής λειτουργίας τυροκομεία, μερικά από τα οποία είναι ατελώς εξοπλισμένα και αυτό δημιουργεί σοβαρά προβλήματα ποιότητας και κόστους του προϊόντος, αλλά συγχρόνως δεν εξασφαλίζεται επαρκώς η Δημόσια Υγεία.

### 3.2.3 Γιαούρτι

Σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία, ως γιαούρτι χαρακτηρίζεται “το προϊόν το οποίο προκύπτει μετά από πήξη αποκλειστικά και μόνο νωπού γάλακτος της αντίστοιχης προς την ονομασία φύσης και προέλευσης, με την επίδραση καλλιέργειας ζύμης που προκαλεί ειδική ζύμωση”.

Η Διεθνής Ομοσπονδία Γάλακτος (International Dairy Federation, IFD) ορίζει ως “ζυμωμένα γάλατα (*fermented milks*) τα προϊόντα που παρασκευάζονται από γάλατα (πλήρη, μερικώς ή



πλήρως αποβουτυρωμένα, συμπυκνωμένα ή παρασκευασμένα από σκόνη γάλακτος πλήρως ή μερικώς αποβουτυρωμένη) ομογενοποιημένα ή όχι, παστεριωμένα ή αποστειρωμένα και ζυμωμένα με τη βοήθεια ειδικών μικροοργανισμών”.

Είναι μια σειρά από προϊόντα τα οποία παράγονται ύστερα από όξινη πήξη και ζύμωση του γάλακτος με τη βοήθεια οξυγαλακτικών βακτηρίων. Ανάμεσα στα προϊόντα αυτά πρωταρχική θέση σε παγκόσμια κλίμακα κατέχει το γιαούρτι, ενώ μεγάλης σημασίας για ορισμένες χώρες είναι επίσης και προϊόντα όπως τα Kefir, Koumiss και διάφορα άλλα οξυγάλατα.

Σύμφωνα με τον Codex Alimentarius “ζυμωμένο γάλα είναι ένα γαλακτοκομικό προϊόν που παράγεται με ζύμωση του γάλακτος, το οποίο γάλα μπορεί να έχει παρασκευαστεί από προϊόντα που λαμβάνονται από το γάλα με ή χωρίς τροποποίηση της σύνθεσης του, με τους περιορισμούς της παραγράφου 3.3 του CODEX STAN 243-2003, με τη δράση κατάλληλων μικροοργανισμών που επιφέρουν μείωση του pH με πήξη ή χωρίς πήξη (ισοηλεκτρική καθίζηση). Οι μικροοργανισμοί αυτοί πρέπει να είναι ζωντανοί, άφθονοι και δραστικοί στο τελικό προϊόν μέχρι το τέλος της ελάχιστης διατηρησιμότητάς του. Εάν το προϊόν υπόκειται σε θερμική επεξεργασία μετά τη ζύμωση τότε η προηγούμενη απαίτηση δεν τίθεται σε ισχύ”. Στην παράγραφο 3.3 του CODEX STAN 243-2003 ορίζεται ότι το σύνολο των μικροοργανισμών της οξυγαλακτικής καλλιέργειας στα προϊόντα αυτά πρέπει να είναι τουλάχιστο 10<sup>7</sup>-7 cfu/g.

Προϊστορικά ο κύριος λόγος που οι άνθρωποι παρήγαγαν ζυμωμένα γαλακτοκομικά προϊόντα ήταν προκειμένου να αυξήσουν τη διάρκεια ζωής του γάλακτος το οποίο, διαχρονικά, αποτελεί πολύτιμο αγαθό, δεδομένου ότι συνιστά τρόφιμο υψηλής βιολογικής αξίας ενώ, με τις ωφέλιμες ζυμώσεις του γάλακτος παράγονται προϊόντα που είναι πιο γευστικά ή και εύπεπτα. (Μάντης, και συν., 2018).

- **Γιαούρτι:** το προϊόν το οποίο προκύπτει μετά από πήξη αποκλειστικά και μόνο νωπού γάλακτος υπό την επίδραση ειδικής καλλιέργειας ζύμης που προκαλεί την ειδική ζύμωση του γαλακτοσακχάρου του γάλακτος.
- **Στραγγισμένο γιαούρτι:** Σύμφωνα με την ελληνική νομοθεσία “*χαρακτηρίζεται το προϊόν, το οποίο λαμβάνεται από πλήρες γιαούρτι, μετά από απομάκρυνση (αποστράγγιση) μέρους του νερού του με τα διαλυμένα σ’ αυτό γαλακτοζάχαρο, άλατα κ.τ.λ. Αυτό πρέπει να περιέχει λίπος σε ποσοστό 8% τουλάχιστον, με εξαίρεση το στραγγισμένο γιαούρτι αγελάδας, το οποίο πρέπει να περιέχει λίπος σε ποσοστό 5% τουλάχιστον*”.
- **Γιαούρτι με «προβιοτικά» βακτήρια:** το οποίο περιέχει «προβιοτικά» βακτήρια επιπλέον των συγκεκριμένων δύο ειδών οξυγαλακτικών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή του γιαουρτιού, τα οποία ασκούν ευεργετική δράση στη λειτουργία του εντέρου και γενικότερα στην υγεία του ανθρώπου.
- **Γιαούρτι από Αγνό γάλα Αγελάδας περιεκτικότητας σε λίπος 5% τουλάχιστο** που παρασκευάζεται αποκλειστικά από νωπό ή κατεψυγμένο γάλα αγελάδας, το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με βρασμό προκειμένου το τελικό προϊόν να περιέχει λίπος τουλάχιστον 5%.



- **Γιαούρτι από Αγνό γάλα Προβάτου περιεκτικότητας σε λίπος 8% τουλάχιστον:** είναι το γιαούρτι που παρασκευάζεται αποκλειστικά από νωπό ή κατεψυγμένο γάλα προβάτου το οποίο έχει υποστεί συμπύκνωση με βρασμό προκειμένου το τελικό προϊόν να περιέχει λίπος τουλάχιστον 8%.
- **Γιαούρτι Σακούλας:** είναι το στραγγισμένο προϊόν γιαουρτιού το οποίο προσφέρεται στην κατανάλωση σε σάκους από λευκό ύφασμα ή σε ξύλινα βαρέλια.
- **Ρευστή γιαούρτι:** είναι το γιαούρτι το οποίο αναμιγνύεται με ίση ποσότητα νερού, ανακινείται καλά και διανέμεται ως εμφιαλωμένη (αριάνι).
- **Αεριούχος γιαούρτι:** το οποίο προκύπτει με ενσωμάτωση CO<sub>2</sub> στο πήγμα γιαουρτιού.
- **Επιδόρπιο γιαουρτιού:** το γιαούρτι το οποίο παρασκευάζεται από:
  - (1) Μία ή περισσότερες κατηγορίες γάλακτος που προβλέπονται από το άρθρο 80 του ΚΤΠ.
  - (2) Προϊόντα γάλακτος ή συστατικό γάλακτος (πρωτεΐνη γάλακτος, λακτόζη) ή και μαγιά γιαουρτιού και στις δύο περιπτώσεις τα παραπάνω προϊόντα γάλακτος ή το γάλα σε αναλογία 75% τουλάχιστον κατά βάρος του τελικού προϊόντος, αναγόμενο σε νωπό γάλα.
  - (3) Σακχαρούχες γλυκαντικές ύλες.
  - (4) Σκόνη κακάο, λιποπεριεκτικότητας 10% τουλάχιστον σε βούτυρο κακάο, σοκολάτα ή εκχύλισμα καφέ με ή χωρίς καφεΐνη.
  - (5) Χυμούς φρούτων με ή χωρίς ζάχαρη, τεμάχια φρούτων φρέσκα ή ζαχαρωμένα καθώς και τα προϊόντα με γλυκαντικές ύλες του άρθρου 131 ή και άλλες ύλες του Κεφαλαίου III του ΚΤΠ.

## 4. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ (σύσταση, διατροφικά οφέλη κτλ.)

### 4.1 Σύσταση

Ένα από τα κύρια συστατικά του γάλακτος είναι το νερό. Η περιεκτικότητα σε νερό του γάλακτος από διαφορετικά είδη γαλακτοκομικών - βοοειδή, βουβάλια, γιάκ, πρόβατα, κατσίκες, άλογα και γαϊδούρια - κυμαίνεται από 83 τοις εκατό στα γιάκ έως 91 τοις εκατό στα γαϊδούρια. Επίσης το γάλα παρέχει απαραίτητα θρεπτικά συστατικά και αποτελεί σημαντική πηγή ενέργειας, πρωτεϊνών και λιπών υψηλής βιολογικής αξίας. Συμβάλει σημαντικά στην απαιτούμενη πρόσληψη ανόργανων στοιχείων και βιταμινών, όπως ασβέστιο, μαγνήσιο, σελήνιο, Ριβοφλαβίνη, βιταμίνη B12 και παντοθενικό οξύ. Το ζωικό γάλα μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο στη διατροφή των παιδιών σε πληθυσμούς με πολύ χαμηλή πρόσληψη λιπαρών και περιορισμένη πρόσβαση σε άλλες τροφές ζωικής προέλευσης.

Ανάλογα με το είδος του γαλακτοπαραγωγού ζώου, την φυλή, την ηλικία και την διατροφή του, το στάδιο της γαλουχίας, ο αριθμός της γαλακτικής περιόδου(αριθμός τοκετών), το σύστημα εκτροφής, το φυσικό περιβάλλον και η εποχή επηρεάζουν το χρώμα, τη γεύση και τη σύνθεση του γάλακτος και επιτρέπουν την παραγωγή μιας ποικιλίας γαλακτοκομικών προϊόντων:

**Αγελαδινό γάλα:** Το λίπος αποτελεί περίπου το 3 έως 4 τοις εκατό της στερεάς περιεκτικότητας του αγελαδινού γάλακτος, η πρωτεΐνη περίπου το 3,5 τοις εκατό και η λακτόζη το 5 τοις εκατό, αλλά η ακαθάριστη χημική σύνθεση του αγελαδινού γάλακτος ποικίλλει ανάλογα με τη φυλή.

**Βουβαλίσιο γάλα** έχει πολύ υψηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά, η οποία είναι κατά μέσο όρο διπλάσια από αυτή του αγελαδινού γάλακτος. Η αναλογία λίπους προς πρωτεΐνη στο βουβαλίσιο γάλα είναι περίπου 2:1. Σε σύγκριση με το γάλα βοοειδών, το βουβαλίσιο γάλα έχει επίσης υψηλότερη αναλογία καζεΐνης προς πρωτεΐνη. Η υψηλή περιεκτικότητα της καζεΐνης σε ασβέστιο διευκολύνει την παραγωγή τυριού.

**Γάλα καμήλας** έχει παρόμοια σύνθεση με το αγελαδινό αλλά είναι ελαφρώς πιο αλμυρό. Το γάλα καμήλας είναι τρεις φορές πιο πλούσιο σε βιταμίνη C από το αγελαδινό γάλα και αντιπροσωπεύει μια ζωτική πηγή αυτής της βιταμίνης για τους ανθρώπους που ζουν σε άνυδρες και ημίξηρες περιοχές, οι οποίοι συχνά δεν μπορούν να λάβουν βιταμίνη C από φρούτα και λαχανικά. Επίσης το γάλα καμήλας είναι πλούσιο σε ακόρεστα λιπαρά οξέα και βιταμίνες του συμπλέγματος B και καταναλώνεται ωμό ή ζυμωμένο.

**Πρόβειο γάλα** έχει υψηλότερη περιεκτικότητα σε λιπαρά και πρωτεΐνες από το κατσικίσιο και αγελαδινό γάλα. Μόνο το βουβαλίσιο και το γάλα γιάκ περιέχουν περισσότερα λιπαρά. Το πρόβειο γάλα έχει επίσης υψηλότερη περιεκτικότητα σε λακτόζη από το γάλα που προέρχεται από αγελάδες, του βουβαλιού και της κατσίκας. Το πρόβειο γάλα είναι κατάλληλο για την παρασκευή τυριού και γιαουρτιού χάρη στην υψηλή περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες και τη συνολική περιεκτικότητα σε στερεά. Το πρόβειο γάλα είναι σημαντικό στην περιοχή της

Μεσογείου, όπου το μεγαλύτερο μέρος του μεταποιείται σε τυριά όπως το πεκορίνο, το casio cavallo και η φέτα.

**Κατσικίσιο γάλα** το οποίο έχει παρόμοια σύνθεση με το αγελαδινό. Στις μεσογειακές χώρες και στη Λατινική Αμερική, το κατσικίσιο γάλα γενικά μετατρέπεται σε τυρί. στην Αφρική και τη Νότια Ασία, καταναλώνεται συνήθως ωμό ή οξινισμένο.

**Γάλα γιάκ** έχει μια αρωματική, γλυκιά μυρωδιά και γλυκιά γεύση. Το γάλα γιάκ έχει μεταξύ 15 και 18 τοις εκατό περιεκτικότητα σε στερεά, 5,5 έως 9 τοις εκατό λιπαρά και 4 έως 5,9 τοις εκατό πρωτεΐνη. Έχει υψηλότερη περιεκτικότητα σε στερεά, λιπαρά και πρωτεΐνες από το αγελαδινό και το κατσικίσιο γάλα και μοιάζει με το βουβαλίσιο γάλα. Το νωπό γάλα χρησιμοποιείται κυρίως από τους βοσκούς και τις οικογένειές τους στο γαλακτώδες τσάι. Το γάλα γιάκ μπορεί να μεταποιηθεί σε μια ποικιλία γαλακτοκομικών προϊόντων, όπως βούτυρο, τυρί και γαλακτοκομικά προϊόντα που έχουν υποστεί ζύμωση.

**Γάλα αλόγου:** Το γάλα αλόγου και γαϊδούρας έχουν παρόμοια σύνθεση. Το αλογίσιο γάλα όπως και το μητρικό, είναι σχετικά χαμηλό σε πρωτεΐνες (ιδιαίτερα καζεΐνες) και τέφρα και πλούσιο σε λακτόζη. Σε σύγκριση με αυτό των άλλων γαλακτοπαραγωγών ζώων, το αλογίσιο γάλα περιέχει χαμηλά επίπεδα λίπους και πρωτεΐνης. Τα περισσότερα είδη από γάλα αλόγου καταναλώνονται σε ζυμούμενη μορφή και δεν είναι κατάλληλα για τυροκομία. (Μάντης, και συν, 2018).

## **5. ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΑ ΟΦΕΛΗ**

Ποικίλα είναι τα οφέλη που μπορούν να προσφέρουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα στην υγεία των καταναλωτών. Παρέχουν πολλές βασικές θρεπτικές ουσίες οι οποίες είναι ζωτικής σημασίας για την υγεία και τη συντήρηση του ανθρώπινου οργανισμού . Τα ζωτικά θρεπτικά συστατικά περιλαμβάνουν: κάλιο, ασβέστιο, πρωτεΐνη και βιταμίνη D ,( Lee, E.W et.al.,2017).

### **5.1 Οφέλη για την υγεία**

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι πλούσια σε φώσφορο, κάλιο, μαγνήσιο και βιταμίνες A, B12 και ριβοφλαβίνη. Συνεισφέρουν περίπου το 52-65% της πρόσληψης αναφοράς (DRI) για το ασβέστιο και το 20-28% της ζήτησης πρωτεϊνών, ανάλογα με την ηλικία του καταναλωτή.

#### **A) Στη στομαχική υγεία**

Το σύγχρονο ανθρώπινο έντερο περιέχει βακτηριακά κύτταρα , περίπου 100 τρισεκατομμύρια συνολικά προσκολλούνται σε αυτό, που αντιπροσωπεύουν πάνω από 1.000 είδη βακτηρίων. Πολλοί παράγοντες μπορούν να επηρεάσουν την ισορροπία μικροβίων στο έντερο συμπεριλαμβανομένων: διατροφής, άγχους, αντιβιοτικών και προχωρημένης ηλικίας. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα δεν πρέπει να αποφεύγονται (ακόμη και από τα άτομα με δυσανεξία στη λακτόζη), καθώς έχουν σημαντικά οφέλη για την υγεία, συμπεριλαμβανομένης και της ευεργετικής επίδρασης στη μικροχλωρίδα του εντέρου. Τα προβιοτικά είναι σημαντικοί διαμορφωτές του μικροβιώματος του εντέρου, αυξάνοντας τα επίπεδα των ευεργετικών βακτηριδίων. Τα προβιοτικά έχουν οριστεί ως “επιλεκτικά ζυμωμένα συστατικά που επιτρέπουν συγκεκριμένες αλλαγές, τόσο στη σύνθεση όσο και στη δραστηριότητα των γαστρεντερικών μικροβίων που προσφέρουν οφέλη στην ευημερία και την υγεία των ξενιστών”.

#### **B) Στον σακχαρώδη διαβήτη τύπου 2**

Σύμφωνα με τα περισσότερα ερευνητικά δεδομένα η πρόσληψη γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων έχει ευεργετικές επιδράσεις στην πρόληψη του σακχαρώδους διαβήτη τύπου 2 καθώς το trans-παλμιτοελαϊκό οξύ (λιπαρό οξύ), παρέχει προστατευτική δράση έναντι του διαβήτη και περιέχεται στα λιπαρά του γάλακτος, του τυριού, του γιαουρτιού και του βουτύρου.

