

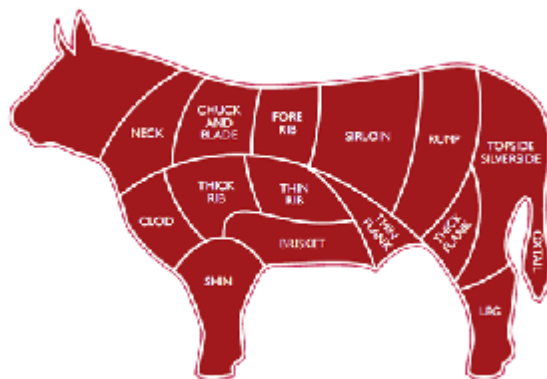
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΟΥ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ



ΣΩΤΗΡΙΑΝΟΥ ΦΩΤΕΙΝΗ-ΣΟΦΙΑ

ΕΠΙΒΛΕΠΟΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Κος ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ



www.teipat.gr

ΠΑΤΡΑ 2013

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 – ΕΙΣΑΓΩΓΗ	
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	5
1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	6
1.3 ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ	
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
2.2.ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΒΟΟΤΡΟΦΙΑ – ΟΡΙΣΜΟΙ.....	8
2.2.1 Δίκτυα διανομής.....	8
2.2.2 Βοοτροφία.....	9
2.2.3 Κρεοπαραγωγός Βοοτροφία.....	9
2.2.4 Ασφάλεια των τροφίμων.....	9
2.3 ΠΡΟΣΦΟΡΑ-ΖΗΤΗΣΗ, ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ-ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ.....	11
2.3.1 Προσφορά – Ζήτηση.....	11
2.3.2 Δίκτυα διανομής βόειου κρέατος στην Ελλάδα.....	13
2.3.3 Εισαγωγές.....	15
2.3.4 Εξαγωγές.....	16
2.4 ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ.....	17
2.4.1 Οργανωτικές απαιτήσεις.....	18
2.4.2 Τεχνικές απαιτήσεις.....	18
2.4.3 Προβλήματα και δυσκολίες.....	19
2.5 Η ΒΟΟΤΡΟΦΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	19
2.5.1 Γενικές πληροφορίες για τα κρεοπωλεία.....	26
2.5.2 Αριθμός και μέγεθος βοοτροφικών εκμεταλλεύσεων.....	26
2.6 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
3.1 Εισαγωγή.....	31
3.2 Σχεδιασμός της Έρευνας.....	31
3.3 Διαδικασία και συλλογή δεδομένων.....	31
3.3.1 Το Δείγμα.....	31
3.3.2 Ενημέρωση και Συγκατάθεση.....	32
3.3.3 Η Διαδικασία των Συνεντεύξεων.....	32
3.3.4 Πιστοποίηση ISO και HACCP.....	32
3.4 Μέθοδος της ανάλυσης δεδομένων.....	33
3.4.1 Συνοπτική περιγραφή της Στατιστικής Ανάλυσης.....	33
3.5 Περιορισμοί στην Έρευνα.....	33
3.6 Περίληψη.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 –ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	
4.1 Εισαγωγή.....	34
4.2 Το ερωτηματολόγιο.....	34

4.2.1 Αποτελέσματα του ερωτηματολογίου.....	34
4.3 Περίληψη.....	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	57
5.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	57
5.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	58
5.3.1 Συμπεράσματα σχετικά με την αποσαφήνιση των όρων που είναι σχετικοί με τους βασικούς όρους της μελέτης.....	58
5.3.2 Συμπεράσματα σχετικά με τις απαιτήσεις βάση του νόμου των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα ιδιωτικά πρότυπα που εφαρμόζονται σε αυτά.....	58
5.3.3 Συμπεράσματα σχετικά με τα στατιστικά στοιχεία της ζήτησης του βόειου κρέατος με άλλα είδη κρεάτων όπως και με άλλα τρόφιμα.....	58
5.3.4 Συμπεράσματα σχετικά με την οργάνωση και τεχνογνωσία των ελληνικών κρεοπωλείων.....	59
5.3.5 Συμπεράσματα σχετικά με το τομέα της ελληνικής βοοτροφείας και την παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα.....	59
5.3.6 Συμπεράσματα σχετικά με την αποτύπωση της κατάστασης της ελληνικής αγοράς βόειου κρέατος.....	59
5.3.7 Συμπεράσματα σχετικά με τις επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών.....	59
5.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	60
5.4.1 Προτάσεις προς τις αλυσίδες super market που διαθέτουν κρεοπωλεία.....	60
5.4.2 Προτάσεις προς τα κρεοπωλεία.....	60
5.4.3 Προτάσεις προς τους δημόσιους φορείς.....	60
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	66

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Για τη διεξαγωγή της παρούσας πτυχιακής εργασίας μου θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον καθηγητή Κύριο Βασιλείου Κωνσταντίνο κυρίως για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε, και την υπομονή που έκανε κατά τη διάρκεια της πτυχιακής εργασίας. Όπως επίσης για την πολύτιμη βοήθεια και καθοδήγησή του, για την επίλυση διάφορων θεμάτων.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω στον Κύριο Γογγάκη και τους υπαλλήλους της εταιρείας Γογγάκης Α.Ε.Β.Ε. χωρίς τη βοήθεια των οποίων η ολοκλήρωση αυτής της μελέτης θα ήταν αδύνατη, για το αμείωτο ενδιαφέρον και τη συμπαράστασή τους τόσο κατά την εκτέλεση της έρευνας όσο και κατά τη συγγραφή των συμπερασμάτων.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω επιπλέον τον Κύριο Λαβράνο Χρήστο με την εταιρία εμπορίου κρεάτων στην Κέρκυρα για την συμβολή του στην ολοκλήρωση της μελέτης αυτής.

Τέλος, ευχαριστώ από καρδιάς τους γονείς μου και τις αδερφές μου, για τη συνεχή συμπαράσταση, την αγάπη και την κατανόηση που έδειξαν όλο αυτόν τον καιρό.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στις μέρες μας έχουν καταγραφεί πολλές σημαντικές κρίσεις με θέμα την ασφάλεια των τροφίμων αλλά και την ποιότητα τους, με σοβαρές επιπτώσεις στην εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Το εμπόριο κρεάτων έγινε παγκόσμιο και αυτό οδήγησε σε αύξηση της πολυπλοκότητας της εφοδιαστικής αλυσίδας τροφίμων, με σοβαρές επιπτώσεις στην ασφάλεια τους. Λέγοντας ποιότητα του κρέατος εννοούμε την ικανότητα του προϊόντος να ανταποκρίνεται στον σκοπό για τον οποίο προορίζεται και αφορά το σύνολο των ιδιοτήτων και χαρακτηριστικών αυτού που ικανοποιούν καθορισμένες ανάγκες των καταναλωτών

Η παρούσα μελέτη έχει ως κύριο σκοπό της την ανάλυση των κινδύνων της διάθεσης κρέατος, τη συλλογή και αξιολόγηση στοιχείων που σχετίζονται με τους κινδύνους και τις συνθήκες που ευνοούν την εμφάνισή τους, με σκοπό να διαπιστωθεί ποιοι είναι οι κίνδυνοι που απαιτούν τον έλεγχο για την ασφάλεια του βόειου κρέατος και να αντιμετωπισθούν. Οι επιχειρήσεις της παραγωγής και επεξεργασίας βόειου κρέατος προσανατολίζονται σταθερά στην αναζήτηση σύγχρονων μορφών οργάνωσης με σκοπό την ανάδειξη της ποιότητας των προϊόντων τους, ως κυρίαρχο συγκριτικό πλεονέκτημα, με στόχο την κατάκτηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών.

Με τη χρήση βιβλιογραφικής ανασκόπησης σε έρευνες και μελέτες σχετικά με το βόειο κρέας και τα δίκτυα διανομής, διαπιστώθηκε ότι στην Ελλάδα υπάρχουν ελλείψεις στον τομέα της βοοτροφίας, ανταγωνισμός με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έλλειψη αξιοπιστίας καθώς και εμφάνιση αβεβαιότητας των καταναλωτών ως προς τα κτηνοτροφικά προϊόντα από τα στοιχεία παραγωγής μέχρι και την ποιότητα του τελικού προϊόντος. Ενδιαφέρουσες έρευνες έχουν διεξαχθεί στην Ελλάδα για την κτηνοτροφία και σχετικές με την ζωική παραγωγή.

Αντίστοιχη έρευνα διεξήχθη με τη μέθοδο της συνέντευξης σε κρεοπωλεία διαφόρων περιοχών όπως και συλλέχθηκαν δεδομένα, αναλύθηκαν στατιστικά στοιχεία από τις ανακοινώσεις του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και τροφίμων και της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας με σκοπό την ολόπλευρη διερεύνηση του θέματος.

Μέσα από τις έρευνες και τα στοιχεία που συλλέχθηκαν όπως και τις συνεντεύξεις αλλά και τα στατιστικά στοιχεία, εκτιμάται ότι υπάρχει δυνατότητα για περαιτέρω ανάπτυξη της ζωικής παραγωγής στην Ελλάδα και ιδιαίτερα στον κλάδο του βόειου κρέατος εάν μειώσουμε τις ελλείψεις που υπάρχουν στον κλάδο με το σημαντικό πλεονέκτημα ότι οι Έλληνες εκτιμούν τα ελληνικά προϊόντα επειδή τα θεωρούν ανωτέρας ποιότητας και πιο ασφαλή. Για την ανάπτυξη της βοοτροφίας πρέπει να δοθεί βάση στην δυνατότητα αυξανόμενης άρδευσης και στην εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας. Ιδιαίτερα η εφαρμογή της νέας αναθεωρημένης ΚΑΠ αναμένεται να έχει θετικές επιπτώσεις στον κλάδο της βοοτροφίας.

Τέλος η Ελλάδα έχει μεγάλες δυνατότητες στην παραγωγή μοσχαρίσιου κρέατος καλής ποιότητας και με πιστοποιημένη ασφάλεια, καθώς ο καταναλωτής τα αναζητά και τα προτιμά όλο και περισσότερο σε σχέση με τα εισαγόμενα κρέατα, ιδιαίτερα μετά τις επανειλημμένες διατροφικές κρίσεις.

1.1. Εισαγωγή

Ο τομέας του κρέατος αποτελεί παγκοσμίως έναν από τους σημαντικότερους τομείς της γεωργικής παραγωγής. Στην Ελλάδα εμφανίζεται ιδιαίτερα ο ανταγωνισμός στο βόειο κρέας από τα ομοειδή προϊόντα άλλων χωρών και ιδίως των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η βοοτροφία αποτελεί σημαντικό κλάδο της γεωργίας και γενικότερα της εθνικής μας οικονομίας. Οι μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις του κλάδου διαθέτουν δίκτυα διανομής που καλύπτουν σχεδόν το σύνολο της χώρας. Αντίθετα, οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις προμηθεύουν κυρίως την τοπική αγορά όπου εδρεύουν ή τις αγορές των γειτονικών νομών (Υπ. Α.Α.& Τ., 2007).

Ο καταναλωτής προμηθεύεται το μοσχαρίσιο κρέας κυρίως από το οργανωμένο τμήμα κρεάτων των super market και αφετέρου απευθείας συσκευασμένα από τα ψυγεία (προϊόντα self service). Η ζήτηση μοσχαρίσιου κρέατος είναι μικρότερη στα σημεία αυτοεξυπηρέτησης. Η διαθεσιμότητα και η ποιότητα της βασικής πρώτης ύλης (κρέας) επηρεάζει άμεσα τον κλάδο. Ο κύριος όγκος του κρέατος είναι εισαγόμενος, (δεδομένου του χαμηλού βαθμού αυτάρκειας της εγχώριας παραγωγής κρέατος γενικά), ενώ ορισμένες από τις μεγαλύτερες μονάδες έχουν προβεί σε στρατηγική κάθετης ολοκλήρωσης, διατηρώντας οι ίδιες κτηνοτροφικές μονάδες, με σκοπό τον καλύτερο έλεγχο της πρώτης ύλης και την εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας.

Το μερίδιο της εγχώριας παραγωγής στο σύνολο της κατανάλωσης μειώνεται διαχρονικά, ενώ η εισαγωγική διείσδυση αυξάνεται, κυμαινόμενη μεταξύ του 43%-48,5%, την τελευταία πενταετία, ήταν το συμπέρασμα, που προέκυψε από την κλαδική μελέτη «Κρέας» της Icar Group (2011). Διαπίστωση της μελέτης αποτελεί η μείωση, που παρουσιάζεται την τελευταία δεκαετία, στην εγχώρια αγορά βόειου κρέατος. Το βόειο κρέας αποτελεί βασικό είδος διατροφής στη χώρα μας και η ζήτηση του συνολικά χαρακτηρίζεται από χαμηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή (Υπ.Α.Α.&Τ., 2011).

Οι μεταβολές στην τιμή δεν επηρεάζουν δραστικά τη συνολική κατανάλωση κρέατος, ωστόσο μπορούν να καθορίζουν το βαθμό υποκατάστασης μεταξύ των διαφόρων ειδών κρέατος. Οι παράγοντες που επηρεάζουν περισσότερο τη ζήτηση είναι η αντίληψη περί ποιότητας του κρέατος, η οποία συνδέεται συχνά με την προέλευσή του, οι διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, τα έθιμα και οι παραδόσεις, τα οποία ευνοούν την κατανάλωση συγκεκριμένης κατηγορίας κρέατος σε συγκεκριμένες περιόδους. Η πληθώρα επιχειρήσεων στον παραγωγικό τομέα αποτελεί σημαντικό γνώρισμα του κλάδου. Στην αγορά του βόειου κρέατος έχουμε λίγες βιομηχανικές μονάδες, οι οποίες λειτουργούν και ως σύγχρονες καθετοποιημένες βοοτροφικές μονάδες (ΚΕΝΑΚΑΠ ΑΕ, 2011).

Ακόμη, η επεξεργασία και η τυποποίηση του κρέατος αποτελεί βασικό αντικείμενο πολλών εταιριών, που επιθυμούν να διευρύνουν την παρουσία τους στην αγορά. Ως αποτέλεσμα έχουμε οι μονάδες αυτές να αναζητούν την προμηθευτή βόειου κρέατος είτε από την εγχώρια αγορά είτε από το εξωτερικό και αναλαμβάνουν τον τεμαχισμό, την αποστέωση, την τυποποίηση και τη συσκευασία, σε μορφές που προορίζονται είτε για επαγγελματική χρήση είτε για λιανική πώληση ή ακόμη την παραγωγή κρεατοσκευασμάτων. Από το έτος 2000 έως και το 2009, η εγχώρια ανθρώπινη κατανάλωση αυξήθηκε, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 0,67%, αν και παρουσίασε διακυμάνσεις. Ωστόσο, την προηγούμενη δεκαετία, η εξέλιξη ήταν φθίνουσα, όπως προαναφέρθηκε (Λαμπρούση, 2011).

Σε γενικές γραμμές, το μερίδιο της εγχώριας παραγωγής στην κατανάλωση μειώνεται διαχρονικά, ενώ η εισαγωγική διείσδυση αυξάνεται - κυμάνθηκε μεταξύ 43%-48,5% - την τελευταία πενταετία. Η άνοδος αυτή στις εισαγωγές αποδίδεται στις εγγενείς αδυναμίες της πρωτογενούς εγχώριας παραγωγής και τη μειωμένη ανταγωνιστικότητα των εγχώριων προϊόντων. Αντιθέτως, οι εξαγωγικές επιδόσεις της εγχώριας παραγωγής παραμένουν εξαιρετικά χαμηλές. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες, το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αγοράς απέσπασε το χοιρινό κρέας - ποσοστό 32,8%, ενώ ακολουθεί το κρέας πουλερικών, με ποσοστό 26,8%, και το βόειο κρέας έρχεται μέχρι και σήμερα σε χαμηλότερο ποσοστό, 18,3%.

Όσο αφορά τον τομέα της εκτροφής και της παραγωγής του βόειου κρέατος παρατηρούνται προβλήματα, ως προς την παραγωγική διαδικασία, αλλά και τον ανταγωνισμό από τα αντίστοιχα εισαγόμενα προϊόντα. Από τα βασικότερα χαρακτηριστικά του κλάδου είναι ο κατακερματισμός της πρωτογενούς αγροτικής παραγωγής εν γένει και η ύπαρξη μεγάλου αριθμού κτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων, συνήθως μικρής παραγωγικής δυναμικότητας και χαμηλού ή μέτριου επιπέδου οργάνωσης (Γεν. Γραμματεία Νέας Γενιάς, 2011).

Η ελλιπής αυτή οργάνωση των περισσότερων εκτροφικών μονάδων δημιουργεί το ένα επιπλέον πρόβλημα που αφορά τη χαμηλή απόδοση του ζωικού κεφαλαίου σε βόειο κρέας. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με την καλή οργάνωση των εκτροφικών μονάδων και το χαμηλότερο κόστος παραγωγής σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιουργεί έντονο ανταγωνισμό μεταξύ των εγχωρίων παραγομένων και εισαγομένων προϊόντων, ο οποίος είναι εμφανής κυρίως στο επίπεδο των τιμών. Η εισαγωγική διείσδυση είναι μεγάλη στις κατηγορίες βοείου κρέατος (Σμυρνωτοπούλου, 2011), ενώ στους υπόλοιπους τομείς οι συνθήκες διαφέρουν και οι εισαγωγές παραμένουν σε περιορισμένα επίπεδα, λόγω του υψηλότερου επιπέδου οργάνωσης και του μεγάλου μεγέθους που επικρατεί στις κορυφαίες μονάδες.

Σημαντικό ρόλο παίζει η προστασία των καταναλωτών και η ικανοποίηση των προτιμήσεών τους και σαφώς η προάσπιση των μεσομακροπρόθεσμων συμφερόντων του κλάδου παραγωγής του βόειου κρέατος επιβάλλει την ανάπτυξη συνδυασμένων πρωτοβουλιών από τους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα παραγωγής κρέατος η οποία αναπόφευκτα περνά μέσα από την υιοθέτηση υφισταμένων και υπό διαμόρφωση «εργαλείων ποιότητας» που διασφαλίζουν και αναδεικνύουν την προέλευση, την υγιεινή, την ασφάλεια και εν τέλει την ποιότητα του κρέατος (Διαμαντίδης Ν. κ.α , 2006). Προκειμένου, όχι μόνο να διασφαλιστεί αλλά και να τονωθεί η εμπιστοσύνη του Έλληνα καταναλωτή και η προτίμηση που δείχνει στο ελληνικό κρέας απαιτείται η υιοθέτηση, εκ μέρους όλων των εμπλεκόμενων στο κύκλωμα παραγωγής και εμπορίας κρέατος, των πλέον κατάλληλων εργαλείων ποιότητας. Σκοπός είναι να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες που θα επιτρέψουν σε όλους τους εμπλεκόμενους να διεκδικήσουν την προστιθέμενη αξία του προϊόντος που παράγουν.

1.2. Σκοπός και στόχοι της μελέτης.

Η παρούσα μελέτη έχει ως κύριο σκοπό την διερεύνηση ορισμένων παραγόντων που σχετίζονται με τα κυριότερα ποιοτικά χαρακτηριστικά του βόειου κρέατος καθώς και την εξέταση της ασφάλειας η οποία θεωρείται εξίσου σημαντική παράμετρος και ο επιχειρηματίας δίνει μεγάλη βαρύτητα σε αυτήν.

Συγκεκριμένα οι στόχοι της εργασίας είναι:

- να αποσαφηνιστούν όροι σχετικοί με τους βασικούς όρους της μελέτης

- να επισημανθούν οι νομοθετικές απαιτήσεις των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων
 - να οριστεί η ζήτηση του βόειου κρέατος βασισμένη σε επίσημα στοιχεία από έρευνες καθώς και οι εισαγωγές και εξαγωγές για την Ελλάδα
 - να ερευνηθεί η οργάνωση και τεχνογνωσία των ελληνικών κρεοπωλείων
 - να ερευνηθεί ο τομέας της ελληνικής βοοτροφείας και η παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα
 - να αποτυπωθεί η κατάσταση της ελληνικής αγοράς βοοειού κρέατος
 - να καταγραφούν οι επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών
- Προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι αυτοί, αναζητήθηκαν έρευνες που έχουν αποφέρει επίσημα αποτελέσματα και τα στοιχεία που χρησιμοποιήθηκαν είναι ασφαλή.

1.3. Δομή της εργασίας

Η διάρθρωση της συγκεκριμένης μελέτης έχει ως εξής :

Αρχικά στο 2^ο κεφάλαιο αναφέρονται σημαντικοί ορισμοί από την βιβλιογραφία, που στόχο έχουν την απόλυτη κατανόηση του αντικείμενου που μελετάμε. Ακολουθούν επεξηγήσεις ως προς τα εργαλεία ποιότητας και τις διαδικασίες που εφαρμόζονται ως προς τη σωστή παραγωγή και διανομή του βόειου κρέατος. Στη συνέχεια περιγράφεται πώς εκτελείται στην πράξη η βοοτροφία στην Ελλάδα και αναλύεται με γραφήματα από έρευνες που προηγήθηκαν. Έπειτα γίνεται εκτενής αναφορά στα προβλήματα της βοοτροφείας στην Ελλάδα και τις επιρροές που έχει η Ευρωπαϊκή Ένωση. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη λειτουργία των δικτύων διανομής όπως αυτά λειτουργούν και διακινούν τα προϊόντα.

Στο κεφάλαιο 3 αναλύουμε τον τρόπο που θα εξετάσουμε τον έλεγχο ποιότητας, διανομής, αποθήκευσης και πώλησης του βόειου κρέατος από τις επιχειρήσεις εμπορίας κρεάτων. Περιγράφουμε τη μεθοδολογία της έρευνάς από θεωρητικής πλευράς και τον τρόπο συλλογής και ανάλυσης των δεδομένων. Γίνεται σαφώς επεξήγηση της ποιοτικής έρευνας που θα εφαρμόσουμε, μελετάμε το πρόβλημα και επιλέγουμε την καλύτερη μέθοδο.

Εν συνεχεία στο κεφάλαιο 4 έχουμε τα αποτελέσματα της έρευνας μας όπου αναλύουμε τις απαντήσεις που μας δόθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου από τις βιομηχανίες κρεάτων. Γίνεται ανάλυση των στοιχείων που συγκεντρώσαμε και αφορούν τα κρεοπωλεία από την πλευρά των προμηθευτών. Σκοπός μας είναι να βρούμε κατά πόσο γίνονται σωστά οι έλεγχοι ως προς την ποιότητα αλλά και την τιμή του κρέατος και επιπλέον ποιες είναι οι σχέσεις εμπιστοσύνης των κρεοπωλών με τους προμηθευτές αλλά και τι γνώμη έχουν οι καταναλωτές- πελάτες για το κρέας που αγοράζουν και την αξιοπιστία που αναζητούν.

Τέλος, στο κεφάλαιο 5 παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των δεδομένων και προτάσεις προς τους ιδιοκτήτες κρεοπωλείων και τους δημόσιους φορείς.

2.1.Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η κατάσταση που επικρατεί στην Ελλάδα και στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς επίσης γίνεται αναφορά στην βιβλιογραφία που στηρίχθηκε η παρούσα μελέτη για το μοσχαρίσιο κρέας. Συγκεκριμένα αναλύονται τα εξής :

Ø Αρχικά στην ενότητα 2.2 παρατίθενται ορισμοί για τα δίκτυα διανομής και την βοοτροφία. Επίσης ακολουθεί διάγραμμα του δικτύου διανομής του μοσχαρίσιου κρέατος και επισημαίνονται οι νομοθετικές απαιτήσεις των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα ιδιωτικά πρότυπα που εφαρμόζονται.

Ø Στη συνέχεια στην ενότητα 2.3 παρουσιάζεται η κλαδική ανάλυση που απαρτίζεται από την προσφορά, τη ζήτηση και τις εισαγωγές- εξαγωγές δίνοντας έμφαση σε πρότερες έρευνες που έχουν διεξαχθεί στο συγκεκριμένο θέμα.

Ø Έπειτα στην ενότητα 2.4 αναλύονται τα εργαλεία ποιότητας και οι διαδικασίες που εφαρμόζονται για τη σωστή και ασφαλή παραγωγή και διανομή του βόειου κρέατος εξετάζοντας τις οργανωτικές και τεχνικές απαιτήσεις της εμπορίας των προϊόντων.

Ø Ακολούθως, στην ενότητα 2.5 παρουσιάζεται η εικόνα της ελληνικής εμπορίας βόειου κρέατος παραθέτοντας αποτελέσματα από προηγούμενες έρευνες ετήσιες ή δεκαετείς, με σκοπό να εξεταστεί το αντικείμενο σε διαφορετικές συνθήκες. Επίσης παρουσιάζεται το πλήθος των βοοτροφικών εκμεταλλεύσεων στην Ελλάδα με αποτελέσματα παλαιότερων ερευνών.

2.2. Τα δίκτυα διανομής, η βοοτροφία και η ασφάλεια του κρέατος – Ορισμοί

Στην εγχώρια και μη αγορά συναντάμε τον όρο «δίκτυα διανομής» και μιλάμε για ασφάλεια κρέατος. Στη συνέχεια της μελέτης θεωρείται απαραίτητο να αποσαφηνιστούν οι παραπάνω έννοιες.

2.2.1. Δίκτυα διανομής

Για τη διακίνηση των προϊόντων τους στην αγορά, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα λεγόμενα δίκτυα διανομής. Τα δίκτυα διανομής αποτελούν όλα τα μέσα που χρησιμοποιούνται για να φτάσει ένα προϊόν στον τελικό προορισμό του. Είναι, ειδικότερα, ένα σύνολο επιχειρήσεων, μέσων, ατόμων και υπηρεσιών που μεσολαβούν ως την παραλαβή του προϊόντος από τον τελικό πελάτη του παραγωγού.

Από τη σκοπιά της επιχείρησης που διαθέτει τα προϊόντα, η διανομή επικεντρώνεται σε δύο είδη επιμέρους δραστηριοτήτων: στη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας και στη φυσική ροή των προϊόντων (φυσική διανομή). Η μεταβίβαση της ιδιοκτησίας γίνεται ή διευκολύνεται από τα κανάλια διανομής. Όσοι συμμετέχουν σε αυτή τη μεταβίβαση της ιδιοκτησίας μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή λέγονται μεσάζοντες (ή ενδιάμεσοι). Η φυσική διανομή ασχολείται κυρίως με τη «φυσική» διακίνηση των προϊόντων και περιλαμβάνει τη μεταφορά, την αποθήκευση των προϊόντων και τον έλεγχο των αποθεμάτων (Κονταράτος, 1998).

2.2.2. Βοοτροφία

Βοοτροφία ορίζεται ο κλάδος της Κτηνοτροφίας ο οποίος έχει ως αντικείμενο την εκτροφή των βοοειδών, βουβαλιών και βισόνων, για την παραγωγή κυρίως γάλακτος, κρέατος και δέρματος. Η έντονη ελλειμματικότητα που παρουσιάζει η χώρα μας σε προϊόντα του κλάδου της βοοτροφίας και τα τεράστια ποσά που ξοδεύουμε για την εισαγωγή τους, της προσδίδουν ιδιαίτερη σημασία για την εθνική μας οικονομία (η ελλειμματικότητα διαφαίνεται από την παραγωγή βοοειδών ανα χώρα σύμφωνα με τα στοιχεία του FAO 2004).

2.2.3 Κρεοπαραγωγός Βοοτροφία

Ο τομέας του κρέατος αποτελεί παγκοσμίως έναν από τους σημαντικότερους τομείς της γεωργικής παραγωγής. Η παγκόσμια παραγωγή του βόειου-μοσχαρίσιου κρέατος ανέρχεται σε 59 εκατομμύρια τόνους (FAO 2004). Από τις κυριότερες εξαγωγικές χώρες, την πρώτη θέση σε παραγωγή βόειου-μοσχαρίσιου κρέατος καταλαμβάνουν οι ΗΠΑ με ποσοστό ανώτερο του 19% της παγκόσμιας παραγωγής. Ακολουθούν η Βραζιλία (13,1), η Κίνα (11,0%), η Αργεντινή (4,6%), η Αυστραλία (3,4%), η Ρωσία (3,2%), το Μεξικό (2,6%), ο Καναδάς (2,5%), και τέλος η Νέα Ζηλανδία (1,2%).

Η Ε.Ε αποτελεί σημαντικό παραγωγό βόειου-μοσχαρίσιου κρέατος σε παγκόσμια κλίμακα, αντιπροσωπεύοντας περίπου το 14% της παγκόσμιας παραγωγής, με παραγωγή η οποία αγγίζει τα 7,8 εκατομμύρια τόνους βάρους ισοδύναμου σφαγίου (Eurostat 2011).

Το βόειο κρέας κατέχει την δεύτερη θέση ανάμεσα στα διάφορα είδη κρέατος που παράγονται στην Ε.Ε (στοιχεία μέχρι το 2011) και αποτελεί το δεύτερο παραγωγό τομέα, αντιπροσωπεύοντας το 10% της συνολικής αξίας της γεωργικής παραγωγής της Ε.Ε-25.

Το ζωικό κεφάλαιο των βοοειδών της Ε.Ε-25 κατανέμεται κυρίως, στη Γαλλία η οποία εκτρέφει το 22% των βοοειδών της Ε.Ε-25, ακολουθούμενη από τη Γερμανία με 15%, το Ηνωμένο Βασίλειο με 12%, ενώ το υπόλοιπο 51% κατανέμεται σε όλες τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ-25.

2.2.4. Ασφάλεια των τροφίμων

Το θέμα ασφάλειας των τροφίμων αποτελεί έναν από τους κύριους άξονες της πολιτικής της Ε.Ε. προκειμένου να διασφαλίζεται η προστασία της δημόσιας υγείας. Σημαντική νομική πράξη οριζόντιου χαρακτήρα που αγκαλιάζει όλες τις επιχειρήσεις που εμπλέκονται με τα τρόφιμα, αποτελεί η οδηγία 93/43/ΕΟΚ (Καλογρίδου, Βασιλειάδου, 1999) του συμβουλίου για την υγιεινή των τροφίμων που στόχο έχει τη διαμόρφωση του γενικού πλαισίου αυτοελέγχου των επιχειρήσεων και υιοθετήθηκε από το Ελληνικό κράτος με την ΚΥΑ 487/2000 «ΥΓΙΕΙΝΗ ΤΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ» σε συμμόρφωση προς την οδηγία 93/43/ΕΟΚ του συμβουλίου (ΦΕΚ 1219/4/10/2000)¹.

