



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΩΝ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΩΝ ΝΩΠΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

ΣΙΣΒΕΛΑΣΒΙΛΙ ΝΑΝΑ

ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ

ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Παναγιώταρου Αλίκη

ΠΑΤΡΑ 2022

Ευχαριστίες

Η προκείμενη μελέτη αποτελεί τον καρπό ερευνητικής και συγγραφικής προσπάθειας, η οποία διήρκεσε **(Από 20/9/2020 εως 15/11/2021)**.

Θα επιθυμούσα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή **(κ. Παναγιώταρου Αλίκη)**, διότι είχε την υπομονή να μας υποδείξει τον δέοντα μεθοδολογικό βηματισμό και καίριες βιβλιογραφικές επισημάνσεις και διότι μας επέστησε την προσοχή σε επιμέρους θεματικές ενότητες της παρούσας εργασίας.

Εννοείται ότι σφάλματα και ανεπάρκειες του παρόντος αποτελούν αποκλειστικά δική μας ευθύνη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	3
1.1 Η ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟ ΚΡΕΑΣ	3
1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ	5
1.3 ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΙ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΚΡΕΑΣ	6
2.1 ΕΙΔΗ ΚΡΕΑΤΟΣ	6
2.2 ΔΟΜΗ ΚΡΕΑΤΟΣ	8
2.3 ΚΛΑΔΟΙ ΚΡΕΑΤΟΣ	14
2.3.1 ΧΟΙΡΟΤΡΟΦΙΑ	16
2.3.2 ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ	18
2.3.3 ΒΟΟΤΡΟΦΙΑ	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ	24
3.1 ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ	24
3.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ	28
3.3 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΕΑΤΟΣ	29
3.4 ΧΟΡΤΟΦΑΓΟΙ & VEGAN	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	33
4.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	33
4.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	34
4.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	61
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	66

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το κρέας κατέχει σημαντική θέση στην καθημερινή διατροφή των Ελλήνων καταναλωτών, καταλαμβάνοντας, ταυτόχρονα, και το μεγαλύτερο μέρος της μηνιαίας καταναλωτικής δαπάνης των νοικοκυριών. Ωστόσο, παρά τα σημαντικά θρεπτικά συστατικά που προσφέρει στον ανθρώπινο οργανισμό, όπως πρωτεΐνες, βιταμίνες και σίδηρο, το κρέας και – κυρίως – το κόκκινο κρέας, έχει κατηγορηθεί για την εμφάνιση ορισμένων ασθενειών που προκαλούνται από την υπέρμετρη κατανάλωσή του. Έτσι, πολλές φορές, υπάρχει μια ανησυχία σχετικά με τους κινδύνους που ελλοχεύουν από την κατανάλωση του κρέατος για την ανθρώπινη υγεία. Οι ανησυχίες αυτές διογκώνονται, σε συνδυασμό με απρόβλεπτα γεγονότα, όπως η σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια των βοοειδών και η νόσος των πουλερικών, αλλά και με λόγους που αφορούν την παράδοση επηρεάζουν τις αντιλήψεις των καταναλωτών και – συνεπώς – και την ζήτηση για κρέας.

Σε γενικές γραμμές, η κατανάλωση του κρέατος επηρεάζεται άμεσα από την εξέλιξη του εισοδήματος των νοικοκυριών. Σύμφωνα με τον Κατσά (1976), η ποσότητα κρέατος και προϊόντων του που καταναλώνει κάθε μέλος ενός νοικοκυριού μέσα στο χρόνο, αποτελεί στοιχείο που καθορίζει σε μεγάλο βαθμό το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης του κράτους, στο οποίο διαμένει. Ο Μέργος (1998) συμπεραίνει πως, όταν παρατηρούνται χαμηλά επίπεδα εισοδήματος, καταγράφεται μεγαλύτερη κατανάλωση βασικών τροφίμων, όπως είναι τα δημητριακά και τα όσπρια. Αντίθετα, παρατηρείται ότι, όσο αυξάνεται ο παράγοντας του εισοδήματος ενός νοικοκυριού, τόσο το μεγαλύτερο μέρος της καταναλωτικής δαπάνης κατευθύνεται προς προϊόντα ζωικής προέλευσης.

Η παρούσα μελέτη έχει ως στόχο την περιγραφή των αγοραστικών και των καταναλωτικών συνηθειών όσον αφορά όλα τα είδη κρεάτων από πλευράς των Ελλήνων καταναλωτών, τους λόγους επιλογής συγκεκριμένου σημείου πώλησης κρέατος και των αντιλήψεων για το κρέας.

Λέξεις κλειδιά: Κρέας, Καταναλωτικές προτιμήσεις, Υγεία

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Η ΑΝΤΙΑΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟ ΚΡΕΑΣ

Στις περισσότερες κοινωνίες, το κρέας παίζει σημαντικό ρολό στην διατροφή των ανθρώπων. Χωρίς αμφιβολία, το κρέας αποτελεί, πολύ συχνά, το κύριο τρόφιμο αναμεσά στα υπόλοιπα. Από επιστημονική άποψη, το κρέας έχει υψηλή διατροφική αξία, εφόσον περιέχει πρωτεΐνες, βιταμίνες, σίδηρο κτλ. Αλλά, όπως αποδεικνύει και ο μεγάλος αριθμός των χορτοφάγων, το κρέας δεν είναι και τόσο σημαντικό μέρος της διατροφής, αφού όλα αυτά που εμπεριέχει μπορούν να αναπληρωθούν από σωστή διατροφή φυτικών πηγών (Swatland, 1984).

Παρατηρείται πως, στις βιομηχανοποιημένες χώρες, η ζήτηση για κρέας αφορά την «τροφική» ποιότητα και τη ζήτηση μιας σειράς από ποιοτικά χαρακτηριστικά από το στάδιο της επεξεργασίας του κρέατος όπως είναι η ράτσα ζώου, η ποιότητα τροφής του, ο τρόπος σφαγής του, μέχρι το τελικό προϊόν, που είναι η συσκευασία, το κανάλι διανομής, κλπ. Επίσης, η ζήτηση στις αναπτυσσόμενες περιοχές του κόσμου αφορά κυρίως τη ζήτηση για κρέας και προϊόντα κρέατος όλων των ειδών και όλων των ποιοτήτων. Τα ζώα ζουν σε μη σταθερές συνθήκες, μεγαλώνουν πιο αργά και σφαγιάζονται σε μεγαλύτερη ηλικία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα το κρέας τους να είναι λιγότερο ζουμερό και να έχουν ποιότητα, η οποία διαφέρει κατά πολύ από εκείνη που απαιτείται από τις αναπτυγμένες βιομηχανοποιημένες χώρες (Fousekis and Pantzios, 2000).

Αν και είναι σαφές ότι το κρέας δεν είναι οπωσδήποτε απαραίτητο συστατικό μιας διατροφής, η κατανάλωση του νωπού κρέατος έχει αυξηθεί θεαματικά κατά την τελευταία δεκαετία. Παρόλο που υπάρχουν πάνω από 3 εκατομμύρια vegan και χορτοφάγοι σε όλο τον κόσμο και παρά το γεγονός ότι υπάρχουν πολιτισμοί και θρησκείες που δεν επιτρέπουν την κατανάλωση του κρέατος, εύλογα γεννάται στον ερευνητή το ερώτημα σχετικά με το ποια είναι η κύρια αιτία που έχει οδηγήσει στην υπερκατανάλωση κρέατος.

Ένας λόγος που επιλέξαμε να αναπτύξουμε το συγκεκριμένο θέμα είναι η αύξηση της κατανάλωσης, όπως προαναφέρθηκε. Επιθυμούμε να μελετήσουμε τους λογούς που κάνουν το κρέας να κατέχει τόσο σημαντικό ρολό στην διατροφή. Επίσης, θέλουμε να μελετήσουμε πώς η υπερκατανάλωση του νωπού κρέατος θα επηρεάσει το μέλλον.

Η κατανάλωση του κρέατος μπορεί να βασίζεται σε:

1. διαφορετικά κοψίματα του κρέατος
2. διαφορετικούς τρόπους μαγειρέματος
3. ευκολία αγοράς και μαγειρέματος.

Η κατανάλωση κρέατος βασίζεται κυρίως στη διαθεσιμότητα, την τιμή και την παράδοση. Η παραγωγή κρέατος είναι μια πολύ σύνθετη λειτουργία, η οποία δεν εξαρτάται μόνο από τη ζήτηση, που συνήθως βασίζεται στην τιμή πώλησης και το διαθέσιμο εισόδημα, αλλά και από πολλούς κοινωνικούς και οικονομικούς παράγοντες. Στις βιομηχανοποιημένες χώρες, η αναλογία της δαπάνης για τρόφιμα, σταδιακά μειώνεται σε σχέση με τις προηγούμενες δεκαετίες και, πλέον, δεν παρουσιάζονται μεγάλες διακυμάνσεις στις ποσότητες που αγοράζονται από διαφορετικές εισοδηματικές ομάδες. Αντίθετα, στις αναπτυσσόμενες χώρες, η ποσότητα κρέατος που καταναλώνεται ποικίλει σε μεγάλο βαθμό ανάλογα με κοινωνικούς, οικονομικούς, πολιτικούς, θρησκευτικούς και γεωγραφικούς παράγοντες.