#### **Γ) Στην πρόληψη καρκίνου και στις κακοήθεις νεοπλασίες**

Ο καρκίνος είναι μία ομάδα περισσότερων από 100 ασθενειών στις οποίες τα κύτταρα εμφανίζουν ανεξέλεγκτη ανάπτυξη, εισβολή και μερικές φορές μετάσταση. Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα περιέχουν μικροθρεπτικά συστατικά και διάφορα βιοδραστικά συστατικά που μπορούν να μειώσουν τον κίνδυνο και την εξέλιξη του καρκίνου. Σύμφωνα με επιστημονικά δεδομένα η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων έχει προστατευτικό ρόλο στην εμφάνιση καρκίνου του παχέος εντέρου.

#### **Δ) Στην υπέρταση και τα καρδιαγγειακά νοσήματα**

Σύμφωνα με διάφορες έρευνες η πρόσληψη γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων έχει μικρότερη επίπτωση στα καρδιαγγειακά νοσήματα (Elwoodetal., 2010, NHMRC, 2011, Soedamah-Muthuetal., 2011, USDA-DGAC, 2010). Έρευνες έδειξαν, ότι η πρόσληψη γάλακτος σχετίζεται με μικρότερο κίνδυνο εμφάνισης καρδιαγγειακών νοσημάτων συνολικά (ανά 200 ml την ημέρα). Η κατανάλωση γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων έχει προστατευτική δράση έναντι της πιθανότητας εμφάνισης υπέρτασης. Κυρίως αυτό αφορά τα γαλακτοκομικά προϊόντα με χαμηλή περιεκτικότητα σε λιπαρά. Η υπέρταση (αρτηριακή πίεση  $\geq 140/90$  mmHg) είναι υπεύθυνη για περισσότερους θανάτους από οποιονδήποτε άλλο παράγοντα κινδύνου για καρδιαγγειακές παθήσεις και προβλέπεται να καταστεί η κύρια αιτία θανάτου παγκοσμίως.

Σύμφωνα με έρευνες πάνω από πέντε εκατομμύρια άνδρες έχουν υπέρταση και εννέα στους δέκα θα αναπτύξουν στο μέλλον αν δεν ακολουθήσουν έναν υγιεινό τρόπο ζωής. Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα περιέχουν διάφορα θρεπτικά συστατικά αλλά και βιοδραστικά συστατικά που έχουν συσχετιστεί με τον έλεγχο της αρτηριακής πίεσης. Μια πρόσφατη έρευνα (Elwoodetal., 2010, NHMRC, 2011, Soedamah-Muthuetal., 2011, USDA-DGAC, 2010) έχει επικεντρωθεί στη σημασία των βιοδραστικών πεπτιδίων στη ρύθμιση της αρτηριακής πίεσης. Μία ομάδα πεπτιδίων (γαλακτοπεπτίδια) για παράδειγμα, που απελευθερώνονται από το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα κατά την πέψη πρωτεϊνών καζεΐνης στο έντερο ή με ζύμωση έχει αποδειχθεί ότι έχει αντιυπερτασικές ιδιότητες και ρυθμίζει την πίεση του αίματος με αναστολή του ACE-1 ισχυρού αγγειοσυσταλτικού. Σε κλινικές δοκιμές, η πρωτεΐνη ορού γάλακτος μείωσε επίσης την πίεση του αίματος και βελτίωσε τη λειτουργία του ενδοθηλίου σε ενήλικες με προ-υπέρταση και ήπια υπέρταση.

#### **Ε) Στην παχυσαρκία**

Έρευνες έχουν δείξει πως τα άτομα που καταναλώνουν συχνά γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα, είναι πιο αδύνατα σε σχέση με άτομα που δεν καταναλώνουν και κάποιες άλλες έρευνες θέλουν την κατανάλωση γάλακτος να σχετίζεται όλο και περισσότερο με την απώλεια βάρους.

#### **ΣΤ) Στην υγεία των δοντιών**

Το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόν έχουν σημαντικό ρόλο στην πρόληψη των δυσμενών οδοντικών προβλημάτων όπως η τερηδόνα και η περιοδοντίτιδα (φλεγμονή του ιστού των ούλων γύρω από τα δόντια). Έχει αποδειχθεί ότι το γάλα είναι ουσιαστικά “φιλικό προς τα δόντια”, και η κατανάλωση του δεν αυξάνει την οξύτητα της πλάκας. Σε διάφορες μελέτες για το γάλα και την υγεία των περιοδοντίων δείχνουν ότι η χαμηλή διαιτητική πρόσληψη ασβεστίου είχε ως αποτέλεσμα πιο σοβαρή περιοδοντική νόσο, ενώ η αυξημένη πρόσληψη ασβεστίου και βιταμίνης D προκάλεσε προστατευτικά αποτελέσματα κατά της απώλειας δοντιών. Η υψηλή περιεκτικότητα του γάλακτος σε ασβέστιο και φώσφορο έχει αποδειχθεί ότι αναστέλλει τη φθορά των δοντιών, ακόμα και σε περιπτώσεις «κακής» στοματικής υγείας. Πιο συγκεκριμένα το τυρί αυξάνει αποτελεσματικά τη συγκέντρωση ασβεστίου στο σάλιο και την

πλάκα, και το γιαούρτι μειώνει τον αριθμό στρεπτόκοκκων σιελογόνων μεταλλάξεων καθώς και λακτοβακίλλων, οι οποίοι βρίσκονται συχνά στην οδοντική πλάκα.

## **Z) Στην οστική υγεία/οστεοπόρωση**

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα συμβάλλουν γενικά στην υγεία των οστών. Πιο σημαντική βέβαια είναι η συνεισφορά τους, κατά την παιδική και εφηβική ηλικία, όπου βοηθούν στην απόκτηση της μέγιστης οστικής πυκνότητας (USDA-DGAC, 2010). Στην ενήλικη ζωή η πρόσληψη γάλακτος συμβάλλει στην αυξημένη οστική πυκνότητα (NHMRC, 2011), ενώ η κατανάλωση λιγότερης από μία μερίδα γαλακτοκομικών την ημέρα δεν συσχετίζεται με αυξημένο κίνδυνο οστεοπορωτικών καταγμάτων ή καταγμάτων ισχίου (Bischoff-Ferrari et al., 2011, NHMRC, 2011). Η ανάπτυξη των οστών επηρεάζεται από τη πρόσληψη διαφόρων ουσιών, ιδιαίτερα του ασβεστίου και των πρωτεϊνών. Το επαρκές ασβέστιο και πρωτεΐνη στην καθημερινή διατροφή είναι απαραίτητα για την επίτευξη της βέλτιστης μέγιστης οστικής μάζας κατά τη διάρκεια της ανάπτυξης του σκελετού και για την πρόληψη της οστικής απώλειας στους ηλικιωμένους. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι πλούσια σε θρεπτικά συστατικά που είναι απαραίτητα για την καλή υγεία των οστών, όπως ασβέστιο, πρωτεΐνες, βιταμίνη D, κάλιο, φώσφορο και άλλα μικροθρεπτικά και μακροθρεπτικά συστατικά.

Σύμφωνα με μελέτες (Bischoff-Ferrari et al., 2011, NHMRC, 2011) που υποστηρίζουν τα ευεργετικά αποτελέσματα του γάλακτος ή των γαλακτοκομικών προϊόντων στην υγεία των οστών δείχνουν μια σημαντική αρνητική συσχέτιση μεταξύ των δεικτών πρόσληψης τροφής γαλακτοκομικών προϊόντων και των οστικών κυττάρων και μία θετική συσχέτιση με την οστική περιεκτικότητα σε οστά. Τα εμπλουτισμένα γαλακτοκομικά προϊόντα προκαλούν ευνοϊκότερες μεταβολές στους βιοχημικούς δείκτες του οστικού μεταβολισμού από ότι το συμπληρωματικό ασβέστιο μόνο του. Με την κατανάλωση 3 μερίδων γαλακτοκομικών προϊόντων την ημέρα, η συνιστώμενη ημερήσια πρόσληψη θρεπτικών συστατικών που είναι απαραίτητη για την καλή υγεία των οστών μπορεί εύκολα να επιτευχθεί. Τα γαλακτοκομικά προϊόντα επομένως θα μπορούσαν να βελτιώσουν την υγεία των οστών και να μειώσουν τον κίνδυνο κατάγματος στη μετέπειτα ζωή τους.

## **H) Στη γονιμότητα:**

Έχουν θετική επίδραση σύμφωνα με έρευνα της Σχολής Δημόσιας Υγείας του Χάρβαρντ, έχουν τα λιπαρά από τα γαλακτοκομικά προϊόντα πιθανότητα να είναι και αυτά που βοηθούν στην ωορρηξία. Έρευνες έδειξαν, πως στις 18.000 γυναίκες ηλικίας 24 έως 42, εκείνες που κατανάλωσαν το λιγότερο μία μερίδα γαλακτοκομικών προϊόντων με πλήρη λιπαρά την εβδομάδα, είχαν 27% λιγότερες πιθανότητες να εμφανίσουν προβλήματα γονιμότητας, τα οποία να σχετίζονται με την ωορρηξία, σε σχέση με εκείνες που έτρωγαν μία φορά ή καθόλου.

Η κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων συμβάλλει θετικά στην υγεία, γι' αυτό και είναι σημαντική η καθημερινή τους ένταξη στη διατροφή μας.

## 6. ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ & ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ

### 6.1 Παραγωγή γάλακτος

Περίπου 150 εκατομμύρια νοικοκυριά σε όλο τον κόσμο ασχολούνται με την παραγωγή γάλακτος. Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, το γάλα παράγεται και από μικροπαραγωγούς και η παραγωγή γάλακτος συμβάλλει στη διαβίωση των νοικοκυριών, στην επισιτιστική ασφάλεια και στη διατροφή. Το γάλα παρέχει γρήγορες αποδόσεις για τους παραγωγούς μικρής κλίμακας και αποτελεί σημαντική πηγή εισοδήματος .

Τις τελευταίες δεκαετίες, οι αναπτυσσόμενες χώρες έχουν αυξήσει το ποσοστό τους στην παγκόσμια παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. Η αυξημένη παραγωγή είναι αποτέλεσμα της αύξησης του αριθμού των παραγωγικών ζώων παρά της αύξησης της κατά κεφαλήν παραγωγικότητας. Σε πολλές αναπτυσσόμενες χώρες, η παραγωγικότητα των γαλακτοπαραγωγών ζώων περιορίζεται σε ζωοτροφές κακής ποιότητας, ασθένειες, περιορισμένη πρόσβαση σε αγορές και υπηρεσίες (π.χ. υγεία, πίστωση και εκπαίδευση) και το χαμηλό γενετικό δυναμικό των γαλακτοπαραγωγών ζώων για την παραγωγή γάλακτος. Εν αντιθέσει με τις ανεπτυγμένες χώρες, πολλές αναπτυσσόμενες χώρες έχουν ζεστά και/ή υγρά κλίματα και δεν είναι ευνοϊκά για την παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων. (Lee, E.W .et.al.,2017).

Κάποιες χώρες έχουν μεγάλη παράδοση στην παραγωγή γάλακτος και τα γαλακτοκομικά προϊόντα και κατέχουν σημαντικό ρόλο στη διατροφή των πληθυσμών τους. Άλλες χώρες έχουν δημιουργήσει πρόσφατα μια σημαντική παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων.

Οι περισσότερες από τις πρώτες χώρες βρίσκονται στη Μεσόγειο και την Εγγύς Ανατολή, την ινδική χερσόνησο, τις περιοχές της σαβάνας της Δυτικής Αφρικής, τα υψίπεδα της Ανατολικής Αφρικής και τμήματα της Νότιας και Κεντρικής Αμερικής. Χώρες χωρίς μακρά παράδοση παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων βρίσκονται στη Νοτιοανατολική Ασία (συμπεριλαμβανομένης της Κίνας) και σε τροπικές περιοχές με υψηλές θερμοκρασίες περιβάλλοντος και υγρασία.

### 6.2 Συστήματα παραγωγής

Υπολογίζεται ότι το 80 έως 90 τοις εκατό του γάλακτος στις αναπτυσσόμενες χώρες παράγεται σε συστήματα εκτροφής μικρής κλίμακας. Οι εργασίες βασίζονται σε χαμηλές εισροές, επομένως η παραγωγή ανά γαλακτοπαραγωγό ζώο είναι αρκετά χαμηλή. Το μεγαλύτερο μέρος του γάλακτος που παράγεται από τους κτηνοτρόφους στις αναπτυσσόμενες χώρες προέρχεται από ένα από τα ακόλουθα συστήματα παραγωγής:

Μικροϊδιοκτητών κτηνοτρόφων: όπου η γαλακτοκομία αποτελεί μέρος ενός συστήματος μικτής γεωργίας στο οποίο η κοπριά χρησιμοποιείται στην παραγωγή. Τα γαλακτοπαραγωγά ζώα τρέφονται με χόρτα, υπολείμματα καλλιεργειών και καλλιεργούμενες ζωοτροφές. Η συμπληρωματική σίτιση εφαρμόζεται μόνο όταν είναι εφικτό.

Ποιμενικά συστήματα γαλακτοπαραγωγών ζώων: Το γάλα είναι το πιο σημαντικό είδος επιβίωσης. Η παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων συνδέεται γενικά με την καλλιέργεια, οι νομάδες κτηνοτρόφοι περιφέρονται στη γη αναζητώντας βοσκότοπους και νερό.

Εντατικά συστήματα γαλακτοπαραγωγικών ζώων, περιαστικά: είναι ένα καθαρά προσανατολισμένο σύστημα παραγωγής στην αγορά όπου βρίσκεται εντός και κοντά στα όρια των πόλεων. Οι περιαστικοί παραγωγοί γαλακτοκομικών προϊόντων επωφελούνται από την εγγύτητα τους με τις αγορές, αλλά η παραγωγή τους βασίζεται σε αγορασμένες ζωοτροφές και μπορεί να αντιμετωπίσουν προβλήματα προμήθειας τους αλλά και διάθεσης των αποβλήτων. Την τελευταία δεκαετία ένας περιαστικός τομέας γαλακτοκομικών προϊόντων αναπτύχθηκε σχετικά γρήγορα κοντά και γύρω από τις μεγάλες πόλεις πολλών αναπτυσσόμενων χωρών, ως συνέπεια στην αυξανόμενη ζήτηση της αγοράς. Η συγκέντρωση της παραγωγής γάλακτος σε κοντινή απόσταση από αστικά κέντρα μπορεί να απειλήσει την ανθρώπινη υγεία (Lee, E.W,et. al., 2017).

Εκτός από αυτά τα παραδοσιακά συστήματα παραγωγής γάλακτος μικρής κλίμακας, κάποιες αναπτυσσόμενες χώρες έχουν μεγάλης κλίμακας γαλακτοκομικές επιχειρήσεις. Οι παραγωγοί μεγάλης κλίμακας δεν αντιπροσωπεύουν μεγάλο μερίδιο της εθνικής παραγωγής γάλακτος.

Μικτά συστήματα εκτροφής είναι εκείνα στα οποία είτε περισσότερο από το 10 τοις εκατό της ξηράς ουσίας που τροφοδοτείται στα ζώα προέρχεται από υποπροϊόντα καλλιέργειας, είτε περισσότερο από το 10 τοις εκατό της συνολικής αξίας της παραγωγής προέρχεται από μη κτηνοτροφικές δραστηριότητες. Περισσότερο από το 90 τοις εκατό της παγκόσμιας προσφοράς γάλακτος παράγεται σε συστήματα μικτής καλλιέργειας.

Στην Αφρική και την Ασία το γάλα παράγεται σε μικτά συστήματα εκτροφής με λιγότερες από πέντε αγελάδες ενώ στη Νότια Αμερική οι κτηνοτρόφοι εκτρέφουν τουλάχιστον δέκα βοοειδή διπλής χρήσης (κρέας και γάλα). Το 70 τοις εκατό του γάλακτος που πωλείται στις τοπικές αγορές στην περιοχή του Σαχέλ προέρχεται από ποιμενικά συστήματα.

Έως και το ένα τρίτο του γάλακτος παράγεται σε αστικές και περιαστικές περιοχές. Κατά μέσο όρο, τα νοικοκυριά που ασχολούνται με την παραγωγή γάλακτος εκτρέφουν δύο αγελάδες αρμέγματος (ή βουβάλια) παρέχοντας ημερήσια απόδοση γάλακτος 11 λίτρων. (FAO),2022.