Επιπλέον ο κανονισμός (ΕΚ) αριθμός 178/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του συμβουλίου την 28 Ιανουαρίου 2002 για τον καθορισμό των γενικών αρχών και απαιτήσεων των νομοθεσιών για τα τρόφιμα για την ίδρυση των Ευρωπαϊκών αρχών για την ασφάλεια των τροφίμων και τον καθορισμό διαδικασιών σε θέματα ασφάλειας των τροφίμων, θέτει κρίσιμες απαιτήσεις τις οποίες καλούνται να ικανοποιήσουν όλες οι επιχειρήσεις τροφίμων (HACCP) τα οποία βασίζονται μέχρι σήμερα σε εθνικά πρότυπα. Επειδή όμως τα εθνικά

¹ Καλογρίδου – Βασιλειάδου Δ., (1999), Κανόνες ορθής υγιεινής πρακτικής για τις επιχειρήσεις τροφίμων, Αθήνα, University Press.

πρότυπα δημιουργούν τεχνικά εμπόδια στην κυκλοφορία των προϊόντων και δεδομένης της ανάπτυξης στην πιστοποίηση των συστημάτων HACCP και ο ISO (Διεθνής οργανισμός πιστοποίησης) ανέλαβε την πρωτοβουλία για την εκπόνηση του προτύπου ISO 22000 (συστήματα διαχείρισης της ασφάλειας τροφίμων – απαιτήσεις για τους οργανισμούς της αλυσίδας τροφίμων).

Παρ' όλη την αυστηρότητα των νομοθετικών και άλλων απαιτήσεων, τις τελευταίες δεκαετίες, οι πιθανότητες για επιμόλυνση των κρεάτων έχουν αυξηθεί. Πέρα από τους παραδοσιακούς παράγοντες- ανθρώπινη αμέλεια ή άγνοια των κανόνων υγιεινής, έχουν εμφανισθεί και νέοι (emergent hazards). Η επιμόλυνση μπορεί να προκύψει από κάποιες νέες μεθόδους τεχνικής διαχείρισης κρεάτων ή ως αποτέλεσμα νέων τρόπων διανομής ή αλλαγής στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Για το λόγο αυτό λοιπόν επιβάλλονται συνεχώς και νέες απαιτήσεις στις επιχειρήσεις του κλάδου. Πλέον των νομοθετικών απαιτήσεων και των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων, οι επιχειρήσεις ιδιαίτερα όσες εξάγουν το βόειο κρέας, είναι υποχρεωμένες να καλύψουν και όσες προκύπτουν από άλλα ιδιωτικά πρότυπα (private standards) όπως :

- **GLOBAL G.A.P:** Βασίζεται στην προσπάθεια για την συγκρότηση προδιαγραφών στον πρωτογενή τομέα στις αρχές HACCP. Το πρότυπο αυτό περιλαμβάνει τις απαιτήσεις για ασφαλές βόειο κρέας που παράγεται παράλληλα με σεβασμό στα ζητήματα ευημερίας, υγείας, ασφάλειας των εργαζομένων, ευημερίας των ζώων και προστασίας του περιβάλλοντος .
- **BRC (British Retail Consortium)** Είναι η κύρια εμπορική ένωση που εκπροσωπεί όλο το φάσμα των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης, που πωλούν μια γκάμα προϊόντων, ουσιαστικά είναι η επίσημη φωνή της λιανικής πώλησης. Είναι αναγνωρισμένο για την ισχυρή επιρροή του στην κυβέρνηση και την εκστρατεία για την προώθηση και προάσπιση των συμφερόντων των λιανοπωλητών. Παρέχει στους λιανοπωλητές πληροφορίες για τις απειλές και τις ευκαιρίες της επιχείρησής τους. Προσφέρει επίσης στα μέλη μια σειρά από υπηρεσίες και προϊόντα που προσθέτουν αξία στις επιχειρήσεις τους.
- **IFS Food (International Food Standard)** Στον κλάδο του εμπορίου και της βιομηχανίας οι έλεγχοι στις επιχειρήσεις των προμηθευτών αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της συνεργασίας των εταιριών.Οι όλο και αυξανόμενες απαιτήσεις των καταναλωτών, ο αυξανόμενος κίνδυνος αξιώσεων αποζημίωσης και η παγκοσμιοποίηση της κίνησης των εμπορευμάτων έκαναν αναγκαία την ανάπτυξη ενιαίων προτύπων διασφάλισης ποιότητας βάσει αυτών των αναπτύξεων οι επιχειρήσεις μέλη του HDE, Κύρια Ένωση του Γερμανικού Λιανικού εμπορίου και του FCD (federation des entreprises du Commerce et de la Distribution καθώς και ιταλικών Ενώσεων του λιανικού εμπορίου CONAND, COOP και Federdistribuzione κατάρτισαν ένα πρότυπο ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων για τις δικές τους μάρκες, το καλούμενο international food standard. Το πρότυπο αυτό συμβάλει στον ενιαίο έλεγχο της ασφάλειας των τροφίμων και του επιπέδου ποιότητας των προμηθευτών. Εφαρμόζεται σε όλα τα στάδια της επεξεργασίας των τροφίμων μετά την παραγωγή.
- **AGRO 2.1 ΚΑΙ 2.2** Είναι ένα σύστημα ολοκληρωμένης διαχείρισης. Το πρότυπο επιθεώρησης των συστημάτων ολοκληρωμένης διαχείρισης της σειράς Agro αποτελεί εφαρμογή του προτύπου ISO 14001 (διεθνές πρότυπο για τη διαχείριση περιβάλλοντος). Το ISO 14001 είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για τη περιβαλλοντική διαχείριση από τις επιχειρήσεις. Παρέχει οδηγίες και απαιτούμενα σημεία ελέγχων που πρέπει να εφαρμόζονται στις δραστηριότητες εκείνες που έχουν επίδραση στο περιβάλλον. Είναι διεθνώς αναγνωρισμένο πρότυπο για τη διασφάλιση

ποιότητας και ποιοτική διαχείριση επιχειρήσεων. Αποτελεί επιχειρησιακό μοντέλο που εφαρμοζόμενο διασφαλίζει την προσδοκώμενη ποιότητα στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που προσφέρει μια επιχείρηση. Παρέχει μέθοδο και συστηματικό έλεγχο των επιχειρησιακών ενεργειών ώστε να εξασφαλίζεται η ικανοποίηση αναγκών και απαιτήσεων του πελάτη. Έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να εφαρμόζεται για την παραγωγή οποιουδήποτε προϊόντος ή την παροχή οποιασδήποτε υπηρεσίας και σε οποιαδήποτε χώρα.

Η βασική απαίτηση όλων των παραπάνω είναι η εξασφάλιση υψηλού επιπέδου προστασίας της υγείας του ανθρώπου και των συμφερόντων των καταναλωτών σε σχέση με τα είδη διατροφής.

2.3. Προσφορά-Ζήτηση, Εισαγωγές-Εξαγωγές βόειου κρέατος

Η προσφορά και η ζήτηση οποιουδήποτε προϊόντος απασχολεί τους εμπόρους και ερευνώνται ιδιαίτερα αυτοί οι τομείς. Παρακάτω εξετάζονται σε συνάρτηση με τις εισαγωγές και εξαγωγές του βόειου κρέατος για τα ελληνικά δεδομένα.

2.3.1. Προσφορά – Ζήτηση

Προσφορά και Ζήτηση είναι οι πιο γνωστοί οικονομικοί όροι. Η λειτουργία των αγορών προσδιορίζεται από δύο βασικές δυνάμεις, την ζήτηση και την προσφορά². Οι όροι αυτοί αναφέρονται στην συμπεριφορά των ατόμων καθώς αλληλεπιδρούν μεταξύ τους στις αγορές (Wessels, W. J. 2004).

Στην οικονομική επιστήμη τόσο η προσφορά όσο και η ζήτηση αποτελούν μεταβλητές σχέσεις μεταξύ δύο μεγεθών, δηλαδή των ποσοτήτων αγαθών και των τιμών. Έτσι η μεν προσφορά αφορά σχέση μεταξύ ποσότητας προς διάθεση (πώληση) και της τιμής (αξίας) που σκοπεύεται να πωληθεί, η δε ζήτηση αφορά σχέση ποσότητας που σκοπεύεται να αγορασθεί σε μία επιδιωκόμενη τιμή (Βαβούρα Ι. Σ., 2006)³.

Σύμφωνα, λοιπόν με το νόμο της ζήτησης, η τιμή του κρέατος επηρεάζει αντιστρόφως ανάλογα την αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή. Η ζήτηση του κρέατος επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του εισοδήματος των καταναλωτών. Η ποσότητα του κρέατος επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του εισοδήματος των καταναλωτών. Η ποσότητα κρέατος αι προϊόντων του που καταναλώνει κάθε κάτοικος το χρόνο αποτελεί σημαντικό στοιχείο του βαθμού οικονομικής ανάπτυξης των κρατών (Κατσάς, 1976)⁴.

Σε χαμηλά επίπεδα εισοδήματος γίνεται κυρίως κατανάλωση των βασικών τροφίμων (δημητριακά, όσπρια), αντίθετα όσο το εισόδημα αυξάνεται, το μεγαλύτερο μέρος της καταναλωτικής δαπάνης κατευθύνεται προς προϊόντα ζωικής προέλευσης (Μέργος, 1998)⁵.

Συγκεκριμένα, το κρέας αποτελεί ένα εκ των κυριοτέρων ειδών διατροφής στην Ελλάδα και ως εκ τούτου δεν παρουσιάζει μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης. Παρόλα αυτά, κατά καιρούς παρατηρούνται διαφοροποιήσεις στη διάρθρωση της ζήτησης μεταξύ των επιμέρους κατηγοριών κρέατος, που οφείλονται στις τιμές του κρέατος, καθώς και σε αστάθμητους παράγοντες.

² Wessels, Walter J. (2004), Οικονομική Μακροοικονομική, εκδόσεις: ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ

³ Βαβούρα, Ι. Σ., Μανωλά, Γ. Α., (2006), "Εισαγωγή στις Μακροοικονομικές Έννοιες", Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

⁴ Κατσάς, Γ. (1976), Το κρέας: Τα προϊόντα και τα παραπροϊόντα του- Τεχνολογία- Βιομηχανοποίηση – Εμπορία, Αθήνα

⁵ Μέργος, Γ. (1998), Εξωτερικό Εμπόριο Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων – Ανάλυση και προτάσεις πολιτικής, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.

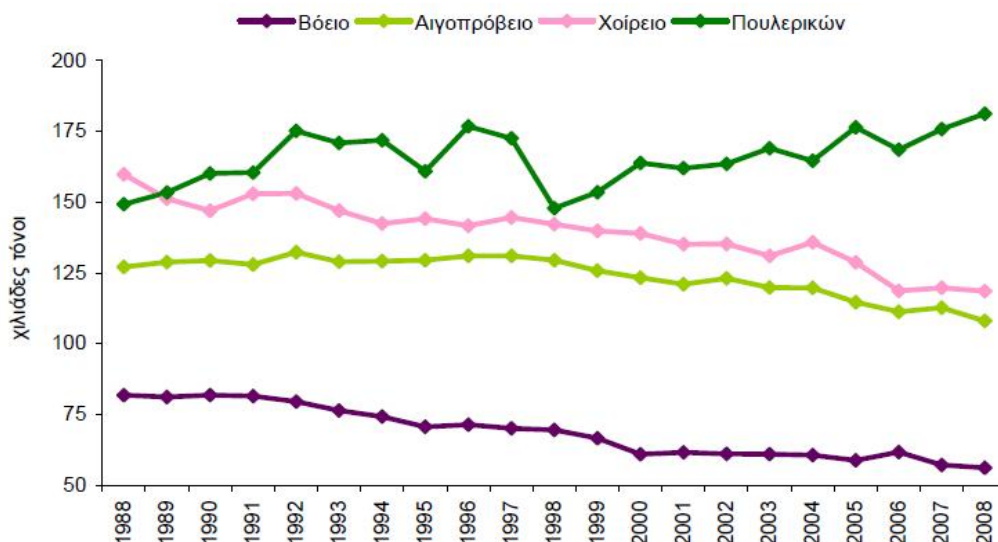
Στον παρακάτω πίνακα φαίνεται η παραγωγή και η κατανάλωση κρέατος στη χώρα μας τη χρονιά 2006 από συγκεντρωτικά στοιχεία της ICAP (2007):

Πίνακας 2.3.1 : Παραγωγή και κατανάλωση κρέατος στην Ελλάδα 2006

Αναφορικά με τη ζήτηση των επιμέρους κατηγοριών κρέατος για την περίοδο 1988-2008,

ΕΙΔΟΣ ΚΡΕΑΤΟΣ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ (ΤΟΝΟΙ)	ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ (ΤΟΝΟΙ)	ΑΥΤΑΡΚΕΙΑ (%)
Βόειο	58.850	189.170	32,3
Χοιρινό	128.730	300.370	45,1
Αιγοπρόβειο	114.612	139.450	88,5
Πουλερικά	176.434	211.150	77,5
Λοιπά	4.429	11.030	40,3
Σύνολο	482.063	851.170	58,4

σύμφωνα με δημοσιευμένα στοιχεία από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (ΥΠΑΑΤ) το βόειο κρέας παρουσιάζει φθίνουσα πορεία, όπως και το αιγοπρόβειο και το χοιρινό. Αντίθετα, το κρέας των πουλερικών παρουσιάζει άνοδο.



Πηγή: Επεξεργασμένα Στοιχεία ΥΠΑΑΤ, Στατιστικές Χρονολογικές Σειρές, Ζωική Παραγωγή, Κρέας

Γράφημα 1: Εξέλιξη εγχώριας παραγωγής ανά κατηγορία κρέατος (1988-2008)

Η τιμή σε απόλυτο μέγεθος εκτιμάται ότι δεν επηρεάζει σημαντικά τη συνολική ζήτηση του κρέατος (ανελαστική ζήτηση). Παρόλα αυτά, εξαιτίας την υποκατάστασης που παρατηρείται μεταξύ των κατηγοριών κρέατος, η τιμή των κρεάτων είναι δυνατόν να στρέψει τη ζήτηση από μία κατηγορία σε άλλη. Πρέπει να σημειωθεί ότι η τιμή του κρέατος διαφέρει σημαντικά ανά περιόδους, εξαιτίας της μεταβολής των τιμών των ζωοτροφών και της εποχικότητας. Για το λόγο αυτό, η μετατόπιση της ζήτησης από μία κατηγορία σε άλλη είναι κυρίως προσωρινή.

Η διάρθρωση της κατανάλωσης επηρεάζεται επίσης από τη σχετική τιμή των εισαγομένων και εγχωρίων παραγομένων προϊόντων. Όπως θα αναλυθεί και παρακάτω, η εισαγωγική διείσδυση στον κλάδο είναι σημαντική και αφορά κυρίως σε βόειο και χοιρινό κρέας. Τα εισαγόμενα κρέατα προέρχονται ως επί το πλείστον από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι οποίες διαθέτουν μεγάλες παραγωγικές μονάδες με χαμηλό κόστος παραγωγής.

Ως εκ τούτου, σύμφωνα με δηλώσεις παραγόντων του κλάδου, η τιμή των εισαγομένων κρεάτων είναι σε αρκετές περιπτώσεις χαμηλότερη από αυτή των εγχωρίως παραγομένων, με αποτέλεσμα να διευρύνεται η εισαγωγική διείσδυση (ICAP,2007)⁶.

Ένας παράγοντας που έχει αποδειχτεί σημαντικός για την διάρθρωση της ζήτησης είναι και τα απρόβλεπτα γεγονότα που παρουσιάζονται στον κλάδο της κτηνοτροφίας. Οι ασθένειες που κατά καιρούς έχουν προσβάλει τα βοοειδή και τα πουλικά είχαν ως αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης για τις εν λόγω κατηγορίες. Παρόλα αυτά, τέτοιου είδους γεγονότα μπορούν να επιδράσουν μόνο πρόσκαιρα στη διαμόρφωση της ζήτησης, η οποία σταδιακά επανέρχεται στα αρχικά επίπεδα.

Οι διατροφικές συνήθειες του καταναλωτή κατατάσσουν το κρέας στα βασικά είδη διατροφής. Η στροφή των καταναλωτών σε υγιεινότερους τρόπους διατροφής έχει οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης λευκού κρέατος (κυρίως πουλερικών).

Οι καταναλωτικές προτιμήσεις επηρεάζονται από χαρακτηριστικά, όπως η εμφάνιση των προϊόντων. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα η τυποποίηση του κρέατος σε μικρές μερίδες να καθίσταται περισσότερο διαδεδομένη. Επίσης, αύξηση παρουσιάζει η ζήτηση παρασκευασμάτων κρέατος, τα οποία προσφέρουν ευκολία και μείωση του χρόνου προετοιμασίας των γευμάτων (ICAP,2007).

2.3.2. Δίκτυα διανομής βόειου κρέατος στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα γενικότερα επικρατούν 5 μοντέλα εμπορίας & διανομής βοείου κρέατος (σύμφωνα με την διαγνωστική έκθεση για το βόειο κρέας της ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε.):

- α. Εισαγωγή νωπού κρέατος από το εξωτερικό – προώθηση σε δίκτυα διανομής λιανοπωλητών (κρεοπωλεία)
- β. Εισαγωγή ζώντων ζώων – άμεση σφαγή - προώθηση σε δίκτυα διανομής λιανοπωλητών (κρεοπωλεία)
- γ. Εισαγωγή ζώντων ζώων – πάχυνση – σφαγή – προώθηση σε δίκτυα διανομής λιανοπωλητών (κρεοπωλεία)
- δ. Συλλογή ντόπιων ζώων - σφαγή – προώθηση σε δίκτυα διανομής λιανοπωλητών (κρεοπωλεία)
- ε. Άμεση προώθηση από τούς εκτροφείς/παραγωγούς της δικιάς τους παραγωγής σε δίκτυα διανομής λιανοπωλητών (κρεοπωλεία)

Το μοσχαρίσιο κρέας και τα προϊόντα του, παράγονται με σκοπό να διατεθούν στην αγορά. Η παραγωγή είναι υποχρεωμένη να προσαρμόζεται κάθε χρονική στιγμή στις απαιτήσεις της αγοράς, όπου αγορά ορίζεται ο χώρος που γίνονται οι ανταλλαγές των προϊόντων.

Τα βασικά στοιχεία της αγοράς είναι τα εξής :

α. **Προσφορά :** Είναι οι ποσότητες που επιθυμούν να πουλήσουν οι παραγωγοί του αγαθού σε διάφορες τιμές . Οι προσφερόμενες ποσότητες ενός αγαθού μεταβάλλονται όταν μεταβάλλεται η τιμή του . Όταν η τιμή του αγαθού είναι χαμηλή , τότε η προσφορά του αγαθού είναι μικρή . Αντίθετα όταν η τιμή του αγαθού είναι υψηλή , τότε η προσφορά του αγαθού αυξάνει

⁶ ICAP (2007), Η αγορά κρέατος, ICAP.

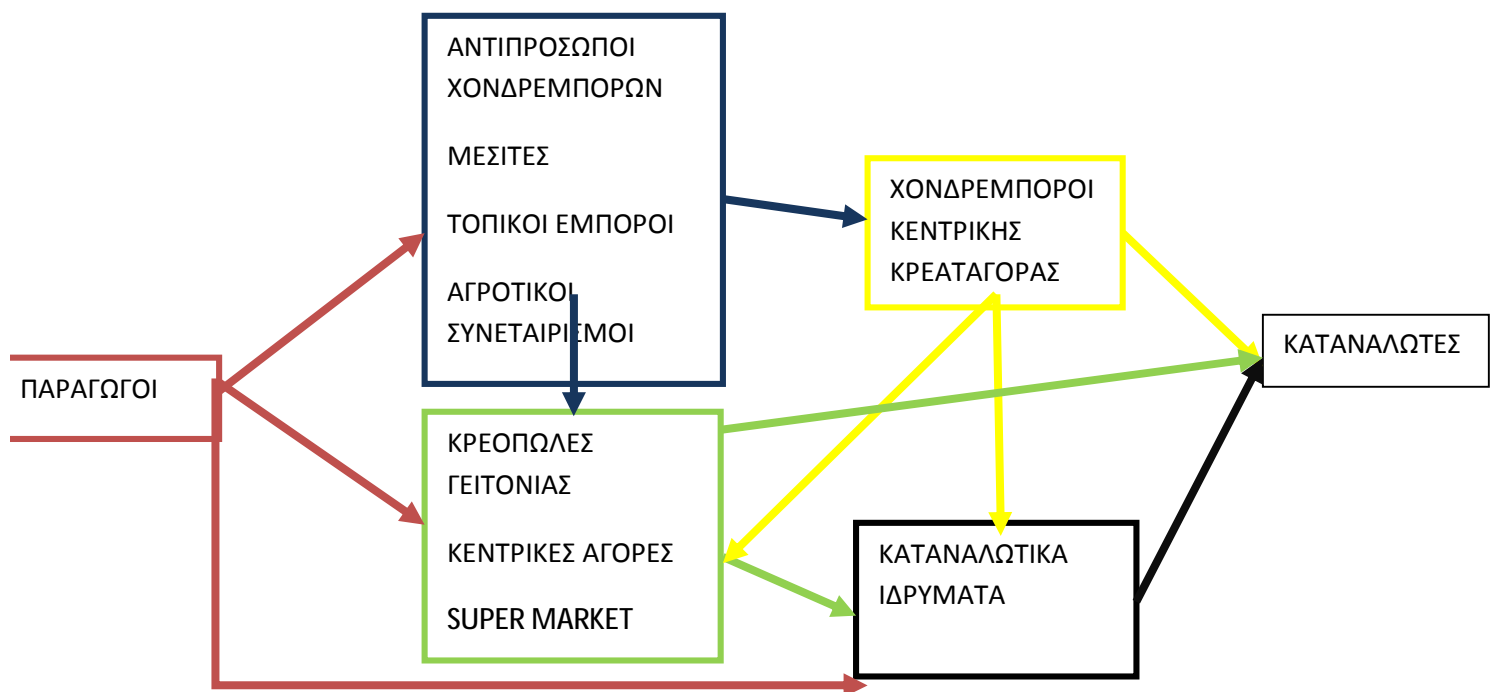
β. **Ζήτηση** : Ως ζήτηση κάποιου αγαθού ορίζεται η ποσότητα που επιθυμούν να αγοράσουν οι καταναλωτές από το αγαθό αυτό σε διάφορες τιμές

γ. **Τιμές** : Η αξία του προϊόντος εκφρασμένη σε χρήμα

δ. **Πληθυσμός** : Είναι το σύνολο των ατόμων που εξυπηρετούνται από τη δεδομένη αγορά.

ε. **Εισόδημα** : Είναι οι χρηματικές απολαβές των ατόμων.

Διάγραμμα 2.3.2 Δομή καναλιών εμπορίας κρέατος



Ο ρόλος των δικτύων διανομής είναι πολύ σημαντικός και αξίζει να αναφερθεί ότι υπάρχει διαφορά μεταξύ της διάθεσης των ζωντανών ζώων και της διάθεσης του κρέατος. Οι παραγωγοί προτιμούν τη διάθεση των ζωντανών ζώων και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το κρέας προϋποθέτει επιπλέον υλικό, χρηματικό και χρονικό κόστος για τον παραγωγό. Ο παραγωγός λοιπόν συμμετέχει στη διάθεση του κρέατος αλλά μέχρι ενός σημείου, διότι δεν μπορεί να εξασφαλίσει αποτελεσματικά τα συμφέροντά του.

Εκτός των ανωτέρω αναφερομένων δικτύων διανομής βοείου κρέατος, ένα δίκτυο διανομής με συνεχώς αυξανόμενες ποσότητες διακίνησης & πώλησης κρέατος αποτελούν πλέον τα πολυκαταστήματα (supermarkets) τα οποία κάνουν ως επί το πλείστον εισαγωγές κρέατος για λογαριασμό τους. Παρακάτω εμφανίζεται το μέγεθος των εισαγωγών βοείου κρέατος μέσα από επίσημα στοιχεία.

Ο ρόλος του λιανεμπορίου θεωρείται εξαιρετικά σημαντικός και αυτό έχει ως αποτέλεσμα να εξαρτάται πλέον ο τομέας συνολικά από τη δράση του. Επίσης οι αλλαγές των καταναλωτικών προτύπων που μεταφράζονται σε διαφοροποιημένη κατανάλωση γίνονται αντιληπτές σε όλα τα στάδια παραγωγής, αλλά το πρώτο σημείο του κυκλώματος που αντιλαμβάνεται τις μεταβολές αυτές, είναι ο τομέας της διανομής. (Ιωαννίδης (2000): Βιοτεχνία και Αγροδιατροφικό σύστημα, Αθήνα, Σελ.36)

2.3.3. Εισαγωγές

Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, διακρίνουμε μείωση της αξίας του εισαγόμενου νωπού βοοειδούς κρέατος κατά 6,68 % και μείωση της αξίας του εισαγόμενου κατεψυγμένου βοοειδούς κρέατος κατά 13,79 % . Το 2009 εισήχθησαν 118.702,110 τόνοι βόειου εισαγόμενου νωπού κρέατος και 20.689,503 τόνοι κατεψυγμένου εισαγόμενου βοοειδούς κρέατος. Το έτος 2010 παρατηρείται αύξηση κατά 1,39 % στο νωπό κρέας και μείωση στη μεταβολή του κατεψυγμένου κατά 7,04 %.. Σημαντικότερος προμηθευτής της χώρας μας είναι η Γαλλία, που ακολουθεί μετά από την Ολλανδία και τη Γερμανία. Οι ποσότητες των βοείων κρεάτων που εισάγονται από Τρίτες χώρες και κυρίως από την Μποτσουάνα και τη Ζιμπάμπουε, είναι κατά πολύ χαμηλότερες και αφορούν κατά κύριο λόγο κατεψυγμένα κρέατα βοοειδών.

Πίνακας 2.4: εισαγωγές κρέατος και προϊόντων του (ποσότητα 2009-2010 σε κιλά)

	Αξία 2009 (€)	Αξία 2010 (€)	Μεταβολή %
Κρέας βοοειδών νωπό	405.796.692	378.705.938	-6,68
Κρέας βοοειδών κατεψυγμένο	74.965.694	64.020.702	-13,79
Κρέας χοιροειδών νωπό ή κατεψυγμένο	389.682.384	352.652.455	-4,60
Κρέας αιγοπρόβειο νωπό ή κατεψυγμένο	40.335.474	33.423.104	-17,14
Παραπροϊόντα σφαγίων εκτός πουλερικών	21.528.022	19.712.835	-8,42
Κρέας και παραπροϊόντα πουλερικών	123.705.977	123.398.001	-0,25
Αλλαντικά	32.882.080	33.293.822	1,25
Κονσέρβες	59.384.729	59.532.044	0,25
Σύνολο	1.128269.062	1.065.344.961	-5,58

Πίνακας 2.5: εισαγωγές κρέατος και προϊόντων του (ποσότη. 2009-2010 σε κιλά)

	Ποσότητα 2009 (κιλά)	Ποσότητα 2010 (κιλά)	Μεταβολή %

Κρέας βοοειδών νωπό	118.702.110	120.352.450	1,39
Κρέας βοοειδών κατεψυγμένο	20.689.503	19.232.997	-7,04
Κρέας χοιροειδών νωπό ή κατεψυγμένο	194.573.038	182.040.928	-6,44
Κρέας αιγοπρόβειο νωπό ή κατεψυγμένο	11.354.022	8.780.748	-22,58
Παραπροϊόντα σφαγίων εκτός πουλερικών	13.224.305	11.111.771	-15,97
Κρέας και παραπροϊόντα πουλερικών	66.337.938	54.258.177	-18,21
Αλλαντικά	9.859.295	9.790.948	-1,30
Κονσέρβες	18.848.747	18.045.668	-8,15
Σύνολο	454.386.956	423.564.887	-6,78

2.3.4. Εξαγωγές

Στους παρακάτω δύο πίνακες παρουσιάζονται οι εξαγωγές κρέατος για την περίοδο 2009-2010 σε αξία (€) και σε κιλά. Σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, διακρίνουμε αύξηση της αξίας του νωπού βοοειδούς κρέατος κατά 23,47 % και μείωση της αξίας του κατεψυγμένου βοοειδούς κρέατος κατά 13,02 % . Το 2009 εξήχθησαν 1.199,764 τόνοι βόειο νωπού κρέατος και 877,236 τόνοι κατεψυγμένου βοοειδούς κρέατος. Το έτος 2010 παρατηρείται αύξηση κατά 32,58 % στο νωπό κρέας και μείωση στη μεταβολή του κατεψυγμένου κατά 25,53 % . Οι τρίτες χώρες αποτέλεσαν τον κυριότερο προορισμό των ελληνικών βόειων κρεάτων καθ' όλο το εξεταζόμενο διάστημα (2009-2010). Οι αντίστοιχες ποσότητες που εξήχθησαν στις χώρες της Ε.Ε. ήταν αρκετά υψηλές.

Πίνακας 2.6: εξαγωγές κρέατος και προϊόντων του (αξία 2009-2010 σε €)

	Αξία 2009 (€)	Αξία 2010 (€)	Μεταβολή %
Κρέας βοοειδών νωπό	4.394.754	5.426.105	23,47
Κρέας βοοειδών κατεψυγμένο	1.483.340	1.290.143	-13,02
Κρέας χοιροειδών νωπό ή κατεψυγμένο	6.561.897	7.936.499	20,95
Κρέας αιγοπρόβειο νωπό ή κατεψυγμένο	9.143.905	10.582.128	15,73
Παραπροϊόντα σφαγίων εκτός πουλερικών	5.918.343	4.104.140	-30,63
Κρέας και παραπροϊόντα πουλερικών	10.710.769	10.003.639	-6,60
Αλλαντικά	3.280.906	3.772.938	15,70
Κονσέρβες	20.090.896	12.191.274	-39,32
Σύνολο	61.562.810	55.308.884	-10,16

Πίνακας 2.7 : εξαγωγές κρέατος και προϊόντων του (ποσότητα 2009-2010 σε κιλά)

	Ποσότητα 2009 (κιλά)	Ποσότητα 2010 (κιλά)	Μεταβολή %
Κρέας βοοειδών νωπό	1.199.764	1.590.418	32,58

Κρέας βοοειδών κατεψυγμένο	877.236	653.303	-25,53
Κρέας χοιροειδών νωπό ή κατεψυγμένο	4.408.296	4.706.693	6,72
Κρέας αιγοπρόβειο νωπό ή κατεψυγμένο	1.522.798	1.931.821	26,86
Παραπροϊόντα σφαγίων εκτός πουλερικών	9.681.660	7.740.060	-20,05
Κρέας και παραπροϊόντα πουλερικών	13.207.126	15.092.306	14,27
Αλλαντικά	1.041.513	1.180.408	11,42
Κονσέρβες	7.631.890	6.827.236	-10,54
Σύνολο	39.571.283	39.701.242	0,33

2.4. Εργαλεία ποιότητας

Οι καταναλωτές θα πρέπει να είναι σε θέση να γνωρίζουν ακριβώς τι είδους κρέας αγοράζουν. Αυτό επιτυγχάνεται με τη σωστή ενημέρωση όλων των καταναλωτών για τη συνεχή βελτίωση της ποιότητας του κρέατος και των σφαγίων και την εξασφάλιση των σωστών προτύπων υγιεινής.