Ακόμη, επιθυμούμε να δούμε πώς ο συγκεκριμένος κλάδος θα επηρεαστεί στον μέλλον, καθώς οι αρμόδιοι επιστήμονες προβλέπουν πως, μέχρι το 2050, ο ανθρώπινος πληθυσμός θα φτάσει στα 10 δισεκατομμύρια. Με αυτούς τους ρυθμούς θα είναι δύσκολο στον μέλλον να εκτρέφονται ζώα για κατανάλωση.

Και οι λόγοι θα οφείλονται:

1. στους ανεπαρκείς χώρους για τα ζώα
2. στους ανεπαρκείς χώρους αποθήκευσης για τα τρόφιμα.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ

Με την ευρεία έννοια του ορού, το κρέας ορίζεται ως σάρκα ζώων που είναι καταλληλά για ανθρώπινη κατανάλωση. Περιλαμβάνει σκελετικούς μύες και λίπος αλλά, επίσης, και σαν κρέας μπορούν να περιγραφούν τα όργανα και τα εντόσθια ενός νεκρού ζώου. Με την πάροδο των χρόνων, έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί για το κρέας. Ένας από τους πρώτους ορισμούς δόθηκε πριν από το 1900 και όριζε το κρέας ως όλα τα βιώσιμα μέρη των θηλαστικών και των πτηνών που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στη διατροφή.

Περί το 1908, με την Συνθήκη της Γενεύης, αποφασίστηκε να οριστεί ως νωπό κρέας όλα τα βρώσιμα μέρη του ζώου που μπορούν να καταναλωθούν από τον άνθρωπο και δεν έχουν υποστεί καμία επεξεργασία πλην της ψύξης (Μαυροειδής, 1971). Με βάση πιο πρόσφατες σχετικές αναφορές, ως κρέας ορίζεται η σάρκα των θερμόαιμων ζώων και πτηνών, που αποτελείται κυρίως από μυϊκό ιστό και η οποία, μετά από τη σφαγή του ζώου ή του πτηνού, έχει υποστεί μεταθανάτιες βιομηχανικές μεταβολές που την καθιστούν τρυφερή και εύγευστη.

1.3 ΣΚΟΠΟΣ & ΣΤΟΧΟΙ

Σκοπός της παρούσας πτυχιακής εργασίας είναι να διερευνηθούν οι καταναλωτικές προτιμήσεις των καταναλωτών σχετικά με το νωπό κρέας, καθώς και με ποιόν τρόπο η ζήτηση του συγκεκριμένου αγαθού επηρεάζει τις ανάγκες και την συμπεριφορά των καταναλωτών.

Συγκεκριμένα, θα διερευνηθούν οι εξής στόχοι:

- ✓ Έρευνα σχετικά με τις καταναλωτικές προτιμήσεις των καταναλωτών για το νωπό κρέας.
- ✓ Μελέτη σχετικά με την ζήτηση και την προσφορά νωπού κρέατος.
- ✓ Μελέτη πιθανών παραγόντων που μπορεί να επηρεάζουν την αγοραστική απόφαση των καταναλωτών.
- ✓ Διερεύνηση της συμπεριφοράς των καταναλωτών αναφορικά με το νωπό κρέας και με το πώς η εν λόγω συμπεριφορά διαφοροποιείται με βάση τα δημογραφικά χαρακτηριστικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΚΡΕΑΣ

2.1 ΕΙΔΗ ΚΡΕΑΤΟΣ

Το κρέας διακρίνεται σε δυο μεγάλες κατηγορίες. Το νωπό κρέας, το οποίο θα μελετήσουμε, και το επεξεργασμένο κρέας. Το νωπό κρέας διακρίνεται, με τη σειρά του, σε δυο μεγάλες κατηγορίες: το κόκκινο και το λευκό. Στη διατροφική επιστήμη, το κόκκινο κρέας ορίζεται ως κάθε κρέας που συγκεντρώνει υψηλότερο ποσοστό της πρωτεΐνης της μυοσφαιρίνης συγκριτικά με το λευκό κρέας (Krystallis and Arvanitoyannis, 2005). Το λευκό κρέας ορίζεται ως μη σκούρο κρέας, το οποίο μπορεί να προέρχεται από ψαρί ή πουλερικό. Στη κατηγορία του κόκκινου κρέατος ανήκουν:

- Μοσχάρι (βοδινό/βοοειδή)
- Χοιρινό
- Αιγοπρόβειο.

Σε ορισμένες χώρες, ως κόκκινο κρέας θεωρείται και το κρέας του αλόγου, το κρέας του αγριόχοιρου, του ελαφιού, το κρέας της στρουθοκαμήλου κ.α. Στη κατηγορία του λευκού κρέατος ανήκουν:

- Πουλερικά (Κοτόπουλο, Γαλοπούλα, Πάπια, Χήνα)
- Ψάρι, Κουνέλι.

Ας δούμε αναλυτικότερα την κάθε κατηγορία κρέατος.

- **Βοδινό κρέας**

Το βοδινό κρέας προέρχεται από μοσχάρι ή νεαρό βοοειδές. Ως μοσχάρι ορίζεται το ζώο νεαρής ηλικίας και των δυο φύλων, που βρίσκεται στο στάδιο του απογαλακτισμού, ηλικίας από 8-28 μηνών. Το βοδινό κρέας, όμως, διαχωρίζεται ανάλογα με την ηλικία στις εξής κατηγορίες:

- ✓ Σε μοσχάρακι γάλακτος, το οποίο είναι το νεαρό ζώο που θηλάζεται ακόμη, ηλικίας 4 μηνων-1 έτους.
- ✓ Σε δαμάλι, το οποίο είναι μοσχάρι ηλικίας 2-3 ετών που προορίζεται για αναπαραγωγή.
- ✓ Σε βοδινό, το οποίο προέρχεται από ζώο ηλικίας 3 ετών και άνω.

Οι άνθρωποι άρχισαν να τρώνε το βόειο κρέας από τους προϊστορικούς χρόνους. Το βόειο κρέας είναι πηγή πρωτεϊνών και θρεπτικών συστατικών. Οι σκελετικοί μύες του βόειου κρέατος μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ψητά, μπριζόλα ραβδιάς, κοντά πλευρά ή μπριζόλα κ.λπ.. Το αίμα του βοδιού χρησιμοποιείται σε λουκάνικα που είναι πολύ δημοφιλές στην ασιατική κουζίνα γνωστό ως blood sausage (λουκάνικο αίματος) (Henchion et al, 2014). Τα οστά του βοδιού χρησιμοποιούνται στη παραγωγή ζωμού. Τα αλλά μέρη μου, τα οποία μπορούν να καταναλωθούν, είναι το συκώτι, η γλώσσα, η καρδιά, το τρίποδο από το δερματικό σύστημα ή η κοιλιά. Επίσης, αρκετά συχνά, μερικά έντερα χρησιμοποιούνται ως φυσικά περιβλήματα λουκάνικων ή μαγειρεύονται και τρώγονται ως έχουν.

- **Χοιρινό κρέας**

Το χοιρινό κρέας προέρχεται από νεαρό ζώο, ηλικίας 6-8 μηνών. Πρόκειται για το κρέας που καταναλώνεται συχνότερα σε παγκόσμια κλίμακα, με αποδείξεις εκτροφής χοίρων, οι οποίες χρονολογούνται από το 5000 π.Χ. Το χοιρινό τρώγεται και φρέσκο μαγειρεμένο, αλλά το μεγαλύτερο μέρος του χοιρινού κρέατος επεξεργάζεται και από την επεξεργασία αυτή παράγονται ζαμπόν, καπνιστό χοιρινό, μπέικον και λουκάνικο. Το χοιρινό είναι το πιο δημοφιλές κρέας σε όλο το κόσμο, ιδιαίτερα στην Αμερική, την κεντρική Ευρώπη και την Ασία. Πάρα τη δημοσιότητά του, ο Ιουδαϊσμός και το Ισλάμ απαγορεύουν την κατανάλωση χοιρινού κρέατος για λόγους θρησκείας και πολιτισμού.