## 7. ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ

### 7.1 Παράγοντες που την επηρεάζουν

Η συμπεριφορά του καταναλωτή επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες όπως η κατάσταση, οι ψυχολογικοί, περιβαλλοντικοί παράγοντες και παράγοντες μάρκετινγκ, οι προσωπικές προτιμήσεις, η οικογένεια και η κουλτούρα (Σχήμα 1.) Οι επιχειρήσεις προσπαθούν να συλλέγουν δεδομένα, ώστε να μπορούν να λαμβάνουν αποφάσεις για το πώς μπορούν να προσεγγίσουν το κοινό-στόχο τους με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο. Ενώ ορισμένες επιδράσεις μπορεί να είναι προσωρινές και άλλες μπορεί να είναι μακροχρόνιες, αυτοί οι παράγοντες μπορεί να επηρεάσουν ένα άτομο να αγοράσει ή να μην αγοράσει (Rachakonda et.al.2020)

**Σχήμα 1: Παράγοντες που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή**



(Rachakonda et.al.2020)

**Παράγοντες κατάσταση:** Έχουν προσωρινό χαρακτήρα και περιλαμβάνουν φυσικούς παράγοντες όπως η τοποθεσία, η διάταξη, τα χρώματα, η μουσική, ο φωτισμός, ακόμη και το άρωμα ενός προϊόντος. Οι εταιρείες προσπαθούν να κάνουν αυτούς τους παράγοντες όσο το δυνατόν πιο ευνοϊκούς. Άλλοι περιστασιακοί παράγοντες περιλαμβάνουν τις διακοπές, τον χρόνο και τις διαθέσεις του καταναλωτή.

**Προσωπικοί παράγοντες:** Αυτοί οι παράγοντες περιλαμβάνουν δημογραφικούς παράγοντες όπως ηλικία, φύλο, εισόδημα, επάγγελμα κ.λπ. Εξαρτάται επίσης από τα ενδιαφέροντα και τις απόψεις κάποιου. Για να κατανοήσουν καλύτερα τους καταναλωτές, οι εταιρείες εξετάζουν

επίσης πιο προσεκτικά τον τρόπο ζωής τους και την καθημερινή τους ρουτίνα, τις δραστηριότητες αναψυχής κ.λπ.

**Κοινωνικοί παράγοντες:** ο παράγοντας αυτός περιλαμβάνει επίσης την κοινωνική τάξη, το επίπεδο εκπαίδευσης, το θρησκευτικό και εθνικό υπόβαθρο, τον σεξουαλικό προσανατολισμό και το ανθρώπινο περιβάλλον (οικογένεια, φίλους ή κοινωνικό δίκτυο). Κάποιες θρησκευτικές και ιδεολογικές ομάδες αποφεύγουν να καταναλώνουν γαλακτοκομικά προϊόντα για λόγους που δεν έχουν να κάνουν με την υγεία. Ορισμένες θρησκείες περιορίζουν ή δεν επιτρέπουν την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων. Κάποιοι μελετητές της ινδικής θρησκείας του τζαϊνισμού υποστηρίζουν την αποχή από γαλακτοκομικά προϊόντα επειδή για τη παραγωγή τους υπάρχει βία κατά των αγελάδων. Ο ορθόδοξος Ιουδαϊσμός, στους κανόνες του, απαιτεί τη μη κατανάλωση γαλακτοκομικών και προϊόντων του κρέατος στο ίδιο γεύμα, ενώ απαγορεύει το σερβίρισμα ή μαγείρεμα αυτών των δύο ειδών προϊόντων στα ίδια σκεύη αλλά να αποθηκευτούν μαζί, όπως ορίζεται στη Δευτερονομία 14:21.

Η χορτοφαγία είναι η αποχή από την κατανάλωση κάθε είδους ζωικών προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων των γαλακτοκομικών προϊόντων, συνήθως λόγω της ηθικής ανησυχίας σχετικά με τον τρόπο παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι ηθικοί λόγοι για την αποφυγή του κρέατος και γαλακτοκομικών προϊόντων είναι ο τρόπος παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων, ο τρόπος χειρισμού των ζώων και η επίδραση της παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων στο περιβάλλον. Σύμφωνα με έκθεση του Οργανισμού Τροφίμων και Γεωργίας του ΟΗΕ το 2010 ο γαλακτοκομικός τομέας αντιπροσώπευε το 4% των παγκόσμιων ανθρωπογενών εκπομπών αερίων θερμοκηπίου.

Οι διαφορετικοί πολιτισμοί έχουν διαφορετικά έθιμα και τελετουργίες που επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ζουν τη ζωή τους και ποια προϊόντα αγοράζουν. Οι καταναλωτές που ανήκουν στην ίδια κοινωνική τάξη παρουσιάζουν παρόμοια αγοραστική συμπεριφορά. Οι περισσότεροι ερευνητές της αγοράς πιστεύουν ότι η οικογένεια ενός ατόμου είναι ένας από τους μεγαλύτερους καθοριστικούς παράγοντες της αγοραστικής συμπεριφοράς.

**Ψυχολογικοί παράγοντες:** Η ικανότητα ενός ατόμου να κατανοεί τις πληροφορίες, η αντίληψη των αναγκών και η νοοτροπία επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Η αντίδραση κάποιου σε μια εκστρατεία μάρκετινγκ θα εξαρτηθεί από τις πεποιθήσεις και την ψυχολογική κατάσταση στην οποία βρίσκεται ( Gebski, et.al.,2020).

## 7.2 Η έννοια της ποιότητας και τα κριτήρια επιλογής προϊόντων

Η ποιότητα είναι το βασικό και κύριο στοιχείο της επιχειρηματικής στρατηγικής και της ακαδημαϊκής έρευνας. Οι εταιρείες ανταγωνίζονται ως προς την ποιότητα, οι πελάτες αναζητούν την ποιότητα και οι αγορές διαμορφώνονται ανάλογα με την ποιότητα (Golder et al., 2012). Το μάρκετινγκ, διακρίνεται μεταξύ αντικειμενικής και υποκειμενικής ποιότητας, όπως σημειώνει ο Zeithaml (1988), ότι «η αντικειμενική ποιότητα μπορεί να μην υπάρχει επειδή όλη η ποιότητα γίνεται αντιληπτή από κάποιον».

Η έννοια της ποιότητας είναι η εκτίμηση του αγοραστή για το πόσο αρίστης ποιότητας είναι ένα προϊόν. Η ποιότητα του προϊόντος είναι βασικό στοιχείο στη διαδικασία λήψης απόφασης των καταναλωτών και θεωρείται καθοριστικός παράγοντας για την αγοραστική συμπεριφορά και την επιλογή του προϊόντος (Wang, 2013, Akdeniz et.al., 2014).

Οι καταναλωτές έχουν αβεβαιότητα σχετικά με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και τα οφέλη των προϊόντων που σκοπεύουν να αγοράσουν λόγω των μη κατανοητών ή πολύπλοκων πληροφοριών που χαρακτηρίζουν τα περισσότερα προϊόντα της αγοράς. Οι εταιρείες πρέπει να ενημερώνουν τους πελάτες τους για τα προϊόντα τους και να τους προσελκύουν με διάφορες προσφορές. Για να ξεπεραστεί αυτή η αβεβαιότητα, οι εταιρείες πρέπει να ενημερώνουν τους καταναλωτές και να τους δίνουν τα απαραίτητα στοιχεία για την αξιοπιστία των προϊόντων τους (Akdeniz et. al., 2014).

Η σήμανση των προϊόντων χρησιμεύει κυρίως για την εγγύηση της ποιότητας του όπου: (1) είναι αναγκαίο να μειωθεί η αναξιοπιστία του προϊόντος, (2) ο καταναλωτής στερείται τεχνογνωσίας και κατά συνέπεια ικανότητας αξιολόγησης της ποιότητας, (3) η συμμετοχή του καταναλωτή δεν είναι μεγάλη, 4) η ποιότητα είναι περίπλοκη για να αξιολογηθεί ή ο καταναλωτής δεν έχει τη συνήθεια να αφιερώνει χρόνο στην αντικειμενική αξιολόγηση της ποιότητας, ή (5) υπάρχει προτίμηση αναζήτησης πληροφοριών και ανάγκη για πληροφορίες σχετικά με το προϊόν. Σε τεχνολογικά προϊόντα (π.χ. υπολογιστές) η χρήση ενδείξεων είναι πολύ χρήσιμη για την απλοποίηση της διαδικασίας λήψης απόφασης και πληροφόρησης των πελατών. (Sajdakowska et.al, 2020).

#### **➤ ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΓΡΑΦΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΤΙΚΕΤΑ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ**

*Σύμφωνα με τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 σχετικά με την παροχή πληροφοριών για τα τρόφιμα στους καταναλωτές, ως «ετικέτα» ορίζεται οποιαδήποτε σήμανση, εμπορικό σήμα, σήμα, εικόνα ή άλλη περιγραφή, η οποία είναι γραπτή, έντυπη, διάτρητη, σημειωμένη, ανάγλυφη ή αποτυπωμένη ή προσηρητημένη στη συσκευασία ή στον περιέκτη ενός τροφίμου.*

*Τα προπαρασκευασμένα τρόφιμα τα οποία κυκλοφορούν εντός της Ελληνικής αγοράς, οφείλουν να αναγράφουν στην ελληνική γλώσσα όλες τις υποχρεωτικές ενδείξεις, χωρίς να απαγορεύεται η πολύγλωσση επισήμανσή τους.*

Οι υποχρεωτικές ενδείξεις που πρέπει να αναγράφονται σε μια ετικέτα τροφίμου, με την επιφύλαξη των εξαιρέσεων που προβλέπονται από τον κανονισμό (ΕΕ) αριθ. 1169/2011, είναι: α) η ονομασία του τροφίμου β) ο κατάλογος των συστατικών γ) κάθε συστατικό ή τεχνολογικό βοήθημα που απαριθμείται στο παράρτημα II ή προέρχεται από ουσία ή προϊόν που απαριθμείται στο παράρτημα II και το οποίο προκαλεί αλλεργίες ή δυσανεξίες και χρησιμοποιείται στην παραγωγή ή παρασκευή ενός τροφίμου και εξακολουθεί να υπάρχει στο τελικό προϊόν, ακόμη και σε τροποποιημένη μορφή δ) η ποσότητα ορισμένων συστατικών ή κατηγοριών συστατικών (QUID) ε) η καθαρή ποσότητα του τροφίμου στ) η ημερομηνία ελάχιστης διατηρησιμότητάς ή η τελική ημερομηνία ανάλωσης (“ανάλωση κατά προτίμηση πριν από” ή «ανάλωση έως») ζ) οι τυχόν ιδιαίτερες συνθήκες αποθήκευσης και/ή συνθήκες

χρήσης η) το όνομα ή η εμπορική επωνυμία και η διεύθυνση του υπευθύνου επιχείρησης τροφίμων θ) η χώρα καταγωγής ή τόπος προέλευσης όπως προβλέπεται στο άρθρο 26 του κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 1169/2011 και ανάλογα με την ειδική νομοθεσία που διέπει διάφορες κατηγορίες τροφίμων ι) οι οδηγίες χρήσης, εφόσον η παράλειψή τους θα δυσχέραινε τη σωστή χρήση του τροφίμου ια) για τα ποτά με περιεκτικότητα σε αιθυλική αλκοόλη μεγαλύτερη από 1,2 % κατ' όγκον, η αναγραφή του αποκτηθέντος κατ' όγκον αλκοολικού τίτλου ιβ) η διατροφική δήλωση. Επιπλέον των ανωτέρω ενδείξεων, επί της ετικέτας των τροφίμων είναι υποχρεωτική και η αναγραφή του αριθμού παρτίδας, όπου «παρτίδα» νοείται το σύνολο των μονάδων πώλησης ενός τροφίμου που παράγεται, παρασκευάζεται ή συσκευάζεται σε συνθήκες ουσιαστικά πανομοιότυπες, (ΕΦΕΤ, 2020).

### ➤ **ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΥΓΕΙΑΣ**

Πέραν των ανωτέρω υποχρεωτικών ενδείξεων, στην ετικέτα των τροφίμων μπορούν να εμφανίζονται και ισχυρισμοί διατροφής ή/και ισχυρισμοί υγείας.

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς διατροφής, επιτρέπονται ΜΟΝΟ αυτοί που περιλαμβάνονται στο Παράρτημα του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 Σχετικά με τους ισχυρισμούς επί θεμάτων διατροφής και υγείας που διατυπώνονται για τα τρόφιμα, σύμφωνα με τους ειδικούς όρους χρήσης τους, και υπό την προϋπόθεση ότι τα τρόφιμα στα οποία θα διατυπωθεί ο ισχυρισμός είναι σύμφωνα με τους γενικούς όρους του Κανονισμού. Παραδείγματα ισχυρισμών διατροφής είναι οι ισχυρισμοί «υψηλή περιεκτικότητα σε φυτικές ίνες», «χωρίς λιπαρά», «χαμηλή περιεκτικότητα σε σάκχαρα», «μειωμένη ενεργειακή αξία», «light».

Όσον αφορά τους ισχυρισμούς υγείας, μπορούν να χρησιμοποιούνται μόνο οι ισχυρισμοί υγείας οι οποίοι :α) περιλαμβάνονται στο Ενωσιακό Μητρώο ως εγκεκριμένοι ισχυρισμοί υγείας των άρθρων 13 και 14 του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 ή/και στο ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ του Κανονισμού (ΕΕ) αριθ. 432/2012 (εγκεκριμένοι ισχυρισμοί υγείας του άρθρου 13) και β) οι ισχυρισμοί υγείας του άρθρου 13 των οποίων η αξιολόγηση από την EFSA ή των οποίων η εξέταση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί και οι οποίοι αφορούν κυρίως σε βότανα. Οι ισχυρισμοί αυτοί μπορούν να εξακολουθούν να χρησιμοποιούνται λόγω μεταβατικών μέτρων, σύμφωνα με το άρθρο 28 (5) & (6) του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1924/2006 (αιτιολογική σκέψη 11, Κανονισμός (ΕΕ) αριθ. 432/2012). Οι ισχυρισμοί υγείας που βρίσκονται σε εκκρεμότητα (on hold claims) μπορούν να αναζητηθούν στη βάση δεδομένων με όλους των ισχυρισμών υγείας που κατατέθηκαν στην Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων (EFSA). Παραδείγματα ισχυρισμών υγείας είναι οι ισχυρισμοί «το ασβέστιο είναι απαραίτητο για τη διατήρηση της υγείας των οστών» ή «το ασβέστιο είναι απαραίτητο για τη φυσιολογική ανάπτυξη των οστών των παιδιών». Επισημαίνεται ότι οι πληροφορίες για τα τρόφιμα δεν πρέπει να αποδίδουν σε οποιοδήποτε τρόφιμο τις ιδιότητες πρόληψης, αγωγής ή θεραπείας οιασδήποτε ανθρώπινης ασθένειας, ούτε να αναφέρονται σε τέτοιες ιδιότητες. (ΕΦΕΤ, 2020).

### 7.3 Διαδικασία λήψης απόφασης

Η διαδικασία λήψης απόφασης των καταναλωτών περιλαμβάνει πέντε βασικά βήματα. Είναι η διαδικασία με την οποία οι καταναλωτές αξιολογούν την απόφασή τους για την αγορά ενός προϊόντος. Τα πέντε βήματα είναι: η αναγνώριση προβλημάτων, η αναζήτηση πληροφοριών, η αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων, η απόφαση αγοράς και η αξιολόγηση μετά την αγορά. Η διαδικασία λήψης απόφασης των καταναλωτών μπορεί να φαίνεται αινιγματική, αλλά όλοι οι καταναλωτές περνούν από κάποια βασικά βήματα όταν πρόκειται να κάνουν μια αγορά ώστε να καθορίσουν ποια προϊόντα και ποιες υπηρεσίες θα ταιριάζουν καλύτερα στις ανάγκες τους. Τα βασικά βήματα είναι τα ακόλουθα :

#### 1. Αναγνώριση ανάγκης

Πρώτο βήμα της διαδικασίας λήψης απόφασης των καταναλωτών είναι η αναγνώριση της ανάγκης για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Αυτό είτε ζητείται εσωτερικά είτε εξωτερικά και το αποτέλεσμα στην απάντηση είναι η επιθυμία του. Ανάλογα με την επιθυμία του καταναλωτή και γίνεται η συλλογή των πληροφοριών για το προϊόν.

#### 2. Αναζήτηση πληροφοριών

Οι καταναλωτές βασίζονται και πάλι σε εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες, καθώς και σε προηγούμενες εμπειρίες με ένα προϊόν ή μια επωνυμία, θετικές και αρνητικές. Στο στάδιο των πληροφοριών, μπορεί να περιηγηθούν σε επιλογές σε μια τοποθεσία ή να συμβουλευτούν διαδικτυακούς πόρους, όπως η Google με τις κριτικές πελατών.

Μια αξιόπιστη πηγή ενημέρωσης τους είναι και μέσω της ηλεκτρονικής σελίδας του ΕΦΕΤ ,το *RASFF Consumers' Portal* (πύλη των καταναλωτών στο RASFF) είναι ένα φιλικό προς τον καταναλωτή διαδικτυακό εργαλείο, το οποίο παρέχει τις τελευταίες πληροφορίες σχετικά με τις ανακοινώσεις ανάκλησης τροφίμων ή/και τις προειδοποιήσεις για τη δημόσια υγεία που εκδίδονται από αρχές ασφάλειας τροφίμων και εταιρείες τροφίμων. Χρησιμοποιώντας αυτό το εργαλείο, οι καταναλωτές είναι σε θέση να προσδιορίσουν τα τρόφιμα που έχουν κοινοποιηθεί στο σύστημα, επιτρέποντάς τους να κάνουν πιο ενημερωμένες επιλογές.