Στις μέρες μας, οι καταναλωτές ερευνούν την αγορά κρέατος και επιθυμούν όλο και περισσότερο να μαθαίνουν την προέλευση του προϊόντος. Αυτή η ανάγκη του καταναλωτή για έρευνα προσθέτει αξία στο κρέας και δίνει τη δυνατότητα στον παραγωγό να διαθέσει καλύτερη τιμή από την αγορά. Μέσω της αλυσίδας διατροφής ανιχνεύεται η ταυτότητα των ζώων και γίνεται έλεγχος των νόσων του μοσχαρίσιου κρέατος. Αυτό αποτελεί βασικό στοιχείο της στρατηγικής της Ε.Ε.

Εξαιτίας όλων των παραπάνω, η Ε.Ε δημιούργησε μια σειρά από μέτρα που αφορούν τη βελτίωση της επισήμανσης του βόειου κρέατος, την ιχνηλασιμότητα και την εγγύηση της ποιότητας. Ανάλογα με τον τύπο του κρέατος έγιναν οι κατάλληλες ενέργειες με διαφορετικούς ρυθμούς, κυρίως για το βόειο κρέας όπου η νομοθεσία της Ε.Ε. είναι περισσότερο εκτεταμένη.⁷ Η Ε.Ε δίνει τη δυνατότητα στους παραγωγούς να προσθέσουν αξία στα προϊόντα τους με βάση το κρέας, μέσω της διαθεσιμότητας των σημάτων ποιότητας στο πλαίσιο του συστήματος για τη σωστή προστασία και ανάπτυξη των τροφίμων (Υπ.Α.Α.Τ., 2007).

Οι στόχοι του συστήματος είναι οι εξής :

- να δοθούν κίνητρα για τη διαφοροποίηση της γεωργικής παραγωγής,
- να καταργηθεί η κατάχρηση και η αντιγραφή του βόειου κρέατος και των προϊόντων του
- να ενημερωθούν οι καταναλωτές με την παροχή πληροφοριών όσον αφορά τον ειδικό χαρακτήρα του βόειου κρέατος και των προϊόντων του.

⁷Υπουργείο αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων (2007), Ανάπτυξη του τομέα βοοτροφίας κρεοπαραγωγικής & γαλακτοπαραγωγικής κατεύθυνσης (με βάση προτάσεις & συμπεράσματα των περιφερειακών μελετών της νέας ΚΑΠ), Σεπτέμβριος 2007

Η ανάπτυξη των εργαλείων ποιότητας είναι μια διαδικασία επίπονη και δαπανηρή και στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό σε κρατικές πρωτοβουλίες ή σε πρωτοβουλίες της Ε.Ε. Αν δεν τίθενται περιορισμοί στην ανάληψη τέτοιων πρωτοβουλιών από παραγωγικούς φορείς και οργανώσεις είναι προτιμότερο αυτοί να διερευνήσουν τους πλέον κατάλληλους τρόπους και μηχανισμούς για την πλήρη αξιοποίηση των εργαλείων ποιότητας τα οποία είναι διαθέσιμα σήμερα στην Ελλάδα. Υπάρχει ένα σύνολο απαιτήσεων και κριτηρίων που πρέπει να ικανοποιούνται είτε από το ίδιο το προϊόν είτε από τη διαδικασία παραγωγής του. Οι απαιτήσεις αυτές διαφοροποιούνται μεταξύ των επιμέρους κλάδων και διακρίνονται σε :

- Οργανωτικές απαιτήσεις, οι οποίες εφόσον ικανοποιούνται διασφαλίζουν την καλύτερη οργάνωση της μονάδας και συνακόλουθα δημιουργούν το κατάλληλο περιβάλλον για τη συνεχή βελτίωση αυτής, και
- Τεχνικές απαιτήσεις οι οποίες καλύπτουν όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας από την παραγωγή ζωοτροφών μέχρι την τυποποίηση του κρέατος.

2.4.1. Οργανωτικές απαιτήσεις

Σημαντικός παράγοντας στην πώληση κάποιου αγαθού είναι η ποιότητα που συνδέεται άμεσα με την οργανωτική διαχείριση του προϊόντος.

Ποιότητα, στο χώρο του marketing θεωρούνται τα παρακάτω:

- Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας που ικανοποιούν πλήρως ή και ξεπερνούν τις προσδοκίες του πελάτη.
- Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος ή της υπηρεσίας που ικανοποιούν δεδομένες προδιαγραφές.
- Το σύνολο των ιδιοτήτων και στοιχείων του μάρκετινγκ, της κατασκευής, της παραγωγής και της συντήρησης, μέσω των οποίων ένα προϊόν ή υπηρεσία συμμορφώνεται με τις απαιτήσεις του πελάτη.
- Ο βαθμός στον οποίο ένα συγκεκριμένο προϊόν συμμορφώνεται με τις προδιαγραφές της σχεδίασής του.
- Η εκπλήρωση συγκεκριμένων απαιτήσεων των πελατών με τον ορθολογικότερο τρόπο (μέσα σε ανεκτά όρια κόστους) (Τσιάτρας, 2002)⁸.

Οι επιχειρήσεις στρέφονται στην καλύτερη καταγραφή και κατανόηση των απαιτήσεων και αναγκών των πελατών τους και στρέφονται ολοκληρωτικά στην ποιότητα (η κακή ποιότητα δεν συγχωρείται). Όπου δεν υπάρχει ποιότητα δεν υπάρχουν πωλήσεις. Ο δρόμος της ποιότητας απαιτεί: να κατανοήσει τι είναι πραγματικά η ποιότητα για τον ίδιο και την επιχείρησή του (που για πολλά προϊόντα σήμερα σημαίνει ότι θα πρέπει να εστιάσει στον πελάτη). Για το λόγο αυτό γίνεται εστίαση στην ικανοποίηση των απαιτήσεων που έχει ο πελάτης από το προϊόν αφού εν τέλει, οι ικανοποιημένοι πελάτες οδηγούν σε καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα, καλύτερη εικόνα και λαμπρότερο μέλλον.

Δυστυχώς στην Ελλάδα η νομοθεσία παραγωγής και διάθεσης βόειου κρέατος δεν θέτει οργανωτικές απαιτήσεις.

2.4.2. Τεχνικές απαιτήσεις

Για τον καθορισμό ενός συστήματος ελαχίστων προδιαγραφών για την παραγωγή βόειου κρέατος και την σωστή διαχείριση ως προς την ποιότητα, καλύπτει η Υ.Α. 273829/27.08.2004, η οποία δεν θέτει οργανωτικές απαιτήσεις, αλλά μόνο τεχνικές, οι οποίες καλύπτουν τα εξής:

⁸ Τσιάτρας Γ. (2002), Βελτίωση ποιότητας, Αθήνα, εκδόσεις Μπένου Σωτ. Ευγενία

- Την προέλευση του κρέατος, με απαιτήσεις που αφορούν στις φυλές των ζώων, τον ελάχιστο χρόνο παραμονής τους στη μονάδα κλπ.
- Τη διατροφή των ζώων με απαιτήσεις που αφορούν στο ποσοστό χορήγησης πρωτεϊνών, ουσιών ζωικής προέλευσης και προϊόντων γαλακτοκομίας ανάλογα με την ηλικία του ζώου.
- Την υγειονομική παρακολούθησή με απαιτήσεις που αφορούν στον υγειονομικό καθεστώς των μονάδων προέλευσης των ζώων, στον τρόπο της κτηνιατρικής παρακολούθησης κλπ.
- Τον έλεγχο των καταλοίπων με απαιτήσεις που αφορούν στον τρόπο, τη συχνότητα και τον αριθμό των δειγματοληψιών για κατάλοιπα βάσει Οδηγιών της Ε.Ε.
- Τις συνθήκες διαβίωσης, με απαιτήσεις για τον χώρο και τις συνθήκες σταυλισμού
- Την μεταφορά, με απαιτήσεις που αφορούν στη μείωση του στρες των ζώων, στην καταλληλότητα των φορητών και στην κατάσταση των προς μεταφορά ζώων
- Την σφαγή, με απαιτήσεις που αφορούν στην κατάσταση των εισερχομένων στο σφαγείο, ζώων, στην κατάσταση των σφαγείων, στον τρόπο σφαγής, στην κατάσταση των σφαγείων και στον χαρακτηρισμό τους κατά SEUROP, στο pH και στο βάρος των σφαζόμενων βοοειδών κάτω από 6 μηνών.
- Τη διάθεση στο εμπόριο, με απαιτήσεις που αφορούν στον ελάχιστο χρόνο παραμονής του σφαγείου στο σφαγείο, και στην τήρηση της ιχνηλασιμότητας μέχρι την διάθεσή του.

2.4.3. Προβλήματα και δυσκολίες

Τα κυριότερα προβλήματα και δυσκολίες που απαντώνται στην προσπάθεια υιοθέτησης των προαναφερομένων εργαλείων ποιότητας σχετίζονται με τις :

- Οργανωτικές αδυναμίες των μονάδων όπως είναι :
 1. Το μικρό μέγεθος των εκμεταλλεύσεων, γεγονός που περιορίζει πολλές φορές ειδικά στην εφαρμογή ενός συστήματος διαχείρισης ποιότητας.
 2. Τον ελλιπή καθορισμό αρμοδιοτήτων εντός των κτηνοτροφικών μονάδων
 3. Την πλήρη έλλειψη καταγεγραμμένων στοιχείων, για τη συγκριτική τους αξιολόγηση και τη βελτίωση εφαρμοζομένων πρακτικών
 4. Την περιορισμένη πρόσβαση των κτηνοτρόφων στην πληροφορία.
- Τεχνικές αδυναμίες όπως είναι :
 1. Η έλλειψη κατάλληλων πιστοποιημένων ζωοτροφών για τη διατροφή των ζώων.
 2. Οι ακατάλληλες συνθήκες υγιεινής
 3. Η εξασφάλιση απαιτούμενων εκτάσεων βοσκοτόπων (όπου απαιτούνται)
 4. Οι ανεπαρκείς εγκαταστάσεις και εξοπλισμοί
 5. Η ελλιπής υποστήριξη από εξειδικευμένο προσωπικό (κτηνίατροι, ζωοτέχνες κλπ.)
 6. Η ελλιπής ενημέρωση/ εκπαίδευση από κρατικούς φορείς
 7. Η περιορισμένη σύνδεση μεταξύ των επιμέρους κρίκων της αλυσίδας παραγωγής (κυρίως αδυναμία μεταφοράς πληροφοριών που αφορούν στην ιχνηλασιμότητα)
 8. Η ιχνηλάτιση του προϊόντος μέχρι τον τελικό καταναλωτή.

2.5. Η βοοτροφία στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα εκτρέφονται περίπου 731.999 (με βάση το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης Αθήνα 2011) βοοειδή, και παράγονται περίπου 66.000 τόνοι βόειου-μοσχαρίσιου κρέατος.

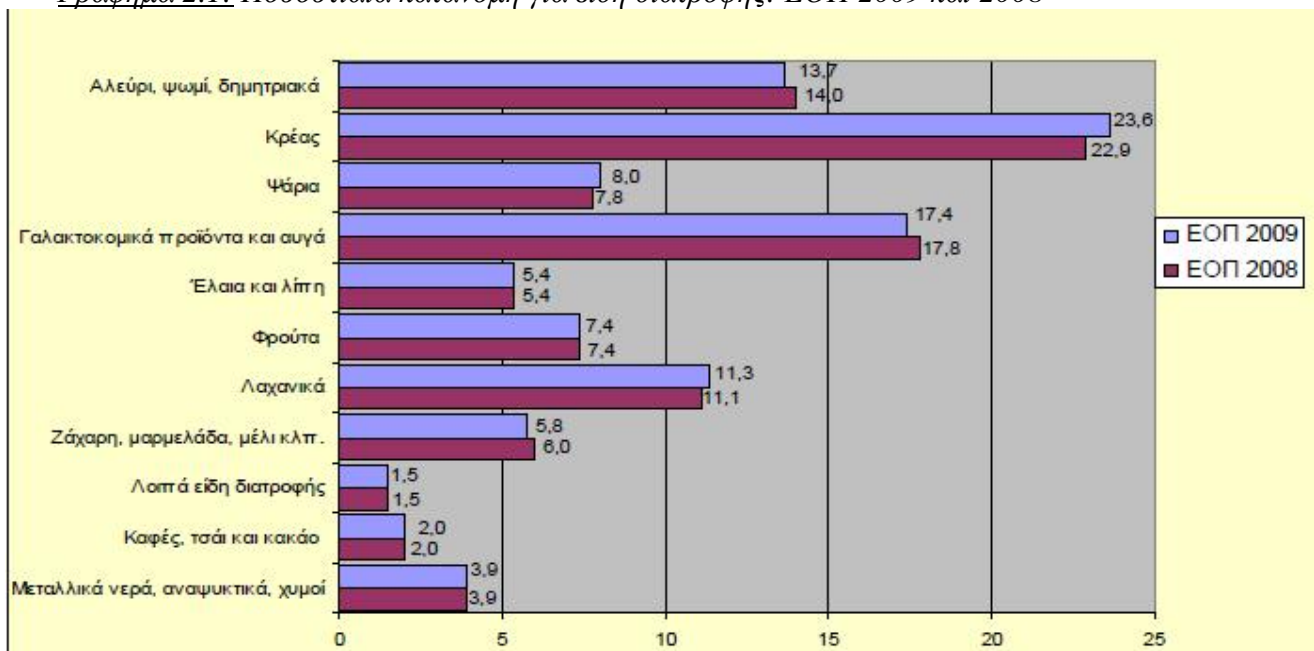
Κι αυτό γιατί στη χώρα μας το βόειο κρέας έρχεται δεύτερο σε ζήτηση μετά το χοιρινό και διεκδικεί ποσοστό κατανάλωσης 23% σε σχέση με το σύνολο του καταναλισκόμενου κρέατος. Τις τελευταίες δύο δεκαετίες το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής αγοράς απέσπασε το χοιρινό κρέας (ποσοστό 32,8% το 2008). Στη συνέχεια ακολουθεί το κρέας πουλερικών (με ποσοστό 26,8% το 2008) και το βόειο κρέας (18,3%) (στοιχεία της κλαδικής μελέτης της ICAP: 08/03/2010).

Η κρεατοπαραγωγός βοοτροφία στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό μονάδων, σχετικά μικρής δυναμικότητας, διεσπαρμένων σε όλη τη χώρα. Το ποσοστό συμμετοχής των συστηματικών μονάδων στο σύνολο της παραγωγής κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα.

Οι βοοτροφικές επιχειρήσεις κρεατοπαραγωγής ασχολούνται συνήθως με την πάχυνση (σε μικρό βαθμό με την αναπαραγωγή) ζώων που εισάγονται σε μικρή ηλικία και εν συνεχεία με την σφαγή αυτών. Επειδή η παραγωγή μοσχαριών δεν επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών της χώρας γίνονται αθρόες εισαγωγές μοσχαριών, είτε από ευρωπαϊκές, είτε από τρίτες χώρες.

Σε έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής⁹ που έγινε από τον ΕΟΠ σε νοικοκυριά προκειμένου να διερευνηθεί πού διατίθεται ο οικογενειακός προϋπολογισμός το 2009 υπήρξαν τα παρακάτω αποτελέσματα:

Γράφημα 2.1: Ποσοστιαία κατανομή για είδη διατροφής: ΕΟΠ 2009 και 2008



Σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα (2008) παρατηρείται μείωση στην ποσοστιαία κατανομή της δαπάνης για γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά (-0,4%), αλεύρι, ψωμί,

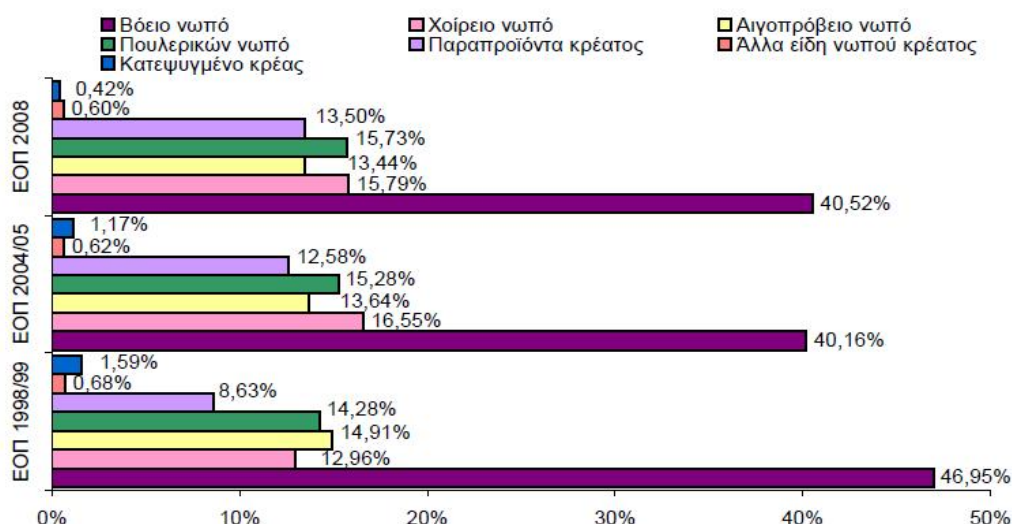
⁹ Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, (2005-2009) «Στατιστικά στοιχεία»

δημητριακά (-0,3%) και ζάχαρη, μαρμελάδα, μέλι, γλυκά και ζαχαρωτά (-0,2%), ενώ αύξηση για κρέας (0,7%), ψάρια (0,2%) και λαχανικά (0,2%) (ΕΛ.ΣΤΑΤ., 2009). Δυστυχώς, δεν έχουμε πιο πρόσφατα αποτελέσματα από τις έρευνες του 2010, 2011 που θα ήταν ενδιαφέρον να δούμε την αντίδραση των καταναλωτών στην οικονομική κρίση της χώρας μας.

Η δειγματοληπτική Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ), διενεργήθηκε σε δείγμα ιδιωτικών νοικοκυριών όλων των περιοχών της Χώρας¹⁰. Τα στοιχεία που προκύπτουν είναι πλήρως εναρμονισμένα με τα στοιχεία των ερευνών των Οικογενειακών Προϋπολογισμών των άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτών των ερευνών που έχει διεξάγει η Ελληνική Στατιστική Αρχή κατά συγκεκριμένες περιόδους που καλύπτουν 10 έτη, αποδεικνύεται ότι το κρέας αποτελεί την κυριότερη καταναλωτική δαπάνη των Ελλήνων στο σύνολο διατροφής.

Γράφημα 2.2: Ποσοστό μηνιαίας δαπάνης ανά νοικοκυριό για είδη κρέατος (ΕΟΠ 1998/99, ΕΟΠ 2004/05, ΕΟΠ 2008)



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία ΕΛ.ΣΤΑΤ., ΕΟΠ (αντίστοιχων ετών).

Πίνακας 2.8: Μέσος όρος μηνιαίας δαπάνης (αγορές) για είδη διατροφής ΕΟΠ 2009 και 2008

Είδη Διατροφής και μη	ΕΟΠ 2009	ΕΟΠ 2008	ΕΟΠ 2009/2008	Διαφορά ποσοστιαίας

¹⁰ Έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών

αλκοολούχα ποτά	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %	Αξία σε ευρώ	Κατανομή %		κατανομής %
Σύνολο	356,60	100,0	347,40	100,0	2,6	
Ψωμί και είδη αρτοποιίας	48,69	13,7	48,76	14,0	-0,1	-0,3
Κρέας	84,01	23,6	79,4	22,9	5,8	0,7
Ψάρια	28,53	8,0	27,27	7,8	4,6	0,2
Γαλακτοκομικά προϊόντα και αυγά	62,12	17,4	61,90	17,8	0,4	-0,4
Ελαία και λίπη	19,11	5,4	18,70	5,4	2,2	0,0
Φρούτα	26,47	7,4	25,77	7,4	2,7	0,0
Λαχανικά	40,41	11,3	38,63	11,1	4,6	0,2
Ζάχαρη, μαρμελάδα, μέλι, σιρόπια, σοκολάτα και ζαχαρωτά	20,72	5,8	20,93	6,0	-1,0	-0,2
Λοιπά είδη διατροφής	5,32	1,5	5,35	1,5	-0,6	0,0
Καφές, τσάι και κακάο	7,17	2,0	6,97	2,0	2,9	0,0
Μεταλλικά νερά, αναψυκτικά, χυμοί φρούτων και λαχανικών	14,04	3,9	13,72	3,9	2,3	0,0

Παρατηρώντας τον πίνακα διαπιστώνουμε πως το μεγαλύτερο μέρος της μηνιαίας δαπάνης για είδη διατροφής καταναλώνεται στην αγορά κρέατος και μάλιστα με σημαντική διαφορά από τα λοιπά είδη. Στην ουσία δεν υπάρχει αξιοσημείωτη διαφορά ανάμεσα στις χρονιές 2008 και 2009. Επιβεβαιώνεται λοιπόν η προτίμηση των Ελλήνων αγοραστών στην κατανάλωση κρέατος.

Στον επόμενο πίνακα που προέκυψε μετά από έρευνα του ΕΟΠ για τις χρονιές 2008 και 2009, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της μέσης μηνιαίας κατανάλωσης τροφίμων σε ποσότητα και είναι ενδιαφέρον να δούμε τις προτιμήσεις τους αγοραστικού κοινού.

Πίνακας 2.9: Μέση μηνιαία κατανάλωση σε ποσότητα: ΕΟΠ 2009 και 2008

ΕΙΔΟΣ	ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ	ΕΟΠ 2009	ΕΟΠ 2008	ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
Ρύζι	Γραμμάρια	1.250,59	1.161,62	88,97	7,7
Ψωμί και είδη αρτοποιίας	Γραμμάρια	11.019,97	11.421,90	-401,93	-3,5
Ζυμαρικά	Γραμμάρια	2.498,14	2.441,44	56,70	2,3
Κρέας	Γραμμάρια	12.006,94	11.578,18	428,76	3,7

Ψάρια	Γραμμάρια	3.550,60	3.326,87	223,73	6,7
Γάλα	Γραμμάρια	13.530,99	12.951,34	579,65	4,5
Αυγά	Γραμμάρια	15	13	2	15,4
Γιαούρτι	Γραμμάρια	1.831,54	1.630,53	201,01	12,3
Τυρί	Γραμμάρια	3.600	3.519,14	81,85	2,3
Φρούτα νωπά, συντηρημένα και ξηροί καρποί	Γραμμάρια	20.172,31	19.088,58	1.083,73	5,7
Λαχανικά νωπά, συντηρημένα και όσπρια	Γραμμάρια	30.203,96	28.779,21	1.424,75	5,0
Ελαιόλαδο	Χιλιοστόλιτρα	3.244,1	3.053,37	190,73	6,2
Τσιγάρα	Τεμάχια	372	403	-31	-7,7
Οινοπνευματώδη ποτά	Χιλιοστόλιτρα	3.911,56	3.931,48	-19,92	-0,5

Πράγματι, διαπιστώνουμε πως η κατανάλωση κρέατος και γαλακτοκομικών είναι σχεδόν σταθερή και αρκετά υψηλή.

Η μεταβολή του διατροφικού προτύπου φαίνεται ακόμα πιο καθαρά σε έρευνα που αναφέρεται στο 1974 και στο 2004-05¹¹.

Πίνακας 2.10: Κατανάλωση ορισμένων ειδών διατροφής. ΕΟΠ 1974 και 2004-05

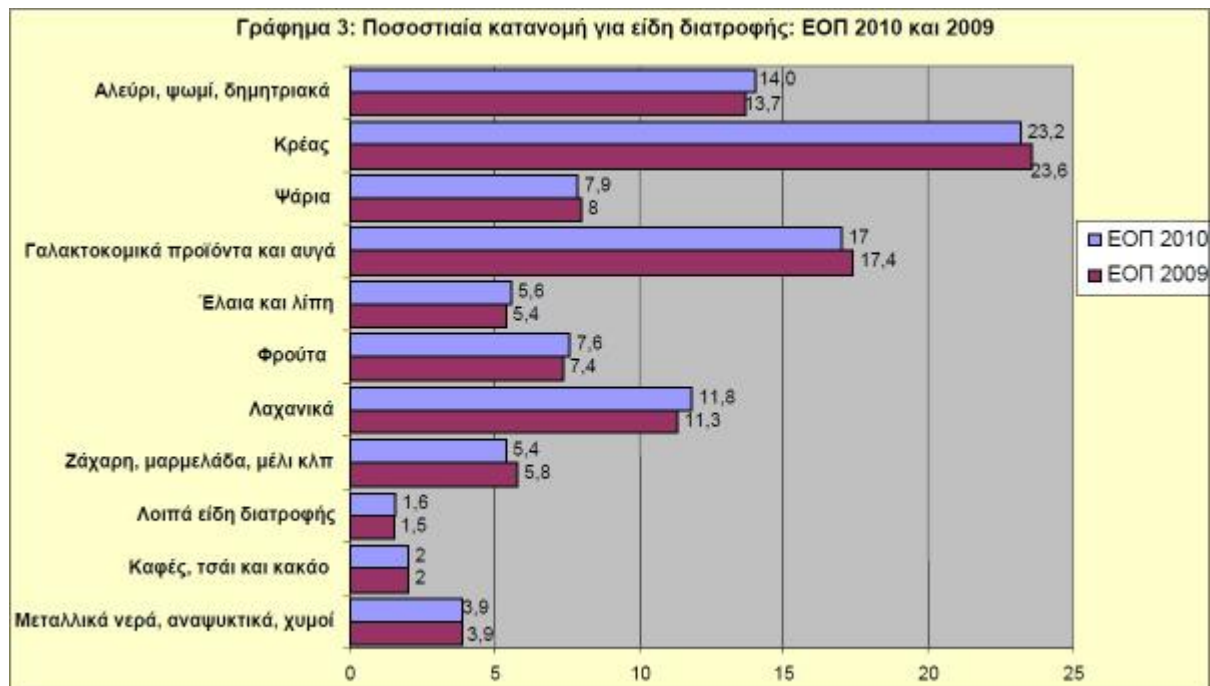
Είδη διατροφής	Μονάδα μέτρησης	ΕΟΠ		Ποσοστιαία μεταβολή 1974 /2004/05 %
		1974	2004/05	
Ρύζι	Χιλιόγραμμα	0,548	0,485	-11,5
Ζυμαρικά	>>	0,695	0,876	26,0
Ψωμί όλων των τύπων	>>	6,765	4,248	-37,2
Κρέας	>>	3,007	4,776	58,8
Ψάρια	>>	1,094	1,385	26,6
Ελαιόλαδο	Λίτρα	1,615	1,952	20,9
Νωπό γάλα	>>	3,206	4,491	40,1
Γιαούρτι	Χιλιόγραμμα	0,372	0,715	92,2
Τυρί	>>	0,985	1,420	44,2
Αυγά	Τεμάχια	15	7	-53,3
Φρούτα	Χιλιόγραμμα	9,148	8,053	-12,0
Πατάτες	>>	3,760	3,731	-0,8
Όσπρια	>>	0,520	0,433	-16,7
Ζάχαρη	>>	1,178	0,755	-35,9

¹¹ Υπουργείο αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων (2007), Ανάπτυξη του τομέα βοοτροφίας κρεοπαραγωγικής & γαλακτοπαραγωγικής κατεύθυνσης (με βάση προτάσεις & συμπεράσματα των περιφερειακών μελετών της νέας ΚΑΠ), Σεπτέμβριος 2007

Στον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε σαφή αύξηση της κατανάλωσης κρέατος και γαλακτοκομικών ενώ αντίθετα μείωση υπήρξε στην κατανάλωση αρτοποιημάτων αυγών και ζάχαρης. Προφανώς ο τρόπος διατροφής έχει αλλάξει σημαντικά αφού και η οικονομική κατάσταση των Ελλήνων άλλαξε από την περίοδο μετά τη δικτατορία.

Αντίστοιχες έρευνες διεξήχθησαν για τα έτη 2009 και 2010, κυρίως για την περίοδο μετά την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης της Ελλάδας για το πώς συμπεριφέρονται οι καταναλωτές σε σχέση με ένα ακριβό συγκριτικά είδος διατροφής. Τα αποτελέσματα της έρευνας του ΕΟΠ του έτους 2010 ανακοινώθηκαν το Σεπτέμβριο του 2012 από την ΕΛΣΤΑΤ και παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 2.11: Κατανομή δαπανών ορισμένων ειδών διατροφής, ΕΟΠ 2009 και 2010



Κύριο ενδιαφέρον για την χώρα μας παρουσιάζει η εκτροφή των κατοικίδιων βοών, για αυτό και οι όροι βοοειδή και βοοτροφία είναι σχεδόν ταυτόσημοι με τα ζώα αυτά. Σύμφωνα με την μελέτη “ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΒΟΟΤΡΟΦΙΑΣ ΚΡΕΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ & ΓΑΛΑΚΤΟΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗΣ” του υπουργείου αγροτικής ανάπτυξης και τροφίμων, η βοοτροφία αποτελεί σημαντικό κλάδο της γεωργίας και γενικότερα της εθνικής μας οικονομίας για τους εξής λόγους:

- Παράγει δύο από τα σημαντικότερα προϊόντα της διατροφής του ανθρώπου (γάλα και κρέας), τα οποία στις αναπτυγμένες χώρες αποτελούν τις βασικές πηγές πρωτεϊνών, λιπαρών ουσιών και άλλων στοιχείων, όπως σιδήρου και ασβεστίου.
- Εξασφαλίζει κύρια ή συμπληρωματική απασχόληση σε πάνω από 28.000 οικογένειες, οι οποίες προσφέρουν στην εθνική οικονομία προϊόντα αξίας 215 εκατομμυρίων ευρώ.
- Αξιοποιεί διαθέσιμους βοσκότοπους, κατώτερης ποιότητας ζωοτροφές (άχυρα, χόρτα κτλ.) και κάθε είδους γεωργικά και βιομηχανικά υποπροϊόντα τα οποία μετατρέπει σε προϊόντα

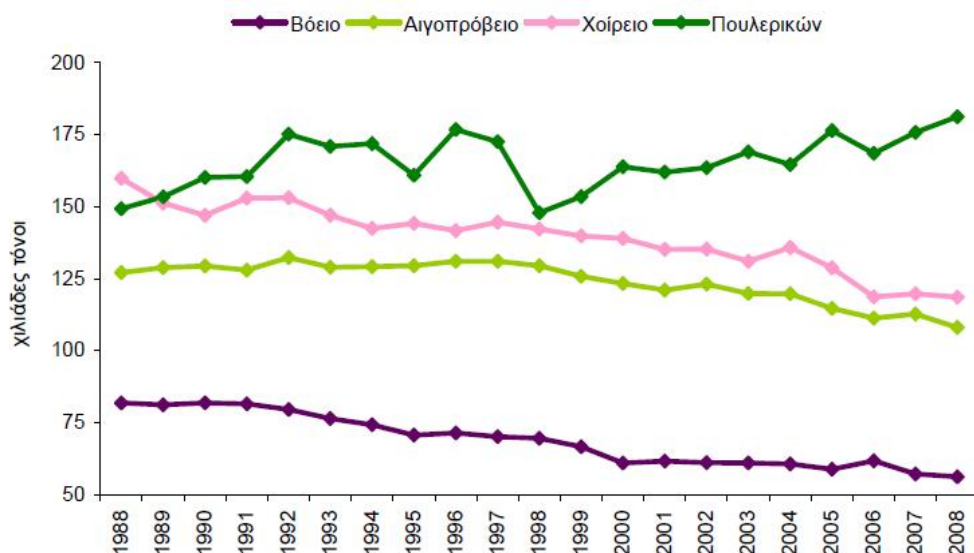
υψηλής βιολογικής και διατροφικής αξίας και τα οποία διαφορετικά θα ήταν ανεκμετάλλευτα.