- **Πουλερικά**

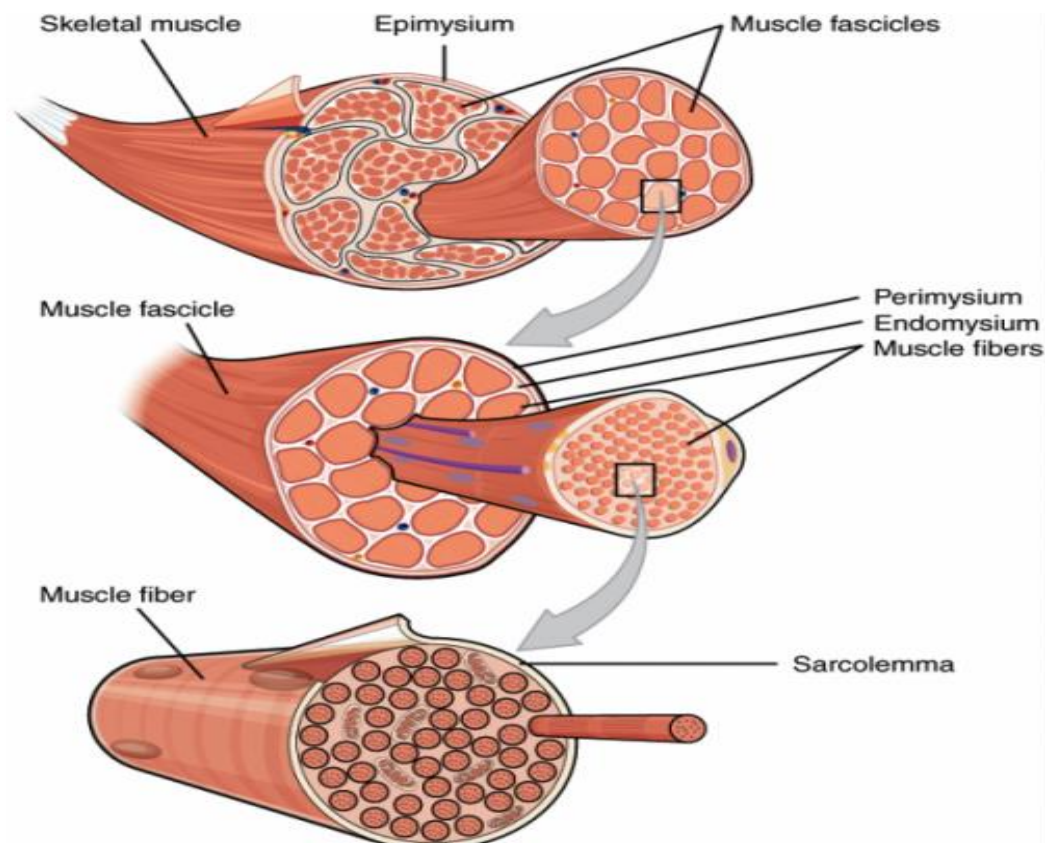
Από το κρέας των πουλερικών, το κοτόπουλο είναι το δημοφιλέστερο είδος στον κόσμο. Έχει χαμηλότερο κόστος εκτροφής συγκριτικά με τα γουρούνια και τα βοοειδή και, ίσως, αυτό να είναι και ένας από τους πολλούς λόγους που έχει κυριαρχήσει στην κουζίνα σε ολόκληρο τον πλανήτη. Το κοτόπουλο αναφέρεται, μερικές φορές, ως πιο υγιεινό από το κόκκινο κρέας, με χαμηλότερες συγκεντρώσεις χοληστερόλης και κορεσμένου λίπους. Το κοτόπουλο μπορεί να καταναλωθεί με πολλούς τρόπους, όπως είναι τηγανισμένο, βραστό ή ψητό στη σχάρα.

2.2 ΔΟΜΗ ΚΡΕΑΤΟΣ

Η γνώση της δομής, της σύνθεσης και της λειτουργίας των ιστών που συνθέτουν το κρέας είναι απαραίτητη για την περαιτέρω κατανόηση των μεταβλητών που λαμβάνονται και των παραμέτρων που προσδιορίζουν την ποιότητα του κρέατος. Το κρέας αποτελείται από νερό, πρωτεΐνες, αμινοξέα, μέταλλα, λίπη και λιπαρά οξέα, βιταμίνες και άλλα βιοδραστικά συστατικά (Macgregor, 1952).

- Μυϊκή σύνθεση

Το κρέας αποτελείται κυρίως από μυϊκό ιστό και, σε μικρότερη ποσότητα, από συνδετικό ή λιπώδη ιστό. Ο μυϊκός ιστός αποτελείται από μύες. Ο μυς περιβάλλεται από συνδετικό ιστό. Ο κάθε μυς αποτελείται από μυϊκές δέσμες που, επίσης, περιβάλλονται από συνδετικό ιστό. Οι μυϊκές δέσμες αποτελούνται από μυϊκές ίνες.



Εικόνα 1. Μυϊκή σύνθεση κρέατος

Skeletal muscle: Ο σκελετικός μυς συνδέεται στα οστά με τένοντες, στα οποίους αποδίδονται οι σωματικές κινήσεις. Σε αντίθεση προς τον λείο και τον καρδιακό μυ, ο σκελετικός μυς βρίσκεται υπό εθελοντικό έλεγχο. Οι ίνες των σκελετικών μυών συνδέονται μεταξύ τους με συνδετικό ιστό και επικοινωνούν με τα νεύρα και τα αιμοφόρα αγγεία. Ένας σκελετικός μυς αποτελείται από πολλαπλές δέσμες (σωματίδια) κυττάρων που ενώνονται μαζί και ονομάζονται μυϊκές ίνες. Οι ίνες και οι μύες περιβάλλονται από στρώματα συνδετικού ιστού που ονομάζονται περιτονίες.

Epimysium: είναι ιστός που περιβάλλει τον σκελετικό μυ. Είναι ένα στρώμα πυκνού συνδετικού ιστού που παγιδεύει ολόκληρο το μυ και προστατεύει τους μύες από την τριβή με άλλους μύες και οστά.

Muscle fascicle: είναι μυϊκές δέσμες που αποτελούνται από μυϊκές ίνες. Κάθε μυϊκός δεσμός καλύπτεται από εάν συνδετικό ιστό γνωστό και ως Περίμυιο (perimysium).

Muscle fiber: Οι μυϊκές ίνες είναι πολυπυρηνικές και μπορεί να είναι αρκετά μεγάλες σε σύγκριση με άλλα κύτταρα, με διαμέτρους έως 100 mm και μρε μήκη έως 30 cm. Η ύπαρξη πολλών πυρήνων συμβάλλει στην παραγωγή πρωτεϊνών και ενζύμων σε μεγάλες ποσότητες.

- **Μυϊκή βιοχημική σύνθεση**

Ο σκελετικός μυς περιέχει περίπου 75% νερό, 20% πρωτεΐνη και 1-10% λίπος.

ΤΡΟΦΙΜΟ	ΠΡΩΤΕΪΝΗ	ΛΙΠΟΣ
Βοδινό	20%	5%
Χοιρινό	21%	7%
Κοτόπουλο χωρίς δέρμα	21%	4%
Αρνίσιο	21%	9%
Άλλα τρόφιμα		
Βρασμένο αυγό	12,10%	11,20%
Πατάτες βραστές	2%	0,20%
Ρύζι	7%	3%
Φάκες	24%	2%

Γάλα Παστεριωμένο	3,20%	3,50%
-------------------	-------	-------

Πίνακας 1: Μέση περιεκτικότητα διάφορων τροφίμων σε πρωτεΐνες και λίπος (Πηγή: Μπούκας 2007)

- **Οι πρωτεΐνες**

Είναι ένα από τα πιο σημαντικά και απαραίτητα θρεπτικά συστατικά για το σώμα. Βρίσκονται σε όλα τα κύτταρα του σώματος και είναι ένα από τα δομικά συστατικά για μύες, όργανα του σώματος, μαλλιά, καθώς και για το δέρμα. Μπορούν, επίσης, να χρησιμοποιηθούν ως πηγή ενέργειας. Οι πρωτεΐνες αποτελούνται από εκατοντάδες ή χιλιάδες μικρότερες μονάδες που ονομάζονται αμινοξέα, τα οποία συνδέονται μεταξύ τους σε μεγάλες αλυσίδες. Οι διατροφικές πηγές πρωτεϊνών περιλαμβάνουν κρέατα, γαλακτοκομικά προϊόντα, ψάρια, αυγά, δημητριακά, όσπρια, ξηρούς καρπούς και βρώσιμα έντομα.