*Επιλέγοντας οποιαδήποτε χώρα της ΕΕ, ο χρήστης μπορεί να δει τον κατάλογο των πρόσφατων κοινοποιήσεων σχετικά με ανακλήσεις προϊόντων που σχετίζονται με τη συγκεκριμένη χώρα. Επιλέγοντας το "Details" μπορεί να έχει πρόσβαση σε περισσότερες λεπτομέρειες, ως προς τον κίνδυνο, το προϊόν και τη διακίνηση - προέλευσή του, που αφορούν στην εν λόγω κοινοποίηση.(ΕΦΕΤ,2020).*

#### 3. Αξιολόγηση εναλλακτικών λύσεων

Οι υποψήφιοι αγοραστές έχουν κάποια κριτήρια για το τι θέλουν σε ένα προϊόν και απαιτήσεις συγκριτικά με άλλα παρόμοια προϊόντα. Σκέφτονται το μελλοντικές τους επιλογές και τις εναλλακτικές λύσεις. Οι εναλλακτικές λύσεις μπορεί να είναι οι χαμηλότερες τιμές, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του προϊόντος, η διαθεσιμότητα του προϊόντος ή κάτι τόσο προσωπικό όπως οι επιλογές γεύσης, οσμής, χρώματος ,επωνυμίας, . Το υλικό μάρκετινγκ θα

πρέπει να είναι προσανατολισμένο στο να πείσει τους καταναλωτές ότι το προϊόν είναι ανώτερο από άλλες εναλλακτικές λύσεις.( Sajdakowska, et. al. 2020)

#### 4. Απόφαση αγοράς

Είναι η στιγμή που περίμενε ο καταναλωτής: την αγορά. Αφού συγκεντρώσουν όλα τα στοιχεία, συμπεριλαμβανομένων των σχολίων από προηγούμενους πελάτες, οι καταναλωτές θα πρέπει να καταλήξουν σε ένα συμπέρασμα σχετικά με το προϊόν ή το κατάστημα που θα επισκεφτούν να το αγοράσουν. (Sajdakowska, et.al.,2020)

#### 5. Αξιολόγηση μετά την αγορά

Είναι σημαντικό σημείο για την άποψη και την αξιολόγηση του προϊόντος από τον καταναλωτή όπως και για την μελλοντική επανεπιλογή του προϊόντος. Sajdakowska, et. al., 2020).

### 7.4 Επίδραση της διαφήμισης

Η διαφήμιση είναι ένα σημαντικό μέσον για την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών κάθε εταιρίας και επιχείρησης. Οι διαφημίσεις δημιουργούν μια πρώτη γνωριμία ενός προϊόντος στο μυαλό του καταναλωτή. Η χρήση των διαφημίσεων έχει αυξηθεί αξιοσημείωτα τον 20<sup>ο</sup> αιώνα λόγω της επέκτασης της εκβιομηχάνισης της προσφοράς μεταποιημένων και κατασκευασμένων προϊόντων. Το μάρκετινγκ της κάθε εταιρίας και επιχείρησης μπορεί να επιλέξει την καλύτερη διαφημιστική στρατηγική, αξιοποιώντας την τεχνογνωσία, την επιστήμη και την εμπειρία με κατάλληλες μεθόδους, σύμφωνα με την τάση των αγορών για τους πελάτες τους (Susmita et.al,2020).

Σε αντίθεση με το παρελθόν η διαφήμιση σήμερα η διαφήμιση χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για την προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους με περισσότερες διαφημιστικές τεχνικές και Οι τεχνικές διαφήμισης έχουν εκσυγχρονιστεί τα τελευταία χρόνια με την πρόοδο της τεχνολογίας, το διαδίκτυο και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media) όπου έχουν πετύχει να προσεγγίσουν ένα μεγάλο κοινό.Οι Kumar και Dange (2012) διαπίστωσαν ότι οι διαφημίσεις αποτελούν ένα ισχυρό μέσο επικοινωνίας για τη μετάδοση της πληροφορίας στους πελάτες ενώ δεν πρέπει να είναι ούτε πολύ μεγάλες ούτε πολύ σύντομες και θα πρέπει να τραβούν την προσοχή του πελάτη ώστε να δώσει την απαραίτητη προσοχή στη διαφήμιση (Susmita,et.al.,2020).

Ο Hassan (2015) στην ερευνά του διαπίστωσε ότι υπάρχει μια θετική συναισθηματική συσχέτιση μεταξύ της αγοραστικής συμπεριφοράς των καταναλωτών , των τηλεοπτικών διαφημίσεων και των διαδικτυακών διαφημίσεων. Διαπιστώθηκε ότι ο αντίκτυπος των τηλεοπτικών διαφημίσεων στη συμπεριφορά των καταναλωτών σχετίζεται με τον τόπο καταγωγής, το κοινωνικό υπόβαθρο αστικό ή αγροτικό και με το φύλο. Οι τηλεοπτικές και διαδικτυακές διαφημίσεις έχουν σημαντικό αντίκτυπο στη γνωστοποίηση του προϊόντος προς το αγοραστικό κοινό. Ο Priyanka (2012) διαπίστωσε ότι όλοι οι χρήστες του διαδικτύου

ανεξαρτήτως ηλικίας είχαν την ίδια άποψη σχετικά με το ιντερνέτ και τις διαδικτυακές διαφημίσεις. Για όλες τις ηλικιακές ομάδες αποδείχτηκε ότι οι διαδικτυακές και τηλεοπτικές διαφημίσεις είναι πολύ χρήσιμες και κατατοπιστικές, ενώ ταυτόχρονα η συχνότητα των διαφημίσεων σε τακτά χρονικά διαστήματα τους προκαλούσε εκνευρισμό. Η Susmita (2020) στην έρευνα της διαπίστωσε ότι η καλύτερη διαφήμιση είναι το ανθρώπινο στόμα και η άμεση και ελεύθερη μετάδοση της πληροφορίας.



## 8. ΥΛΙΚΑ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΟΙ

### 8.1 Σκοπός και Ερευνητικά Ερωτήματα

Σκοπός αυτής της μεταπτυχιακής μελέτης είναι να συγκεντρώσει όλα τα δεδομένα σχετικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα και πώς αυτές διαμορφώνονται από παραμέτρους, όπως π.χ. είναι η παράδοση, η ηλικία, η αγοραστική δύναμη ή η διαφήμιση. Εν συνεχεία, με τη βοήθεια ερωτηματολογίου επιχειρήθηκε η διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Για τη διερεύνηση των απόψεων των καταναλωτών αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα συντάχθηκε ερωτηματολόγιο:

1. Ποιές οι απόψεις των καταναλωτών της ευρύτερης περιοχής του Νομού Λάρισας για τα γαλακτοκομικά προϊόντα;
2. Ποιά θρεπτικά συστατικά των γαλακτοκομικών προϊόντων θεωρούν σημαντικά για τη διατροφή τους;
3. Πώς αντιλαμβάνονται τις ιδιότητες των γαλακτοκομικών προϊόντων;
4. Ποιοί είναι οι λόγοι που θεωρούν υγιεινά και ανθυγιεινά τα γαλακτοκομικά προϊόντα;
5. Ποιές πηγές πληροφόρησης επιλέγουν για την ενημέρωση τους αναφορικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα;

### 8.2 Μεθοδολογία και ερευνητικά εργαλεία

Για τους σκοπούς της παρούσας μεταπτυχιακής μελέτης πραγματοποιήθηκε συλλογή όλης της διαθέσιμης βιβλιογραφίας που συνδέεται με τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα γαλακτοκομικά προϊόντα και από ποιους παράγοντες αυτές διαμορφώνονται. Στα πλαίσια της μελέτης έγινε η σύνταξη ενός ερωτηματολογίου, που εξετάζει τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα γαλακτοκομικά προϊόντα στην ευρύτερη περιοχή της Λάρισας. Το ερωτηματολόγιο αναρτήθηκε διαδικτυακά μέσω του περιβάλλοντος Google Forms και διαμοιράσθηκε online σε άτομα της ευρύτερης περιοχής του Νομού Λάρισας κατά την περίοδο Σεπτεμβρίου 2021 - Απριλίου 2022.



## **9. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ**

Στο πλαίσιο της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής δημιουργήθηκε το παρακάτω ερωτηματολόγιο. Στο οποίο συμμετείχαν 100 καταναλωτές από την ευρύτερη περιοχή του νομού Λάρισας. Εξετάστηκαν η ηλικία , το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο ,το είδος εργασίας και οι προτιμήσεις τους ως προς τα είδη γαλακτοκομικών προϊόντων. Οι ερωτήσεις ήταν ποικίλου ενδιαφέροντος με αφετηρία την άποψη των καταναλωτών για τις προτιμήσεις τους στα γαλακτοκομικά προϊόντα όπως φαίνεται στο παρατιθέμενο ερωτηματολόγιο (Παράρτημα).

## 10. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ - ΣΥΖΗΤΗΣΗ

### 10.1 Κοινωνικό-δημογραφικά Χαρακτηριστικά

Στον Πίνακα 4 καταγράφονται τα κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα η πλειοψηφία των συμμετεχόντων με 68% ήταν γυναίκες και το 32% ήταν άντρες. Η μέση ηλικία του δείγματος ανέρχεται στα 40,59 έτη (σταθερή απόκλιση=7,42) και κυμαίνεται από 22 έως 60 έτη. Ειδικότερα, η πλειοψηφία με 61% ανήκει στην ηλικιακή ομάδα 36-45 ετών, το 22% του δείγματος είναι άνω των 46 ετών, το 13% είναι από 26 έως 35 ετών και μόλις το 4% είναι έως 25 ετών.

**Πίνακας 2:** Κοινωνικό-δημογραφικά χαρακτηριστικά

<b>Κοινωνικό-δημογραφικά Χαρακτηριστικά</b>	<b>N/%</b>
<b>Ηλικία</b>	M.O.± T.A= 40,59 ±7,42 Min.-max=22-60
18-25	4
26-35	13
36-45	61
46 και άνω	22
<b>Φύλο</b>	
Άντρας	32
Γυναίκα	68
<b>Μορφωτικό Επίπεδο</b>	
2ο βάρθμια εκπαίδευση	30
3ο βάρθμια εκπαίδευση	62
Άλλο	8
<b>Επίπεδο Εκπαίδευσης</b>	
Απόφοιτος Γυμνασίου	1
Απόφοιτος Λυκείου	25
I.E.K.	5
T.E.I.	24
A.E.I.	38
Μεταπτυχιακό	6
Μεταδιδάκτορας	1
<b>Είδος Εργασίας</b>	
Ιδ. Υπάλληλος	37
Δημ. Υπάλληλος	11
Ελ. Επαγγελματίας/αυτοαπασχολούμενος	17
Άνεργος/η	17
Φοιτητής	3
Συνταξιούχος/α	3
Δικηγόρος	1
Εκπαιδευτικός	3

Συμβασιούχος ορισμένου χρόνου	3
Οικιακά	1
Αγρότης	2
Στρατιωτικός	2

Αναφορικά με το μορφωτικό επίπεδο η πλειοψηφία των ερωτηθέντων με 62% έχει ολοκληρώσει τη τριτοβάθμια εκπαίδευση, το 30% την δευτεροβάθμια και το 8% δήλωσε κάτι άλλο. Συγκεκριμένα, για το επίπεδο εκπαίδευσης του δείγματος προέκυψε ότι το 38% είναι απόφοιτοι ΑΕΙ, το 25% δήλωσαν απόφοιτοι λυκείου, το 24% είναι απόφοιτοι ΤΕΙ, το 6% απάντησε ότι έχει μεταπτυχιακό τίτλο σπουδών, και από 1% αντίστοιχα δήλωσαν ότι ολοκλήρωσαν της βασικές σπουδές του γυμνασίου και ότι κατέχουν μεταδιδακτορικό τίτλο σπουδών.

Εξετάζοντας το είδος της εργασίας τους προέκυψε πλειάδα απαντήσεων συμπεριλαμβανομένων του ιδιωτικού υπαλλήλου με 37%, ελ. επαγγελματίες/ αυτοαπασχολούμενοι και άνεργοι με 17%, φοιτητές, συνταξιούχοι, εκπαιδευτικοί και συμβασιούχοι ορισμένου χρόνου με 3% αντίστοιχα, αγροτικοί και στρατιωτικοί με 1% αντίστοιχα και καταγράφηκε ένας δικηγόρος και μια γυναίκα που δήλωσε τα οικιακά σαν βασική ενασχόλησή της.

## 11. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

Τα αποτελέσματα του πίνακα 5 αναφέρονται στις γενικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου και συγκεκριμένα σε ερωτήσεις αναφορικά με τις απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Σύμφωνα με τα ευρήματα διαπιστώθηκαν τα εξής:

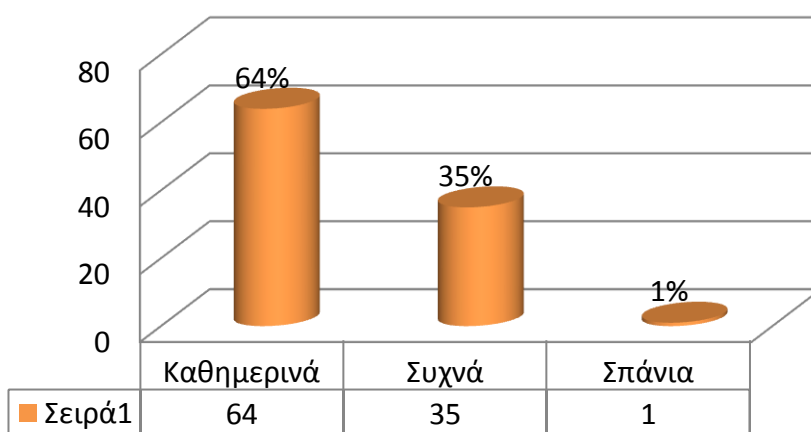
- Αναφορικά με τη συχνότητα κατανάλωσης των γαλακτοκομικών προϊόντων οι ερωτηθέντες του δείγματος δήλωσαν με 64% ότι προβαίνουν σε καθημερινή κατανάλωση, το 35% ότι καταναλώνουν συχνά γαλακτοκομικά προϊόντα και μόλις το 1% δήλωσε σπάνια (Διάγραμμα 1).
- Σχετικά με την προτίμησή τους στα γαλακτοκομικά προϊόντα η πλειοψηφία με 41% δήλωσε ότι προτιμάει το τυρί, το 37% απάντησε γάλα, το 18% δήλωσε ότι επιλέγει γιαούρτι και το 4% βούτυρο (Διάγραμμα 2).
- Σύμφωνα με τον μέσο όρο χρημάτων που δίνουν κάθε εβδομάδα για αγορές γαλακτοκομικών προϊόντων η πλειοψηφία με 51% απάντησε έως 10 ευρώ, το 47% από 10 έως 50 ευρώ και μόλις το 2% δίνει περισσότερο από 50 ευρώ για τα γαλακτοκομικά προϊόντα (Γράφημα 2).
- Στην ερώτηση εάν έχουν κάποια συγκεκριμένη προτίμηση γαλακτοκομικών προϊόντων η πλειοψηφία με 47% δήλωσε όχι, το 33% απάντησε ότι προτιμάει γαλακτοκομικά προϊόντα αγελάδας, το 11% προβάτων και το 9% αιγών (Διάγραμμα 3).
- Όσον αφορά την χώρα παραγωγής των γαλακτοκομικών προϊόντων η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε ότι μεγάλο ποσοστό των γαλακτοκομικών προϊόντων που καταναλώνουν είναι εγχώριας προέλευσης, το 8% δήλωσε ότι καταναλώνει γαλακτοκομικά προϊόντα τόσο εισαγόμενα όσο και εγχώριας προέλευσης στο ίδιο ποσοστό και το 6% απάντησε ότι δεν ενδιαφέρεται από πού προέρχονται τα γαλακτοκομικά προϊόντα (Διάγραμμα 4).
- Αναφορικά με τον τόπο προμήθειας των γαλακτοκομικών προϊόντων η συντριπτική πλειοψηφία με 82% απάντησε τα σούπερ μάρκετ, το 16% δήλωσε ότι τα προμηθεύεται από την τοπική αγορά και το 2% από τοπικές κτηνοτροφικές μονάδες (Διάγραμμα 5).