- Παρέχει απασχόληση και εισόδημα στους τομείς της μεταποίησης, της εμπορίας και των μεταφορών.
- Αποτρέπει την εγκατάλειψη και ερήμωση των ορεινών και μειονεκτικών περιοχών της Ελλάδας και συμβάλει έτσι στην διατήρηση του κοινωνικού ιστού της χώρας.

Με βάση τα στοιχεία της Eurostat, η βοοτροφία συμμετέχει στην Ακαθάριστη Αξία Ζωικής Παραγωγής με ποσοστό 20,1 %, όπου στην Ελλάδα εκτρέφονται εγχώριες φυλές όπως η κοινή βραχυκερατική, της Τήνου, της Αικατερίνης όπως και επίσης γαλακτοπαραγωγικές φυλές (Ασπρόμαυρη), κρεοπαραγωγικές φυλές αλλά και μικτής απόδοσης.

Σε έρευνα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων σχετικά με την εξέλιξη της εγχώριας παραγωγής κρέατος ανά κατηγορία για την περίοδο 1988-2008. Τα αποτελέσματα φαίνονται στο παρακάτω γράφημα.

Γράφημα 2.3 : Εξέλιξη εγχώριας παραγωγής ανά κατηγορία κρέατος (1988-1998)



Πηγή: Επεξεργασμένα Στοιχεία ΥΠΑΑΤ, Στατιστικές Χρονολογικές Σειρές, Ζωική Παραγωγή, Κρέας.

Το βόειο κρέας παρατηρούμε ότι παρουσιάζει φθίνουσα πορεία κατά τη διάρκεια δέκα ετών. Το ίδιο συμβαίνει με το αιγοπρόβειο και το χοιρινό κρέας σε αντίθεση με το κρέας των πουλερικών.

Εξαιτίας του μικρού μεγέθους και του μεγάλου αριθμού των εκμεταλλεύσεων που χαρακτηρίζουν την ελληνική κτηνοτροφία, δημιουργούνται προβλήματα στο κόστος παραγωγής, με αποτέλεσμα την περιορισμένη εγχώρια παραγωγή και τη μειωμένη ανταγωνιστικότητα των προϊόντων τους. Εξαίρεση αποτελεί η πτηνοτροφία¹², που είναι ο δυναμικότερος τομέας κρέατος και παρουσιάζει εξελικτική πορεία με θετικές προοπτικές στις σύγχρονες απαιτήσεις της αγοράς (ICAP, 2007, Πτηνοτροφία, 2007).

¹² Πτηνοτροφία Ενημερωτικό φυλλάδιο ζωικής παραγωγής, Σεπτέμβριος 2007, Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τροφίμων.

2.5.1 Γενικές πληροφορίες για τα κρεοπωλεία

Στην Ελλάδα το βόειο κρέας έρχεται τρίτο σε ζήτηση μετά το χοιρινό και τα πουλερικά και διεκδικεί ποσοστό κατανάλωσης 18.3% σε σχέση με το σύνολο του καταναλισκόμενου κρέατος. Ελαφρά πτωτική ήταν - σύμφωνα με έρευνα της εταιρείας ICAP (2012) - η εγχώρια παραγωγή κρέατος την τελευταία 25ετία, σημειώνοντας μέσο ετήσιο ρυθμό - 0,43%. Γενικότερα, το μερίδιο της εγχώριας παραγωγής στην κατανάλωση βαίνει μειούμενο με την πάροδο των χρόνων (1986: 68,8%, 2010: 55,6%), ενώ ταυτόχρονα η εισαγωγική διείσδυση αυξάνεται (1986: 30,8%, 2010: 47,7%). Με βάση το προεδρικό διάταγμα θεσπίζονται διατάξεις σχετικές με την επαγγελματική εκπαίδευση του κρεοπώλη ώστε να πληρούνται τις προϋποθέσεις για να λειτουργήσει η επιχείρηση νόμιμα και με ασφάλεια στους καταναλωτές-πελάτες.

Με βάση το προεδρικό διάταγμα θεσπίζονται διατάξεις σχετικές με την επαγγελματική εκπαίδευση του κρεοπώλη ώστε να πληρούνται οι προϋποθέσεις για να λειτουργήσει η επιχείρηση νόμιμα και με ασφάλεια στους καταναλωτές-πελάτες. Παρακάτω δίνονται κάποιιοι όροι όπως ορίζονται από το προεδρικό διάταγμα **468/90** (ΦΕΚ 180/Α/20-12-90).

Α) Κρεοπώλης : Ο ιδιοκτήτης ή ο υπάλληλος κρεοπωλείου ή ο τεχνίτης εργαστηρίου επεξεργασίας και τυποποίησης του βόειου κρέατος, είναι κάτοχος διπλώματος Σχολής Επαγγελματικού Κρέατος, ο οποίος ασχολείται στο κρεοπωλείο ή στο εργαστήριο με τον τεμαχισμό, την αποστέωση, την περιποίηση, την παρουσίαση ή και τη διάθεση για εμπορία του κρέατος των σφάγιων ζώων (μικρά και μεγάλα βοοειδή).

Β) Παραδοσιακός Κρεοπώλης : Συναντήσαμε και τους παραδοσιακούς κρεοπώληδες οι οποίοι ασχολούνται με εμπειρικό τρόπο επί τέσσερα τουλάχιστον έτη και έχουν αποκτήσει πιστοποίηση με βάση το προεδρικό διάταγμα **468/90**.

Γ) Κρεοπωλείο: διακρίναμε ένα ανεξάρτητο κατάστημα ή αλλιώς έναν ειδικό χώρο πολυκαταστήματος που πληρούνται οι όροι του ανεξάρτητου καταστήματος, στο οποίο διατίθεται για εμπορία το βόειο κρέας (σφαγίο ζώων) και όπου διενεργείται ο τεμαχισμός, η αποστέωση, η περιποίηση, η παρουσίαση και η διάθεση του βόειου κρέατος. Οι εργασίες αυτές γίνονται στον ίδιο χώρο του κρεοπωλείου όπου γίνεται η διάθεση για εμπορία των κρεάτων ή και σε εντελώς ανεξάρτητο από το κρεοπωλείο εργαστήριο τεμαχισμού κρεάτων.

Δ) Εκδοροσφαγέας : Το άτομο που ασχολείται σε ένα σφαγείο με τις εργασίες αναισθητοποίησης σφαγής, εκδοράς, εκσπλαχνισμού και παρουσίασης των σφάγιων ή των ημιμοριών και τεταρτημοριών των αναφερομένων στην περίπτωση (Α) σφάγιων ζώων , ο οποίος είναι κάτοχος διπλωματικής Σχολής Επαγγελματών Κρέατος.

Ε) παραδοσιακός εκδοροσφαγέας : όπου είναι το άτομο που ασχολείται σε ένα σφαγείο με τις εργασίες αναισθητοποίησης σφαγής, εκδοράς, εκσπλαχνισμού και παρουσίασης των σφάγιων ή των ημιμοριών και τεταρτημοριών των αναφερόμενων στην (Α) περίπτωση σφάγιων ζώων με εμπειρικό τρόπο, δύο έτη τουλάχιστον πριν την έκδοση του παρόντος.

2.5.2. Αριθμός και μέγεθος βοοτροφικών εκμεταλλεύσεων.

Η βοοτροφία, όπως αναφέρθηκε, αποτελεί τον κλάδο της ζωικής παραγωγής που συνδέεται άμεσα με καλλιεργούμενο έδαφος και ως εκ τούτου υπόκειται στον ανταγωνισμό ως προς τη χρησιμοποίηση του εδάφους και της εργασίας περισσότερο από τους άλλους κλάδους της ζωικής παραγωγής.

Οι βοοτροφικές επιχειρήσεις με βάση την παραγωγική τους κατεύθυνση διακρίνονται σε:

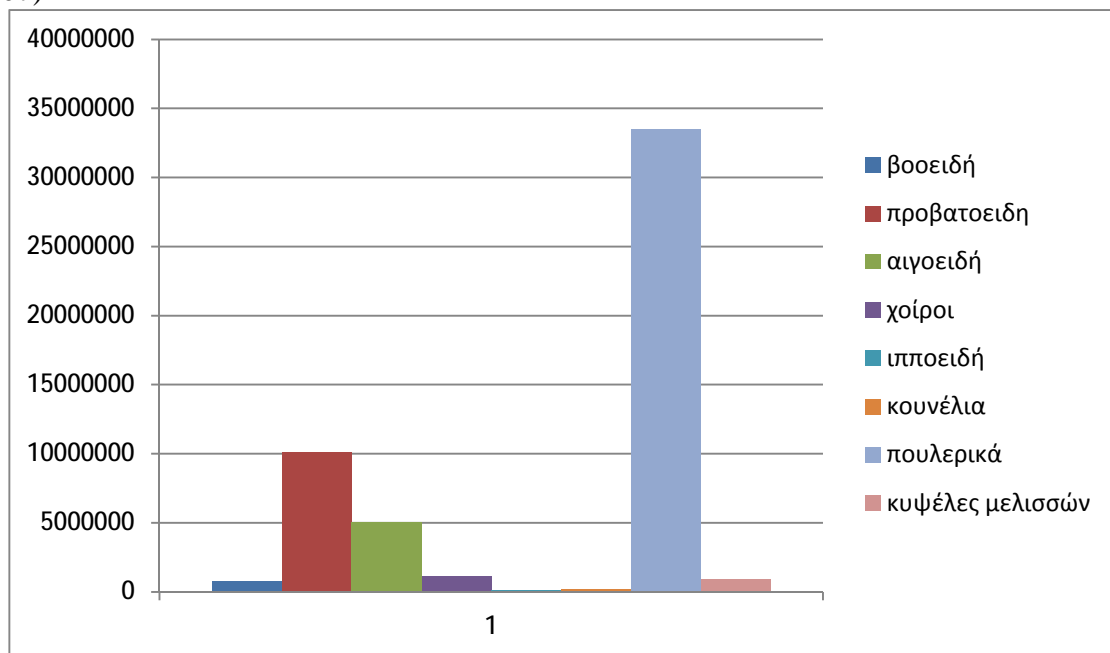
Α) Μονάδες εκτροφής αγελάδων γαλακτοπαραγωγής

Β) Μονάδες εκτροφής αγελάδων κρεατοπαραγωγής

Γ) Μονάδες πάχυνσης μοσχαριών

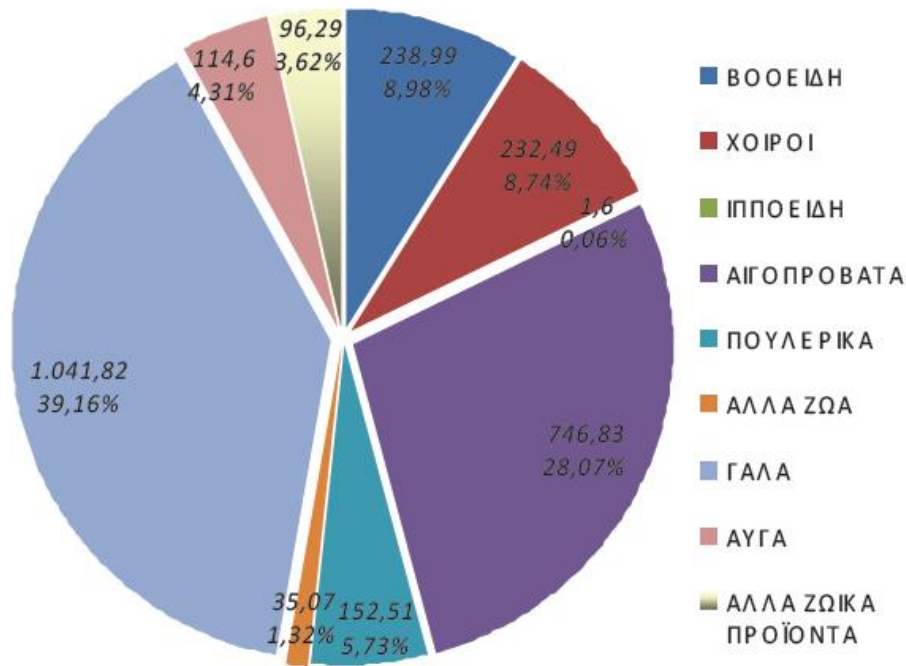
Επειδή η παραγωγή μοσχαριών, όπως έχει αναφερθεί, δεν επαρκεί για την κάλυψη των αναγκών της χώρας, γίνονται αθρόες εισαγωγές μοσχαριών, είτε από ευρωπαϊκές, είτε από τρίτες χώρες. Τα μοσχάρια εισάγονται σε ηλικία 4-6 μηνών και βάρος 200-250 κιλών και παχύνονται μέχρι την ηλικία των 15-18 μηνών. Η κτηνοτροφία συμβάλει καθοριστικά στην περιφερειακή αγροτική ανάπτυξη και στη διατήρηση του κοινωνικού ιστού στην ύπαιθρο. Η κατανομή των γεωργοκτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων και του ζωικού κεφαλαίου στην Ελλάδα απεικονίζεται στο ακόλουθο γράφημα με τον αριθμό των ζώων κατά είδος:

Γράφημα 2.4: κατανομή γεωργοκτηνοτροφικών εκμεταλλεύσεων και του ζωικού κεφαλαίου (2007)



Αναλύοντας με βάση το έτος 2010 την απασχόληση στη ζωική παραγωγή σε αξία με εκατομμύρια ευρώ σε ποσοστά %, γράφημα 2 (από την Ελληνική στατιστική αρχή, Α' εκτίμηση 2010) έχουμε τα παρακάτω αποτελέσματα:

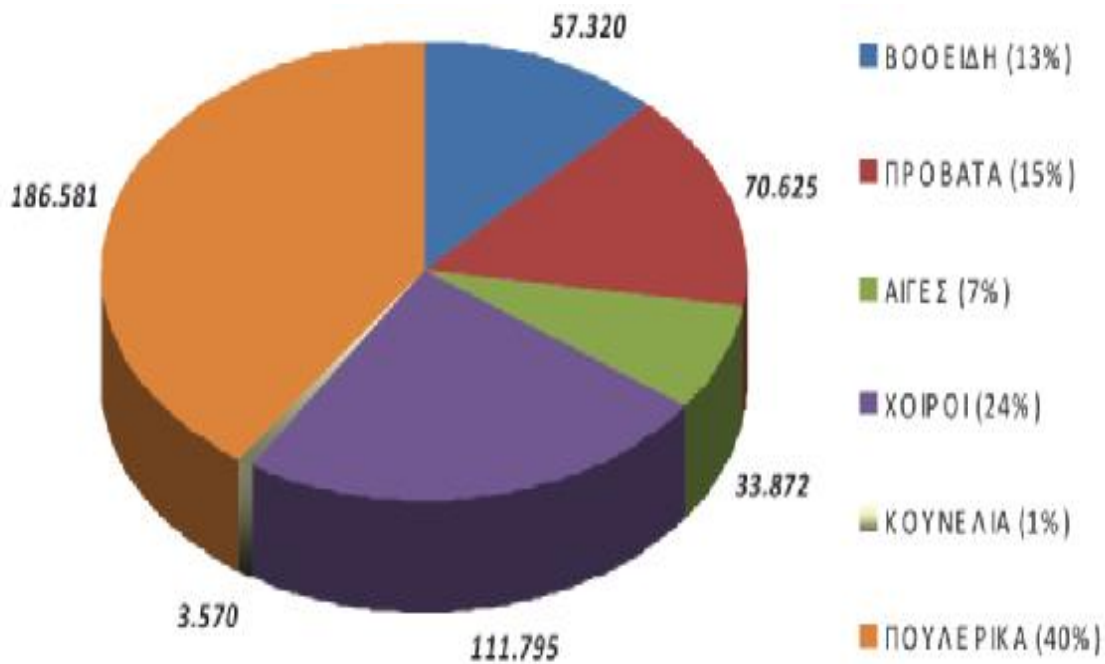
Γράφημα 2.4: Ζωική παραγωγή σε αξία εκατομμύρια ευρώ για το έτος 2010:



Φαίνεται καθαρά πως περισσότεροι κτηνοτρόφοι ασχολούνται με την παραγωγή αιγοπροβάτων ενώ βοοειδή και χοιρινά απασχολούν ίδιο αριθμό κτηνοτρόφων αφήνοντας τελευταία την παραγωγή πουλερικών.

Ακόμη τα τελευταία χρόνια διαπιστώθηκε ότι αυξήθηκε η ζωική παραγωγή για τα βασικά ζωικά προϊόντα όπως το κρέας με το βοδινό να ακολουθεί στην τέταρτη θέση μετά τα πουλερικά και τα χοιρινά και τα πρόβατα και το γάλα, τα αυγά και το μέλι με ανάλογα ποσοστά.

Γράφημα 2.5: Ζωική παραγωγή για τα βασικά ζωικά προϊόντα για το έτος 2010:



2.6. Συμπεράσματα

Το κρέας αποτελεί βασικό είδος διατροφής για τον άνθρωπο παρέχοντάς του πολύτιμα θρεπτικά στοιχεία. Η ζήτησή τους από τους Έλληνες καταναλωτές το κατατάσσει στην πρώτη θέση των καταναλωτικών τους δαπανών για τρόφιμα. Η ελληνική αγορά δεν είναι αυτάρκης σε όλες τις κατηγορίες κρέατος με συνέπεια οι εισαγωγές να αποτελούν αναγκαία λύση στο διατροφικό έλλειμμα. Το αρνητικό ισοζύγιο των αγροτικών προϊόντων της Ελλάδας οφείλεται κυρίως στις εισαγωγές κρέατος.

Αναδείξαμε το γεγονός πως το θέμα ασφάλειας των τροφίμων αποτελεί έναν από τους κύριους άξονες της πολιτικής της Ε.Ε. προκειμένου να διασφαλίζεται η προστασία της δημόσιας υγείας. Γι' αυτό το λόγο έχει νομοθετηθεί συγκεκριμένο πλαίσιο που συγκεκριμενοποιεί τις συνθήκες που πρέπει να πληροί ένα προϊόν προκειμένου να δοθεί προς κατανάλωση.

Επιπλέον επισημάνθηκαν οι απαιτήσεις αλλά και τα τεχνικά εμπόδια που εμφανίζονται στον τομέα της ασφάλειας τροφίμων. Εκτενής αναφορά στα ιδιωτικά πρότυπα επέδειξε την αξία τους και την ανάγκη εφαρμογής τους.

Αποδείχτηκε πως η ζήτηση του κρέατος επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του εισοδήματος των καταναλωτών αλλά και των γενικότερων κοινωνικών συνθηκών. Η ποσότητα του κρέατος επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του εισοδήματος των καταναλωτών. Επισημάνθηκε πως η ποσότητα του κρέατος και των προϊόντων που καταναλώνει κάθε κάτοικος το χρόνο, αποτελεί σημαντικό στοιχείο του βαθμού οικονομικής ανάπτυξης των κρατών.

Εκτός από τις οικονομικές συνθήκες, ένας ακόμη παράγοντας που αποδείχτηκε σημαντικός για την διάρθρωση της ζήτησης είναι και τα απρόβλεπτα γεγονότα που παρουσιάζονται στον κλάδο της κτηνοτροφίας όπως οι ασθένειες που κατά καιρούς έχουν προσβάλει τα βοοειδή.

Οι επιχειρήσεις στρέφονται στην καλύτερη καταγραφή και κατανόηση των απαιτήσεων και αναγκών των πελατών τους και στρέφονται ολοκληρωτικά στην ποιότητα, παρόλα αυτά καταλήξαμε πως στην Ελλάδα η νομοθεσία παραγωγής και διάθεσης βόειου κρέατος δεν θέτει οργανωτικές απαιτήσεις.

Καταλήξαμε πως τα κυριότερα προβλήματα και οι δυσκολίες που απαντώνται στην προσπάθεια υιοθέτησης των εργαλείων ποιότητας σχετίζονται με τις οργανωτικές και τεχνικές αδυναμίες των κτηνοτροφικών μονάδων.

3 ΕΡΕΥΝΑ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΡΕΑΤΟΣ (ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ)

3.1 Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία που επιλέχτηκε να ακολουθήσουμε στην έρευνα, για να μελετήσουμε τη συμπεριφορά των κρεοπωλών και των super market ως προς τη σωστή διανομή, συντήρηση και πώληση του βόειου κρέατος. Πιο συγκεκριμένα :

- Ø Αρχικά στην ενότητα 3.2 αναφέρεται ο σχεδιασμός της έρευνας.
- Ø Έπειτα στην ενότητα 3.3 αποτυπώνεται η διαδικασία και η συλλογή των δεδομένων.
- Ø Στη συνέχεια, στην ενότητα 3.4 παρουσιάζεται η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί για την ανάλυση των δεδομένων μας .
- Ø Η ενότητα 3.5 παρουσιάζει ορισμένους περιορισμούς στην έρευνα μας.
- Ø Τέλος, η ενότητα 3.6 αποτελεί την περίληψη του Κεφαλαίου.

3.2 Σχεδιασμός της Έρευνας

Ο σκοπός αυτής της έρευνας είναι η διερεύνηση της εμπορίας του βόειου κρέατος και συγκεκριμένα την ένταξη του στην αγορά μέσω των κρεοπωλείων και των super market. Για το σκοπό αυτό τέθηκαν ορισμένοι στόχοι. Οι βασικότεροι από αυτούς είναι η σωστή διαχείριση και οι έγκυροι έλεγχοι του βόειου κρέατος που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις εμπορίας κρέατος δίνοντας έμφαση στη διακίνηση βόειου κρέατος σε μικρή περιοχή του νομού Αχαΐας.

Για την διεξαγωγή της έρευνας έγινε συλλογή δεδομένων με χρήση ερωτηματολογίου από ιδιοκτήτες κρεοπωλείων. Το ερωτηματολόγιο χαρακτηρίζονταν από υψηλό βαθμό δόμησης καθώς περιείχε άμεσες τυποποιημένες ερωτήσεις και απαντήσεις. Αυτά τα χαρακτηριστικά του ερωτηματολογίου καθιστούν εύκολη την συμπλήρωσή του και την μετέπειτα ανάλυσή του.

Για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου επιλέχθηκαν 30 κρεοπωλεία της Πάτρας καθώς και η εταιρεία Γογγάκης Α.Ε.Β.Ε. που εδράζεται στην Κέρκυρα. Η εταιρεία αυτή επιλέχθηκε λόγω της μακρόχρονης παρουσίας της στην αγορά και την πολύπλευρη επαφή της με παραγωγούς και κτηνοτρόφους. Αποτέλεσε μια σημαντική πηγή πληροφοριών και μια μοναδική ματιά στα δρώμενα και τους μηχανισμούς μιας τέτοιας βιομηχανίας.

3.3 Διαδικασία και συλλογή δεδομένων.

3.3.1 Το Δείγμα

Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 31 επιχειρήσεις εκ των οποίων η μία αποτελεί την μεγαλύτερη βιομηχανία κρεάτων στην Κέρκυρα. Οι υπόλοιπες 30 ήταν επί το πλείστον ατομικές επιχειρήσεις κρεοπωλών του νομού Αχαΐας. Τα κριτήρια για την επιλογή του δείγματος ήταν:

Αντιπροσωπευτικότητα και εύρος δείγματος. Απευθυνθήκαμε σε ένα σχετικά μεγάλο αριθμό μικρών κρεοπωλών ώστε να αυξηθεί η αξιοπιστία των απαντήσεων. Επίσης, συμπεριλήφθηκε στο δείγμα και μια μεγάλη βιομηχανία καθώς και κάποιες μεσαίες επιχειρήσεις ώστε οι απαντήσεις να είναι πιο αντιπροσωπευτικές της αγοράς από διάφορες σκοπιές.

Τοποθεσία. Τόσο τα κρεοπωλεία της Πάτρας όσο και η επιχείρηση στην Κέρκυρα βρίσκονταν σε σχετικά μεγάλες αγορές και θα μπορούσαν να ανταποκριθούν στις ερωτήσεις σχετικά με αυτές.

Δίκτυα διανομής. Επιλέχθηκαν επιχειρήσεις που προμηθεύονταν τα κρέατά τους από μία πληθώρα προμηθευτών καθώς και επιχειρήσεις με δική τους εκτροφή βοείου κρέατος.

3.3.2 Ενημέρωση και Συγκατάθεση

Στην περίπτωση της επιχείρησης Γογγάκης Α.Ε.Β.Ε. υπήρχε προηγούμενη συνεργασία οπότε η αρχική επικοινωνία ήταν εύκολη. Μετά από μία αρχική ξενάγηση του χώρου πώλησης και αποθήκευσης των κρεάτων, είδαμε τα φορτηγά μεταφοράς του βόειου κρέατος, τα διάφορα είδη κρέατος που ήταν διαθέσιμα (νωπά / κατεψυγμένα) και υπήρξε και μία αναφορά των εξωτερικών προμηθευτών.

Στα κρεοπωλεία της Πάτρας προσεγγίσαμε τους κρεοπώλες άμεσα με επιτόπια επίσκεψη στον χώρο του καταστήματος.

3.3.3 Η Διαδικασία των Συνεντεύξεων

Στα 30 κρεοπωλεία του νομού Αχαΐας παρουσιάστηκε το ερωτηματολόγιο που βρίσκεται στο παράρτημα Ι. Το ερωτηματολόγιο απαρτιζόταν από 31 ερωτήσεις. Στην πρώτη θεματική ενότητα που αποτελούταν από 5 ερωτήσεις, ο στόχος ήταν η συγκέντρωση γενικών πληροφοριών σχετικά με τις επιχειρήσεις. Στην δεύτερη θεματική ενότητα οι υπόλοιπες 16 ερωτήσεις αφορούσαν τους προμηθευτές των κρεοπωλείων. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώνονταν επιτόπου σε ένα διάστημα είκοσι λεπτών είτε αφήνονταν προς συμπλήρωση και περισυλλογή την επόμενη μέρα λόγω φόρτου εργασίας.

Στην βιομηχανία Γογγάκης Α.Ε.Β.Ε. διενεργήθηκε συνέντευξη με τον κ. Γογγάκη που διήρκεσε 30 λεπτά. Οι ερωτήσεις της συνέντευξης ήταν παρόμοιες με αυτές του ερωτηματολογίου και αποσκοπούσαν στην καλύτερη κατανόηση της λειτουργίας της επιχείρησης. Επίσης υπήρξε μια συζήτηση σχετικά με την εκτροφή μοσχαριών και το πόσο βασίζονται τα ελληνικά κρεοπωλεία σε εισαγόμενο κρέας.

Κατά την διάρκεια της συνέντευξης ο τρόπος καταγραφής των δεδομένων ήταν γραπτές σημειώσεις. Η ανάλυση των δεδομένων έγινε σε μετέπειτα χρόνο με ανασκόπηση των απαντήσεων.

3.3.4 Πιστοποίηση ISO και HACCP

Κατά την συζήτησή μας έγινε λόγος για τις προδιαγραφές της εταιρείας και διάφορες διακρίσεις. Ενδεικτικό της ασφάλειας και υγιεινής των προϊόντων είναι η πιστοποίηση ISO και η εφαρμογή του συστήματος HACCP που τηρείται στην εταιρεία. Τα εν λόγω διαπιστευτήρια βρίσκονται στο site της εταιρείας (www.goggakis.gr). Αξίζει να αναφερθεί ότι από την συζήτηση μας προέκυψε ότι πολλά από τα μικρότερα κρεοπωλεία δεν γνωρίζουν την σημαντικότητα αυτών των πιστοποιήσεων και αμελούν ένα σημαντικό παράγοντα ασφάλειας των καταναλωτών.

3.4 Μέθοδος της ανάλυσης δεδομένων

3.4.1 Συνοπτική περιγραφή της Στατιστικής Ανάλυσης

Για την ανάλυση των δεδομένων έγινε χρήση περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης. Υπολογίστηκαν οι σχετικές συχνότητες των απαντήσεων και τα γραφήματα που προέκυψαν παρουσιάζονται στο κεφάλαιο 4.

Συγκεκριμένα, τα ποσοστά μας βοήθησαν να βγάλουμε συμπέρασμα σχετικά με:

- Την υγιεινή των κρεοπωλείων
- Την πιστοποίηση που διαθέτουν τα κρέατα που διατίθενται προς πώληση στην αγορά
- Την παραγωγικότητα βόειου κρέατος στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στους νομούς Αχαΐας και Κέρκυρας

3.5 Περιορισμοί στην Έρευνα

Λόγω της φύσεως της έρευνας διάφοροι περιορισμοί παρουσιάστηκαν κατά την έρευνά μας. Πρώτον, λόγω της υπόληψης που πρέπει να διατηρήσει ένας καταστηματάρχης δεν μπορούμε να είμαστε σίγουροι για την εγκυρότητα των απαντήσεων σχετικά με θέματα υγιεινής.

Δεύτερον, η πλειοψηφία των καταστηματάρχων δεν έδειχνε ενδιαφέρον σε θέματα πέραν της καθημερινής δουλειάς. Λόγω φόρτου εργασίας και μορφωτικού επιπέδου οι περισσότεροι συμπλήρωναν το ερωτηματολόγιο βιαστικά ή χωρίς να λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους τις απαντήσεις.

Τέλος, οικονομικοί λόγοι και προβλήματα μετακίνησης περιόρισαν το δείγμα στα 30 κρεοπωλεία της Αχαΐας. Ιδανικά, θα είχαμε ένα μεγαλύτερο και πιο αντιπροσωπευτικό δείγμα.