- **Αμινοξέα**

Οι πρωτεΐνες σχηματίζονται από οργανικές ενώσεις, οι οποίες είναι γνωστές ως αμινοξέα. Ο ανθρώπινος οργανισμός χρησιμοποιεί αμινοξέα για την παραγωγή πρωτεϊνών, που βοηθούν το σώμα στο να σπάει τα φαγητά και στην επισκευή ιστών, και εισβάλλουν σε διάφορες λειτουργίες του οργανισμού. Τα αμινοξέα, όπως και οι πρωτεΐνες, μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως πηγή ενέργειας για τον οργανισμό. Τα αμινοξέα ταξινομούνται σε τρεις κατηγορίες βάσει των αναγκών του οργανισμού:

- **Βασικά αμινοξέα:**

Είναι αμινοξέα που δεν παράγονται από το οργανισμό και πρέπει να τα λαμβάνουμε μέσω φαγητού. Τα εννέα απαραίτητα αμινοξέα είναι: ιστοιδίνη (histidine), ισολευκίνη (isoleucine), λευκίνη (leucine), λυσίνη (lysine), μεθειονίνη (methionine), φαινυλαλανίνη (phenylalanine), θρεονίνη (threonine), τρυπτοφάνη (tryptophan) και βαλίνη (valine).

- **Μη βασικά αμινοξέα:**

Είναι αμινοξέα που μπορεί να παράγει το σώμα μας και είναι απαραίτητα να τα

λαμβάνουμε μέσω της τροφής. Αυτά τα αμινοξέα είναι: αλανίνη (alanine), αργινίνη (arginine), ασπαραγίνη (asparagine), ασπαρτικό οξύ (aspartic acid), κυστεΐνη (cysteine), γλουταμικό οξύ (glutamic acid), γλουταμίνη (glutamine), γλυκίνη (glycine), προλίνη (proline), σερίνη (serine) και τυροσίνη (tyrosine).

- **Συμβατικά αμινοξέα:**

Τα συγκεκριμένα αμινοξέα δεν είναι απαραίτητα στον οργανισμό. Χρησιμοποιούνται μόνο σε περιόδους ασθένειας και στρες. Τα συμβατικά αμινοξέα περιλαμβάνουν: αργινίνη (arginine), κυστεΐνη (cysteine), γλουταμίνη (glutamine), τυροσίνη (tyrosine), γλυκίνη (glycine), ορνιθίνη (ornithine), προλίνη (proline) και σερίνη (serine) .

Το κρέας είναι τρόφιμο πλούσιο σε αμινοξέα και πρωτεΐνες. Η σύσταση του κρέατος εξαρτάται, σε μεγάλο βαθμό, από το είδος, το φύλο του ζώου και την κατάσταση υγείας του ζώου. Επίσης, ο τρόπος εκτροφής, η τροφή αλλά και η μέθοδος σφαγής και μαγειρέματος συμβάλλουν στις διαφορετικές διατροφικές αξίες.

Nutritional value per 100g (3.5oz)			
	Boiled, Pork	Boiled,Chicken	Beef, ground, 85% lean meat / 15% fat, broiled
<u>Water</u>	57.87 g	63.93 g	73.1g
<u>Energy</u>	1,013kJ (242kcal)	916kJ (219kcal)	1,047kJ (250kcal)
<u>Carbohydrates</u>	0.00 g	0.00 g	0 g
<u>Fat</u>	27.92 g	12.56 g	15 g
<u>Saturated</u>	5.230 g	3.500 g	5.887 g
<u>Monounsaturated</u>	6.190 g	4.930 g	6.662 g
<u>Polyunsaturated</u>	1.200 g	2.740 g	0.485 g
<u>Protein</u>	13.32 g	24.68 g	26 g
<u>Tryptophan</u>	0.338 g	0.276 g	0.094g
<u>Threonine</u>	1.234 g	1.020 g	0.720g
<u>Isoleucine</u>	1.260 g	1.233 g	0.822g
<u>Leucine</u>	2.177 g	1.797 g	1.450g
<u>Lysine</u>	2.446 g	2.011 g	1.540g

Methionine	0.712 g	0.657 g	0.478g
Cystine	0.344 g	0.329 g	0.191g
Phenylalanine	1.086 g	0.959 g	0.725g
Tyrosine	0.936 g	0.796 g	0.572g
Valine	1.473 g	1.199 g	0.914g
Arginine	1.723 g	1.545 g	1.210g
Histidine	1.067 g	0.726 g	0.604g
Alanine	1.603 g	1.436 g	1.165g
Aspartic acid	2.512 g	2.200 g	1.674g
Glutamic acid	4.215 g	3.610 g	2.788g
Glycine	1.409 g	1.583 g	1.262g
Proline	1.158 g	1.190 g	0.948g
Serine	1.128 g	0.870 g	0.744g

Πίνακας 2. Διατροφική αξία σε τρεις κατηγορίες κρέατος. (Πηγή:USDA nutrient Database)

- **Λίπη**

Τα λίπη, μαζί με τους υδατάνθρακες και τις πρωτεΐνες, είναι ένα από τα κυρία θρεπτικά συστατικά στην ανθρώπινη διατροφή. Τα λίπη είναι μια από τις σημαντικότερες πηγές ενέργειας για ανθρώπους, αλλά και για πολλά ζώα. Χρησιμοποιούνται στην αποθήκευση ενέργειας για να ενεργοποιηθούν σε ώρα ανάγκης και στην διατήρηση της θερμοκρασίας του σώματος. Κάθε γραμμάριο λίπους απελευθερώνει περίπου 9 θερμίδες τροφής (περίπου 37 KJ). Επίσης, τα λίπη βοηθούν στην διατήρηση υγιούς δέρματος και μαλλιών. Το ανθρώπινο σώμα μπορεί να παράγει το λίπος που χρειάζεται από άλλα συστατικά τροφίμων, εκτός από μερικά απαραίτητα λιπαρά οξέα που πρέπει να περιλαμβάνονται στη διατροφή.

Τα λίπη κατηγοριοποιούνται με βάση τον αριθμό και τη θέση των δεσμών στα συστατικά λιπαρών οξέων. Τα κορεσμένα λιπαρά εμπεριέχουν κυρίως κορεσμένα λιπαρά οξέα, χωρίς διπλούς δεσμούς, ενώ τα ακόρεστα λιπαρά περικλείουν πρωτίστως ακόρεστα οξέα με διπλούς δεσμούς. Τα ακόρεστα λιπαρά οξέα ταξινομούνται περαιτέρω σε μονοακόρεστα (MUFAs), με έναν διπλό δεσμό και πολυακόρεστα (PUFAs), με δύο ή περισσότερους δεσμούς (Figueiredo et al, 2017).

Είδος κρέατος	Κορεσμένα	Μονοακόρεστα	Πολυακόρεστα
Βοδινό	44-47	38-50	5-7,4
Χοιρινό	35-42	45-50	7,4
Πρόβειο	49-51	38-40	3-6,8
Κρέας πτηνών	31-36	42-47	21-22,4

Πίνακας 3. Περιεκτικότητα λίπους του κρέατος σε λιπαρά οξέα (Πηγή: Μπλούκας, 2007)

- **Οργανοληπτικά χαρακτηριστικά κρέατος:**

Τα οργανοληπτικά χαρακτηριστικά αποτελούν ένα από τα βασικά κριτήρια που επηρεάζουν την απόφαση αγοράς των καταναλωτών κατά την αγορά κρέατος. Σε ό,τι αφορά το κρέας, οι αισθητικές ιδιότητες όπως είναι το χρώμα, η γεύση, η νοστιμιά, η τρυφερότητα το άρωμα και η οσμή είναι πολύ σημαντικές, διότι είναι δυνατόν να επηρεάσουν την επαναγορά του προϊόντος.

- **Το χρώμα:**

Χωρίς αμφιβολία, το χρώμα είναι το πρώτο χαρακτηριστικό που αντιλαμβάνεται ο καταναλωτής και αποτελεί τον καθοριστικό παράγοντα για την επιλογή κρέατος. Στο κόκκινο κρέας, όπως είναι το χοιρινό και τα βοοειδή, το χρώμα οφείλεται στη μυοσφαιρίνη. Η μυοσφαιρίνη είναι μια συνθέτη πρωτεΐνη, στην οποία αποδίδεται κατά 85-90% το χρώμα του κρέατος. Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το χρώμα του κρέατος είναι το είδος του κρέατος, η ηλικία, το φύλο, η υγεία του ζώου, αλλά και η διατροφή του ζώου.

- **Γεύση και νοστιμιά:**

Η γεύση και η νοστιμιά του κρέατος είναι υποκειμενική και εξαρτάται από τις προτιμήσεις του κάθε καταναλωτή. Βέβαια, η γεύση του κρέατος επηρεάζεται από τους προαναφερόμενες παράγοντες, αλλά και από τον τρόπο μαγειρέματος.