**Πίνακας 3:** Γενικές Ερωτήσεις (Απόψεις για τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα)

Γενικές Ερωτήσεις	N/%
<b>Κάθε πόσο καταναλώνετε γαλακτοκομικά προϊόντα;</b>	
Καθημερινά	64
Συχνά	35
Σπάνια	1
<b>Από τα γαλακτοκομικά προϊόντα ποιο προτιμάτε;</b>	
Γάλα	37
Γιαούρτι	18
Βούτυρο	4
Τυρί	41
<b>Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα (ευρώ) δίνετε για γαλακτοκομικά προϊόντα κάθε εβδομάδα;</b>	
0-10	51

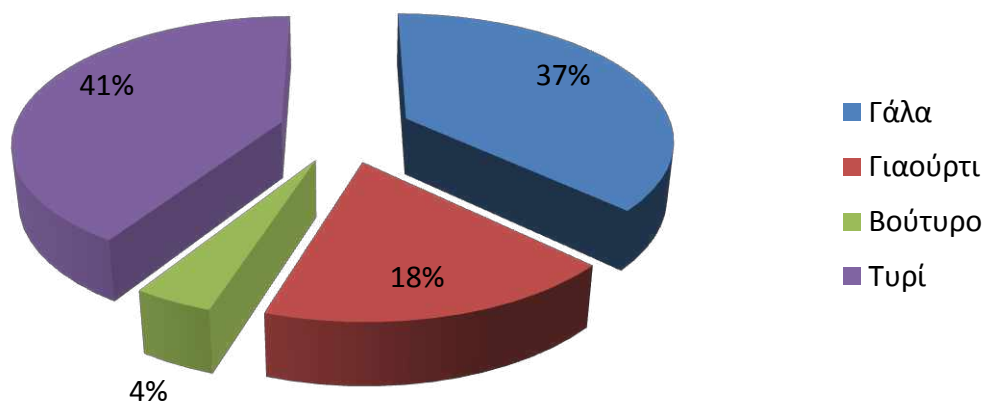
10-50	47
>50	2
<b>Από τα γαλακτοκομικά προϊόντα που αγοράζετε ,έχετε προτίμηση σε αυτά που προέρχονται από συγκεκριμένο ζώο;</b>	
Όχι	47
Ναι, προτιμώ αυτά που προέρχονται από αγελάδα	33
Ναι, προτιμώ αυτά που προέρχονται από πρόβατα	11
Ναι, προτιμώ αυτά που προέρχονται από αίγες	9
<b>Σας ενδιαφέρει εάν τα γαλακτοκομικά προϊόντα παράγονται στην Ελλάδα;</b>	
Μεγάλο ποσοστό των γαλακτοκομικών προϊόντων που καταναλώνω είναι εγχώριας προέλευσης	86
Καταναλώνω γαλακτοκομικά προϊόντα τόσο εισαγόμενα όσο και εγχώριας προέλευσης στο ίδιο ποσοστό	8
Δεν με ενδιαφέρει από πού προέρχονται τα γαλακτοκομικά προϊόντα	6
<b>Από πού προμηθεύεστε γαλακτοκομικά προϊόντα;</b>	
Σούπερ μάρκετ	82
Τοπική αγορά	16
Τοπικές κτηνοτροφικές μονάδες	2

### Συχνότητα κατανάλωσης Γαλακτοκομικών Προϊόντων



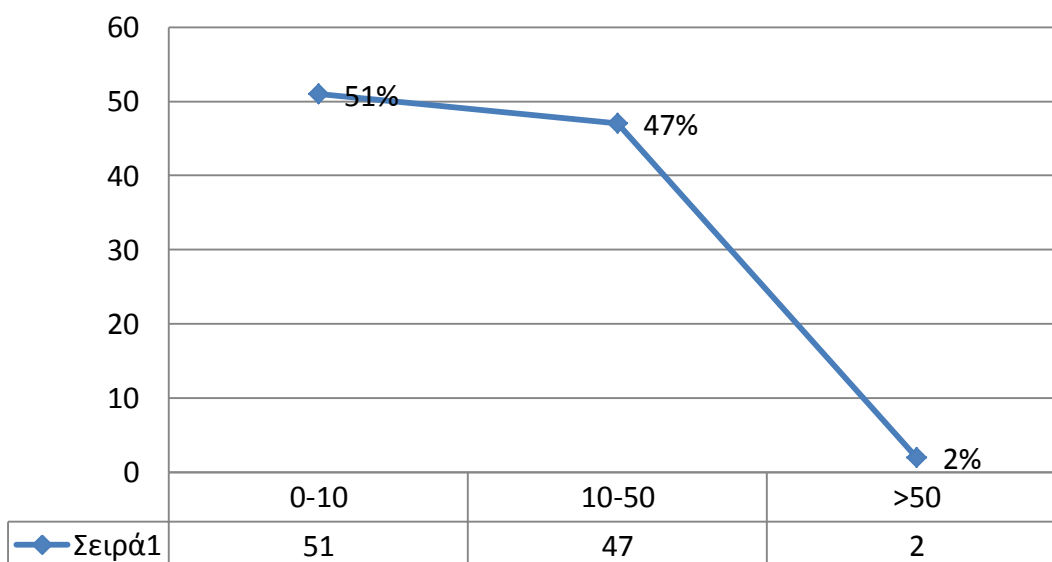
**Διάγραμμα 1:** Συχνότητα κατανάλωσης Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα



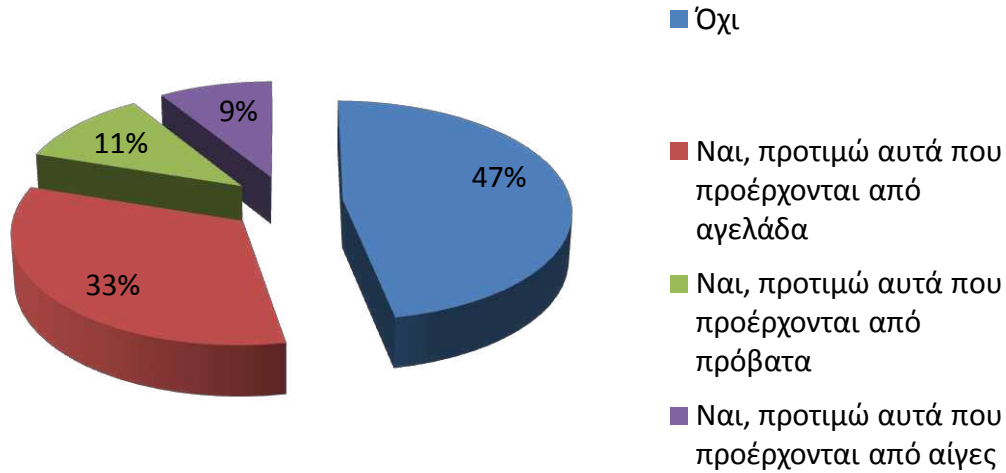
Διάγραμμα 2: Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα

### Μέσος όρος χρημάτων εβδομαδιαίως για κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων



Γράφημα 1: Μέσος όρος χρημάτων εβδομαδιαίως για κατανάλωση Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα από συγκεκριμένο ζώο



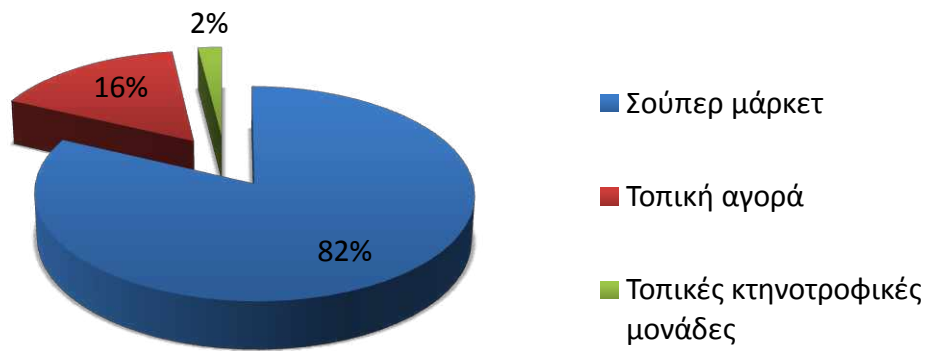
Διάγραμμα 3: Προτίμηση σε Γαλακτοκομικά Προϊόντα από συγκεκριμένο ζώο

### Τόπος παραγωγής των Γαλακτοκομικών Προϊόντων



Διάγραμμα 4: Τόπος παραγωγής των Γαλακτοκομικών Προϊόντων

### Τόπος προμήθειας των Γαλακτοκομικών Προϊόντων



**Διάγραμμα 5:** Τόπος προμήθειας των Γαλακτοκομικών Προϊόντων



## 12. ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

**Πίνακας 4:** Βαθμολόγηση σημαντικότητας των θρεπτικών συστατικών στα Γαλακτοκομικά Προϊόντα

<b>Βαθμολογήστε από το 1 μέχρι το 6 τη σημασία των ακολουθών θρεπτικών συστατικών των γαλακτοκομικών προϊόντων (1=μέγιστης σημασίας και 6=ελάχιστης σημασίας)</b>	<b>M.O. ± T.A.</b>	<b>Min.-Max.</b>						
Λίπος	3,00 ± 1,62	1-6						
Πρωτεΐνη	2,69 ± 1,65	1-6						
Λακτόζη	3,10 ± 1,69	1-6						
Απαραίτητα λιπαρά οξέα(ωμέγα λιπαρά οξέα)	2,68 ± 1,49	1-6						
Μέταλλα και ιχνοστοιχεία	2,71 ± 1,64	1-6						
Βιταμίνες	2,71 ± 1,80	1-6						
<b>Βαθμολογήστε από το 1 μέχρι το 6 τη σημασία των ακολουθών θρεπτικών συστατικών των γαλακτοκομικών προϊόντων (1=μέγιστης σημασίας και 6=ελάχιστης σημασίας)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>		
Λίπος	22%	20%	26%	12%	8%	12%		
Πρωτεΐνη	34%	19%	17%	13%	8%	9%		
Λακτόζη	22%	22%	15%	21%	5%	15%		
Απαραίτητα λιπαρά οξέα(ωμέγα λιπαρά οξέα)	26%	26%	23%	11%	7%	7%		
Μέταλλα και ιχνοστοιχεία	32%	20%	20%	10%	9%	9%		
Βιταμίνες	41%	13%	12%	14%	8%	12%		

Ο πίνακας 4 αναφέρεται στα αποτελέσματα της βαθμολόγησης των θρεπτικών συστατικών των γαλακτοκομικών προϊόντων όπως τα αντιλαμβάνονται οι ερωτηθέντες του δείγματος. Με βάση την βαθμονόμηση όπου 1= μέγιστης σημασίας και 6= ελάχιστης σημασίας διαπιστώνουμε ότι τα απαραίτητα λιπαρά οξέα(ωμέγα λιπαρά οξέα) θεωρούνται περισσότερο σημαντικά από τα θρεπτικά συστατικά των γαλακτοκομικών προϊόντων (M.O.=2,68). Η πρωτεΐνη έρχεται δεύτερη με μέσο όρο 2,69, οι βιταμίνες, τα μέταλλα και τα ιχνοστοιχεία λαμβάνουν την Τρίτη θέση με 2,71, στη συνέχεια έρχεται το λίπος με μέσο όρο 3 και η λακτόζη με 3,10.

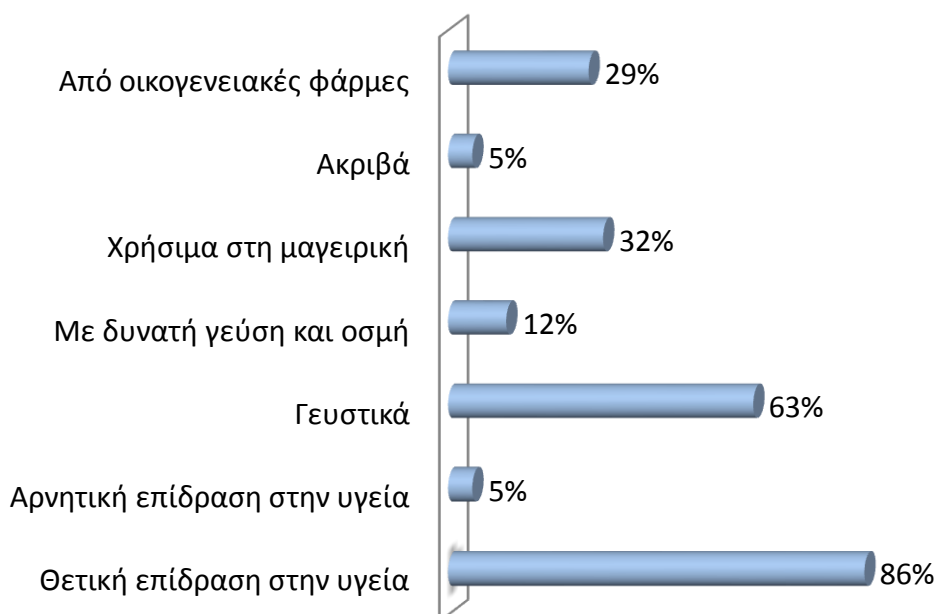
Ελέγχοντας τις ποσοστιαίες απαντήσεις διαπιστώνουμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά στην επιλογή 1=μέγιστης σημασίας λαμβάνει η επιλογή βιταμίνες με 41%, ακολουθούν οι πρωτεΐνες με 34%, κατόπιν τα μέταλλα και τα ιχνοστοιχεία με 32%, τα απαραίτητα λιπαρά οξέα (ωμέγα λιπαρά οξέα) με 26% και τελευταία το λίπος και η λακτόζη με 22%.

**Πίνακας 5:** Ισχυρισμοί Γαλακτοκομικών Προϊόντων

<b>Με ποιους από τους παρακάτω ισχυρισμούς σχετίζονται κατά την γνώμη σας περισσότερο τα γαλακτοκομικά προϊόντα; Επιλέξτε μέχρι 3 απαντήσεις</b>	<b>N/%</b>
Θετική επίδραση στην υγεία	86
Αρνητική επίδραση στην υγεία	5
Γευστικά	63
Με δυνατή γεύση και οσμή	12
Χρήσιμα στην μαγειρική	32
Ακριβά	5
Από οικογενειακές φάρμες	29
Άλλο	-

Στον Πίνακα 5 και στο Διάγραμμα 6 αποτυπώνονται τα αποτελέσματα αναφορικά με τους ισχυρισμούς που αντιπροσωπεύουν περισσότερο τα γαλακτοκομικά προϊόντα σύμφωνα με τους ερωτηθέντες. Σύμφωνα με τα ευρήματα η συντριπτική πλειοψηφία συγκεντρώνεται με 86% στην επιλογή «θετική επίδραση στην υγεία», το 63% του δείγματος δήλωσε ότι είναι γευστικά, το 32% ότι είναι χρήσιμα στην μαγειρική, το 29% πως παράγεται από οικογενειακές φάρμες, 12% ότι έχει δυνατή οσμή και γεύση κι από 5% αντίστοιχα ότι έχει αρνητική επίδραση στην υγεία και θεωρούνται ακριβά.

**Ισχυρισμοί Γαλακτοκομικών Προϊόντων**



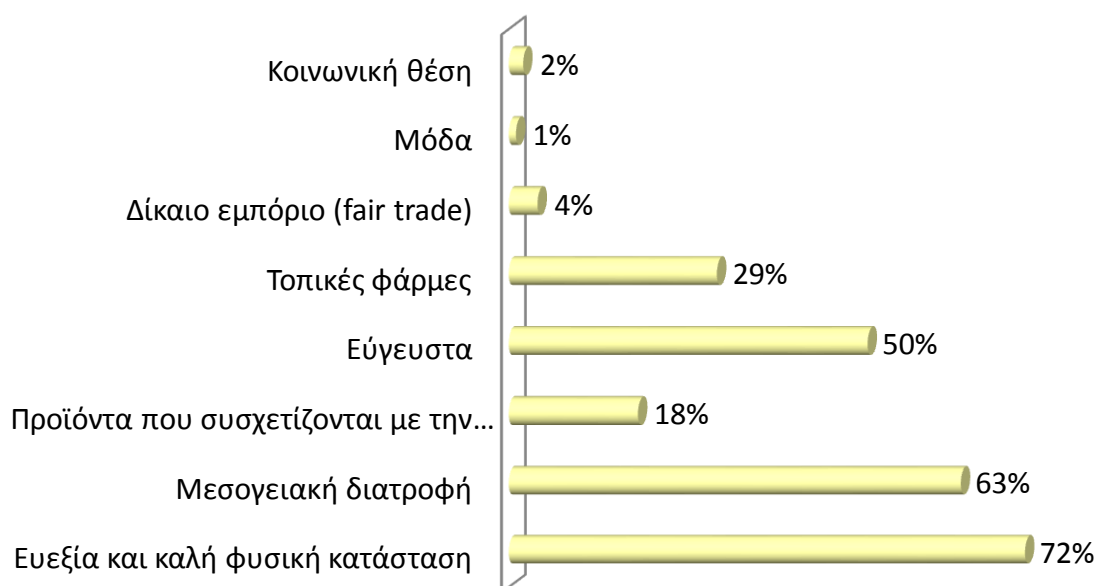
**Διάγραμμα 6:** Ισχυρισμοί Γαλακτοκομικών Προϊόντων

Ο πίνακας 6 και στο Διάγραμμα 7 που ακολουθούν, καταγράφουν τις έννοιες που συνδέονται περισσότερο με τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα η συντριπτική πλειοψηφία με 72% δήλωσε ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα παρέχουν ευεξία και καλή φυσική κατάσταση, το 63% ότι συνδέονται με την μεσογειακή διατροφή, το 50% απάντησε ότι είναι εύγευστα, το 29% ότι προέρχεται από τοπικές φάρμες, το 18% δήλωσε ότι σχετίζονται με την υψηλή γαστρονομία, το 2% ότι σχετίζονται με την κοινωνική θέση και το 1% απάντησε ότι είναι μόδα.