3.6 Περίληψη

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε μια περιγραφή των μεθόδων της έρευνας. Ξεκινήσαμε με την παρουσίαση του σχεδιασμού και την επιλογή του δείγματος. Στη συνέχεια έγινε αναφορά στην ανάλυση των δεδομένων και την ερμηνεία τους. Τέλος, παρουσιάσαμε τους περιορισμούς και τα προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν κατά την διάρκεια της έρευνας.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΡΕΑΤΟΣ

4.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας βάσει των απαντήσεων στο ερωτηματολόγιο. Όπως αναφέραμε προηγουμένως, ερωτήθηκαν ιδιοκτήτες επιχειρήσεων διαφόρων μεγεθών ώστε το δείγμα να είναι αντιπροσωπευτικό. Οι ερωτήσεις της πρώτης ενότητας έχουν ως σκοπό την συλλογή γενικών πληροφοριών για τις επιχειρήσεις ενώ στην δεύτερη ενότητα επικεντρωνόμαστε σε ερωτήσεις σχετικά με τους προμηθευτές.

4.2 Το ερωτηματολόγιο

Η λήψη δεδομένων με τη χρήση ερωτηματολογίου κρίθηκε απαραίτητη για να αποκομίσουμε μια καλή εικόνα των συνθηκών υγιεινής που επικρατούν στα ελληνικά κρεοπωλεία καθώς και της ποιότητας του κρέατος που παρέχεται προς πώληση. Επίσης, υπήρχαν ερωτήσεις σχετικά με την σχέση που έχουν οι κρεοπώλες με τους προμηθευτές τους καθώς και πως προσεγγίζουν τους πελάτες στα πλαίσια του ανταγωνισμού.

4.2.1 Αποτελέσματα του ερωτηματολογίου

Μέσα από την επεξεργασία των απαντήσεων του ερωτηματολογίου, προέκυψαν τα παρακάτω αποτελέσματα ανά ενότητα.

Θεματική Ενότητα: Οργάνωση και τεχνογνωσία ελληνικών κρεοπωλείων (Ερωτήσεις 1-5).

Σε αυτήν την ενότητα συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις που είχαν σκοπό να μας βοηθήσουν να δημιουργήσουμε μια εικόνα για την οργάνωση και λειτουργία των ελληνικών κρεοπωλείων.

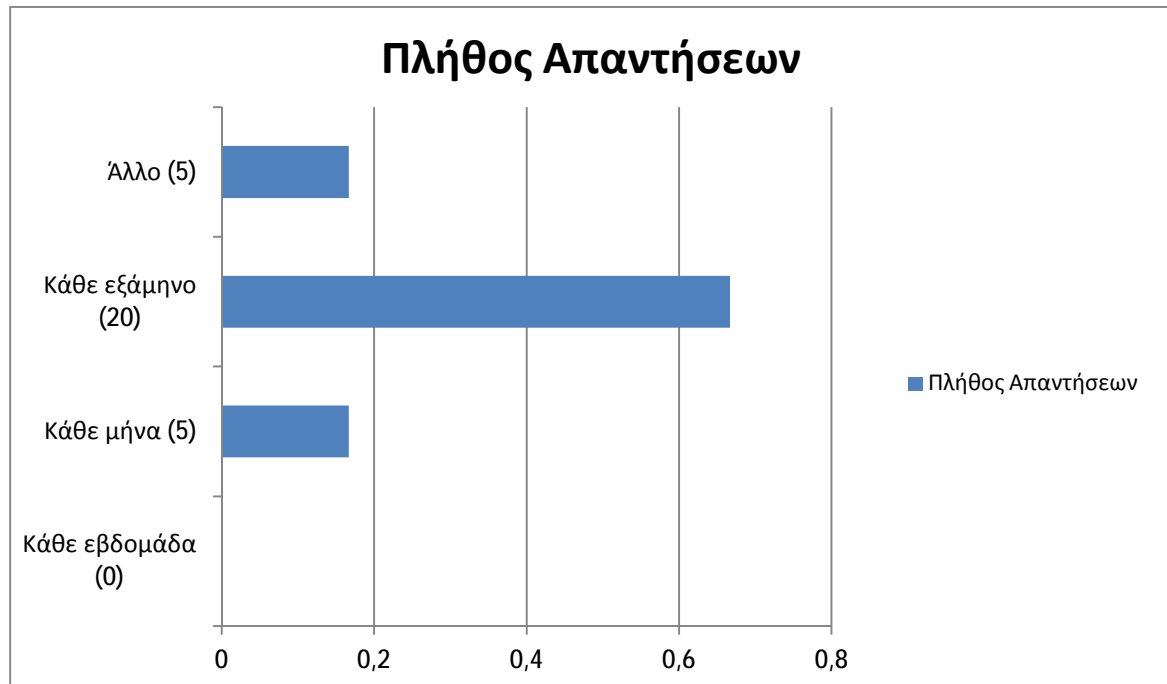
Αρχικά, διαπιστώσαμε ότι γενικά οι έλεγχοι δεν γίνονται όσο συχνά θα έπρεπε και ενώ ένα σημαντικό μέρος των κρεοπωλών γνώριζε για το agrocert , στη σημερινή βιομηχανία κρέατος απαιτείται καλύτερη τεχνογνωσία και το ποσοστό που δήλωνε άγνοια θα έπρεπε να είναι ακόμα μικρότερο.

Οι περισσότεροι επιχειρήσεις δεν διαθέτουν τις απαραίτητες υποδομές για βοοτροφία και βασίζονται στο εισαγόμενο κρέας κυρίως λόγω ευκολίας πρόσληψης και καλύτερων τιμών.

Τέλος, η πλειοψηφία των κρεοπωλών και προμηθευτών φαίνεται να κάνει τις απαραίτητες κινήσεις ώστε να διασφαλισθεί μια στενή σχέση συνεργασίας.

Ερώτηση 1: Κάθε πότε διενεργούνται έλεγχοι από τις αρμόδιες υπηρεσίες προς εσάς;

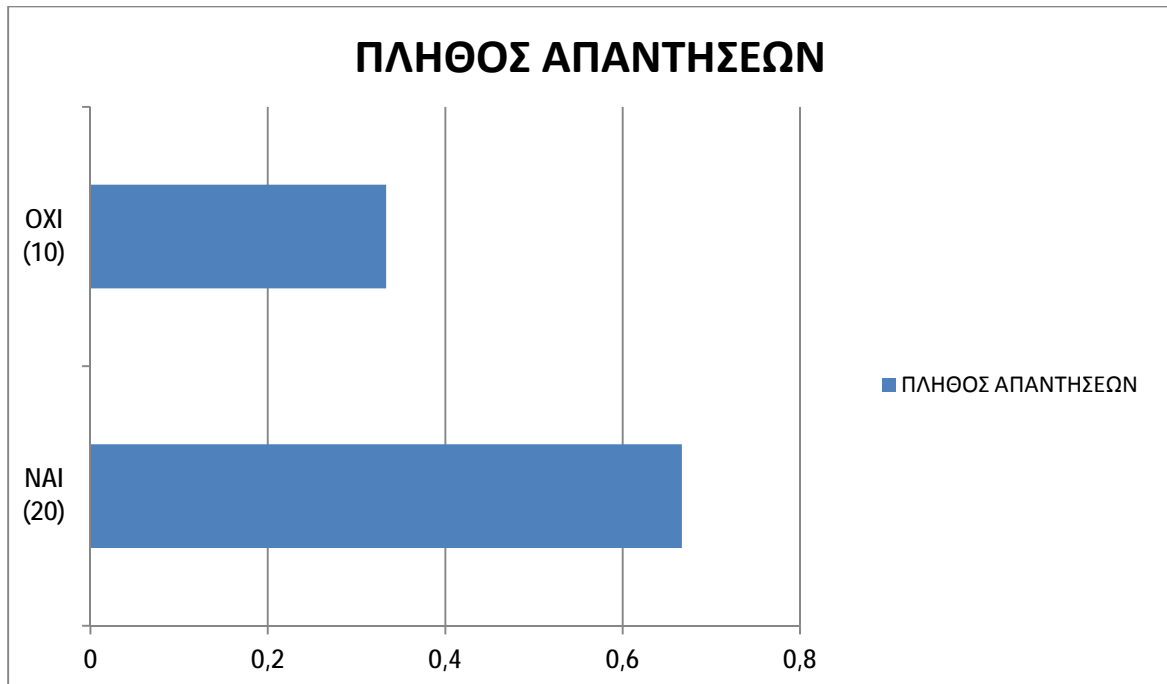
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 1**:



Διάγραμμα 4.1: Συχνότητα ελέγχων από αρμόδιες υπηρεσίες

Ερώτηση 2: Γνωρίζεται το agrocert που απαιτείται για την άδεια χρήσης ειδικών σημάνσεων βόειου κρέατος;

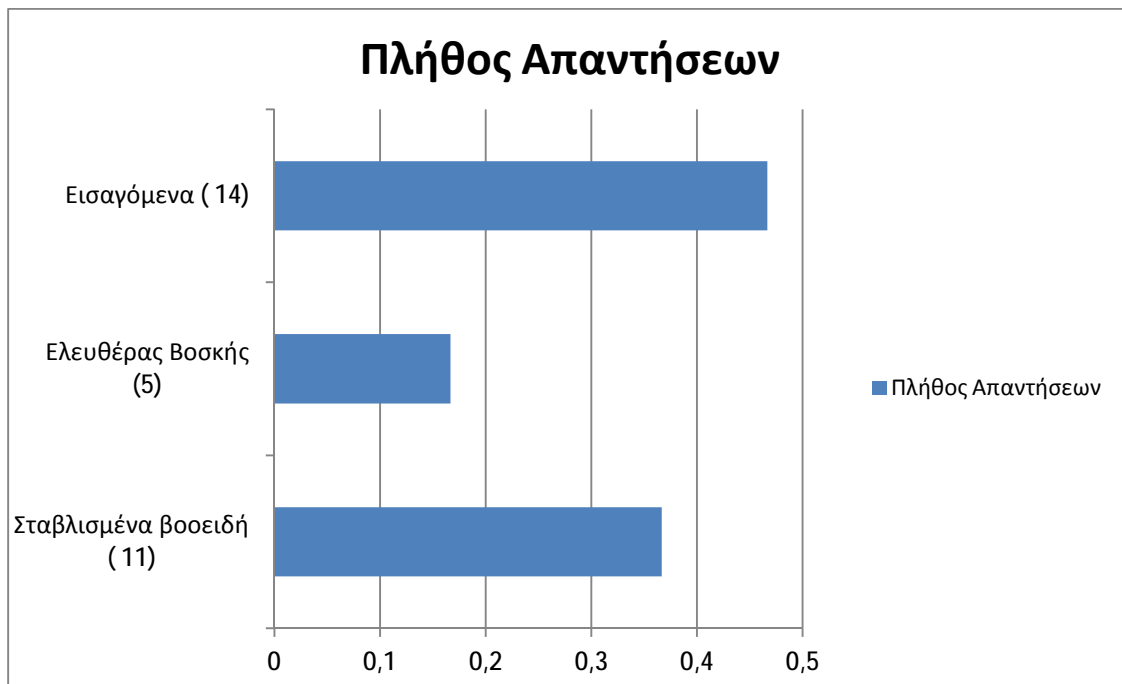
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 2**:



Διάγραμμα 4.2: Συχνότητα γνώσης agrocert ως απαιτούμενο για την άδεια χρήσης ειδικών σημάτων βόειου κρέατος.

Ερώτηση 3: Από πού προέρχεται το Βόειο κρέας ;

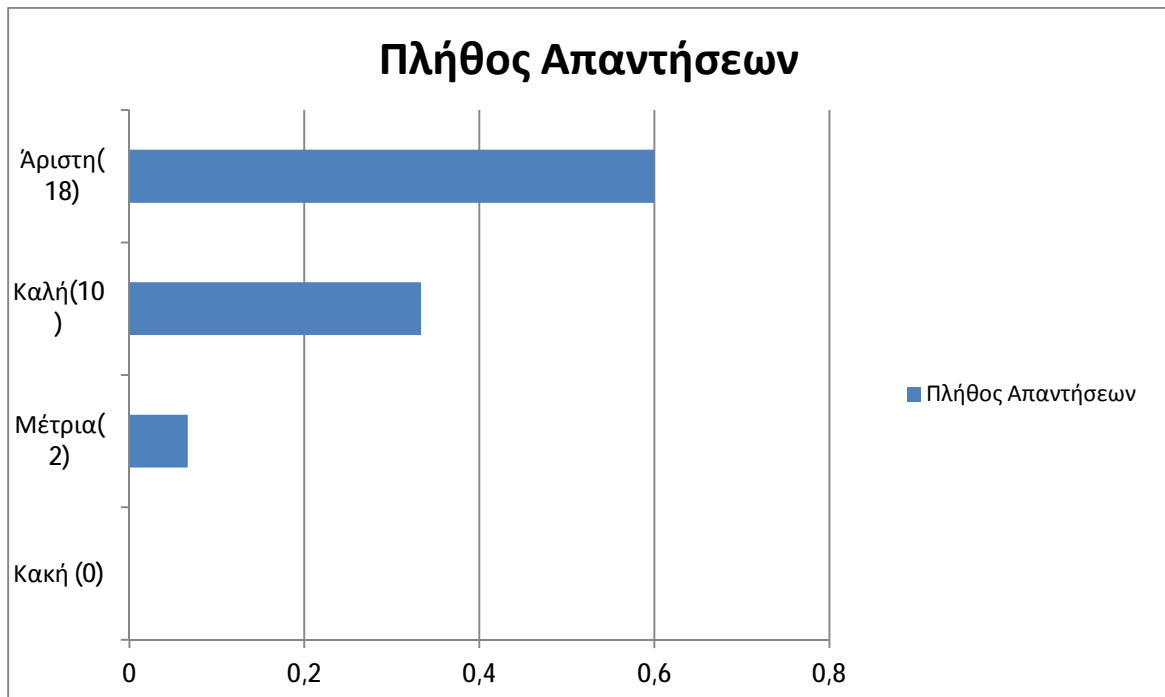
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 3:**



Διάγραμμα 4.3: Προέλευση βόειου κρέατος

Ερώτηση 4: Κατά πόσο είναι καλή η συνεργασία σας με τον/τους προμηθευτή/ ές σας ;

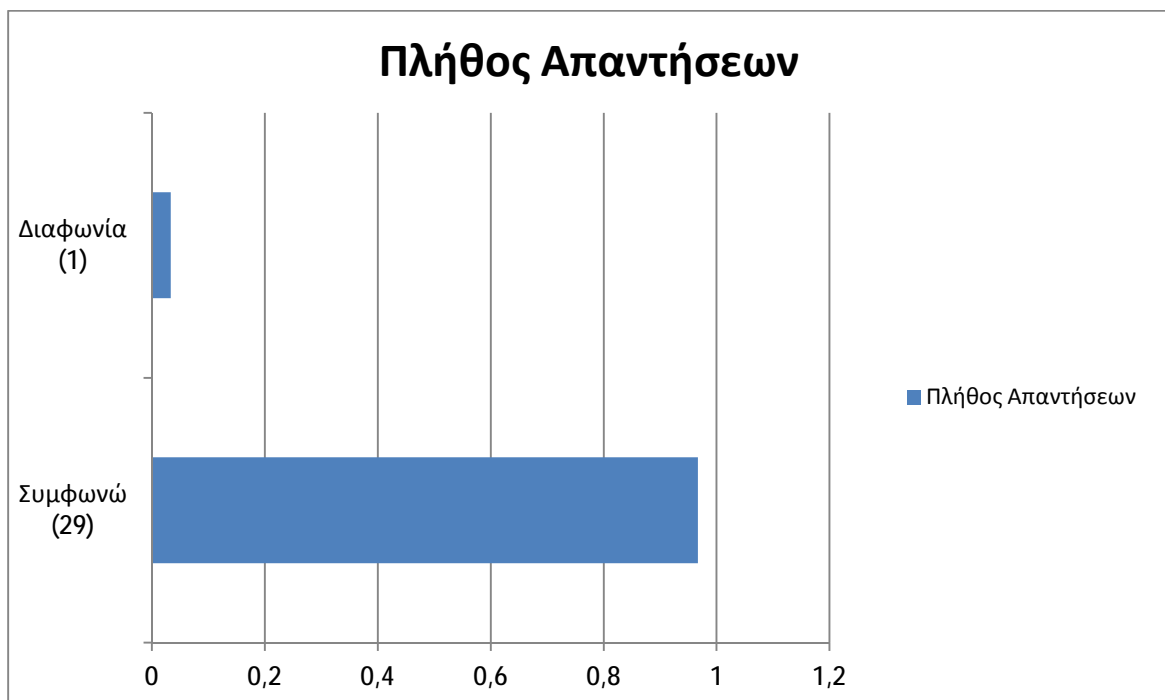
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 4**:



Διάγραμμα 4.4: Χαρακτηρισμός συνεργασίας με προμηθευτές.

Ερώτηση 5: Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την παρακάτω δήλωση : ‘Οι καλές σχέσεις ευνοούν τον κύκλο πωλήσεων;

Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 5**:



Διάγραμμα 4.5: Συμφωνία ή διαφωνία με την πρόταση: 'Οι καλές σχέσεις ευνοούν τον κύκλο πωλήσεων'

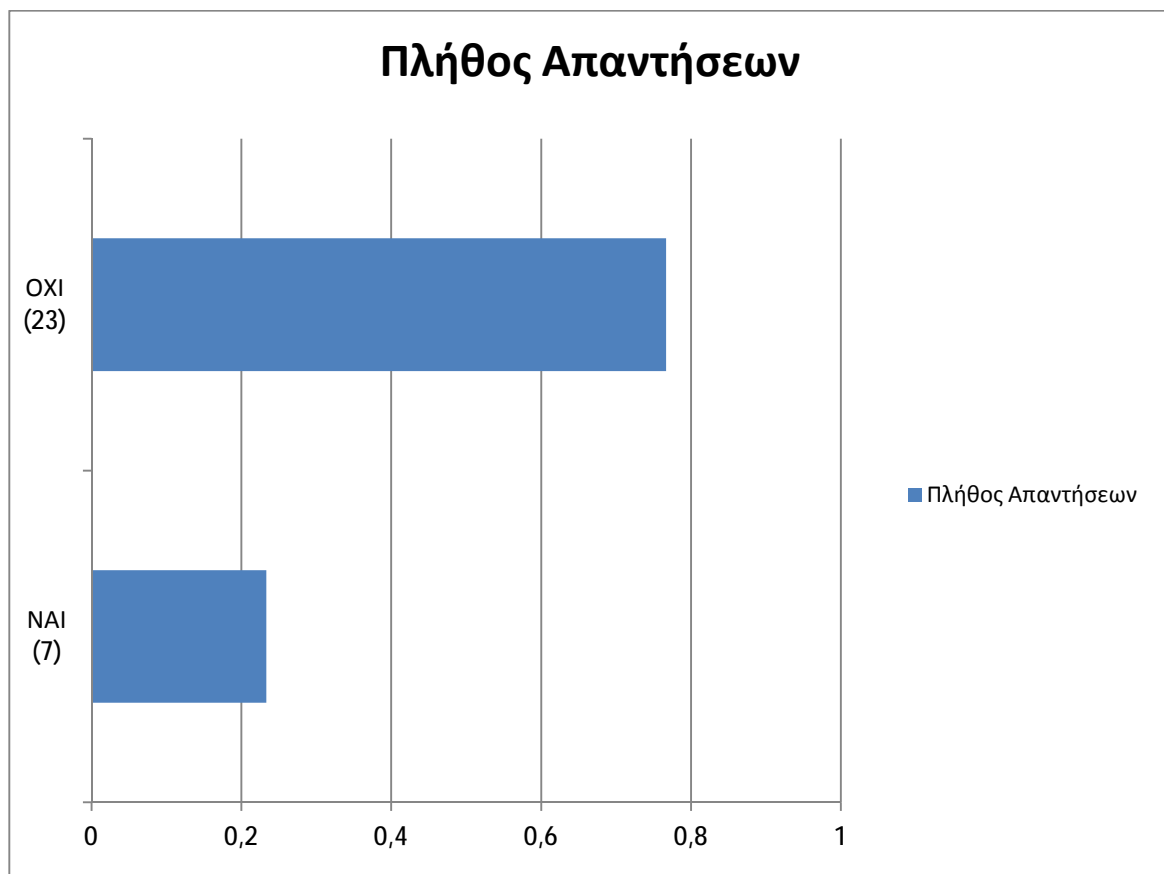
Θεματική Ενότητα: Ο τομέας της ελληνικής βοοτροφείας και η παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα (Ερωτήσεις 6,12,13,15,20).

Σε αυτήν την ενότητα συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις ώστε να αποτυπώσουμε το μέγεθος της παραγωγής βόειου κρέατος από ελληνικές επιχειρήσεις.

Παρατηρήθηκε ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν εκτρέφουν δικά τους μοσχάρια και προμηθεύονται από τρίτους. Αυτό έχει διάφορες αρνητικές επιπτώσεις όπως την μεσολάβηση μεγάλου διαστήματος για την μεταφορά κρέατος από τα σφαγεία στα κρεοπωλεία καθώς οι περισσότερες μεταφορές γίνονται με φορτηγά. Ως συνέπεια, το κόστος κρέατος αυξάνεται λόγω της ανάγκης μεταφοράς και μεγάλο ποσοστό κρέατος πηγαίνει χαμένο καθώς οι περισσότεροι κρεοπώλες πετάνε το κρέας μετά την ημερομηνία λήξης.

Ερώτηση 6: Εκτρέφετε δικά σας μοσχάρια;

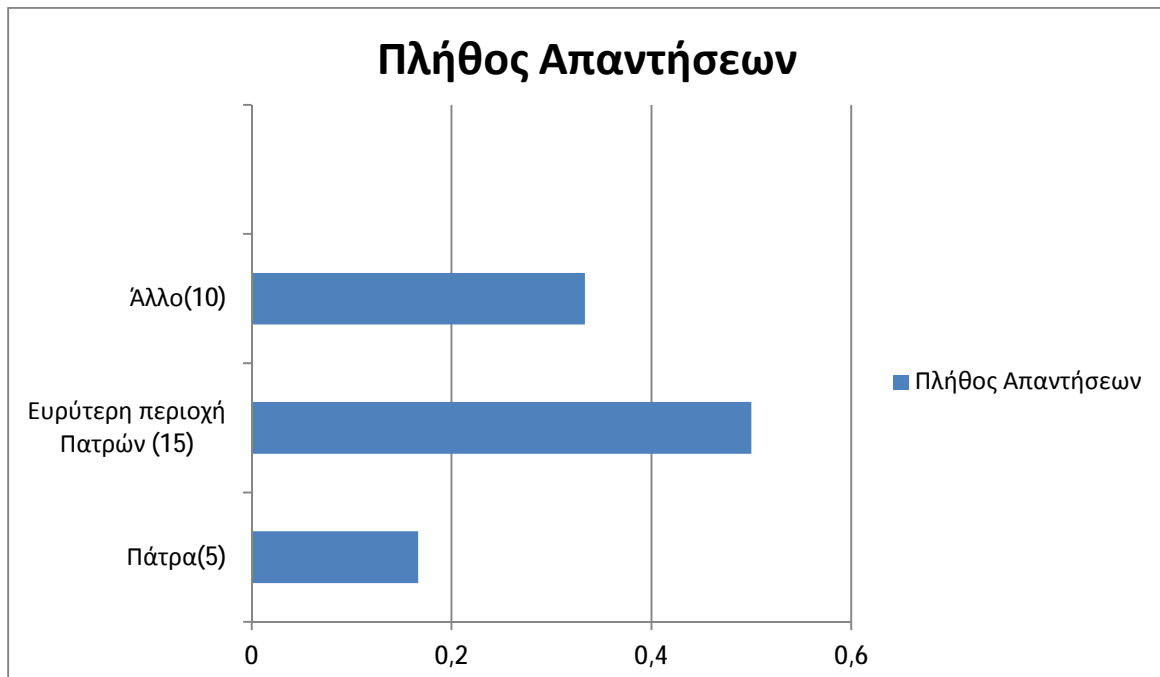
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 6:**



Διάγραμμα 4.6: Συχνότητα εκτροφής μοσχαριών

Ερώτηση 12: Από πού προμηθεύεται η Πάτρα;

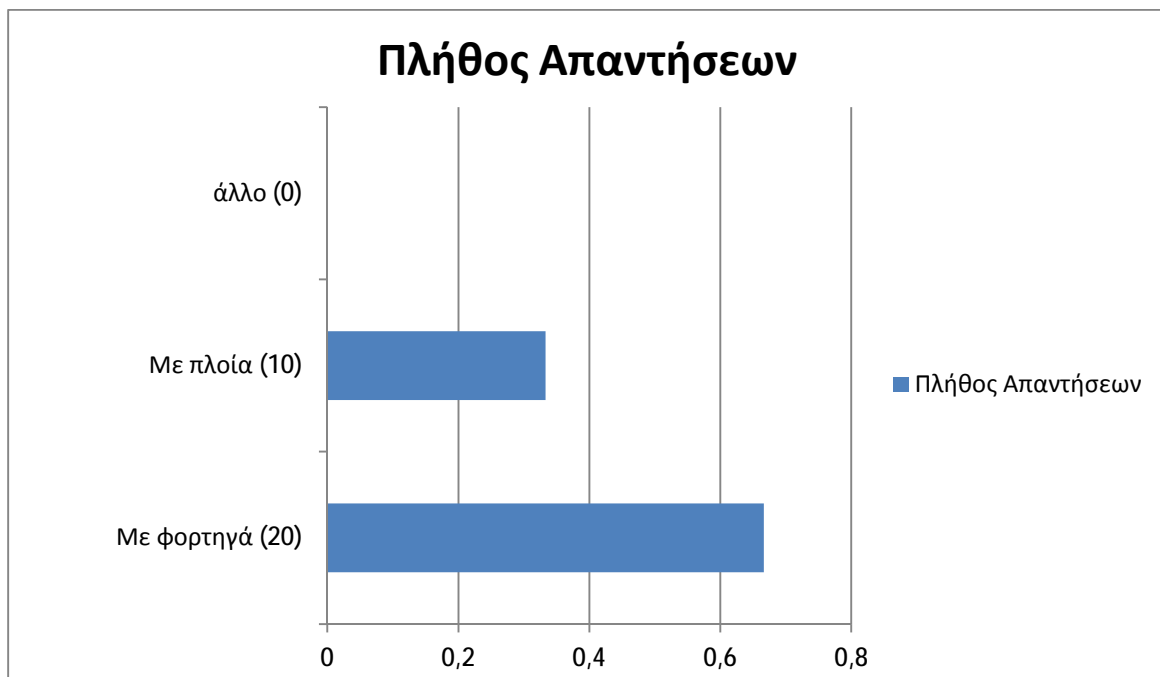
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 7**:



Διάγραμμα 4.7: Τόποι προμήθειας Νομού Αγαΐας

Ερώτηση 13: Τρόποι μεταφοράς κρέατος

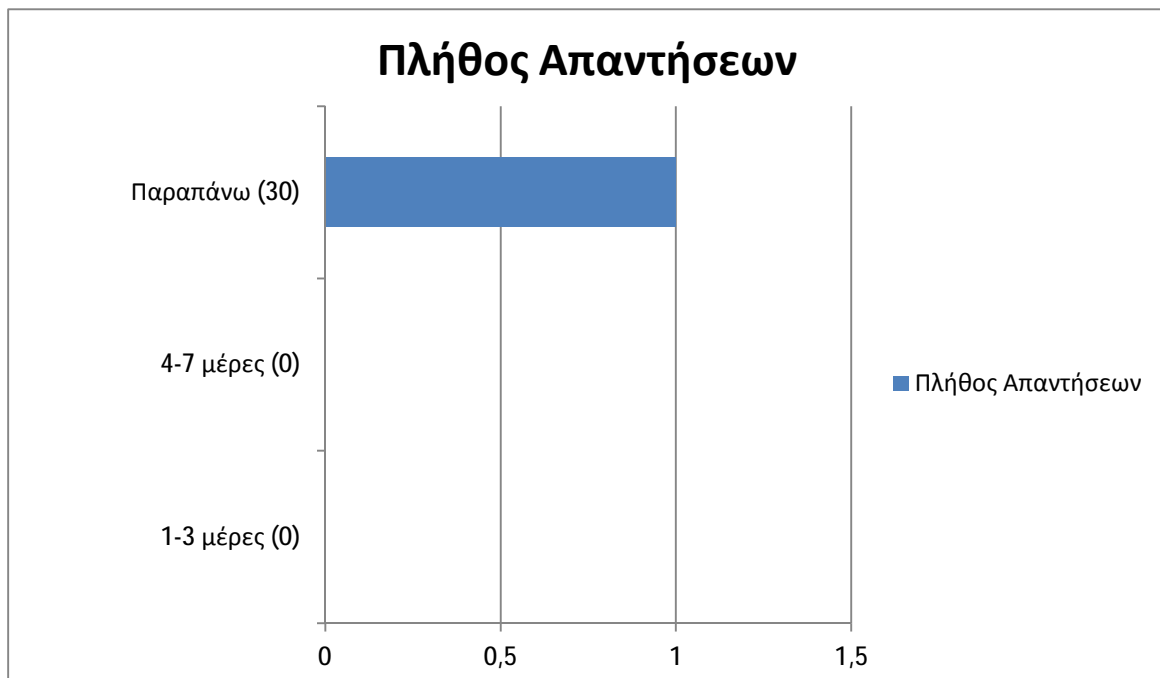
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 8**:



Διάγραμμα 4.8: Τρόποι μεταφοράς κρέατος

Ερώτηση 15: Πόσος χρόνος μεσολαβεί από τα σφαγεία στα κρεοπωλεία ;

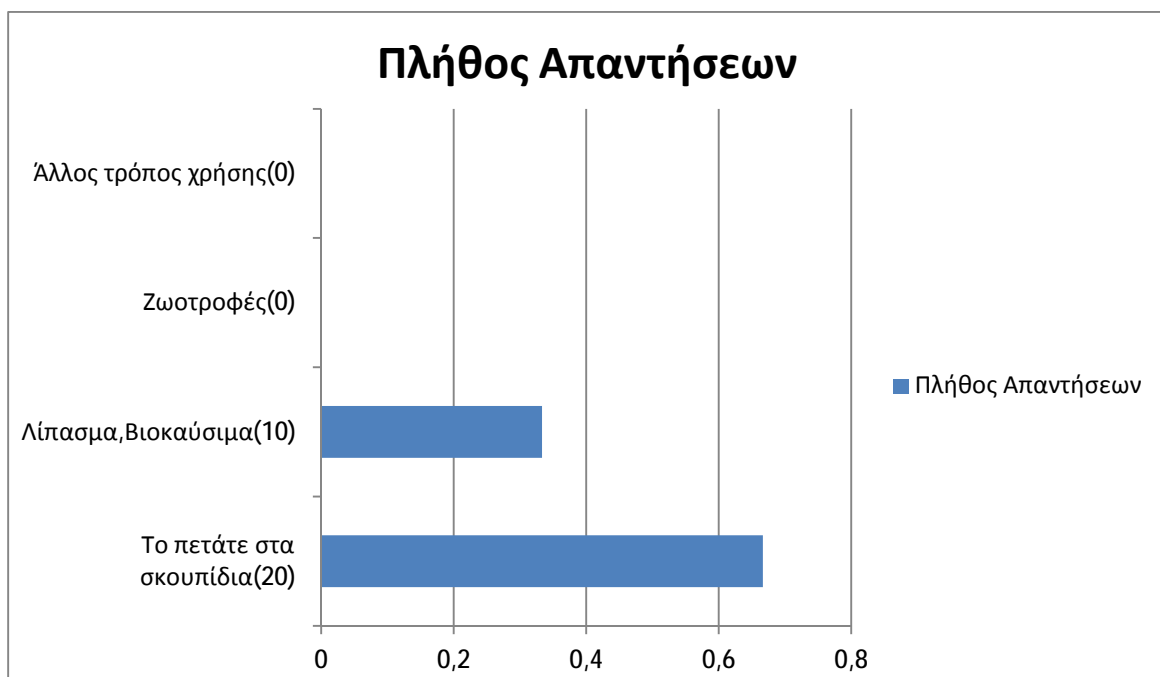
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 9**:



Διάγραμμα 4.9: Χρόνος μεσολάβησης από σφαγεία στα κρεοπωλεία

Ερώτηση 20: Κατά την περίοδο λήξης του αποθέματος πως διαχειρίζεστε το κρέας ;

Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 10**:



Διάγραμμα 4.10: Διαχείριση κρέατος κατά την περίοδο λήξης

Θεματική Ενότητα: Η κατάσταση της ελληνικής αγοράς βόειου κρέατος (Ερωτήσεις 16,17,22-31).