- **Τρυφερότητα:**

Ο καταναλωτής κρίνει το κρέας μαλακό ή σκληρό κατά τη μάσηση. Η τρυφερότητα του κρέατος είναι ιδιαίτερα σημαντικό κριτήριο, διότι μπορεί να επηρεάσει τις

καταναλωτικές προτιμήσεις του για το κρέας. Η τρυφερότητα του κρέατος επηρεάζεται από συγκεκριμένους παράγοντες: το είδος του ζώου, την ηλικία, τον τρόπο διατροφής, την κατάσταση πάχυνσης, την ψύξη του κρέατος, την περιεκτικότητά του σε λίπος και, τέλος, τον τρόπο μαγειρέματος.

- **Άρωμα και οσμή:**

Το άρωμα του κρέατος είναι από τα πρώτα στοιχεία που προσελκύουν τον καταναλωτή. Το άρωμα και η οσμή επηρεάζονται από το είδος ψησίματος, την διατροφή, το είδος και το φύλο του ζώου, το χρόνο και τις συνθήκες αποθήκευσης του κρέατος.

- **Τρόποι συντήρησης κρέατος:**

Η συντήρηση τροφίμων είναι η λήψη μέτρων για την αντιμετώπιση των αιτιών που προκαλούν την ποιοτική υποβάθμιση ή αλλοίωση των τροφίμων, έτσι ώστε τα τρόφιμα να είναι αποδεκτά από τον καταναλωτή και ασφαλή για την υγεία του για καθορισμένο χρονικό διάστημα, όταν διατηρούνται, βέβαια, κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες (Κασαπιδου,2016).

2.3 ΚΛΑΔΟΙ ΚΡΕΑΤΟΣ

Ο συγκεκριμένος κλάδος του κρέατος κατέχει εξέχουσα θέση σε έναν ευρύτερο κλάδο ειδών διατροφής. Αναμφισβήτητα, το κρέας είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες διατροφής όχι μόνο των Ελλήνων καταναλωτών αλλά και των παγκοσμίων καταναλωτών που αναδεικνύουν τον κλάδο σε κλάδο ιδιαίτερου ενδιαφέροντος (Krystallis, Chryssochoidis and Scholderer, 2005).

Πριν από περίπου 2,5 εκατομμύρια χρόνια, οι πρόγονοί μας είχαν εντάξει στην διατροφή τους τα φρούτα, τους σπόρους, αλλά και τα λουλούδια. Καθώς οι θερμοκρασίες αυξήθηκαν, τα δάση συρρικνώθηκαν και τα μεγάλα λιβάδια άνησαν. Η αύξηση την θερμοκρασίας ανάγκασε τους ανθρώπους να βρουν καινούργιες πηγές ενέργειας, καθώς τα φρούτα έγιναν πιο σπάνια. Οι αρχαιολόγοι ανακαλύψαν οστά φυτοφάγων ζώων που χρονολογούνται πριν από 2,5 εκατομμύρια χρόνια με σημάδια από πέτρινα εργαλεία. Είναι πιθανόν το κρέας που κατανάλωναν να προέρχονταν από νεκρά ζώα, αφού οι πρόγονοί μας δεν ήταν ακόμη ικανοί κυνηγοί (McNeill and Van

Elswyk, 2012).

Ορισμένοι επιστήμονες υποστηρίζουν ότι το κρέας είναι αυτό που μας έκανε ανθρώπους. Το μέγεθος του σύγχρονου ανθρώπινου εγκεφάλου είναι κατά τρεις φορές μεγαλύτερο από αυτό του μακρινού μας προγόνου. Σε σύγκριση με τα σκυλιά που καταναλώνουν 3%-4% της συνολικής ενέργειας για τη λειτουργία του εγκεφάλου, οι άνθρωποι καταναλώνουν το 20%. Το κρέας έπαιξε κρίσιμο ρόλο στην πρόσληψη ενέργειας για την ανάπτυξη του μεγάλου εγκεφάλου. Σε σύγκριση με τα φρούτα και φυτά, το κρέας είναι πλουσιότερο σε ποσότητα πρωτεϊνών και μετάλλων (McAfee et al, 2009).

Όταν οι άνθρωποι άρχισαν να μαγειρεύουν κρέας, έγινε ακόμη πιο εύκολο να αφομοιωθούν γρήγορα και αποτελεσματικά και να λάβουν αυτές τις θερμίδες για να τροφοδοτήσουν τους αναπτυσσόμενους εγκεφάλους μας. Οι πρώτες σαφείς ενδείξεις, σύμφωνα με τις οποίες οι άνθρωποι μαγειρεύουν φαγητό, χρονολογούνται πριν από τουλάχιστον 800.000 χρόνια.

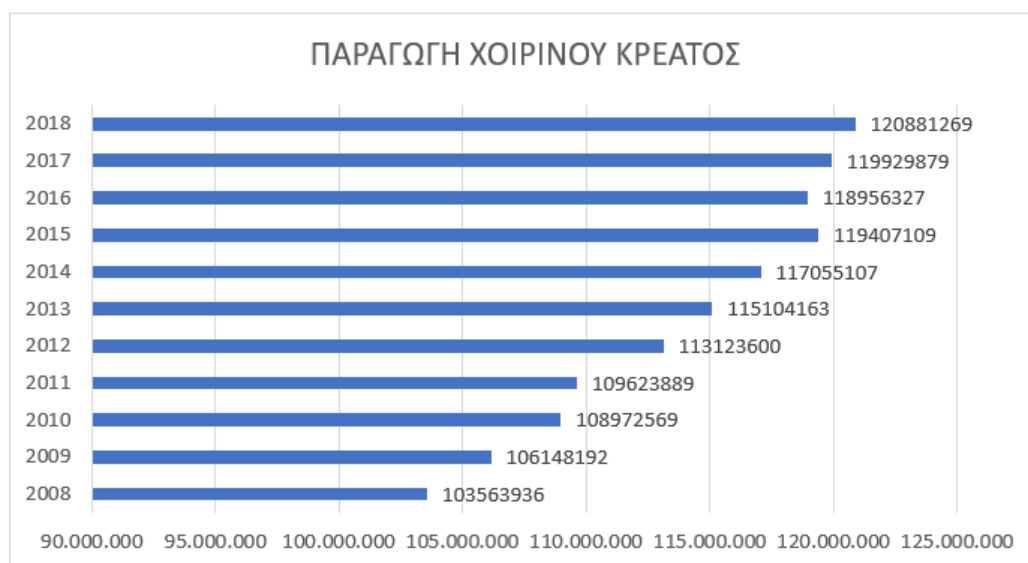
Εξημέρωση των ζώων

Οι επιστήμονες εκτιμούν ότι οι άνθρωποι άρχισαν να εξημερώνουν ζώα στη Μεσοποταμία πριν από περίπου 10.000 χρόνια. Κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, άρχισαν να εξημερώνουν και τα φυτά. Ο λόγος για την εξημέρωση των ζώων ήταν το κρέας και το γάλα για κατανάλωση και το δέρμα τους που χρησιμοποιούσαν για ρούχα, κατασκευή σκηνών και αποθήκευση. Τα πρώτα ζώα, που εκτιμούν οι επιστήμονες ότι εξημερωθήκαν, είναι τα αιγοπρόβατα. Αργότερα, δάμασαν μεγαλύτερα ζώα όπως αλόγα και βόδια. Τα κοτόπουλα εξημερωθήκαν πριν από περίπου 10.000 χρόνια στην νοτιοανατολική Ασία.

Με τη πάροδο του χρόνου, οι άνθρωποι άρχισαν να επιλέγουν τα χαρακτηριστικά που επιθυμούσαν να έχουν τα ζώα, με αποτέλεσμα τα εξημερωμένα ζώα να φαίνονται πολύ διαφορετικά από του προγόνους τους. Επί παραδείγματι, τα πρώιμα κοτόπουλα ζύγιζαν περίπου 1 κιλό. Αλλά μετά από χιλιάδες χρόνια εκτροφής, τα σημερινά κοτόπουλα ζυγίζουν περίπου 7 κιλά και γεννούν συνήθως 200 ή και περισσότερα αυγά κάθε χρόνο.