<b>Με ποιες από τις παρακάτω έννοιες συνδέονται κατά τη γνώμη σας περισσότερο τα γαλακτοκομικά προϊόντα; Επιλέξτε μέχρι 3 απαντήσεις</b>	<b>N/%</b>
<b>Ευεξία και καλή φυσική κατάσταση</b>	<b>72</b>
<b>Μεσογειακή διατροφή</b>	<b>63</b>
<b>Προϊόντα που συσχετίζονται με την υψηλή γαστρονομία</b>	<b>18</b>
<b>Εύγευστα</b>	<b>50</b>
<b>Τοπικές φάρμες</b>	<b>29</b>
<b>Δίκαιο εμπόριο (fairtrade)</b>	<b>4</b>
<b>Μόδα</b>	<b>1</b>
<b>Κοινωνική θέση</b>	<b>2</b>
<b>Άλλο</b>	<b>-</b>

**Πίνακας 6:** Έννοιες που συνδέονται με τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα

### Έννοιες που συνδέονται με τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα



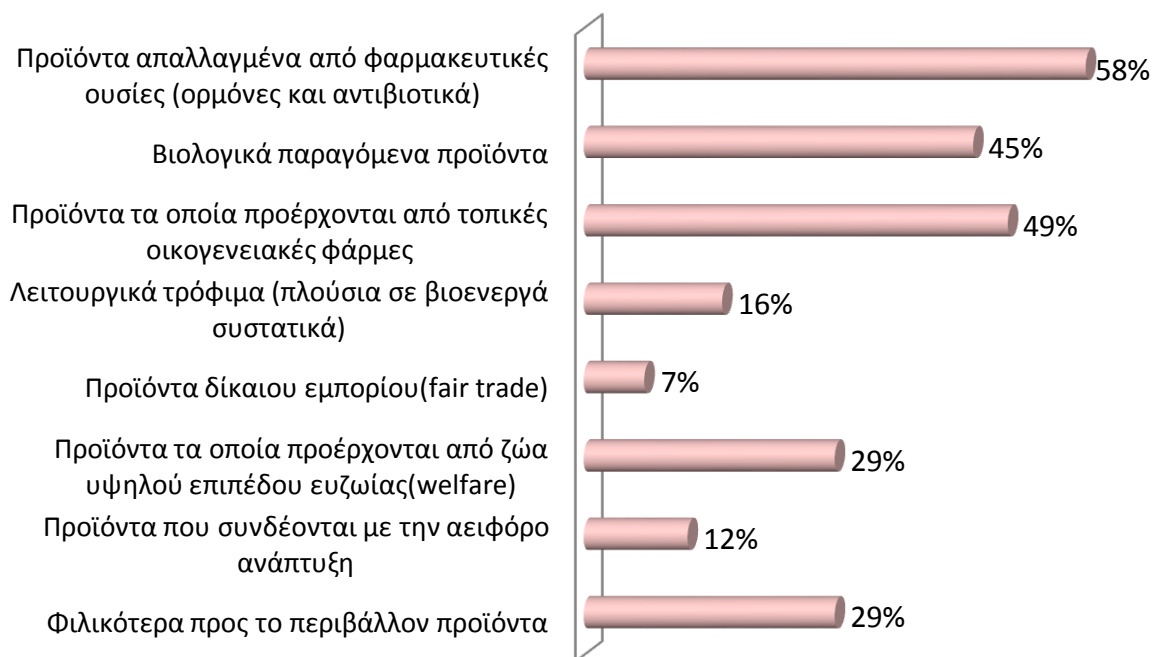
**Διάγραμμα 7:** Έννοιες που συνδέονται με τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα

Στον Πίνακα 7 και στο Διάγραμμα 8 στην συνέχεια παρουσιάζονται οι ιδιότητες των γαλακτοκομικών προϊόντων σύμφωνα με τις απόψεις των ερωτηθέντων. Όπως προκύπτει απ' τα ευρήματα η πλειοψηφία με 58% δήλωσε ότι είναι προϊόντα απαλλαγμένα από φαρμακευτικές ουσίες (ορμόνες και αντιβιοτικά), το 49% ότι προέρχονται από τοπικές οικογενειακές φάρμες και το 45% ότι είναι Βιολογικά παραγόμενα προϊόντα και φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα αντίστοιχα. Μικρότερα ποσοστά λαμβάνουν οι επιλογές «λειτουργικά τρόφιμα (πλούσια σε βιοενεργά συστατικά)» με 16% και προϊόντα που συνδέονται με την αειφόρο ανάπτυξη με 12%.

**Πίνακας 7:** Ιδιότητες και Γαλακτοκομικά Προϊόντα

<b>Για ποιες από τις παρακάτω ιδιότητες προτίθεστε να πληρώσετε ακριβότερα τα γαλακτοκομικά προϊόντα; Επιλέξτε μέχρι 3 απαντήσεις</b>	<b>N/%</b>
Φιλικότερα προς το περιβάλλον προϊόντα	29
Προϊόντα που συνδέονται με την αειφόρο ανάπτυξη	12
Προϊόντα τα οποία προέρχονται από ζώα υψηλού επιπέδου ευζωίας(welfare)	29
Προϊόντα δίκαιου εμπορίου(fairtrade)	7
Λειτουργικά τρόφιμα (πλούσια σε βιοενεργά συστατικά)	16
Προϊόντα τα οποία προέρχονται από τοπικές οικογενειακές φάρμες	49
Βιολογικά παραγόμενα Προϊόντα	45
Προϊόντα απαλλαγμένα από φαρμακευτικές ουσίες (ορμόνες και αντιβιοτικά)	58

**Ιδιότητες και Γαλακτοκομικά Προϊόντα**



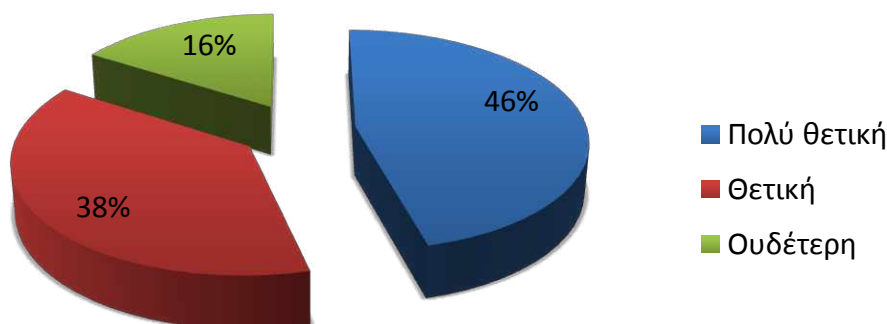
**Διάγραμμα 8:** Ιδιότητες και Γαλακτοκομικά Προϊόντα

Στον Πίνακα 8 και στο Διάγραμμα 9 αναφέρονται στην επίδραση που έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα στην υγεία του ανθρώπου, όπως την αντιλαμβάνονται οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Όπως διαπιστώνονται κι από τα ευρήματα οι απόψεις των ερωτηθέντων κυμαίνονται από πολύ θετική έως ουδέτερη. Άξιο αναφοράς το γεγονός ότι οι επιλογές «αρνητική» και «πολύ αρνητική» λαμβάνουν μηδενικά ποσοστά. Έτσι λοιπόν, η πλειοψηφία του δείγματος με 46% δήλωσε «πολύ θετική», το 38% απάντησε «θετική» και το 16% επέλεξε την επιλογή «ουδέτερη».

**Πίνακας 8:** Επίδραση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων στην υγεία του ανθρώπου

Πώς θα χαρακτηρίζατε την επίδραση που έχουν στην υγεία τι ανθρώπου τα γαλακτοκομικά προϊόντα;	N/%
Πολύ θετική	46
Θετική	38
Ουδέτερη	16
Αρνητική	-
Πολύ αρνητική	-

Επίδραση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων στην Υγεία του ανθρώπου



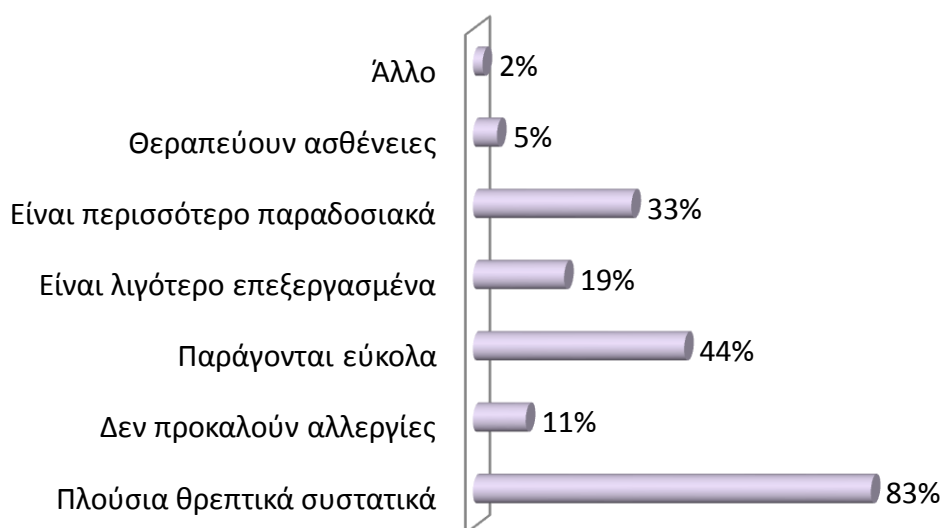
**Διάγραμμα 9:** Επίδραση των Γαλακτοκομικών Προϊόντων στην υγεία του ανθρώπου

Στον Πίνακα 9 και στο Διάγραμμα 10 αναφέρονται στους λόγους τους οποίους θεωρούν οι συμμετέχοντες ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα νοούνται ως υγιεινά. Σύμφωνα με τα ευρήματα στην πρώτη επιλογή τους καταγράφονται τα πλούσια θρεπτικά συστατικά με 83%, ακολουθεί η εύκολη παραγωγή τους με 44%, το γεγονός ότι είναι περισσότερο παραδοσιακά λαμβάνει 33%, η μικρότερη επεξεργασία συγκεντρώνει το 19%, η μη πρόκληση αλλεργιών λαμβάνει το 11%, το γεγονός ότι θεραπεύουν ασθένειες λαμβάνει το 5% και η επιλογή «άλλο» συγκεντρώνει 2%.

**Πίνακας 9:** Λόγοι που θεωρούνται τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα ως υγιεινά

<b>Για ποιους λόγους θεωρείτε ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν να χαρακτηριστούν ως υγιεινά; Επιλέξτε μέχρι 3 απαντήσεις</b>	<b>N/%</b>
Πλούσια θρεπτικά συστατικά	83
Δεν προκαλούν αλλεργίες	11
Παράγονται εύκολα	44
Είναι λιγότερο επεξεργασμένα	19
Είναι περισσότερο παραδοσιακά	33
Θεραπεύουν ασθένειες	5
Άλλο	2

**Λόγοι να θεωρούνται τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα ως υγιεινά**



**Διάγραμμα 10:** Λόγοι να θεωρούνται τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα ως υγιεινά

**Πίνακας 10:** Λόγοι χαρακτηρισμού των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ως ανθυγιεινά

Για ποιους λόγους θεωρείτε ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα μπορούν να χαρακτηριστούν ως ανθυγιεινά;	N/%
Παρουσία παθογόνων μικροοργανισμών(Βρουκέλλα/Λιστερίωση)	28
Περιέχουν συντηρητικά	38
Συνδέονται με υψηλά επίπεδα χοληστερόλης	30
Περιέχουν αλάτι	18
Έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε λίπος	19
Περιέχουν αντιβιοτικά	28
Περιέχουν ορμόνες	41
Έχουν πολλές θερμίδες	19
Είναι πλούσια σε κορεσμένα λιπαρά οξέα	11
Έχουν έντονη οσμή ως αποτέλεσμα μικροβιακών αλλοιώσεων	9
Άλλο	-

**Λόγοι χαρακτηρισμού των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ως ανθυγιεινά**



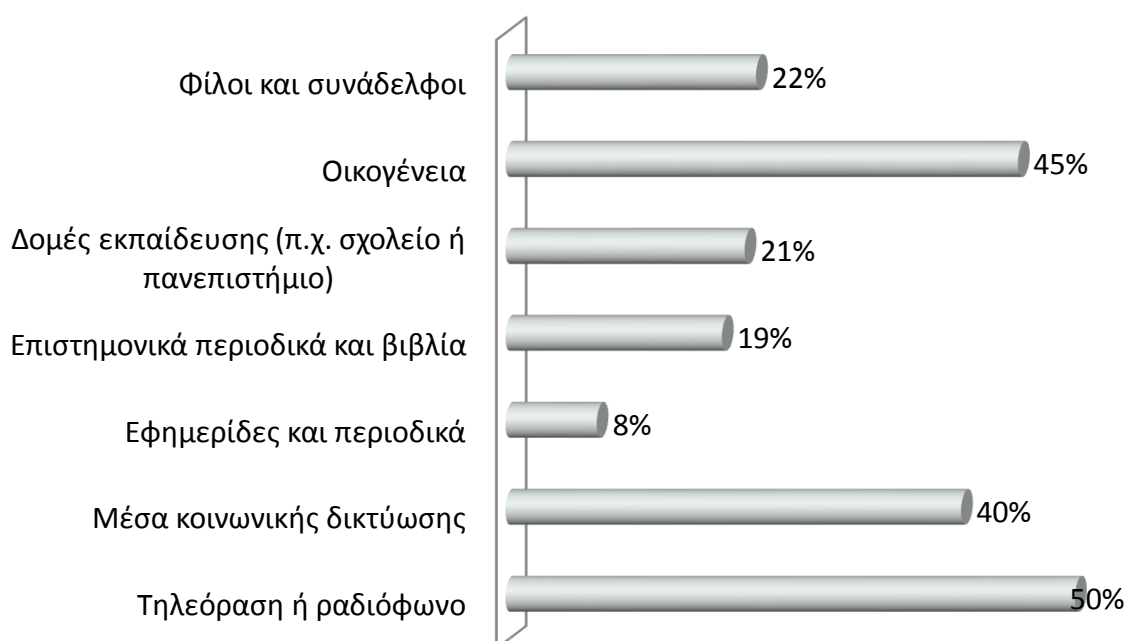
**Διάγραμμα 11:** Λόγοι χαρακτηρισμού των Γαλακτοκομικών Προϊόντων ως ανθυγιεινά

Όσον αφορά τους λόγους χαρακτηρισμού των γαλακτοκομικών προϊόντων ως ανθυγιεινά, σύμφωνα και με τα ευρήματα του Πίνακα 10 και του Διαγράμματος 11, διαπιστώνουμε ότι η πλειοψηφία του δείγματος με 41% δήλωσε εξαιτίας της πιθανής χρήσης ορμονών. Το 38% των ερωτηθέντων απάντησε ότι τα γαλακτοκομικά προϊόντα θεωρούνται ανθυγιεινά λόγω των συντηρητικών που περιέχουν, το 30% απάντησε επειδή συνδέονται με υψηλά επίπεδα χοληστερόλης και με 28% απάντησαν λόγω της παρουσίας παθογόνων μικροοργανισμών (Βρουκέλλα/Λιστερίωση) και ότι περιέχουν αντιβιοτικά. Ακόμη, από 19% αντίστοιχα απάντησαν ότι έχουν υψηλή περιεκτικότητα σε λίπος και πολλές θερμίδες, το 18% δήλωσε ότι θεωρούνται ανθυγιεινά εξαιτίας του αλατιού που περιέχουν, το 11% ότι είναι πλούσια σε κορεσμένα λιπαρά οξέα και τέλος με 9% ότι έχουν έντονη οσμή ως αποτέλεσμα μικροβιακών αλλοιώσεων.

**Πίνακας 11:** Πηγή πληροφόρησης για τα Γαλακτοκομικά Προϊόντα

Ποια είναι η πηγή της πληροφόρησης σας για τα γαλακτοκομικά προϊόντα; Επιλέξτε μέχρι τρεις απαντήσεις	N/%
Τηλεόραση ή ραδιόφωνο	50
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	40
Εφημερίδες και περιοδικά	8
Επιστημονικά περιοδικά και βιβλία	19
Δομές εκπαίδευσης (π.χ. σχολείο ή πανεπιστήμιο)	21
Οικογένεια	45
Φίλοι και συνάδελφοι	22
Άλλο	-

**Πηγή πληροφόρησης για Γαλακτοκομικά Προϊόντα**



**Διάγραμμα 12:** Πηγή πληροφόρησης για Γαλακτοκομικά Προϊόντα



Τέλος, ο Πίνακας 11 και το Διάγραμμα 12 καταγράφουν τα αποτελέσματα των πηγών πληροφόρησης που επιλέγουν οι συμμετέχοντες σχετικά με την ενημέρωσή τους για τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Σύμφωνα με τα ευρήματα, η πλειοψηφία του δείγματος δήλωσε ότι ενημερώνεται από την τηλεόραση ή το ραδιόφωνο, το 45% από το οικογενειακό περιβάλλον, το 40% από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το 22% εμπιστεύεται την ενημέρωση από τους φίλους και τους συναδέλφους, το 21% από τις δομές της εκπαίδευσης και το 8% από εφημερίδες και περιοδικά.