Σε αυτήν την ενότητα συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις που είχαν ως σκοπό να δημιουργήσουν μια εικόνα της ελληνικής αγοράς βόειου κρέατος.

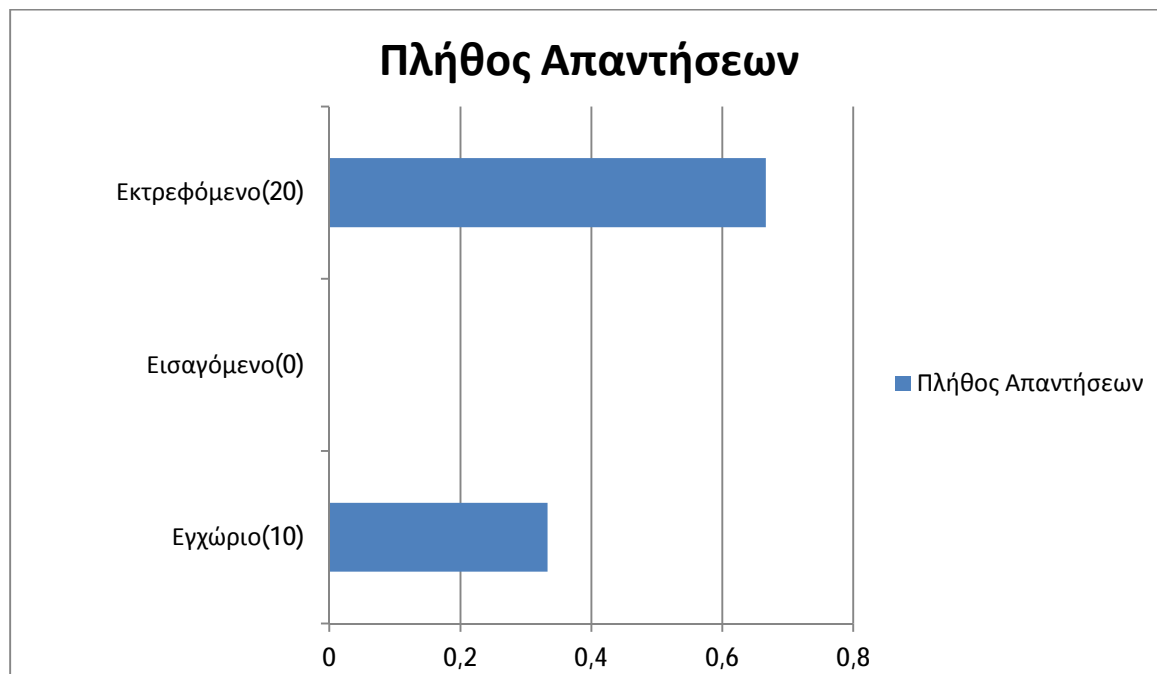
Αρχικά, φαίνεται ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τη ζήτηση βόειου κρέατος και οι καταναλωτές στρέφονται και σε άλλα είδη κρέατος ως υποκατάστατα. Άρα το βόειο κρέας βρίσκεται σε συνεχή ανταγωνισμό με τα άλλα είδη κρέατος καθώς ο καταναλωτής αναζητά κρέας με χαμηλό και καλή ποιότητα.

Επίσης, το κόστος του βόειου κρέατος δεν είναι όσο χαμηλό θα μπορούσε να είναι γιατί δεν υπάρχει μεγάλη παραγωγή ελληνικού βόειου κρέατος και το εκτρεφόμενο έχει την χαμηλότερη τιμή.

Όλα τα παραπάνω επιβεβαιώνονται από τις απαντήσεις στις ερωτήσεις στις οποίες φαίνεται ότι οι καταναλωτές προτιμούν κρεοπωλεία με χαμηλές τιμές και οι κύριοι λόγοι μεταβολών των τιμών είναι η ζήτηση και οι τιμές των προμηθευτών.

Ερώτηση 16: Ποιο κρέας έχει χαμηλότερο κόστος ;

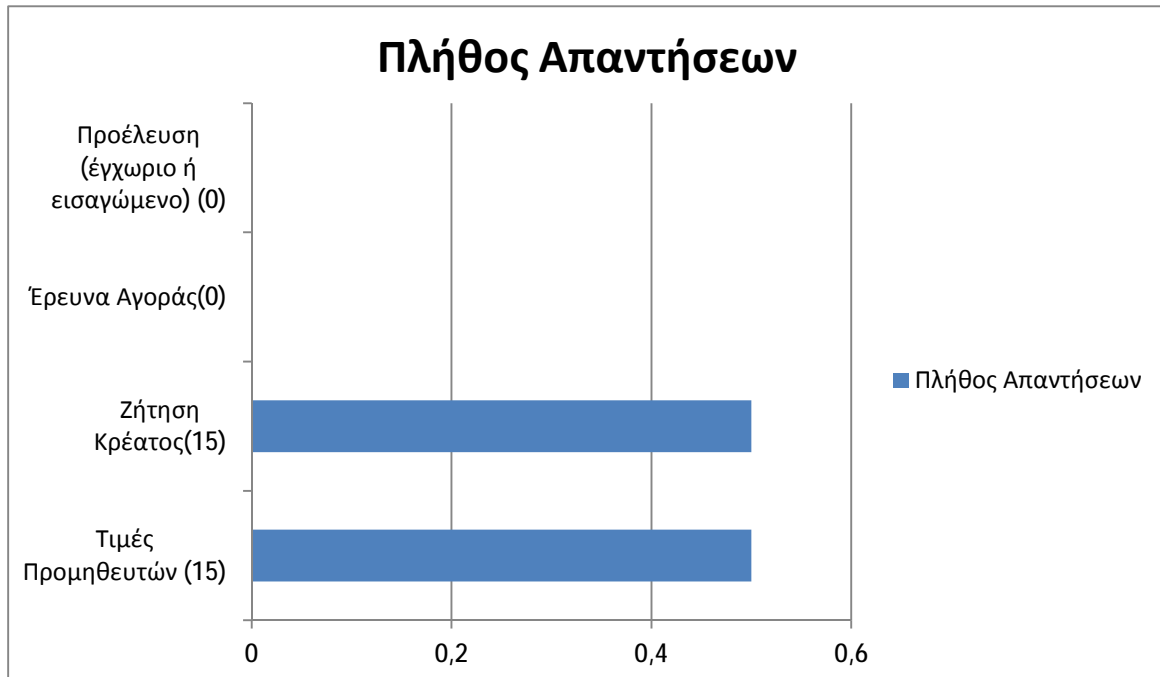
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 11**:



Διάγραμμα 4.11: Συχνότητα κατώτερου κόστους κρέατος ανά προέλευση

Ερώτηση 17: Ποια είναι τα κριτήρια μεταβολών των τιμών στο βόειο κρέας ;

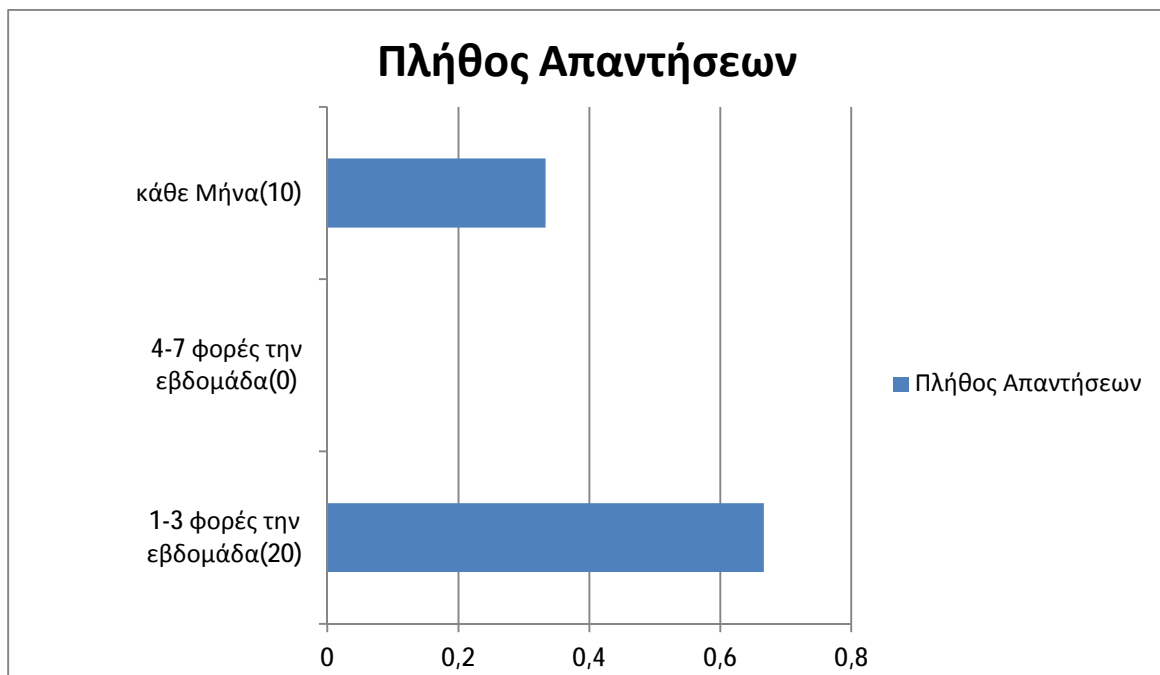
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 12**:



Διάγραμμα 4. 12: Κριτήρια μεταβολών των τιμών στο βόειο κρέας

Ερώτηση 22: Πόσο συχνά αγοράζουν μοσχαρίσιο κρέας οι πελάτες ;

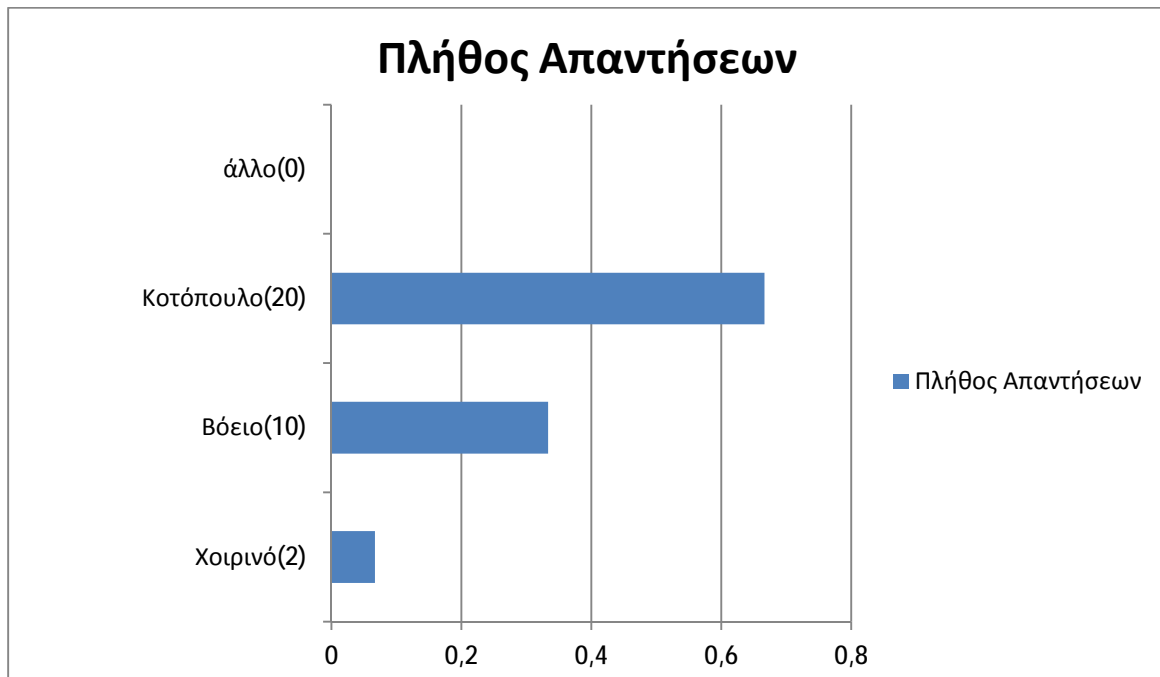
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 13**:



Διάγραμμα 4.13: Συχνότητα αγοράς βόειου κρέατος

Ερώτηση 23: Ποιο κρέας έχει τις μεγαλύτερες πωλήσεις στα νοικοκυριά ;

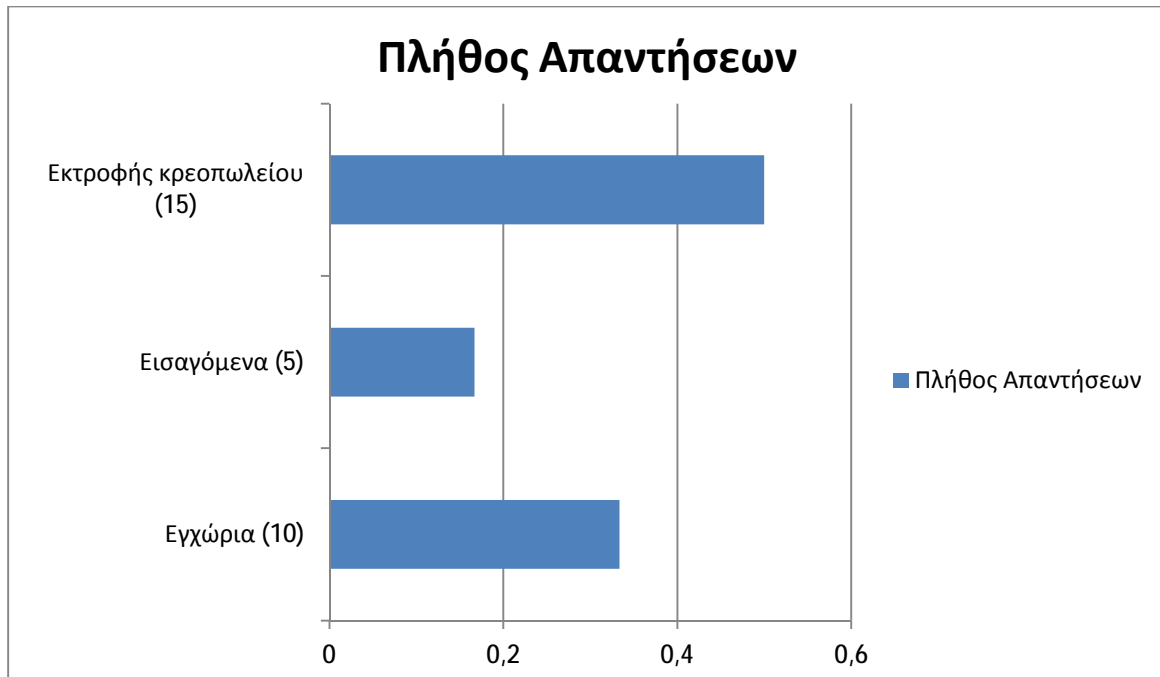
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 14**:



Διάγραμμα 4.14: Συχνότητα πώλησης κρέατος στα νοικοκυριά ανά είδος

Ερώτηση 24: Ποια κατηγορία έχει τις υψηλότερες πωλήσεις κρέατος ;

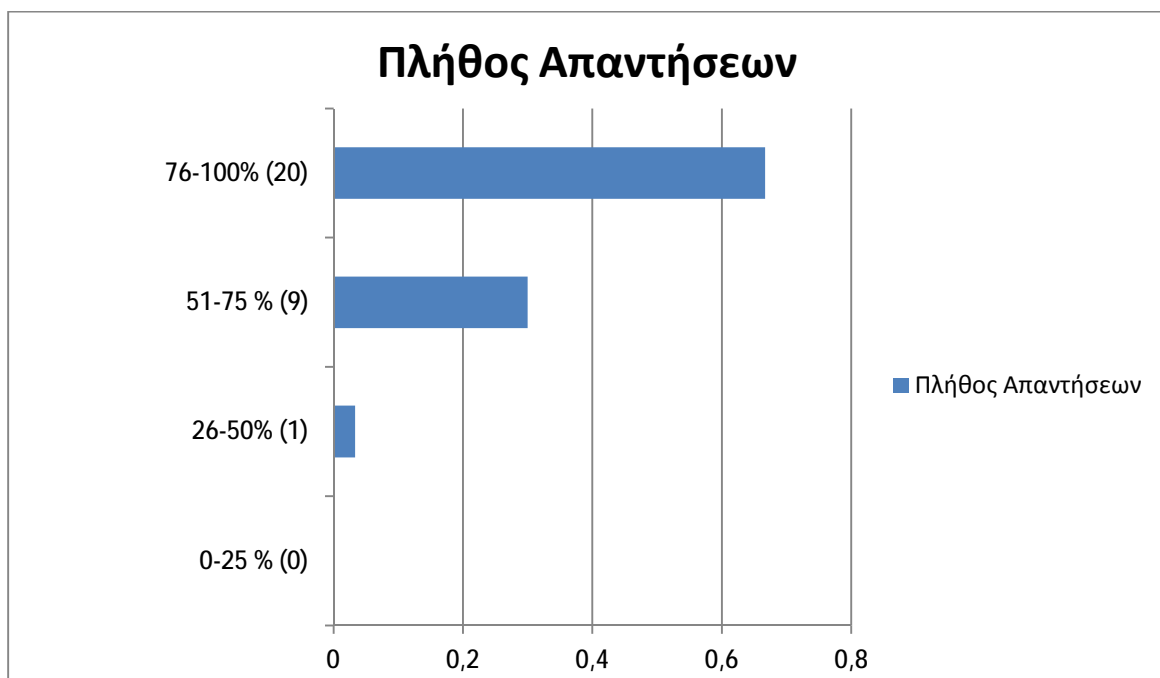
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 15**:



Διάγραμμα 4.15: Υψηλότερες πωλήσεις κρέατος ανά κατηγορία

Ερώτηση 25: Περίπου ποιο ποσοστό των πελατών ζητούν πιστοποίηση του κρέατος που αγοράζουν ;

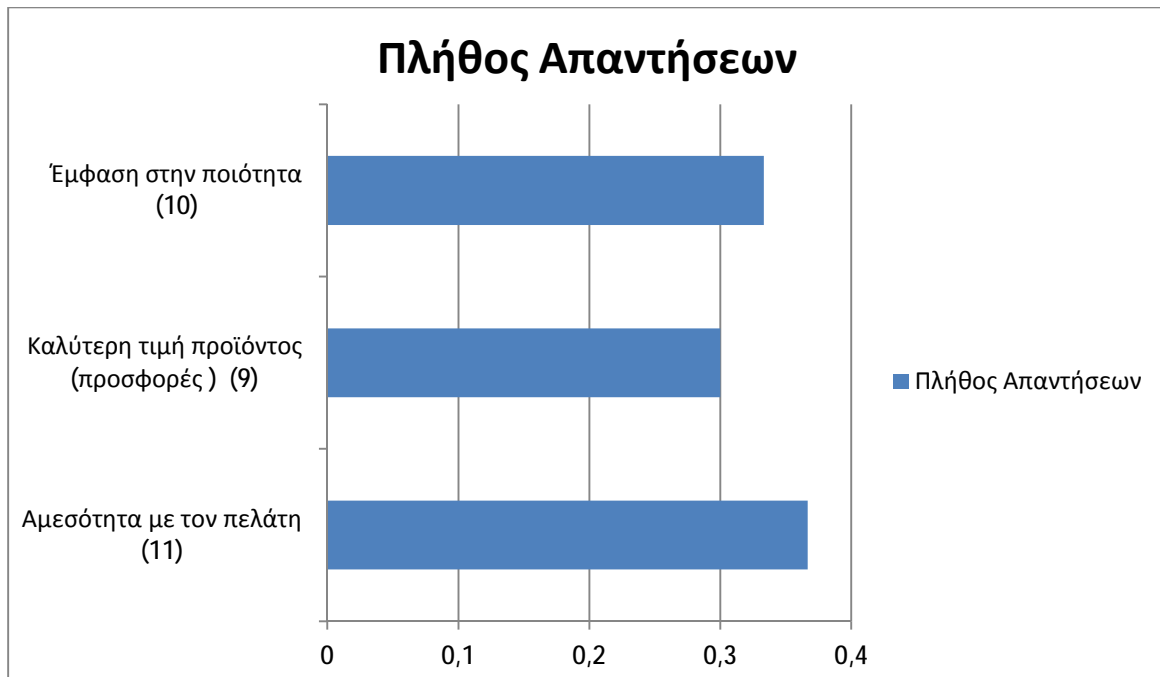
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 16**:



Διάγραμμα 4.16: Ποσοστό πελατών που ζητούν πιστοποίηση του κρέατος που αγοράζουν

Ερώτηση 26: Τρόπος προσέγγισης πελατών στο κρεοπωλείο

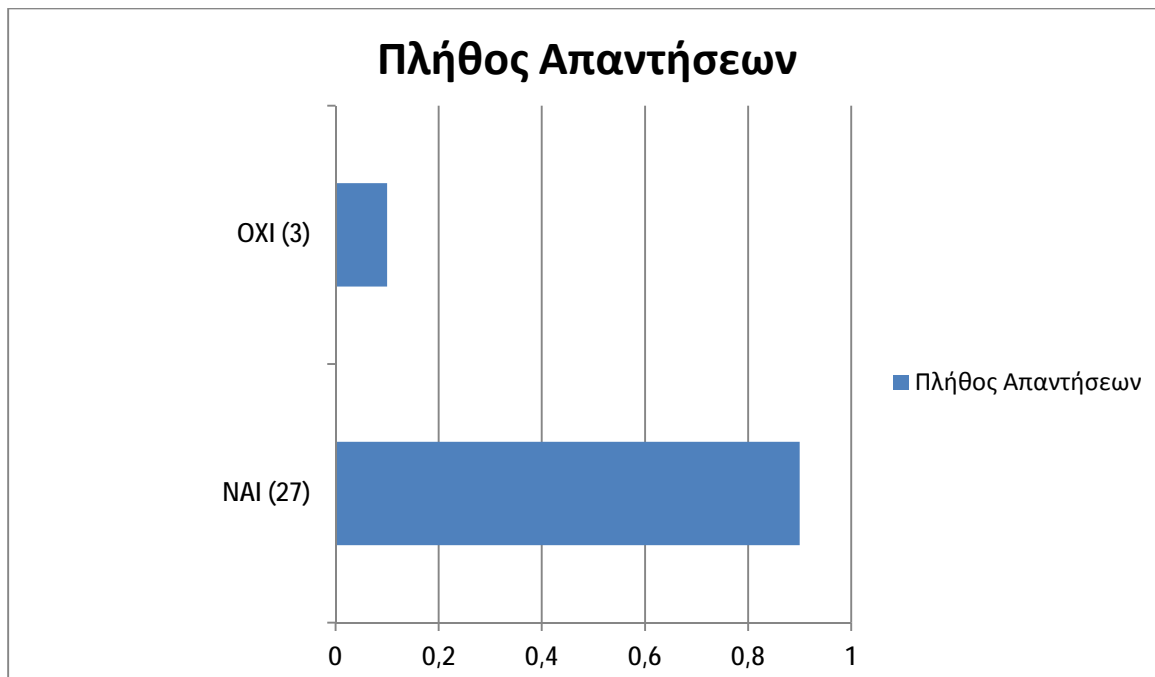
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 17**:



Διάγραμμα 4.17: Τρόπος προσέγγισης πελατών στο κρεοπωλείο

Ερώτηση 27: Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση της Ελλάδας την συχνότητα αλλά και την ποσότητα αγοράς μοσχαρίσιου κρέατος;

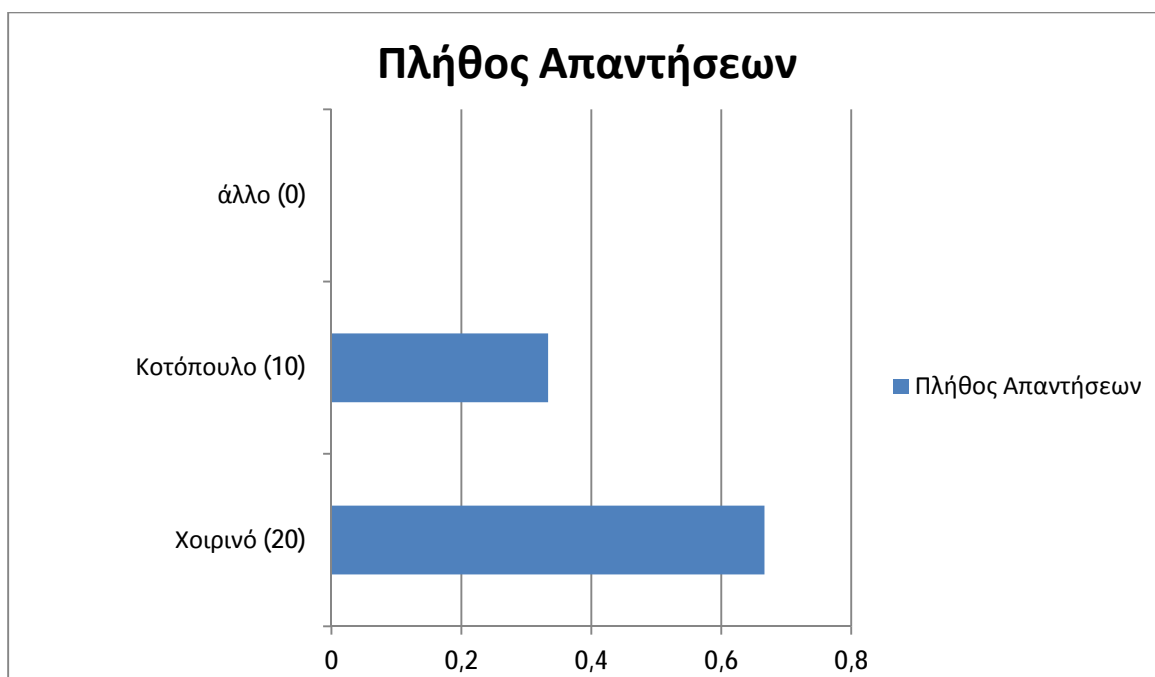
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 18**:



Διάγραμμα 4.18: Επιρροή της οικονομικής κρίσης της Ελλάδας στην συχνότητα και την ποσότητα αγοράς του μοσχαρίσιου κρέατος

Ερώτηση 28: Εάν 'ΝΑΙ' ποιο κρέας είναι τις περισσότερες φορές υποκατάστατο του μοσχαρίσιου κρέατος ;

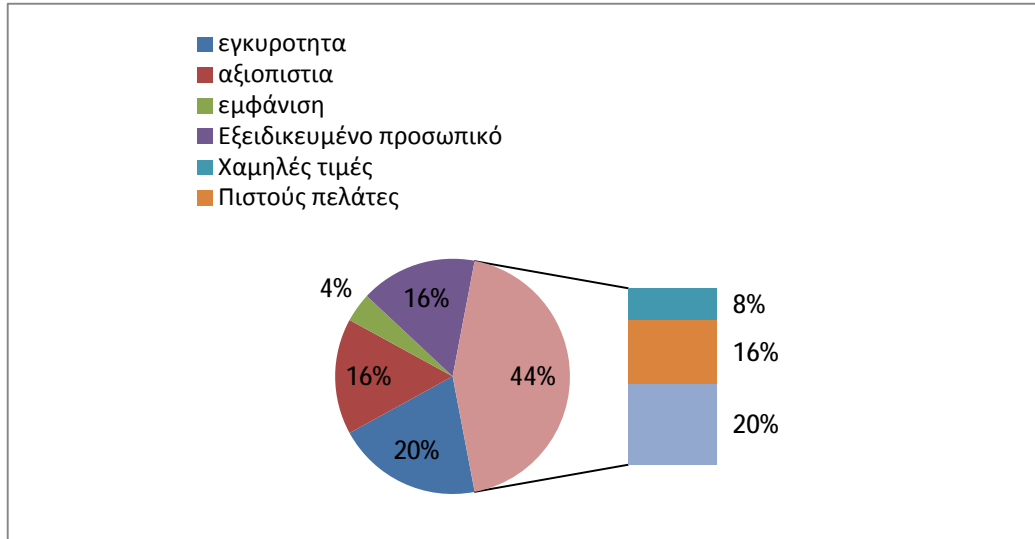
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 19**:



Διάγραμμα 4.19: Συχνότητα γρήσης ενός κρέατος σαν υποκατάστατο του βόειου λόγω της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα

Ερώτηση 29: Τι θεωρείται ότι είναι πιο σημαντικό να έχει ένα κρεοπωλείο.