2.3.1 ΧΟΙΡΟΤΡΟΦΙΑ

Η χοιροτροφία είναι η εκτροφή χοίρων και η αναπαραγωγή των χοίρων προορίζεται για την παρασκευή τροφίμων και την αξιοποίηση του δέρματός τους. Οι χοίροι είναι πηγή κρέατος και λίπους. Επίσης, μπορούν να καταναλώσουν όλα τα είδη τροφής και έχουν εκτραφεί για να ξεφορτώνουν αστικά σκουπίδια σε μεγάλη κλίμακα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των χοίρων χρησιμοποιούνται για ανθρώπινη τροφή, αλλά, επίσης, για δέρμα, λίπος και άλλα υλικά που χρησιμοποιούνται για ρούχα, καλλυντικά, ακόμη και για ιατρική χρήση (Eriksson et al, 2005). Οι χοίροι αποτελούν μια δημοφιλή μορφή ζωικού κεφαλαίου, με περισσότερους από ένα δισεκατομμύριο χοίρους να σφαγιάζονται κάθε χρόνο παγκοσμίως. Για παράδειγμα, μόνο το έτος 2018, σφαγιαστήκαν 1.484.492.840 χοίροι παγκοσμίως και απέδωσαν 120.881.269 τόνους χοιρινού κρέατος.



Γράφημα 1. Παραγωγή χοίρων παγκοσμίως στη τελευταία δεκαετία. (Πηγή FAO)

Βάσει των στατιστικών στοιχείων που συλλέξαμε από το FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS (FAO), το 2018 παρήχθησαν παγκοσμίως 12.0881.269 τόνοι χοιρινού κρέατος. Η Κίνα είναι η χώρα με τη μεγαλύτερη παραγωγή των χοίρων. Μόνο για το 2018, η Κίνα παρήγαγε πάνω από 54 εκατομμύρια τόνους χοιρινού κρέατος, ακολουθούμενη από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, με σχεδόν 12 εκατομμύρια τόνους. Η Ελλάδα κατείχε τη εξηκοστή

δεύτερη θέση στην παραγωγή με 77.641 τόνους κρέατος.

ΧΩΡΑ	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΣΕ ΤΟΝΟΥΣ
ΚΙΝΑ	54.037.400
ΑΜΕΡΙΚΗ	11.942.965
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	5.369.944
ΙΣΠΑΝΙΑ	4.530.474
ΒΙΕΤΝΑΜ	3.816.414
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	3.787.660
ΡΩΣΣΙΑ	3.744.170
ΓΑΛΛΙΑ	2.166.417
ΚΑΝΑΔΑΣ	2.142.283
ΠΟΛΩΝΙΑ	2.135.800

Πίνακας 4. Δέκα χώρες με τη μεγαλύτερη παραγωγή χοιρινού κρέατος το 2018 (Πηγή FAO)

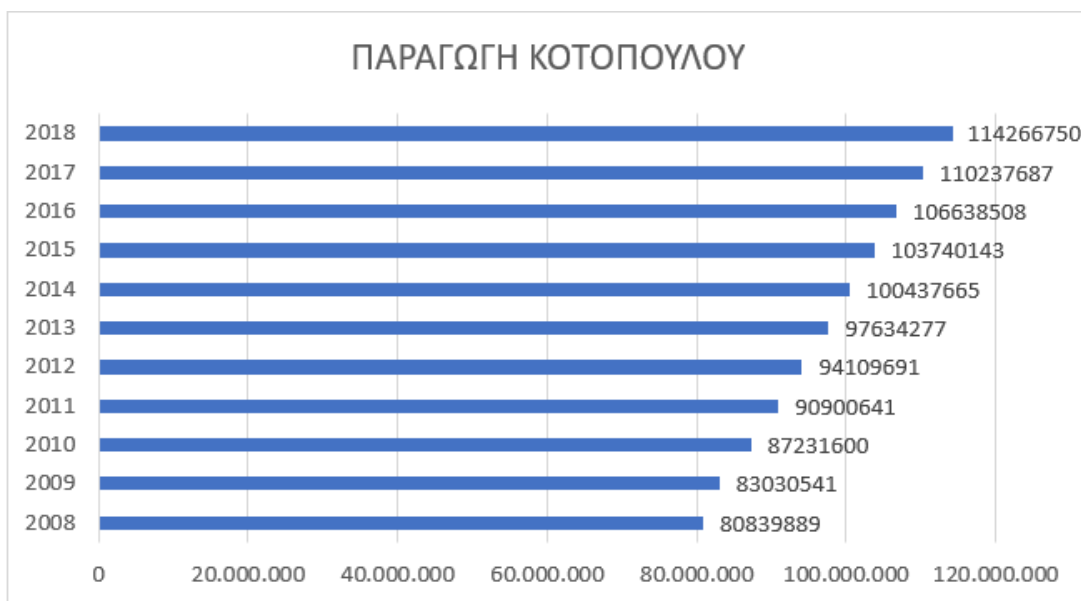
Η χοιροτροφία στην Ελλάδα αναπτύχθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 70', κυρίως μέσω των κινήτρων που δοθήκαν, βάσει του προγράμματος «Ανάπτυξη της Κτηνοτροφίας». Η αύξηση της κατανάλωσης του κρέατος επέβαλε τη σταδιακή αύξηση των εισαγωγών κυρίως από κράτη - μέλη της Ε.Ε. Όμως, αυτό επηρέασε αρνητικά την ανάπτυξη της ελληνικής χοιροτροφίας. Κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών, ο κλάδος της χοιροτροφίας αντιμετώπισε σημαντικά προβλήματα. Πιο συγκεκριμένα, κατά την τελευταία δεκαετία, η παραγωγή των χοίρων μειώθηκε κατά 25% στην Ελλάδα, ενώ, παγκοσμίως, η παραγωγή αυξήθηκε κατά 16,72%, κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, όπως μπορείτε να δείτε στο παρακάτω γράφημα.



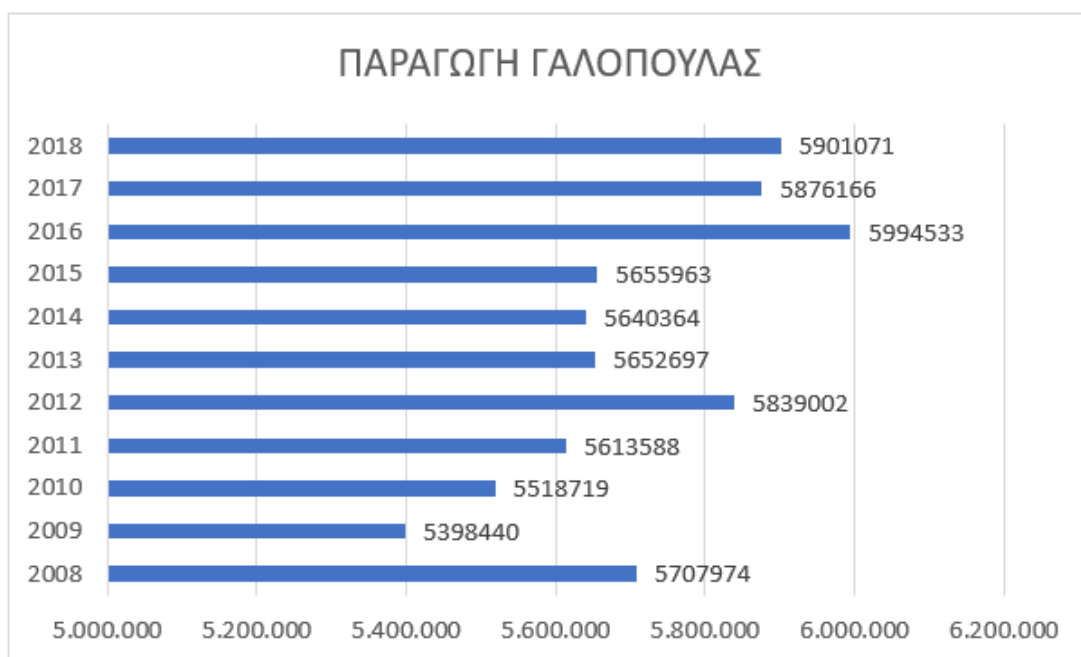
Γράφημα 2. Η παραγωγή χοιρινού κέρατο στην Ελλάδα τη τελευταία δεκαετία (Πηγή FAO).

2.3.2 ΠΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ

Τα πουλερικά είναι πτηνά που εκτρέφονται από τους ανθρώπους για το κρέας τους, τα αυγά τους ή/και τα φτερά τους. Η εξημέρωση των κοτόπουλων πραγματοποιήθηκε πριν από χιλιάδες χρόνια. Η εξημέρωση τους μπορεί αρχικά να ξεκίνησε από εκτροφή νεαρών πουλιών, από αυγά που συλλέγονταν από την άγρια φύση, αλλά, αργότερα, διατήρησαν μόνιμα τα πουλερικά σε «αιχμαλωσία». Με την επιλεκτική αναπαραγωγή διαμέσου των αιώνων, τα σύγχρονα πουλερικά κατέληξαν να φαίνονται πολύ διαφορετικά από τους άγριους προγόνους τους (Scanes, 2007). Μαζί με το χοιρινό κρέας, τα πουλερικά είναι ένας από τους δυο πιο διαδεδομένους τύπους κρέατος παγκοσμίως. Στο κλάδο της πτηνοτροφίας, η Αμερική κατέχει την πρώτη θέση στη παραγωγή κρέατος του κοτόπουλου. Το 2018, η Αμερική παρήγαγε σχεδόν 20 εκατομμύρια τόνους κρέατος, ακολουθούμενη από την Βραζιλία με περίπου 15 εκατομμύρια τόνους και από πολύ κοντά και την Κίνα με 14 εκατομμύρια τόνους. Η Ελλάδα παρήγαγε, το 2018, 239.861 τόνους και κατέλαβε την πεντηκοστή θέση στην παραγωγή κοτόπουλου και την τριακοστή ένατη θέση στην παραγωγή γαλοπούλας με 1.766 τόνους. Η Αμερική παραμένει στην πρώτη θέση και στην παραγωγή του κρέατος της γαλοπούλας. Πιο συγκεκριμένα, το 2018, παρήγαγε 2.666.260 τόνους.