### 13. ΣΥΖΗΤΗΣΗ

Τα γαλακτοκομικά προϊόντα είναι από τις πιο σημαντικές πηγές στην διατροφή. Διάφορες μελέτες έχουν αξιολογήσει την αποτελεσματικότητα των γαλακτοκομικών προϊόντων στην ανθρώπινη υγεία (Rahnama and Rajanpur, 2017, Šugrová, 2018). Το γάλα είναι πλούσιο σε ενέργεια, πρωτεΐνες, υδατάνθρακες, χοληστερόλη, βιταμίνες, ριβοφλαβίνη, ασβέστιο και άλλα συστατικά που μπορούν να χρησιμοποιηθούν στην πρόληψη πολλών ασθενειών (Dror and Allen, 2013, Kurajdoná, et. al., 2015, Rahnama and Rajanpur, 2017, Šugrová, 2018).

Μεγάλο μέρος της τρέχουσας βιβλιογραφίας για τα γαλακτοκομικά προϊόντα δίνει ιδιαίτερη προσοχή στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών. Ωστόσο, προηγούμενες μελέτες σχετικά με τις προτιμήσεις των καταναλωτών (Voicu et.al., 2013, Shingh, et. al., 2020) έχουν δείξει ότι η μελέτη της συμπεριφοράς του καταναλωτή εξαρτάται από διαφορετικούς ποικίλους παράγοντες. Ένας μεγάλος αριθμός δημοσιευμένων μελετών (Voicu et.al., 2013) περιγράφει τη σχέση μεταξύ του σχήματος, του μεγέθους, της γεύσης, του χρώματος, της συνοχής, των προϊόντων συσκευασίας και της αγοραστικής συμπεριφοράς ανάμεσα στους καταναλωτές. Κάποιες προηγούμενες μελέτες βοηθούν τις εταιρείες και τους οργανισμούς επεξεργασίας γαλακτοκομικών προϊόντων να βελτιώσουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ προωθήσεις των προϊόντων τους. (Bytyqi, et al., 2020).

Κατά τη λήψη αποφάσεων σχετικά με την αγορά τροφίμων, υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν τον καταναλωτή. Για παράδειγμα, οι Kurajdoná et. al. (2019) διαπίστωσαν ότι πέντε παράγοντες επηρεάζουν τους καταναλωτές κατά την αγορά τροφίμων και ποτών στους οποίους ανήκουν η γεύση (83%), η τιμή (68%), η υγιεινή (60%), η ευκολία εύρεσης (52%) και η διατηρησιμότητα του προϊόντος (35%). Οι Kurajdoná et al. (2019) επισημαίνουν επίσης κάποια ποιοτικά χαρακτηριστικά τα οποία ανήκουν στα: την ποιότητα, της αξιοπιστία, της υγιεινή και της επεξεργασία των προϊόντων, την εμπειρία της τεχνογνωσίας παρασκευής του, της φρεσκάδας, την περιεκτικότητα του λίπους και την προέλευση του προϊόντος. Στα πλαίσια της παρούσας έρευνας οι καταναλωτές επιλέγουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα λόγω της μεγάλης συγκέντρωσης τους σε ωμέγα 3 λιπαρά και πρωτεΐνες.

Σύμφωνα με προηγούμενα αποτελέσματα μελετών το φρέσκο γάλα, το παραδοσιακό βούτυρο, το βουτυρόγαλα, το τυρί Cottage, ο ορός γάλακτος και το γκι ήταν τα κοινά προϊόντα που καταναλώνονταν. Το φρέσκο γάλα ήταν το πιο προτιμώμενο προϊόν σε σύγκριση με άλλα λόγω της υψηλής περιεκτικότητας σε λιπαρά, της διαθεσιμότητας, της γεύσης και της χαμηλότερης τιμής. Η ανασκόπηση του Tekea, (2021), δείχνει ότι οι πιο μορφωμένοι καταναλωτές, τα νοικοκυριά με υψηλότερο εισόδημα, οι νεότεροι, οι γυναίκες είναι τα άτομα που συμφωνούν με το ότι: «το μη συσκευασμένο και μη επεξεργασμένο γάλα δεν είναι υγιεινό» καταναλώνουν περισσότερο συσκευασμένο και επεξεργασμένο /παστεριωμένο/ γάλα από άλλα. Γενικά, η προτίμηση των καταναλωτών για το γάλα και τα γαλακτοκομικά προϊόντα εξαρτιόταν σημαντικά από τα δημογραφικά, κοινωνικοοικονομικά και ψυχολογικά χαρακτηριστικά του νοικοκυριού καθώς και μεικτές μεταβλητές της αγοράς που περιλαμβάνουν χαρακτηριστικά του προϊόντος, στρατηγικές τιμολόγησης, συσκευασία,

προώθηση και παράγοντες του τύπου προέλευσης του. Έτσι, οι εταιρείες παραγωγής και μεταποίησης γάλακτος συνίσταται να σχεδιάζουν καλύτερες στρατηγικές τιμολόγησης, προώθησης και διαφήμισης για την κατανάλωση γαλακτοκομικών προϊόντων ώστε να προσελκύσουν τους καταναλωτές.

## 14. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο «Προτιμήσεις των καταναλωτών για γαλακτοκομικά προϊόντα» πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών Δ.Π.Μ.Σ. Ολοκληρωμένη Διαχείριση Παράγωγης Γάλακτος και Γαλακτοκομικών Προϊόντων. Επιχειρήθηκε η διερεύνηση των προτιμήσεων των καταναλωτών της ευρύτερης του νομού Θεσσαλίας και συγκεκριμένα ένα δείγμα 100 καταναλωτών της περιοχής της Λάρισας σχετικά με τα γαλακτοκομικά προϊόντα.

Σύμφωνα με τα ευρήματα στα οποία κατέληξε η έρευνα οι καταναλωτές του δείγματος καταναλώνουν σχεδόν σε καθημερινή βάση γαλακτοκομικά προϊόντα και κυρίως τυρί και γάλα. Κατά μέσο όρο εβδομαδιαίως ξοδεύουν περίπου 10 ευρώ για την αγορά γαλακτοκομικών προϊόντων και η πλειοψηφία δήλωσε ότι δεν έχει κάποια ιδιαίτερη προτίμηση αναφορικά με την προέλευση γαλακτοκομικών από συγκεκριμένο ζώο. Οι καταναλωτές του δείγματος επίσης ανέφεραν ότι επιλέγουν περισσότερο προϊόντα εγχώριας προέλευσης και τα προμηθεύονται κυρίως από το σούπερ μάρκετ.

Άξιο αναφοράς το γεγονός ότι τα απαραίτητα λιπαρά οξέα(ωμέγα λιπαρά οξέα) θεωρούνται τα περισσότερο σημαντικά από τα θρεπτικά συστατικά των γαλακτοκομικών προϊόντων και στη συνέχεια οι πρωτεΐνες που περιέχουν. Η κατανάλωση των γαλακτοκομικών προϊόντων σύμφωνα με το δείγμα της έρευνας πραγματοποιείται επειδή είναι ιδιαίτερα ευεργετικά για την υγεία και γευστικά. Ακόμη, δήλωσαν ότι προκαλούν ευεξία και καλή σωματική κατάσταση και είναι μέρος της μεσογειακής διατροφής. Οι καταναλωτές αντιλαμβάνονται τα θετικά οφέλη στην υγεία λόγω των πολλών θρεπτικών συστατικών που έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα και επίσης ο σημαντικότερος λόγος που αντιλαμβάνονται ότι μπορεί να θεωρηθούν ανθυγιεινά είναι η υψηλή περιεκτικότητα σε ορμόνες. Τέλος, η σημαντικότερη πηγή ενημέρωσής τους είναι η τηλεόραση και το ραδιόφωνο.

## 15. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### 15.1 Ξενόγλωσση

1. Akdeniz, M. B., Calantone, R. J., and Voorhees, C. M. 2014. Signaling quality: an examination of the effects of marketing- and no marketing-controlled signals on perceptions of automotive brand quality. *J. Prod. Innov. Manage*, 31, pp. 728–743. doi: 10.1111/jpim.12120
2. Bischoff-Ferrari, H. A., Willett, W. C., Orav, E. J., Kiel, D. P., & Dawson-Hughes, B. 2011. Re: Fall prevention with Vitamin D. Clarifications needed. Available at: <http://www.bmj.com/rapid-response/2011/11/03/rerefall-prevention-vitamin-d-clarifications-needed> (accessed 13 February 2022) [Online].
3. Bytyçi, P., Czikkely, M., Shala-Abazi, A., Fetoshi, O., Ismaili, M., HyseniSpahiu, M., Ymeri, P., KabashiKastrati, E. and Millaku, Fadil. 2020. Macrophytes as biological indicators of organic pollution in the Lepenci River Basin in Kosovo. *Journal of Freshwater Ecology*, 35. 20. 10.1080/02705060.2020.1745913.
4. Dror, D. K. and Allen, L. H. 2013). Dairy product intake in children and adolescents in developed countries: trends, nutritional contribution, and a review of association with health outcomes. *Nutrition Reviews*, 72(2), 68–81. doi:10.1111/nure.12078
5. Elwood, S. 2010. Geographic information science: emerging research on the societal implications of the geospatial web. *Progress in Human Geography*, 34(3), pp. 349–357. doi: 10.1177/0309132509340711.
6. FAO 2021. Dairy market review. Overview of global dairy market developments in 2020. <https://www.fao.org/3/cb4230en/cb4230en.pdf>
7. Golder, P., Mitra, D. and Moorman, C. 2012. What Is Quality? An Integrative Framework of Processes and States. *Journal of Marketing*, 76. pp.1-23. 10.2307/41714496.
8. Guo, M.R. 2003. Goat milk. In: Caballero, B. (Ed.), *Encyclopedia of Food Sciences and Nutrition*. Academic Press, London, pp:2944-2949
9. Hassan, A. 2015. Effects of TV Advertisement on Consumer Buying Behaviour: A Comparative Study of Rural-Urban and Male-Female Consumers, *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 11(3), pp. 608–614.
10. Juarez, S., Robinson, P., DE Peters, E. and Price, Edward. 2003. Impact of lameness on behavior and productivity of lactating Holstein cows. *Applied Animal Behavior Science - APPL ANIM BEHAV SCI.*, 83, pp. 1-14. 10.1016/S0168-1591(03)00107-2.
11. Kalyankar, S.D. 2016. Encyclopedia of Food and Health || *Milk: Sources and Composition*, pp. 741–747. doi:10.1016/b978-0-12-384947-2.00463-3
12. Kumar, V. and Dange, U. 2012. A Study of Factors Affecting Online Buying Behavior: A Conceptual Model. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2285350> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2285350>
13. Kurajdova, K., Táborecká-Petrovičová, J. and Nedelová, G. 2019. Quality Attributes that Matters When Purchasing Milk by Slovak Consumers. *Scientia AgriculturaeBohemica*, 50(4), 244–250. doi:10.2478/sab-2019-0034
14. Kurajdov, K., Táborecká-Petrovičová, J. and Kaščáková, A. 2015. Factors Influencing Milk Consumption and Purchase Behavior – Evidence from Slovakia. *Procedia Economics and Finance*, 34, 573–580. doi:10.1016/s2212-5671(15)01670-6
15. McCarthy, O.J. 2002. Encyclopedia of Dairy Sciences || Rheology of milk and dairy products | Liquid Products and Semi-Solid Products, pp. 2445–2456. doi:10.1016/B0-12-227235-8/00446-6
16. Mejares, C.T., Huppertz, T. & Chandrapala, J. 2022. Thermal processing of buffalo milk – A review. *International Dairy Journal*, 129, 105311. NHMRC, NRMCC 2011. Australian Drinking Water Guidelines Paper 6 National Water Quality Management Strategy. National Health and Medical Research Council, National Resource Management Ministerial Council, Commonwealth of Australia, Canberra.

17. O' Mahony, J.A. and Fox, P.F. 2014. Milk Proteins || Milk: An Overview, 19–73. doi:10.1016/B978-0-12-405171-3.00002-7
18. Priyanka, S. 2012. A study on impact of online advertising on consumer behavior (with special reference to e-mails). <https://www.semanticscholar.org/paper/A-STUDY-ON-IMPACT-OF-ONLINE-ADVERTISING-ON-CONSUMER-Priyanka/11a8db43279a091dc55cfe24a08c64e05aecbee8>
19. Rahnama, H. and Rajab pour, S. 2017. Factors for consumer choice of dairy products in Iran. *Appetite*, 111, 46–55. doi: 10.1016/j.appet.2016.12.004
20. Shingh, S., Yadav, Om P. Y., Ghimire, S. and Dahal, N. 2020. Analyzing the consumer preference of fluid milk in Province no.2 of Nepal. *Archives of Agriculture and Environmental Science*, 5, 377-383. 10.26832/24566632.2020.0503020.
21. Soedamah-Muthu, S.S., Ding, E.L., Al-Delaimy, W.K., Hu, F.B., Engberink, M.F., Willett, W.C., Geleijnse, J.M. 2011. Milk and dairy consumption and incidence of cardiovascular diseases and all-cause mortality: dose-response meta-analysis of prospective cohort studies. *Am J Clin Nutr.*,93(1), pp. 158-71. doi: 10.3945/ajcn.2010.29866.
22. Statista 2015. How much of an impact do the following have on your decision to buy foods and beverages? Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/245005/factors-influencing-purchase-of-food-and-beverages/>
23. Šugrová, M. 2018. Consumer Behavior on the Market of Dairy Products: Case Study of Slovak Seniors. International Scientific Days 2018. Towards Productive, Sustainable and Resilient Global Agriculture and Food Systems: Proceedings. doi:10.15414/isd2018.s2-2.03
24. Tekea, M. 2021. Review on Consumer Preference of Milk and Milk Product in Ethiopia. *International Journal of Horticulture, Agriculture and Food science*, 5: 1-8. 10.22161/ijhaf.5.2.1.
25. U.S. Department of Agriculture – Nutrition Evidence Systematic Review 2011. <https://nesr.usda.gov/projects/2010-dietary-guidelines-advisory-committee-systematic-reviews>
26. Van de Langerijt, T., Crowley, S., O' Mahony, J.A. and Fox, P. F. 2021. Milk: Introduction. 10.1016/B978-0-12-818766-1.00187-2.
27. Voicu, G., Bădănoiu, A., Andronescu, E. and Chifiriuc, M. 2013. Synthesis, characterization, and bio evaluation of partially stabilized cements for medical applications. *Central European Journal of Chemistry*, 11, 1657-1667. 10.2478/s11532-013-0297-1.
28. Wang, E. 2013. The influence of visual packaging design on perceived food product quality, value, and brand preference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(10), 805–816. doi:10.1108/IJRDM-12-2012-0113
29. Wouters, J. 2012. *Encyclopedia of Dairy Sciences*, 24(1), 1. doi: 10.1016/j.idairyj.2012.01.001
30. Zeithaml, V. 1988. Consumer Perceptions of Price, Quality and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52. 2-22. 10.1177/002224298805200302.
31. Analysis of Consumer Preference for Milk Produced through Sustainable Farming: The Case of Mountainous Dairy Farming Kyung Soo Nam, Heusen Lim and Byeong-il Ahn - Department of Food and Resource Economics, Korea University, Seoul 02841
32. Lee, E.W.; Lee, S.H.; Kim, W. Necessity of Insecticide Egg Wave and Animal Welfare Farm; Issue & Analysis; Gyeonggi Research Institute: Suwon, Korea, 2017; Volume 294, pp. 1–20.
33. Dairy Products Quality from a Consumer Point of View: Study among Polish Adults Marta Sajdakowska, Jerzy Gebski, Dominika Guzek, Krystyna Gutkowska and Sylwia Zakowska-Biemans Department of Food Market and Consumer Research, Institute of Human Nutrition Sciences, Warsaw University of Life Sciences (SGGW-WULS), 159C Now Sosnowska Street, 02-787 Warsaw, Poland Received: 10 April 2020; Accepted: 19 May 2020, Article
34. Drinking milk - distribution of enterprises by volume of annual production <https://ec.europa.eu/eurostat/en/>
35. Consumer Behaviour Towards Milk and Milk Products: Case of Dairy Cooperative of Uttarakhand, Susmita Rangar, Anil Bhat, Jyoti Kachroo, Sudhakar Dwivedi, Ashish Kr. Isher and Sabbey Sharma, p.71-73, doi: 10.30954/2394-8159.01.2020.11

36. A SYSTEMATIC REVIEW OF CONSUMER BUYING BEHAVIOR OF MILK PRODUCTS , Narsaiah Rachakonda, Dr. Indrajeet Singh Yadav, Research Scholar, Dept. of Management, Sri Satya Sai University of Technology & Medical Sciences, Sehore, Bhopal Indore Road, Madhya Pradesh, India, VOL 7, ISSUE 15, 202.
37. Kosher –Halal <https://meat.tamu.edu/ansc-307-honors/kosher-halal/>

## 15.2 Ελληνική

38. Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2016). Έκθεση του 2016 σχετικά με τη «δέσμη μέτρων για τον τομέα του γάλακτος. Προσπελάσιμο στο [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/milk-and-dairy-products\\_el](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/milk-and-dairy-products_el)
39. Κεχαγιάς, Χ. και Τσακάλη, Ε. 2017. Επιστήμη και τεχνολογία γάλακτος και γαλακτοκομικών προϊόντων. Αθήνα: Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών.
40. Μάντης, Α., Παπαγεωργίου, Δ. και Φλετούρης, Δ. 2018. Υγιεινή Και Τεχνολογία Του Γάλακτος Και Των Προϊόντων Του. Αθήνα: Εκδοτικός Οίκος Αδελφών Κυριακίδη Α.Ε.
41. Στατιστικά Νωπού αγελαδινού και βουβαλίσιου γάλακτος ανά νομό και ανά μήνα ημερολογιακού έτους 2021 [https://www.elgo.gr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=888:elogak-check-milk&catid=22&Itemid=1267#%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B1](https://www.elgo.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=888:elogak-check-milk&catid=22&Itemid=1267#%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%BF%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%AF%CE%B1)
42. Ελληνική Στατιστική Αρχή. Προσπέλαση <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SPK33/>
43. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων Ελληνικός Γεωργικός Οργανισμός ΔΗΜΗΤΡΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΠΟΝΟΜΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΣΗΜΑΤΟΣ ΣΤΟ ΓΑΛΑ & ΣΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
44. Εθνικός Φορέας Ελέγχου των Τροφίμων, Προσπέλαση <https://www.efet.gr/index.php/el/consumers/episimansi>

## 16.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

9/5/22, 12:21 μ.μ.

ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΝΤΟΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ.

### ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΕΝΤΟΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ.

ΑΓΑΠΗΤΕ/Η ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΑ /ΟΥΣΑ,

Ο ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΓΕΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΗΣ ΖΩΟΤΕΧΝΙΑΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΖΩΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΓΠΑ, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΙΕΡΑ ΟΔΟΣ 75,11855,ΑΘΗΝΑ,ΣΑΣ ΠΡΟΣΚΑΛΕΙ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΑΣΧΕΤΕ ΣΕ ΜΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΟΥ ΔΙΕΝΕΡΓΕΙΤΑΙ ΣΤΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΣΤΟ ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ <<ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ>>.

Η ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΔΙΕΞΑΓΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΠΙΔΑ ΜΠΑΡΚΑ ΥΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΒΛΕΨΗ ΤΟΥ ΕΠΙΚ.ΚΑΘΗΓΗΤΗ κ.ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ ΣΙΜΙΤΖΗ.

ΠΡΙΝ ΑΠΟΦΑΣΙΣΕΤΕ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ,ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΑΦΙΕΡΩΣΤΕ ΛΙΓΟ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΝΑ ΔΙΑΒΑΣΕΤΕ ΤΙΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΩΣΤΕ ΝΑ ΑΠΟΦΑΣΙΣΕΤΕ ΕΑΝ ΘΕΛΕΤΕ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΤΕ ΣΕ ΑΥΤΗΝ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ.ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΔΕΧΤΕΙΤΕ Η ΝΑ ΑΡΝΗΘΕΙΤΕ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΜΕΡΟΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ. ΕΑΝ ΣΥΜΦΩΝΗΣΕΤΕ ΝΑ ΛΑΒΕΤΕ ΜΕΡΟΣ,ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΕΠΙΣΗΣ ΝΕ ΕΠΙΛΕΞΕΤΕ ΝΑ ΜΗΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΤΕ ΣΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ,Η ΑΝΑ ΠΑΣΑ ΣΤΙΓΜΗ ΝΑ ΣΤΑΜΑΤΗΣΤΕ ΧΩΡΙΣ ΝΑ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΕΞΗΓΗΣΕΤΕ ΤΟΝ ΛΟΓΟ.

ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΑΡΟΥΣΑΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΘΟΥΝ ΧΡΗΣΙΜΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.

Ο ΧΡΟΝΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ ΥΠΟΛΟΓΙΖΕΤΑΙ ΣΤΑ 10 -15 ΛΕΠΤΑ.Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΕΙΝΑΙ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ ΚΑΙ ΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΩΝΥΜΑ.ΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΠΟΥ ΖΗΤΑΜΕ ΑΠΟ ΕΣΑΣ ΔΕΝ ΠΡΟΚΕΙΤΑΙ ΝΑ ΑΠΟΚΑΛΥΨΟΥΝ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΣΑΣ,ΕΝΩ ΔΙΑΒΕΒΑΙΩΝΕΤΑΙ ΟΤΙ ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΕΙΝΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΤΙ Η ΑΝΩΝΥΜΙΑ ΣΑΣ ΘΑ ΤΗΡΗΘΕΙ ΜΕ ΑΥΣΤΗΡΟΤΗΤΑ ΜΕΧΡΙ ΤΗΝ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.

ΤΕΛΟΣ ,ΟΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΠΑΡΕΧΕΤΕ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΠΕΡΙΟΡΙΖΟΝΤΑΙ ΣΤΗ ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ ΚΑΙ ΘΑ ΑΠΟΘΗΚΕΥΤΟΥΝ ΥΠΟ ΑΥΣΤΗΡΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.ΤΑ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΣΑΣ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΘΑ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΘΟΥΝ ΚΑΙ ΘΑ ΚΑΤΑΣΤΟΥΝ ΑΝΩΝΥΜΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ.

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ ,ΤΗΝ ΠΡΟΘΕΣΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΙΘΑΝΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΕΡΕΥΝΑ.

ΜΕ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

ΕΛΠΙΔΑ ΜΠΑΡΚΑ

ΓΕΩΠΟΝΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΑΙ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

\* Απαιτείται



ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗ

ΓΙΑ ΝΑ ΔΙΑΣΦΑΛΙΣΤΕΙ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΣΑΣ ΣΤΗΝ ΙΔΙΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ,ΣΑΣ ΖΗΤΑΜΕ ΤΗ ΡΗΤΗ ΣΥΓΚΑΤΑΘΕΣΗ ΣΑΣ (ΠΑΡΑΚΑΛΩ ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΗ ΔΗΛΩΣΗ):

1. ΜΕ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΒΕΒΑΙΩΝΩ ΟΤΙ ΕΧΩ ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΔΟΘΗΚΑΝ ΠΑΡΑΠΑΝΩ ΚΑΙ ΕΧΩ ΛΑΒΕΙ ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΣΕΙΣ ΣΕ ΤΥΧΟΝ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΜΟΥ. \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΝΑΙ  
 ΟΧΙ

2. ΕΙΧΑ ΣΤΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΜΟΥ ΑΡΚΕΤΟ ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΝΑ ΣΚΕΦΤΩ ΚΑΙ ΝΑ ΑΠΟΦΑΣΙΣΩ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΜΟΥ ΣΕ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΓΝΩΡΙΖΩ ΟΤΙ Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΜΟΥ ΕΙΝΑΙ ΑΠΟΛΥΤΩΣ ΕΘΕΛΟΝΤΙΚΗ. \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΝΑΙ  
 ΟΧΙ

3. ΑΠΟΔΕΧΟΜΑΙ ΟΤΙ ΟΛΕΣ ΟΙ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΠΟΥ ΣΥΛΛΕΓΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΑΥΤΗΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΟΥΝ ΔΩΡΕΑΝ ΣΕ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΕΣ Η ΕΚΛΑΪΚΕΥΜΕΝΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕΙΣ , ΥΠΟ ΤΗΝ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗ ΑΝΩΝΥΜΟΠΟΙΗΣΗΣ(ΤΥΧΟΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΠΟΥ ΜΟΥ ΕΠΙΤΡΕΠΟΥΝ ΝΑ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΩ ΤΟΝ ΕΘΕΛΟΝΤΗ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΙΑΓΡΑΦΟΥΝ) \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΝΑΙ  
 ΟΧΙ

4. 1. ΗΛΙΚΙΑ \*

---

## 5. 2.ΦΥΛΟ \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

ΑΝΤΡΑΣ

ΓΥΝΑΙΚΑ

## 6. 3.ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ

ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΓΥΜΝΑΣΙΟΥ

ΑΠΟΦΟΙΤΟΣ ΛΥΚΕΙΟΥ

Ι.Ε.Κ

Τ.Ε.Ι

Α.Ε.Ι

Άλλο: \_\_\_\_\_

## 7. 4.ΕΙΔΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ \*

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.

ΙΔ.ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

ΕΛ.ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ/ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΣ

ΑΓΡΟΤΗΣ

ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΟΣ

ΣΥΝΤΑΞΙΟΥΧΟΣ/Α

ΑΝΕΡΓΟΣ/Η

Άλλο: \_\_\_\_\_

8. 5. ΚΑΘΕ ΠΟΣΟ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΕΤΕ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ
- ΣΥΧΝΑ
- ΣΠΑΝΙΑ
- ΠΟΤΕ (Vegetarian)

9. 6. ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ,ΠΟΙΟ ΠΡΟΤΙΜΑΤΕ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΓΑΛΑ
- ΓΙΑΟΥΡΤΙ
- ΒΟΥΤΥΡΟ
- ΤΥΡΙ
- Άλλο: \_\_\_\_\_

10. 7. ΚΑΤΑ ΜΕΣΟ ΟΡΟ ΠΟΣΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΔΙΝΕΤΕ ΓΙΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΘΕ ΕΒΔΟΜΑΔΑ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- 0
- 1-10
- 10-50
- >50

11. 8. ΑΠΟ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΑΓΟΡΑΖΕΤΕ, ΕΧΕΤΕ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΣΕ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟ ΖΩΟ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΟΧΙ
- ΝΑΙ. ΠΡΟΤΙΜΩ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΑΓΕΛΑΔΕΣ.
- ΝΑΙ. ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΠΡΟΒΑΤΑ.
- ΝΑΙ. ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΑΙΓΕΣ.

12. 9. ΣΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΕΑΝ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΜΕΓΑΛΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΓΑΛΛΑ/ΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ ΕΙΝΑΙ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ
- ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ ΓΑΛΑΚΤΟ/ΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΣΟ ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΑ ΟΣΟ ΚΑΙ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΙΔΙΟ ΠΟΣΟΣΤΟ
- ΔΕΝ ΜΕ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΑΠΟ ΠΟΥ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.

13. 10. ΑΠΟ ΠΟΥ ΠΡΟΜΗΘΕΥΕΣΤΕ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΣΟΥΠΕΡΜΑΡΚΕΤ
- ΤΟΠΙΚΗ ΑΓΟΡΑ
- ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΚΕΣ ΜΟΝΑΔΕΣ
- ΜΕ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ
- ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΕΚΔΡΟΜΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΑΡΧΕΙΑ

14. 11. ΒΑΘΜΟΛΟΓΗΣΤΕ ΑΠΟ ΤΟ 1 ΜΕΧΡΙ ΤΟ 6 ΤΗ ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ \*  
ΘΡΕΠΤΙΚΩΝ ΣΥΣΤΑΤΙΚΩΝ ΤΩΝ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ. (1=ΜΕΓΙΣΤΗΣ  
ΚΑΙ 6=ΕΛΑΧΙΣΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ).

Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη ανά σειρά.

	Στήλη 1	Στήλη 2	Στήλη 3	Στήλη 4	Στήλη 5	Στήλη 6
ΛΙΠΟΣ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ΠΡΩΤΕΪΝΗ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ΛΑΚΤΟΖΗ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ(ΩΜΕΓΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ΜΕΤΑΛΛΑ ΚΑΙ ΙΧΝΟΣΤΟΙΧΕΙΑ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ΒΙΤΑΜΙΝΕΣ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. 12. ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΙΣΧΥΡΙΣΜΟΥΣ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗΝ \*  
ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ  
3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ)

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.

- ΘΕΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ  
 ΑΡΝΗΤΙΚΗ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ  
 ΓΕΥΣΤΙΚΑ  
 ΜΕ ΔΥΝΑΤΗ ΓΕΥΣΗ ΚΑΙ ΟΣΜΗ  
 ΧΡΗΣΙΜΑ ΣΤΗΝ ΜΑΓΕΙΡΙΚΗ  
 ΑΚΡΙΒΑ  
 ΑΠΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ  
 Άλλο: \_\_\_\_\_

16. 13.ΜΕ ΠΟΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΕΝΝΟΙΕΣ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΓΝΩΜΗ ΣΑΣ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ; (ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ) \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ΕΥΕΞΙΑ ΚΑΙ ΚΑΛΗ ΦΥΣΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ
- ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΗ ΔΙΑΤΡΟΦΗ
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΣΥΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΥΨΗΛΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ
- ΕΥΓΕΥΣΤΑ
- ΤΟΠΙΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ
- ΔΙΚΑΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (fair trade)
- ΜΟΔΑ
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΘΕΣΗ
- Άλλο: \_\_\_\_\_

17. 14.ΓΙΑ ΠΟΙΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΤΙΘΕΣΤΕ ΝΑ ΠΛΗΡΩΣΕΤΕ ΑΚΡΙΒΟΤΕΡΑ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;(ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ) \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ΦΙΛΙΚΟΤΕΡΑ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΑΕΙΦΟΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΖΩΑ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΕΥΖΩΙΑΣ(welfare)
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΔΙΚΑΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (fair trade)
- ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ(ΠΛΟΥΣΙΑ ΣΕ ΒΙΟΕΝΕΡΓΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ)
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΟΕΡΧΟΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΟΠΙΚΕΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΦΑΡΜΕΣ
- ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ
- ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΑΠΑΛΛΑΓΜΕΝΑ ΑΠΟ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ(ΟΡΜΟΝΕΣ ΚΑΙ ΑΝΤΙΒΙΟΤΙΚΑ)

18. 15. ΠΩΣ ΘΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΖΑΤΕ ΤΗΝ ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΣΤΗΝ ΥΓΕΙΑ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ; \*

*Να επισημαίνεται μόνο μία έλλειψη.*

- ΠΟΛΥ ΘΕΤΙΚΗ  
 ΘΕΤΙΚΗ  
 ΟΥΔΕΤΕΡΗ  
 ΑΡΝΗΤΙΚΗ  
 ΠΟΛΥ ΑΡΝΗΤΙΚΗ

19. 16. ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΟΥΝ ΩΣ ΥΓΙΕΙΝΑ; (ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ) \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ΠΛΟΥΣΙΑ ΣΕ ΘΡΕΠΤΙΚΑ ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ  
 ΔΕΝ ΠΡΟΚΑΛΟΥΝ ΑΛΕΡΓΙΕΣ  
 ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΙ ΜΕ ΦΥΣΙΚΟ ΤΡΟΠΟ  
 ΠΕΠΤΟΝΤΑΙ ΕΥΚΟΛΑ  
 ΕΙΝΑΙ ΛΙΓΟΤΕΡΟ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΜΕΝΑ  
 ΕΙΝΑΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ  
 ΘΕΡΑΠΕΥΟΥΝ ΑΣΘΕΝΕΙΕΣ  
 Άλλο: \_\_\_\_\_

20. 17.ΓΙΑ ΠΟΙΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΟΥΝ ΩΣ ΑΝΘΥΓΙΕΙΝΑ;(ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ) \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΠΑΘΟΓΟΝΩΝ ΜΙΚΡΟΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ(ΒΡΟΥΚΕΛΛΑ/ΛΙΣΤΕΡΙΩΣΗ)  
 ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ  
 ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΥΨΗΛΑ ΕΠΙΠΕΔΑ ΧΟΛΗΣΤΕΡΟΛΗΣ  
 ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΑΛΑΤΙ  
 ΕΧΟΥΝ ΥΨΗΛΗ ΠΕΡΙΕΚΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΛΙΠΟΣ  
 ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΑΝΤΙΒΙΟΤΙΚΑ  
 ΠΕΡΙΕΧΟΥΝ ΟΡΜΟΝΕΣ  
 ΕΧΟΥΝ ΠΟΛΛΕΣ ΘΕΡΜΙΔΕΣ  
 ΕΙΝΑΙ ΠΛΟΥΣΙΑ ΣΕ ΚΟΡΕΣΜΕΝΑ ΛΙΠΑΡΑ ΟΞΕΑ  
 ΕΧΟΥΝ ΕΝΤΟΝΗ ΟΣΜΗ ΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΜΙΚΡΟΒΙΑΚΩΝ ΑΛΛΟΙΩΣΕΩΝ  
 Άλλο: \_\_\_\_\_

21. 18.ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ ΣΑΣ ΓΙΑ ΤΑ ΓΑΛΑΚΤΟΚΟΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ;(ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΜΕΧΡΙ 3 ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ) \*

*Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν.*

- ΤΗΛΕΟΡΑΣΗ Ή ΡΑΔΙΟΦΩΝΟ  
 ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ  
 ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ  
 ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΑ  
 ΔΟΜΕΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ (Π.Χ. ΣΧΟΛΕΙΟ Η ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ)  
 ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ  
 ΦΙΛΟΙ ΚΑΙ ΣΥΝΑΔΕΛΦΟΙ  
 Άλλο: \_\_\_\_\_

---

Αυτό το περιεχόμενο δεν έχει δημιουργηθεί και δεν έχει εγκριθεί από την Google.

Google