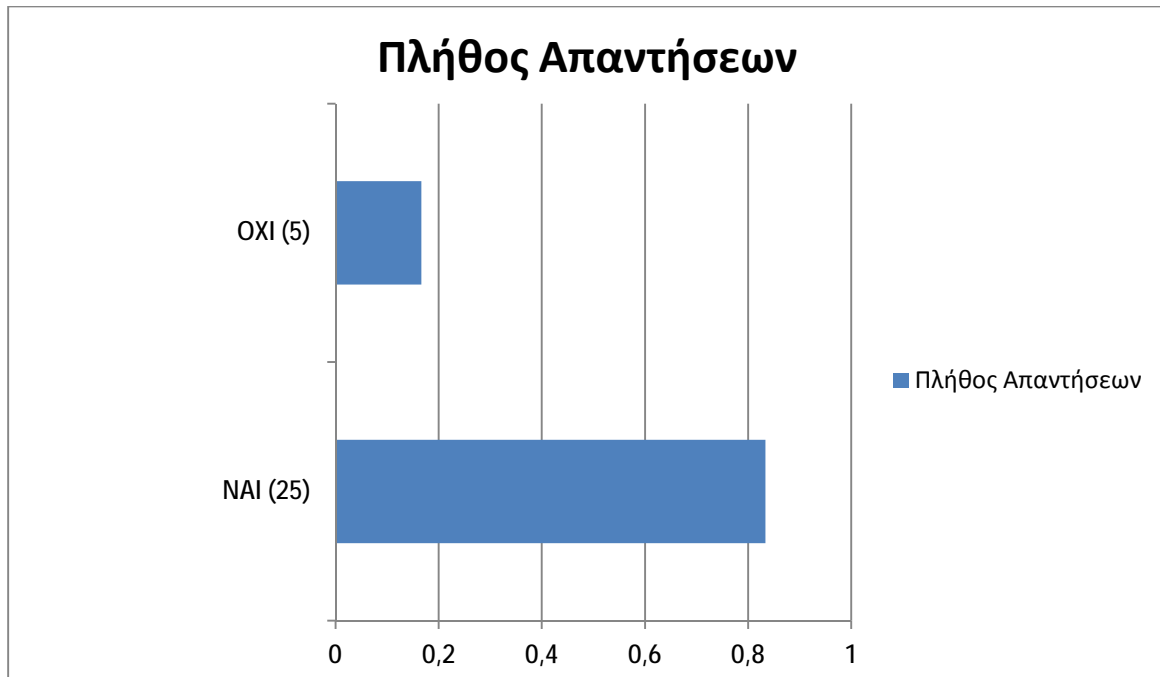
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 20**:



Διάγραμμα 4.20: Σημαντικότερα χαρακτηριστικά ενός κρεοπωλείου

Ερώτηση 30: Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την ποσότητα προσφορά-ζήτηση βόειου κρέατος;

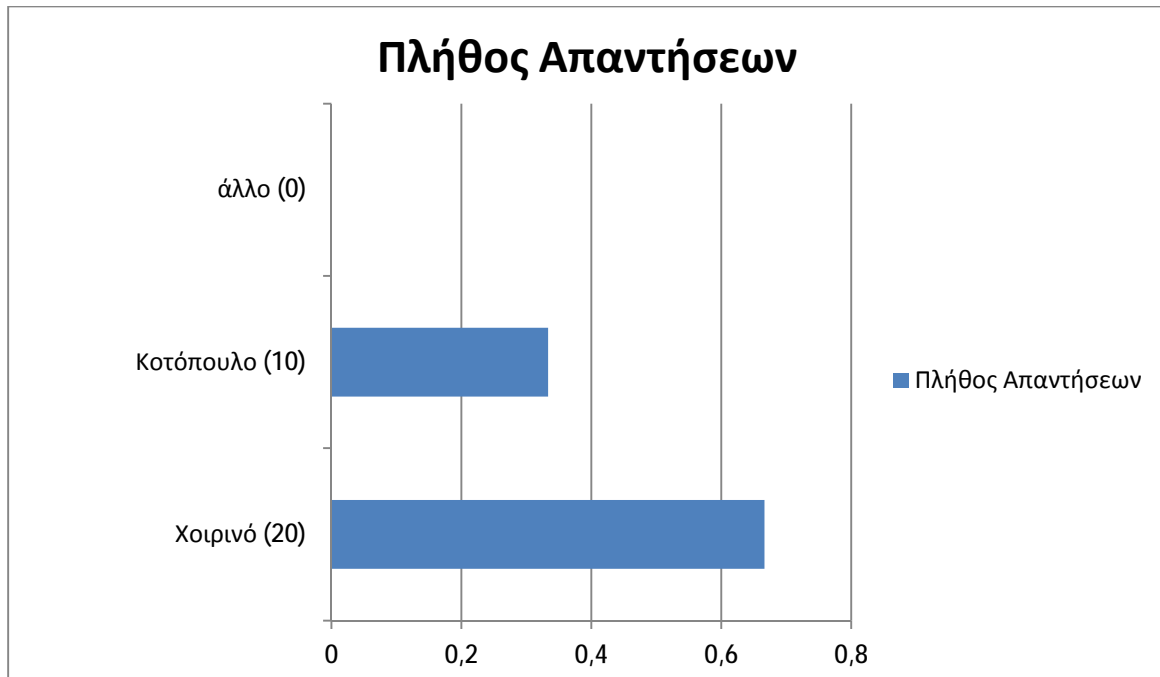
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 21**:



Διάγραμμα 4.21: Επιρροή της οικονομικής κρίσης στην ποσότητα και προσφορά-ζήτηση του βόειου κρέατος

Ερώτηση 31: Εάν ναι? Ποιο άλλο κρέας έχει λειτουργήσει ως υποκατάστατο στο βόειο?

Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 22**:



Διάγραμμα 4.22: Συχνότητα χρήσης ενός κρέατος σαν υποκατάστατο του βόειου λόγω της αλλαγής στην ποσότητα και προσφορά-ζήτηση του βόειου κρέατος

Θεματική Ενότητα: Επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών (Ερωτήσεις 7-11,14,18,19,21).

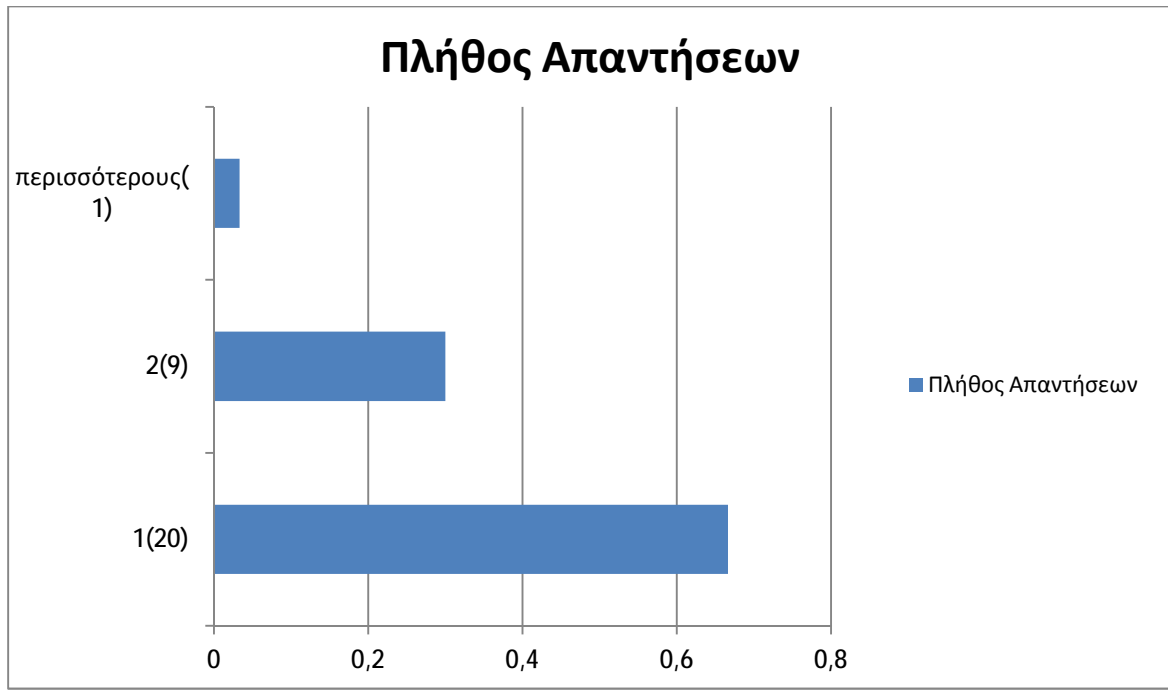
Σε αυτήν την ενότητα συμπεριλήφθηκαν ερωτήσεις που είχαν σκοπό να μας δείξουν σε τι πλαίσια κυμαίνονται οι σχέσεις προμηθευτών-κρεοπωλών.

Σε γενικές γραμμές οι προμηθευτές και οι κρεοπώλες φαίνονται να αντιλαμβάνονται ότι έχουν σαν κοινό σκοπό να ευνοηθεί ο κύκλος πωλήσεων. Οι περισσότεροι κρεοπώλες έχουν ένα μοναδικό προμηθευτή ενώ σε περιπτώσεις που έχουν μεγαλύτερα κρεοπωλεία οι προμηθευτές τους γνωρίζουν και τους δικούς τους προμηθευτές.

Η σχέση τους είναι αρκετά κοντινή ώστε να επιτρέπει διακανονισμούς και προσφορές στις παραγγελίες. Επίσης, γνωρίζουν αρκετά καλά τους προμηθευτές ώστε να τους επιλέγουν με βάση το κόστος αλλά και το πελατολόγιό τους.

Ερώτηση 7: Εάν 'ΟΧΙ' πόσους διαφορετικούς προμηθευτές έχετε;

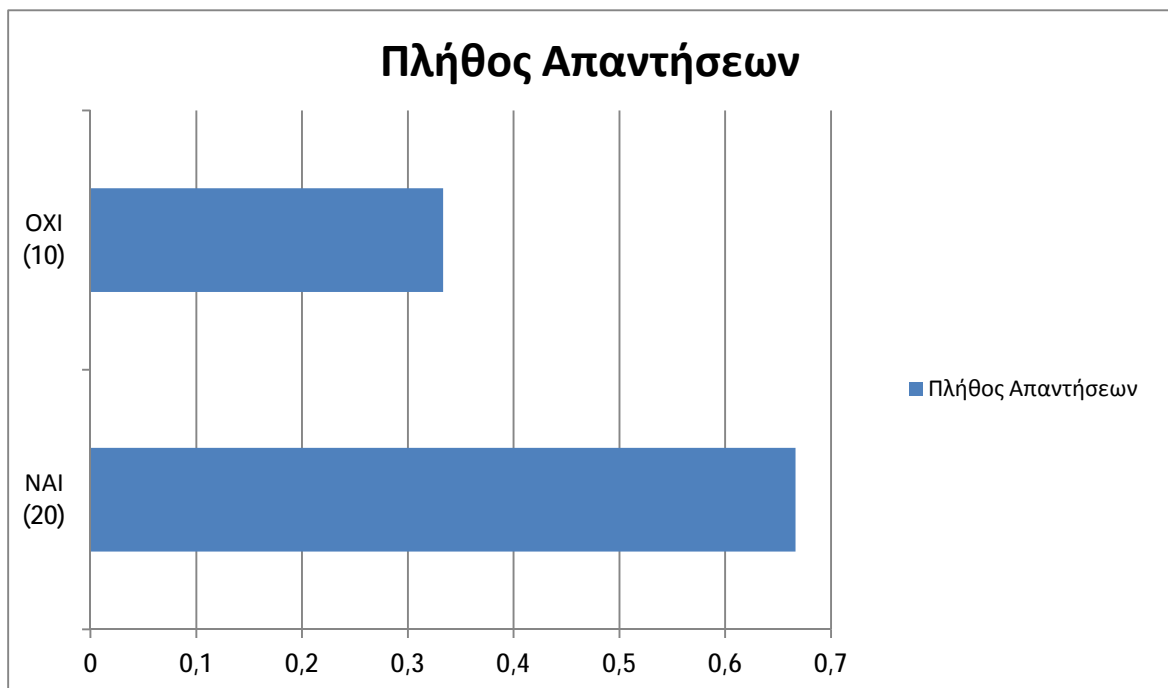
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 23**:



Διάγραμμα 4.23: Συχνότητα πλήθους εναλλακτικών προμηθευτών

Ερώτηση 8: Ανήκουν στους προμηθευτές σας μεγαλύτερα κρεοπωλεία ;

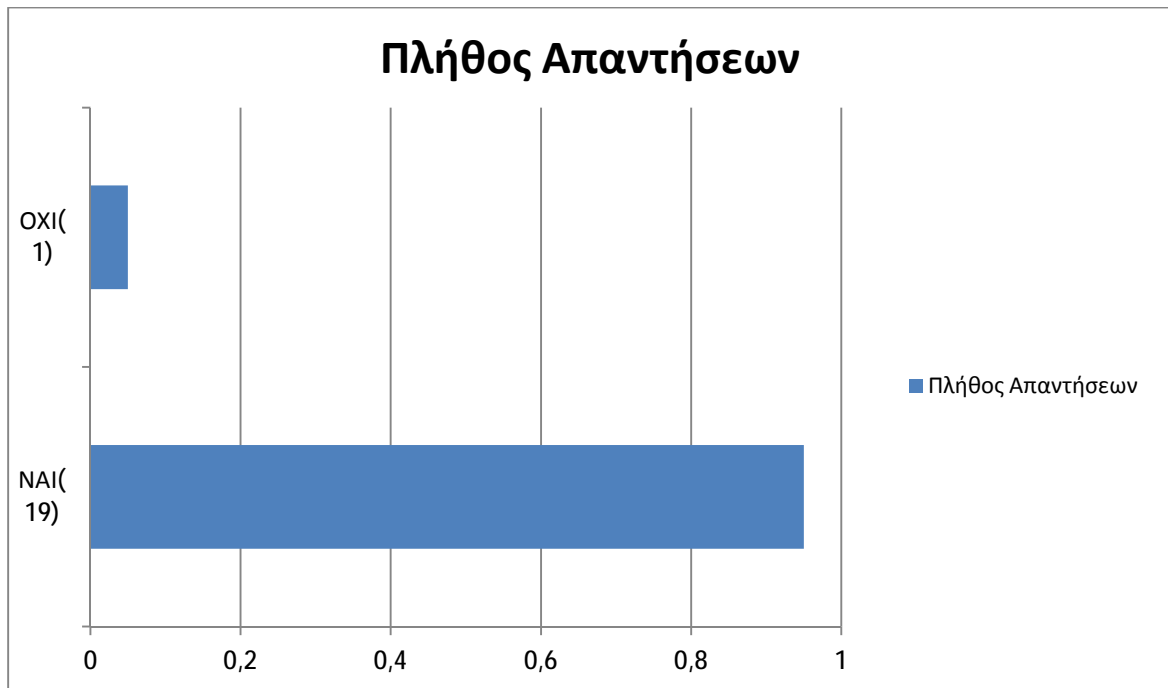
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 24**:



Διάγραμμα 4.24: Κατοχή μεγαλύτερων κρεοπωλείων από προμηθευτές

Ερώτηση 9: Εάν 'ΝΑΙ' γνωρίζετε τους προμηθευτές τους ;

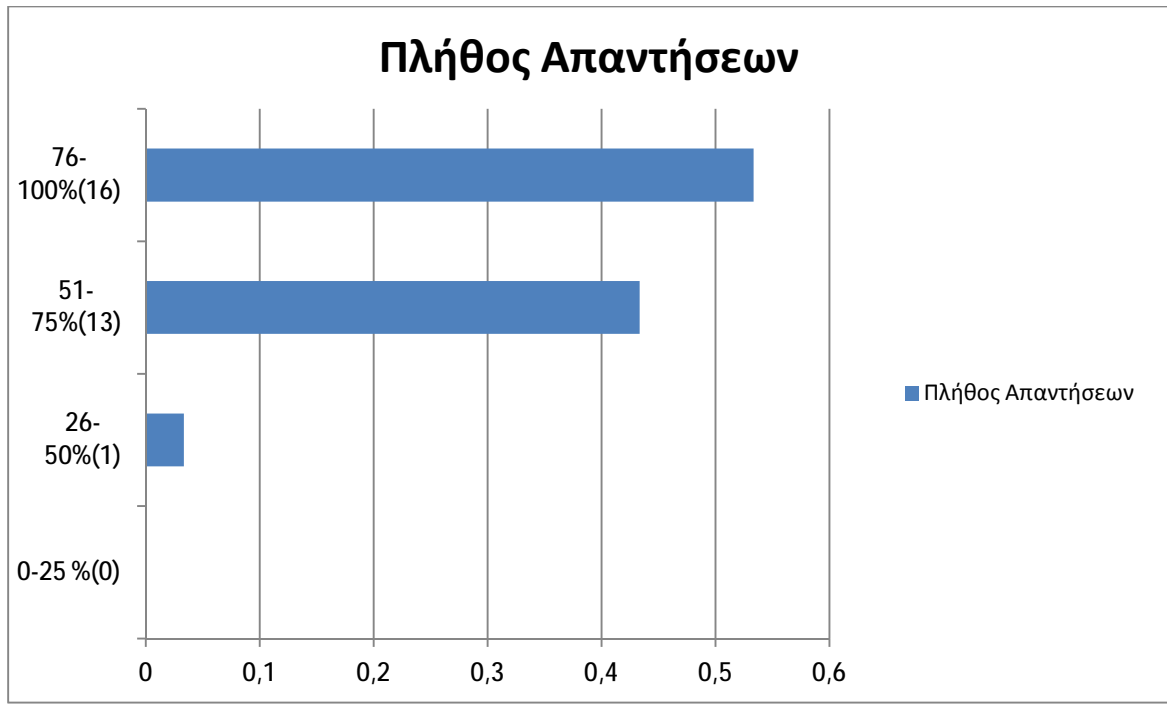
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 25**:



Διάγραμμα 4.25: Γνώση προμηθευτών μεγαλύτερων κρεοπωλείων

Ερώτηση 10: Κατά πόσο εμπιστεύεστε την τήρηση της συμφωνίας της παραγγελίας στην ημερομηνία προέλευσης του κρέατος στο κρεοπωλείο με τον προμηθευτή;

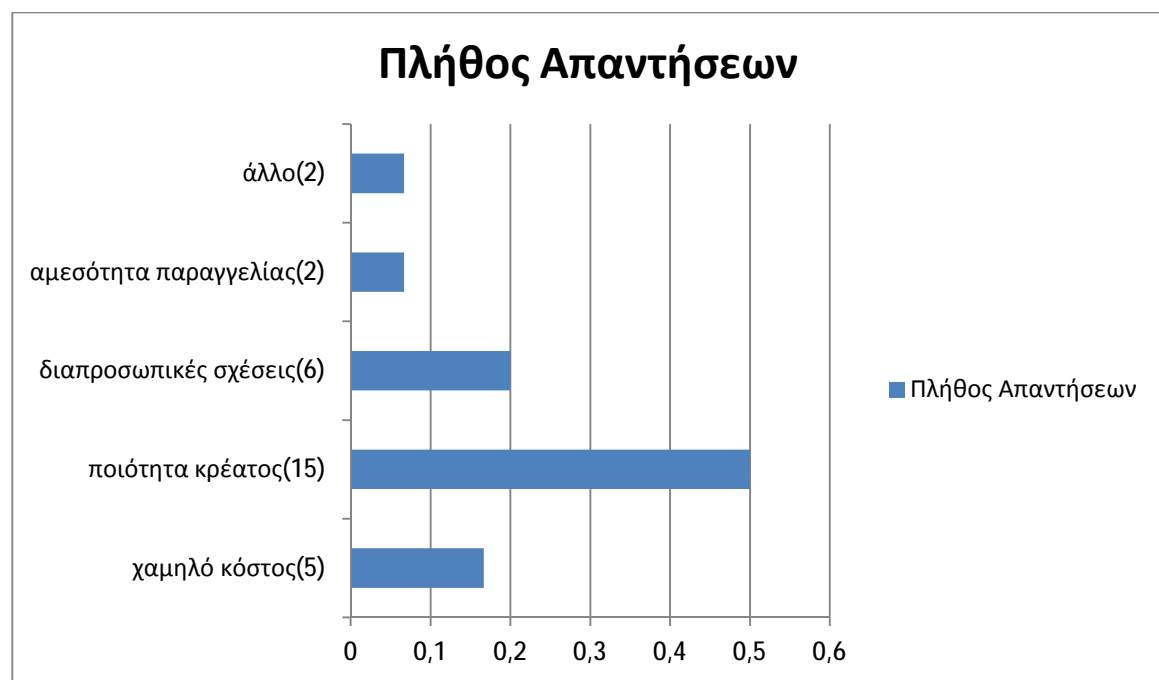
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 26**:



Διάγραμμα 4.26: Βαθμός εμπιστοσύνης τήρησης συμφωνίας της παραγγελίας στην ημερομηνία προέλευσης του κρέατος στο κρεοπωλείο με τον προμηθευτή

Ερώτηση 11: Με ποιο/ποια κριτήρια επιλέξατε τους προμηθευτές σας;

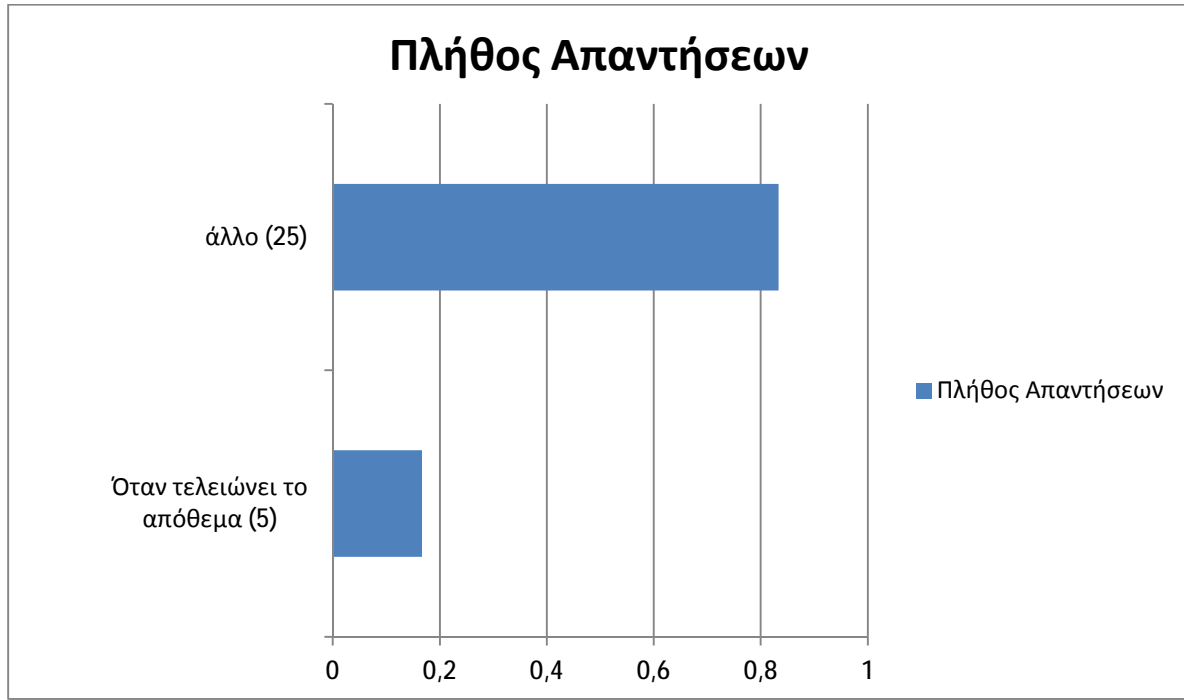
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 27**:



Διάγραμμα 4.27: Κριτήρια επιλογής προμηθευτών

Ερώτηση 14: Υπάρχει τακτό χρονικό διάστημα παραγγελίας; κάθε πότε;

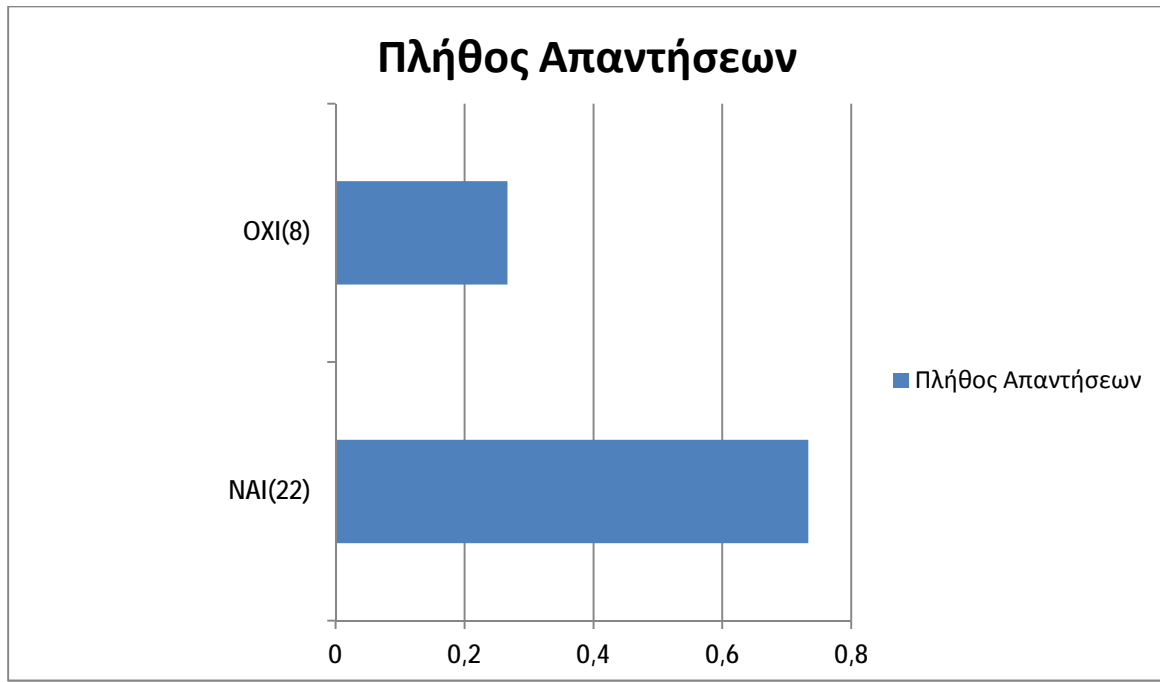
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 28**:



Διάγραμμα 4.28: Συχνότητα παραγγελίας

Ερώτηση 18: Υπάρχουν διακανονισμοί τιμών με τους προμηθευτές ;

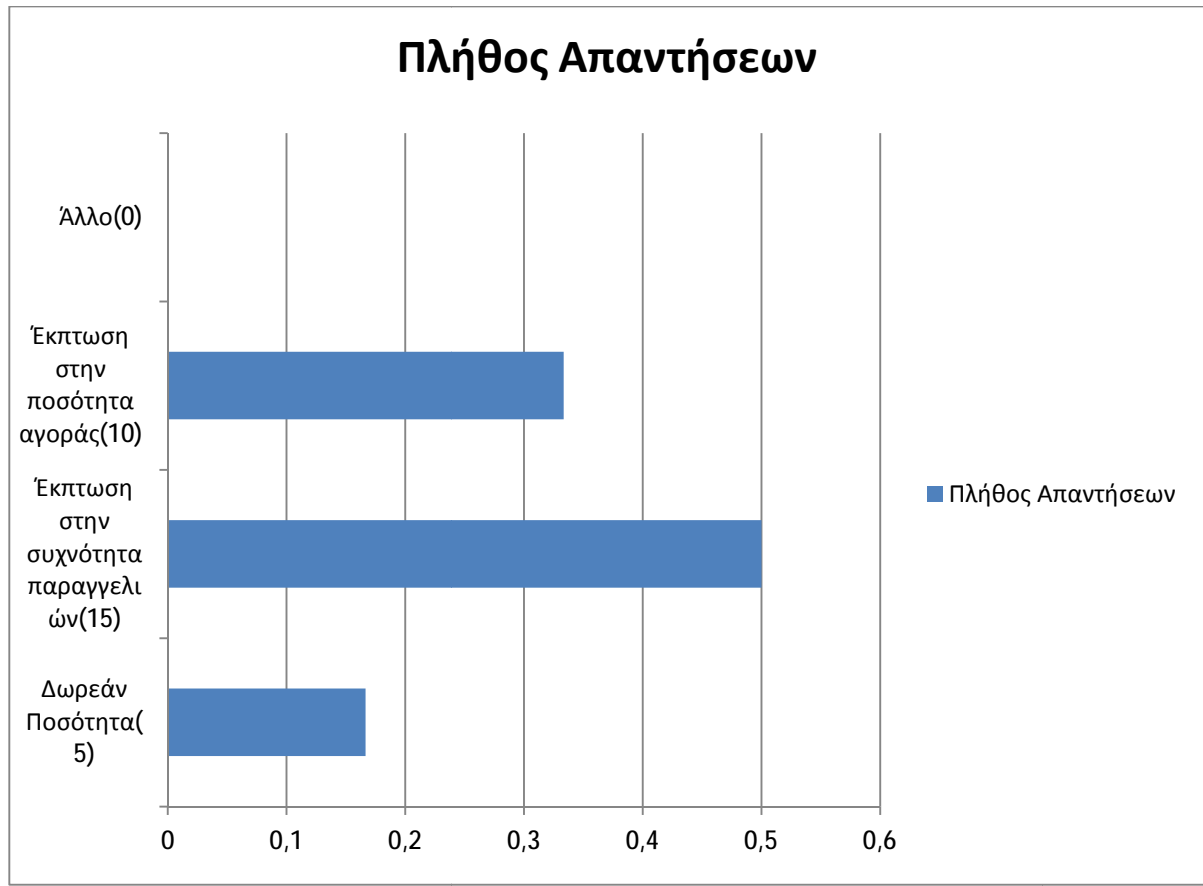
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 29**:



Διάγραμμα 4.29: Ύπαρξη διακανονισμών τιμών με τους προμηθευτές

Ερώτηση 19: Εάν 'ΝΑΙ' ποιες είναι οι πιθανές προσφορές ;

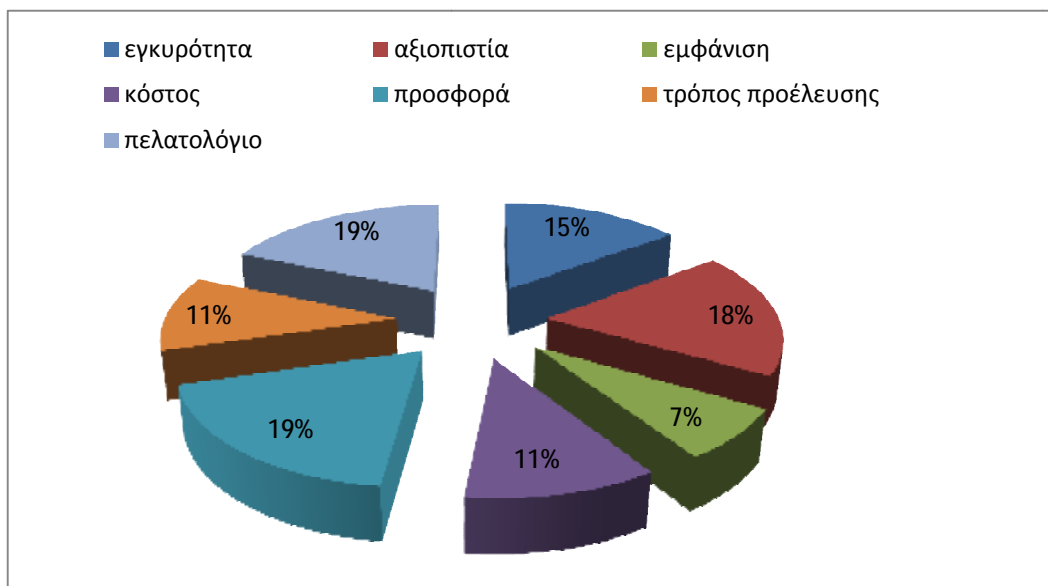
Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 30**:



Διάγραμμα 4.30: Είδη πιθανών προσφορών

Ερώτηση 21: Τι θεωρείτε πιο σημαντικό σε έναν προμηθευτή βόειου κρέατος.