Γράφημα 3. Η παραγωγή κρέατος κοτόπουλου παγκοσμίως τη τελευταία δεκαετία (Πηγή: FAO).

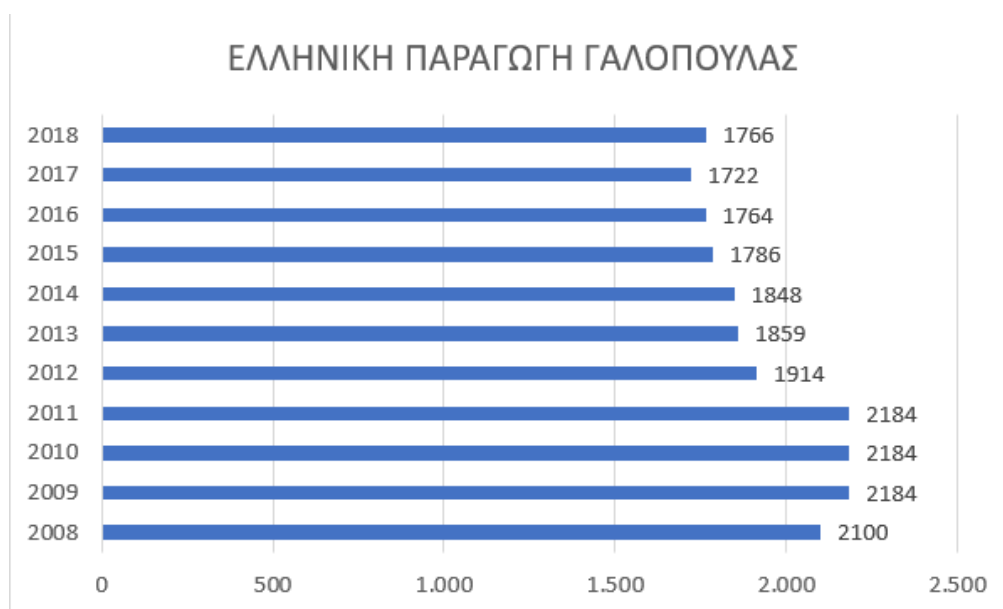


Γράφημα 4. Η παραγωγή κρέατος γαλοπούλας παγκοσμίως τη τελευταία δεκαετία (Πηγή: FAO).

Τη τελευταία δεκαετία, η παραγωγή του κρέατος του κοτόπουλου αυξήθηκε κατά 41,35%, ενώ για τη γαλοπούλα η αντίστοιχη αύξηση ήταν 3,38%. Στην Ελλάδα, η παραγωγή του κρέατος του κοτόπουλου αυξήθηκε κατά 96,85% ενώ η παραγωγή της γαλοπούλας μειώθηκε κατά 15,9%.



Γράφημα 5. Η παραγωγή κρέατος κοτόπουλου τη τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα. (Πηγή FAO).



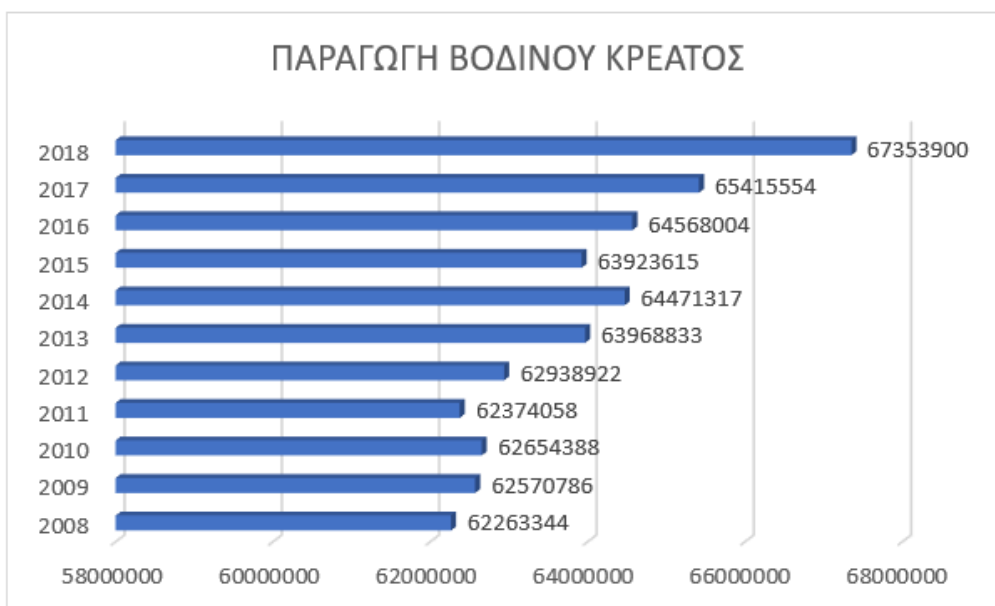
Γράφημα 6. Η παραγωγή κρέατος γαλοπούλας τη τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα. (Πηγή FAO).

ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ		ΓΑΛΟΠΟΥΛΑ	
ΑΜΕΡΙΚΗ	19.568.042	ΑΜΕΡΙΚΗ	2.666260
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	14.914.536	ΒΡΑΖΙΛΙΑ	575.812
ΚΙΝΑ	13.957.911	ΓΕΡΜΑΝΙΑ	467.208
ΡΩΣΣΙΑ	4.543.002	ΓΑΛΛΙΑ	366.680
ΙΝΔΙΑ	3.590.525	ΙΤΑΛΙΑ	300.303
ΜΕΞΙΚΟ	3.338.372	ΙΣΠΑΝΙΑ	210.407
ΙΝΔΟΝΗΣΙΑ	2.544.105	ΠΟΛΩΝΙΑ	210407
ΙΑΠΩΝΙΑ	2.250.347	ΚΑΝΑΔΑΣ	184.454
ΙΡΑΝ	2.187.068	ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	168.551
ΤΟΥΡΚΙΑ	2..156.671	ΙΣΡΑΗΛ	103.709

Πίνακας 5. Δέκα χώρες με τη μεγαλύτερη παραγωγή κρέατος το 2018 (Πηγή FAO).

2.3.3 ΒΟΟΤΡΟΦΙΑ

Βοοτροφία, είναι ο κλάδος εκτροφής των βοοειδών ή αγελάδων (θηλυκά) και ταύροι (αρσενικά). Τα βοοειδή εκτρέφονται, συνήθως, για το κρέας τους (βοδινό ή μοσχαρίσιο), το γάλα και το δέρμα τους, το οποίο χρησιμοποιείται για κατασκευή δερμάτινων ειδών. Ένα άλλο προϊόν που μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τα βοοειδή είναι η κοπριά, η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ακόμη και για τη δημιουργία καυσίμων (Drackley, 2008). Το βοοειδή ήταν τα πρώτα που εξημερωθήκαν πριν από δέκα χιλιάδες χρόνια από την Ανατολία, δηλαδή από το δυτικό Ιράν και την Λέβεδο.