Οι ερωτηθέντες έδωσαν τις παρακάτω απαντήσεις, όπως αυτές εμφανίζονται στο **Διάγραμμα 31**:



Διάγραμμα 4.31: Σημαντικά χαρακτηριστικά ενός προμηθευτή βόειου κρέατος

4.3 Περίληψη

Στο κεφάλαιο αυτό έγινε η παρουσίαση των αποτελεσμάτων των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου που δόθηκε σε ιδιοκτήτες επιχειρήσεων προς συμπλήρωση. Αναλύσαμε τα αποτελέσματα της έρευνας και για την επεξεργασία τους χρησιμοποιήθηκαν ραβδογράμματα και διαγράμματα πίτας για την σαφήνεια και ευκρίνεια που παρέχουν.

5.1 Εισαγωγή

Βρισκόμαστε σε μια οικονομικά δύσκολη εποχή όπου οι ανάγκες των καταναλωτών συνεχώς αυξάνονται και η επιθυμία τους για ορθολογική κατανάλωση του εισοδήματός τους γίνεται ολοένα και μεγαλύτερη. Το καταναλωτικό κοινό αναζητά συνεχώς το βόειο κρέας σε καλύτερη ποιότητα με ασφάλεια. Η παραγωγή τέτοιων προϊόντων κρέατος γίνεται με ειδικούς κανόνες που ονομάζονται πρότυπα συστήματα εκτροφής. Το πιστοποιημένο βόειο κρέας όπως συμπεράναμε από τα κρεοπωλεία, πέρα από το ότι είναι εκτός ανταγωνισμού όσο αφορά τη διάθεσή τους, πετυχαίνουν και σημαντικά υψηλότερες τιμές. Μέσα από τις συνεντεύξεις διαπιστώσαμε ότι η κρεατοπαραγωγός βοοτροφία στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από μεγάλο αριθμό μονάδων μικρής δυναμικότητας διεσπαρμένων σε όλη τη χώρα. Οπότε η παραγωγή κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα. Τα κρεοπωλεία με τη στάση τους προσπαθούν να αυξήσουν την παραγωγή του βόειου κρέατος στην χώρα μας, ώστε να παρέχουν το αίσθημα ασφάλειας και ποιότητας στους Έλληνες καταναλωτές. Έτσι αποτελεί σημαντικό κομμάτι του πληθυσμού προς διερεύνηση.

5.2 Σκοπός και στόχοι της διπλωματικής έρευνας

Η παρούσα μελέτη έχει ως κύριο σκοπό την διερεύνηση ορισμένων παραγόντων που σχετίζονται με την αύξηση της παραγωγής του βόειου κρέατος στην Ελλάδα και συγκεκριμένα τι προσφέρουν ως προς την ποιότητα και τις τιμές του κρέατος που διαθέτουν στην αγορά τα κρεοπωλεία στο νομό Αχαΐας.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας αυτής ήταν οι εξής :

1. Αποσαφήνιση των όρων που είναι σχετικοί με τη μελέτη του βόειου κρέατος. Για το στόχο αυτό αναλύσαμε τα δίκτυα διανομής όπως και την βοοτροφία. Ακόμη αναλύσαμε την προσφορά- ζήτηση του κρέατος αλλά και την ασφάλεια του. Για την έρευνα αυτή χρησιμοποιήσαμε ορισμούς και νόμους από το Διεθνή Οργανισμό Πιστοποίησης ISO όπως και από το Ελληνικό Δίκτυο Διανομών Α.Ε.
2. Επισήμανση των νομοθετικών απαιτήσεων των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα ιδιωτικά πρότυπα που εφαρμόζονται. Τα παραπάνω μαζί με όλους τους ορισμούς και τις διατάξεις του νόμου συλλέχθηκαν από το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τα άρθρα που ανανεώνονταν στην σελίδα του Υπουργείου, όπως επίσης και ένθετα σε εφημερίδες του κράτους.
3. Μέσα από επίσημα στοιχεία ερευνών ορίστηκε ποια είναι η ζήτηση του κρέατος γενικά αλλά και του βόειου συγκεκριμένα, όπως και έγινε ανάλυση στις εισαγωγές και εξαγωγές του κρέατος στην Ελλάδα. Αυτό επιτεύχθηκε μέσα από τα στατιστικά αποτελέσματα της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας.
4. Να ερευνηθεί η οργάνωση και τεχνογνωσία των ελληνικών κρεοπωλείων. Για την επίτευξη αυτού του στόχου αφιερώθηκαν οι ερωτήσεις 1-5 του ερωτηματολογίου.
5. Να ερευνηθεί ο τομέας της ελληνικής βοοτροφείας και η παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα. Για την επίτευξη αυτού του στόχου αφιερώθηκαν οι ερωτήσεις 6,12,13,15,20 του ερωτηματολογίου.
6. Να αποτυπωθεί η κατάσταση της ελληνικής αγοράς βοοειού κρέατος. Για την επίτευξη αυτού του στόχου αφιερώθηκαν οι ερωτήσεις 16,17,22-31 του ερωτηματολογίου.
7. Να καταγραφούν οι επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών. Για την επίτευξη αυτού του στόχου αφιερώθηκαν οι ερωτήσεις 7-11,14,18,19,21.

5.3 Συμπεράσματα

Στην παρούσα ενότητα παραθέτονται συγκεντρωτικά τα κυριότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των αποτελεσμάτων, η οποία προηγήθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο.

Τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν ομαδοποιούνται ως επίτευξη επτά στόχων.

Ο πρώτος στόχος αφορά την αποσαφήνιση των όρων που είναι σχετικοί με τους βασικούς όρους της μελέτης. Ο δεύτερος στόχος αφορά τις απαιτήσεις βάση του νόμου των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα ιδιωτικά πρότυπα που εφαρμόζονται ενώ ο τρίτος τα στατιστικά στοιχεία της ζήτησης του βόειου κρέατος με άλλα είδη κρεάτων όπως και με άλλα τρόφιμα. Οι στόχοι τέσσερα και πέντε είναι μία έρευνα στην οργάνωση και τεχνογνωσία των ελληνικών κρεοπωλείων και στον τομέα της ελληνικής βοοτροφείας και την παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα αντίστοιχα. Οι δύο τελευταίοι στόχοι, έξι και επτά, είναι η αποτύπωση της κατάστασης της ελληνικής αγοράς βοοειού κρέατος και μια καταγραφή των επαγγελματικών σχέσεων μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών.

5.3.1 Συμπεράσματα σχετικά με την αποσαφήνιση των όρων που είναι σχετικοί με τους βασικούς όρους της μελέτης.

Από την αποσαφήνιση των όρων προέκυψε ότι τα δίκτυα διανομής κρέατος ελέγχονται από αυστηρούς κανόνες οι οποίοι προβλέπουν αυστηρούς ελέγχους και σκληρές ποινές για την αποτυχία εφαρμογής τους. Δυστυχώς, στον ελλαδικό χώρο υστερούμε τόσο στην εφαρμογή των μέτρων αυτών αλλά και οι αρμόδιες υπηρεσίες δεν εφαρμόζουν τους ελέγχους όσο αυστηρά ή συχνά θα έπρεπε. Αντιθέτως, τα στάνταρ είναι σαφώς πιο υψηλά σε υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες.

5.3.2 Συμπεράσματα σχετικά με τις απαιτήσεις βάση του νόμου των Διεθνών Ευρωπαϊκών εθνικών προτύπων αναφορικά με την ασφάλεια των τροφίμων και τα ιδιωτικά πρότυπα που εφαρμόζονται σε αυτά.

Παρά την αυστηρότητα των νομοθετικών και άλλων απαιτήσεων, ο κίνδυνος επιμόλυνσης του κρέατος παραμένει υπαρκτός και ενίοτε αυξημένος. Στους παραδοσιακούς παράγοντες, όπως ανθρώπινη αμέλεια και άγνοια των κανόνων υγιεινής, έχουν προστεθεί και νέοι κίνδυνοι που μειώνουν την ασφάλεια των τροφίμων.

5.3.3 Συμπεράσματα σχετικά με τα στατιστικά στοιχεία της ζήτησης του βόειου κρέατος με άλλα είδη κρεάτων όπως και με άλλα τρόφιμα..

Στην Ελλάδα και κυρίως στο νομό Αχαΐας υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες παραγωγής βόειου κρέατος καλής ποιότητας και απόλυτης ασφάλειας τα οποία αναζητά όλο και περισσότερο ο καταναλωτής στα κρεοπωλεία και ιδιαίτερα μετά από τις διατροφικές κρίσεις που εμφανίστηκαν στην Ελλάδα (π.χ. νόσος τρελών αγελάδων).Ο έλεγχος του κρέατος διαπιστώθηκε ότι είναι πολύ αυστηρός κυρίως στα εισαγόμενα όπως και η καταπολέμηση του φαινομένου της ελληνοποίησης τους και η δυνατότητα να γίνεται αναγνώριση των ελληνικών προϊόντων από τον καταναλωτή. Αυτό έφερε ως αποτέλεσμα να αυξηθεί η ζήτηση του ελληνικού βόειου κρέατος και να υπάρξει βελτίωση στο επίπεδο των τιμών του παραγωγού και κατά επέκταση στα κρεοπωλεία όπου δόθηκε δυναμική στην ανάπτυξη της ελληνικής κτηνοτροφίας.

5.3.4 Συμπεράσματα σχετικά με την οργάνωση και τεχνογνωσία των ελληνικών κρεοπωλείων.

Διαπιστώθηκε ότι οι έλληνες κρεοπώλες στην πλειοψηφία τους δεν είναι επαρκώς ενημερωμένοι για τους ελέγχους που πρέπει να γίνονται όσον αφορά την ποιότητα του κρέατος. Σε μία αγορά όπως η σημερινή, όπου δεν πρέπει να συμβιβαζόμαστε για τίποτα λιγότερο από την άριστη ποιότητα του κρέατος, πολύ λίγοι από τους κρεοπώλες φαίνεται να έχουν εξειδίκευση στους κανόνες υγιεινής του κρέατος. Τα επίπεδα συνεργασίας κρεοπώλων-προμηθευτών, ενώ κυμαίνονται γενικά σε ικανοποιητικά επίπεδα, έχουν ακόμα περιθώρια για βελτίωση καθώς σε κάποιες περιπτώσεις υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός και κυνήγι του κέρδους. Τέλος, υπάρχει μια έλλειψη τεχνογνωσίας και υποδομών όσον αφορά την βοοτροφία καθώς τα περισσότερα κρεοπωλεία δεν διαθέτουν τις απαραίτητες εγκαταστάσεις ή το εξειδικευμένο προσωπικό για τέτοιες λειτουργίες.

5.3.5 Συμπεράσματα σχετικά με το τομέα της ελληνικής βοοτροφείας και την παραγωγή βόειου κρέατος στην Ελλάδα.

Παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι μία χώρα που έχει το κατάλληλο κλίμα για βοοτροφία πολύ λίγα κρεοπωλεία επιχειρούν να εκτρέφουν τα δικά τους μοσχάρια. Οι περισσότεροι κρεοπώλες δεν τολμούν ένα τέτοιο εγχείρημα καθώς θεωρούν ότι υπάρχει μεγάλο ρίσκο όσον αφορά το κόστος και το χρόνο που απαιτείται να δαπανηθεί. Ως αποτέλεσμα, τα περισσότερα κρεοπωλεία βασίζονται στο εισαγόμενο κρέας το οποίο χρειάζεται χρόνο να μεταφερθεί από τα σφαγεία στα κρεοπωλεία και η μεταφορά ανεβάζει το κόστος του. Αυτή η καθυστέρηση έχει και άλλες αρνητικές επιπτώσεις καθώς το κρέας που ξεπερνά την ημερομηνία λήξης συνήθως πετιέται στα σκουπίδια και δεν ανακυκλώνεται ως βιοκάσμιμα, λίπασμα, κτλ. Πρέπει να δοθούν κίνητρα και διευκολύνσεις από το κράτος ώστε να αναπτυχθεί ο τομέας της ελληνικής βοοτροφείας. Ένας ισχυρός τομέας βοοτροφείας θα μπορούσε να μας αποφέρει πολλά οφέλη.

5.3.6 Συμπεράσματα σχετικά με την αποτύπωση της κατάστασης της ελληνικής αγοράς βόειου κρέατος.

Τα κρεοπωλεία ελέγχουν τη διαθέσιμη ποσότητα βόειου κρέατος στο νομό Αχαΐας και πολλά από αυτά διαθέτουν προϋποθέσεις ελεύθερας βόσκησης και παραγωγής βόειου κρέατος όπως και καθιέρωσαν πιστοποίηση του κρέατος που εκτρέφουν από τη διεύθυνση Αγροτικής Ανάπτυξης ή των Κέντρων Αγροτικής Ανάπτυξης. Από τις προσωπικές συνεντεύξεις που είχαμε με τους κρεοπώληδες του Νομού Αχαΐας αλλά και στην περιφέρεια του Νομού Κέρκυρας με τον Κύριο Γογγάκη Α.Ε.Β.Ε. Εμπορία και διανομή τροφίμων, προκύπτει ότι υπάρχει μείωση της ζήτησης στον συγκεκριμένο τομέα εξαιτίας της παγκόσμιας ύφεσης και της αύξησης της παραγωγής από άλλες χώρες όπως Αυστραλία, Γαλλία, Ολλανδία και Νέα Ζηλανδία.

5.3.7 Συμπεράσματα σχετικά με τις επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών.

Σε γενικές γραμμές υπάρχει ένα ικανοποιητικό επίπεδο στις επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ κρεοπωλών και προμηθευτών. Οι κρεοπώλες συνήθως έχουν καλή γνώση για την αξιοπιστία του προμηθευτή τους καθώς και τις τιμές και το πελατολόγιό του. Υπάρχουν όμως

πάντα περιθώρια για βελτίωση. Η επάνοδος της οικονομικής κρίσης είχε ως αποτέλεσμα την άυξηση του ανταγωνισμού. Οι καταναλωτές που έχουν επίσης επηρεαστεί από την οικονομική κρίση δίνουν πλέον περισσότερη σημασία στην τιμή παρά στην ποιότητα του κρέατος και αρκετές φορές στρέφονται σε υποκατάστατα του βόειου κρέατος. Η τιμή του κρέατος δεν είναι ιδιαίτερα χαμηλή γιατί δεν υπάρχουν αρκετά κρεοπωλεία με εγκαταστάσεις ικανές για βοοτροφία. Αυτό φέρνει τα μεγαλύτερα κρεοπωλεία και τους μεγάλους προμηθευτές σε πλεονεκτική θέση απέναντι στις μικρές επιχειρήσεις και οξύνει την ένταση του ανταγωνισμού.

Συμπερασματικά, η μορφή αυτή παραγωγής βόειου κρέατος στη χώρα μας μπορεί να σταθεί εφόσον διατηρηθούν οι αναγκαίες επιδοτήσεις και δημιουργηθούν σύγχρονες μονάδες σε ορισμένες περιοχές που διαθέτουν τις προϋποθέσεις ελευθέρως βόσκησης και παραγωγής φθηνών χονδροειδών ζωοτροφών

5.4. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στη συνέχεια ακολουθούν οι προτάσεις προς τις άμεσα ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις στον τομέα της κτηνοτροφίας και ιδιαίτερα στα κρεοπωλεία και στις αλυσίδες super market που διαθέτουν κρεοπωλεία, όπως επίσης και τις προτάσεις μας όσον αφορά την περαιτέρω έρευνα στον τομέα αυτό.

5.4.1 Προτάσεις προς τις αλυσίδες super market που διαθέτουν κρεοπωλεία.

Θα μπορούσε να υπάρξει η δυνατότητα επιμόρφωσης των κρεοπωλών με την παρακολούθηση διαφόρων σεμιναρίων στο αντικείμενο τους. Με αυτό τον τρόπο θα ήταν σαφώς καλύτερα ενημερωμένοι και αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα να ενημερώνεται σωστά ο καταναλωτής και να νιώθει σιγουριά και ασφάλεια για τις αγορές του.

5.4.2 Προτάσεις προς τα κρεοπωλεία.

Χρειάζονται άριστες συνθήκες υγιεινής και διαβίωσης των βοοειδών για να αυξηθούν οι προδιαγραφές του βόειου κρέατος και κατά συνέπεια να αυξηθεί η βοοτροφία. Θα δώσει σημαντικό πλεονέκτημα στην Ελληνική οικονομία και στο βοιωτικό επίπεδο των κατοίκων.

5.4.3 Προτάσεις προς τους δημόσιους φορείς.

Δεν υπάρχει άριστος εκσυγχρονισμός και εκμηχανισμός κάτι που είναι αναγκαίο για τη γραμμή ζωικής παραγωγής. Σκοπός μας είναι να βελτιωθεί το επίπεδο των εκτρεφόμενων βοοειδών με ιδιαίτερη βαρύτητα στην επιλογή κατάλληλων ζώων για τις σωστές συνθήκες εκτροφής τους. Σημαντικό βήμα είναι να υπάρξει χρηματοδότηση για να δημιουργηθούν κτηνοτροφικές μονάδες ώστε να έχουμε αύξηση του ντόπιου βόειου κρέατος, καλύτερες τιμές για τα κρεοπωλεία και τέλος καλύτερη ποιότητα και τιμές στους καταναλωτές. Τα παραγόμενα Προϊόντα σήμερα, έχουν ζήτηση στην αγορά και είναι ένας βασικός παράγων ανάπτυξης εκτός των άλλων είναι και η Πιστοποίηση Αγροτικών προϊόντων σε ΠΟΠ, ΠΓΕ ή ΠΠΠ, για να δώσει προστιθέμενη αξία στα προϊόντα αυτά. Τέλος οι μελλοντικές έρευνες στο θέμα αυτό θα πρέπει να περιλαμβάνουν επιπλέον παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγή του βόειου κρέατος στην Ελλάδα και την πώληση τους από τα κρεοπωλεία. Όπως αναφέραμε και στα συμπεράσματα, υπάρχει μείωση της ζήτησης στον συγκεκριμένο τομέα εξαιτίας της παγκόσμιας ύφεσης και της αύξησης της παραγωγής από άλλες χώρες. Για το λόγο αυτό χρειάζονται περισσότερα μέτρα στήριξης από την Ε.Ε. και χρηματοδοτήσεις. Ο πληθυσμός έχει διαχρονική ενασχόληση με τις εκτροφές και τις καλλιέργειες. Για την επίτευξη όλων των παραπάνω χρειάζεται συνεχής ενημέρωση, εκπαίδευση και σωστή οργάνωση για μια την αύξηση της βοοτροφίας και γενικά της κτηνοτροφίας στην χώρα μας.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΘΕΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ:

ΕΛΕΓΧΟΣ & ΔΙΑΝΟΜΗ ΒΟΕΙΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

Στα πλαίσια της πτυχιακής εργασίας ‘Δίκτυα διανομής του μοσχαρίσιου κρέατος’ πραγματοποιούμε μια έρευνα με θέμα «σύγκριση σχέσεων προμηθευτών μοσχαρίσιου κρέατος με τα κρεοπωλεία ». Η συμμετοχή σας είναι σημαντική και η βοήθειά σας πολύτιμη. Ο απαιτούμενος χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου είναι 5 λεπτά περίπου.

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ Α:

«ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ»

1. Κάθε πότε διενεργούνται έλεγχοι από τις αρμόδιες υπηρεσίες προς εσάς;
Κάθε εβδομάδα
Κάθε μήνα
Κάθε εξάμηνο
Άλλο
2. Γνωρίζεται το agrocert που απαιτείται για την άδεια χρήσης ειδικών σημάνσεων βόειου κρέατος;
ΝΑΙ ΟΧΙ
3. Από πού προέρχεται το Βόειο κρέας ;
Σταβλισμένα βοοειδή
Ελευθέρας βοσκής
Εισαγόμενα
4. Κατά πόσο είναι καλή η συνεργασία σας με τον/τους προμηθευτή/ ές σας ;
ΚΑΚΗ ΜΕΤΡΙΑ ΚΑΛΗ ΑΡΙΣΤΗ
5. Συμφωνείτε ή διαφωνείτε με την παρακάτω δήλωση : ‘Οι καλές σχέσεις ευνοούν τον κύκλο πωλήσεων; ‘
Συμφωνώ Διαφωνώ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ Β:

<<ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ>>

6. εκτρέφετε δικά σας μοσχάρια;
ΝΑΙ ΟΧΙ
7. Εάν ‘ΟΧΙ’ πόσους διαφορετικούς προμηθευτές έχετε ;

1 2 περισσότερους

8. Ανήκουν στους προμηθευτές σας μεγαλύτερα κρεοπωλεία ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

9. Εάν 'ΝΑΙ' γνωρίζετε τους προμηθευτές τους ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

10. Κατά πόσο εμπιστεύεσθε την τήρηση της συμφωνίας της παραγγελίας στην ημερομηνία προέλευσης του κρέατος στο κρεοπωλείο με τον προμηθευτή;

0-25 % 26-50 % 51-75% 76-100 %

11. Με ποιο/ποια κριτήρια επιλέξατε τους προμηθευτές σας;

Χαμηλό κόστος

Ποιότητα κρέατος

Διαπροσωπικές σχέσεις

Αμεσότητα παραγγελίας

Άλλο.....

12. Από πού προμηθεύεται η Πάτρα;

Πάτρα

Ευρύτερη περιοχή Πατρών

Άλλο.....

13. Τρόποι μεταφοράς κρέατος

Με φορτηγά

Με πλοία

Άλλο.....

14. Υπάρχει τακτό χρονικό διάστημα παραγγελίας; κάθε πότε;

Όταν τελειώσει το απόθεμα

Άλλο.....

15. Πόσος χρόνος μεσολαβεί από τα σφαγεία στα κρεοπωλεία

1-3 Μέρες

4-7 Μέρες

Παραπάνω

16. Ποιο κρέας έχει χαμηλότερο κόστος ;

Εγχώριο

Εισαγόμενο

Εκτρεφόμενο

17. Ποια είναι τα κριτήρια μεταβολών των τιμών στο βόειο κρέας ;

Τιμές προμηθευτών

Ζήτηση κρέατος

Έρευνα αγοράς

Προέλευση(εγχώριο ή εισαγόμενο)

Άλλο.....

18. Υπάρχουν διακανονισμοί τιμών με τους προμηθευτές ;

ΝΑΙ ΟΧΙ

19. Εάν 'ΝΑΙ' ποιες είναι οι πιθανές προσφορές ;

Δωρεάν ποσότητα

Έκπτωση στην ποσότητα αγοράς

Έκπτωση στην συχνότητα παραγγελιών

Άλλο.....

20. Κατά την περίοδο λήξης του αποθέματος πως διαχειρίζεστε το κρέας ;

Το πετάτε στα σκουπίδια

Λίπασμα, βιοκαύσιμα

Ζωοτροφές

Άλλος τρόπος χρήσης

21. Τι θεωρείτε πιο σημαντικό σε έναν προμηθευτή βόειου κρέατος.

Εγκυρότητα

Αξιοπιστία

Εμφάνιση

Κόστος

Προσφορά

Τρόπος προέλευσης

Πελατολόγιο

22. Πόσο συχνά αγοράζουν μοσχαρίσιο κρέας οι πελάτες ;

1-3 φορές την εβδομάδα

4-7 φορές την εβδομάδα

κάθε Μήνα

23. Ποιο κρέας έχει τις μεγαλύτερες πωλήσεις στα νοικοκυριά ;

Χοιρινό

Βόειο

Κοτόπουλο

Άλλο

24. Ποια κατηγορία έχει τις υψηλότερες πωλήσεις κρέατος ;

Εγχώρια

Εισαγόμενα

Εκτροφής κρεοπωλείου

25. Περίπου ποιο ποσοστό των πελατών ζητούν πιστοποίηση του κρέατος που αγοράζουν ;

0-25 % 26-50% 51-75 % 76-100%

26. Τρόπος προσέγγισης πελατών στο κρεοπωλείο :

Αμεσότητα με τον πελάτη

Καλύτερη τιμή προϊόντος (προσφορές)

Έμφαση στην ποιότητα

27. Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση της Ελλάδας την συχνότητα αλλά και την ποσότητα αγοράς μοσχαρίσιου κρέατος;

ΝΑΙ ΟΧΙ

28. Εάν 'ΝΑΙ' ποιο κρέας είναι τις περισσότερες φορές υποκατάστατο του μοσχαρίσιου κρέατος ;

Χοιρινό

Κοτόπουλο

Άλλο.....

29. Τι θεωρείται ότι είναι πιο σημαντικό να έχει ένα κρεοπωλείο.

Εγκυρότητα

Αξιοπιστία

Εμφάνιση

Εξειδικευμένο προσωπικό

Χαμηλές τιμές

Πιστούς πελάτες

Ποιότητα προϊόντων

30. Έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση την ποσότητα προσφορά-ζήτηση βόειου κρέατος;

.....

...

31. Εάν ναι? Ποιο άλλο κρέας έχει λειτουργήσει ως υποκατάστατο στο βόειο?

Χοιρινό

Κοτόπουλο

Άλλο

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

1. Βαβούρα, Ι. Σ., Μανωλά, Γ. Α., (2006), «Εισαγωγή στις Μακροοικονομικές Έννοιες», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση,.
2. Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, ΤΕΙ Λάρισας, (2011), *Οδηγός επιχειρηματικότητας νέων κτηνοτρόφων*, Τμήμα ζωικής παραγωγής,.
3. Διαμαντίδης Νίκος, Μεταξόπουλος Χρήστος, Γούλας Γ., (2006), Παραγωγή κρέατος ποιότητας στο ΓΕΩΡΓΙΑ- κτηνοτροφία, τ. 10
4. Καλογρίδου – Βασιλειάδου Δ., (1999), *Κανόνες ορθής υγιεινής πρακτικής για τις επιχειρήσεις τροφίμων*, Αθήνα, University Press.
5. Κατσαούνης Ν. (2000). *Βοοτροφία*. Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Σύγχρονη Παιδεία,.
6. Κατσάς, Γ. (1976), *Το κρέας: Τα προϊόντα και τα παραπροϊόντα του- Τεχνολογία-Βιομηχανοποίηση – Εμπορία*, Αθήνα
7. Κονταράτος Ι.Γ. (1998) *Δίκτυα διανομής*, Αθήνα
8. Kotler Philip Keller Kevin Lane, (2008), *Marketing Management Advertising Age*, 13th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
9. Λαμπρούση Ευθαλία (2011). Οικονομική ανάλυση του κόστους εφαρμογής συστημάτων, διαχείρισης ποιότητας και ασφάλειας σε μονάδα επεξεργασίας και τυποποίησης κρέατος, Μεταπτυχιακή εργασία, Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
10. Μέργος, Γ. (1998), *Εξωτερικό Εμπόριο Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων – Ανάλυση και προτάσεις πολιτικής*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.
11. Παπαβασιλείου Ν. – Μπαλτάς Γ (2003). *Διοίκηση Δικτύων Διανομής και logistics*, Αθήνα
12. Σμυρνιωτοπούλου Αλεξάνδρα, (2011), Ανάλυση ζήτησης εισαγόμενου κρέατος, Μεταπτυχιακή εργασία στο Τμήμα Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης του Γεωπονικού Πανεπιστημίου Αθηνών.
13. Τσιάτρας Γ. (2002), Βελτίωση ποιότητας, Αθήνα, εκδόσεις Μπένου Σωτ. Ευγενία
14. Wessels, Walter J. (2004), *Οικονομική Μακροοικονομική*, εκδόσεις: ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ
15. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και τροφίμων (2007) *Πτηνοτροφία* Ενημερωτικό φυλλάδιο ζωικής παραγωγής, Σεπτέμβριος.
16. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων, (2007), Ανάπτυξη Του Τομέα Βοοτροφίας Κρεοπαραγωγικής & γαλακτοπαραγωγικής κατεύθυνσης (με βάση προτάσεις & συμπεράσματα των περιφερειακών μελετών της νέας ΚΑΠ)
17. Φαναριώτη Π., Αρχές Οργανώσεως και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Εκδ. Α. Σταμούλης, Αθήνα 2001

Internet

18. Εισαγωγές - Εξαγωγές κρέατος και προϊόντων του, 2009-2010 <http://www.3comma14.gr/pi/> (Προσπελάστηκε 18-8-2012)
19. Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος, (2005-2009) «Στατιστικά στοιχεία» **Σφάλμα! Η αναφορά της υπερ-σύνδεσης δεν είναι έγκυρη.** στις 14-6-2012).
20. Έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών (<http://www.statistcs.gr>) προσπελάστηκε στις 8-6-2012.
21. ICAP (2007), *Η αγορά κρέατος*, ICAP. www.ICAP.com
22. IOBE (2005) (<http://www.iobe.gr>), Ινστιτούτο Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Ειδική Έκθεση για την επιχειρηματικότητα, (Προσπελάστηκε στις 7-7-2012)

23. Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων (2005), «Στατιστικά δεδομένα». (<http://www.minagric.gr>) (Προσπελάστηκε στις 10-6-2012)
24. Food and Agriculture Organization: FAO(2004)
25. Αναπτυξιακή Τρικάλων, ΚΕΝΑΚΑΠ Α.Ε. (<http://www.kenakap.gr>)
26. Ανάπτυξη του τομέα βοοτροφίας κρεοπαραγωγικής & γαλακτοπαραγωγικής κατεύθυνσης (<http://www.minagric.gr/>)
27. ΦΕΚ 180/Α/20-12-90