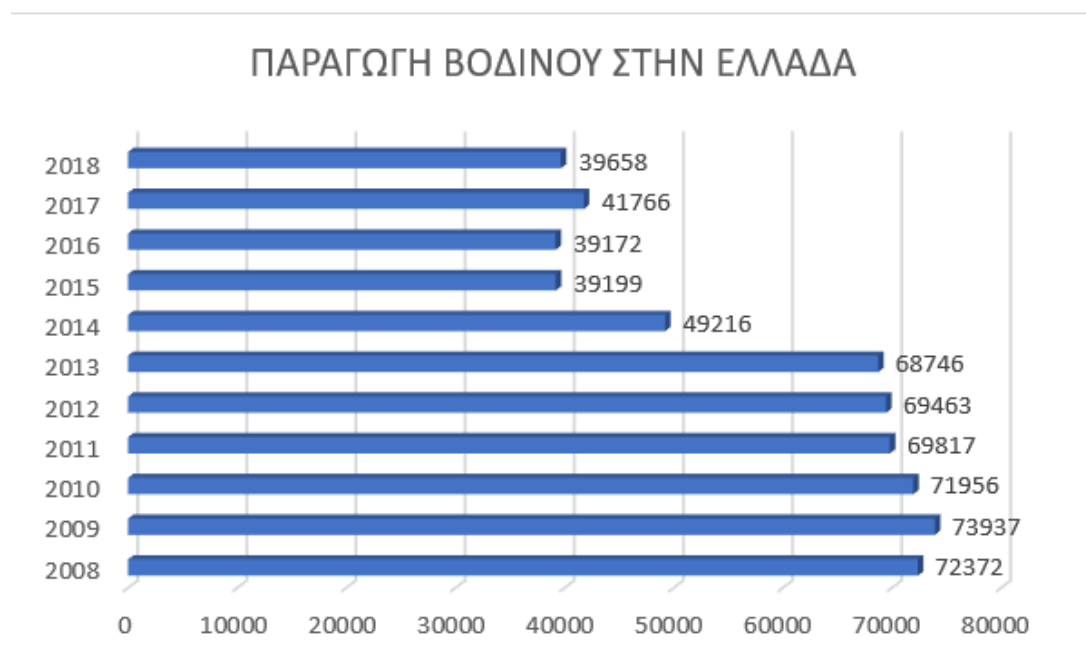
Γράφημα 7. Η παραγωγή κρέατος τη τελευταία δεκαετία παγκοσμίως (Πηγή FAO)

Σήμερα, η παραγωγή του βοδινού κρέατος υπερβαίνει τους 60 εκ. τόνους ετησίως. Οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής το 2018 παρήγαγαν πάνω από 12 εκ. τόνους κρέατος, ακολουθούμενες από την Βραζιλία με 10 εκ. τόνους και την Κίνα με παραγωγή 5 εκ. τόνων.

ΧΩΡΕΣ	ΤΟΝΟΙ
ΑΜΕΡΙΚΗ	12219203
ΒΡΑΖΙΛΙΑ	9900000
ΚΙΝΑ	5796540
ΑΡΤΖΕΝΤΙΝΑ	3066000
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	2219103
ΜΕΞΙΚΟ	1980846
ΡΩΣΣΙΑ	1980846
ΓΑΛΛΙΑ	1608136
ΚΑΝΑΔΑΣ	1231352
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	1123452

Πίνακας 6. Δέκα χώρες με τη μεγαλύτερη παραγωγή κρέατος το 2018 (Πηγή FAO)

Στην Ελλάδα, ο κλάδος της βουτροφίας άρχισε να αναπτύσσεται τη δεκαετία του 60', κυρίως στην Βόρεια Ελλάδα. Τα τελευταία χρόνια, όπως και με το χοιρινό κρέας, άρχισαν οι εισαγωγές βοδινού κρέατος από χώρες της Ε.Ε, όπως είναι η Γαλλία και Γερμάνια, αλλά και από τρίτες χώρες.



Γράφημα 8. Η παραγωγή κρέατος τη τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα (Πηγή FAO).

Το 2018 παρήχθησαν παγκοσμίως πάνω από 67 εκατομμύρια τόνοι βοδινού κρέατος. Καταγράφηκε έτσι αύξηση κατά 8,18%. Στην Ελλάδα, φαίνεται ότι, τα τελευταία χρόνια, η παραγωγή αρχίζει να μειώνεται σιγά σιγά. Συγκεκριμένα, την τελευταία δεκαετία, παρατηρείται μια μείωση της τάξεως του 45,2%.

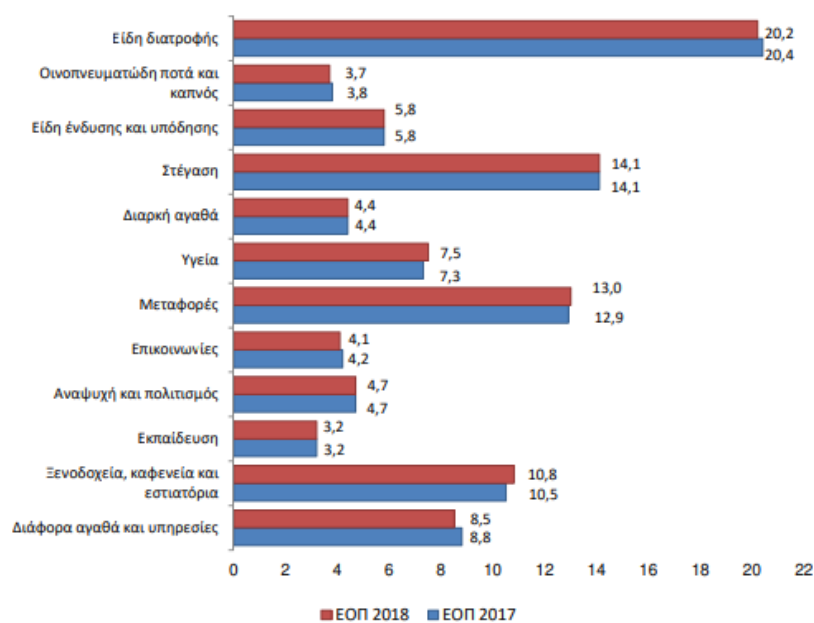
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

3.1 ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ

Σύμφωνα με έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών, η οποία διεξήχθη το 2018 σε δείγμα 6502 ιδιωτικών νοικοκυριών στο σύνολο της χώρας, παρατηρήθηκε μια αύξηση 1.1% σε σχέση με το 2017 στη συνολική μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών.

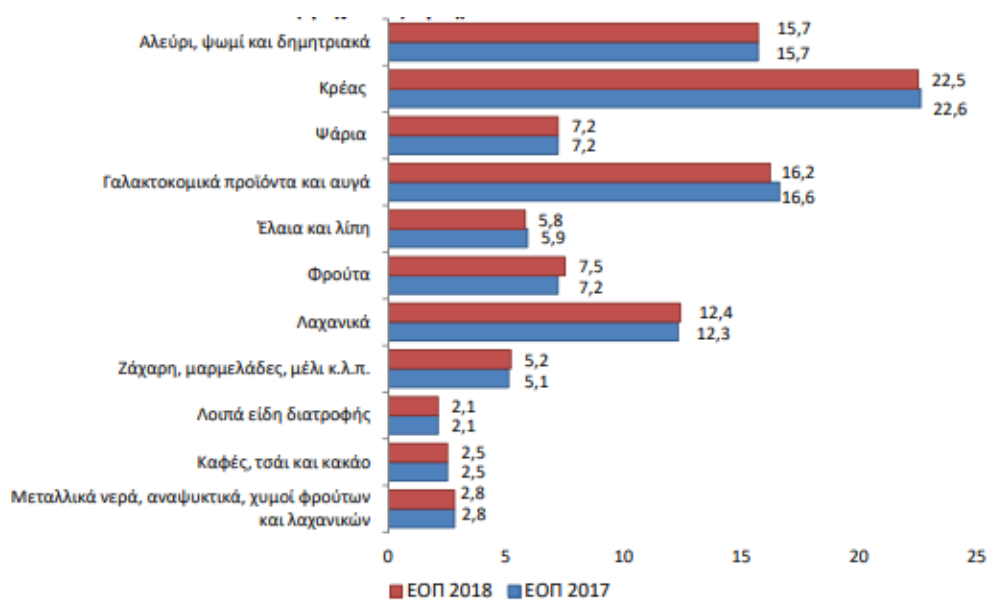
	2018	2017	Μεταβολή 2018/2017 %
Συνολική μηνιαία δαπάνη νοικοκυριών	5834368771	5768848031	1,1
Μέση μηνιαία δαπάνη νοικοκυριών	1441,03	1414,09	1,9
Μέση μηνιαία δαπάνη ατόμων	557,86	547,51	1,9

Πίνακας 7. Συνολική δαπάνη, μέση μηνιαία δαπάνη και μεταβολή σε τρέχουσες τιμές. (Πηγή ΕΟΠ 2017– 2018).



Γράφημα 9. Ποσοστιαία κατανομή μηνιαίων δαπανών (αγορές), για αγαθά και υπηρεσίες (τρέχουσες τιμές): ΕΟΠ 2017 – 2018.

Όπως προκύπτει από το γράφημα 9, όπου απεικονίζεται η ποσοστιαία κατανομή της μέσης μηνιαίας δαπάνης των νοικοκυριών για τα έτη 2018 και 2017, το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών αφορά είδη διατροφής (20,2%) και ακολουθούν η στέγαση (14,1%) και οι μεταφορές (13%). Η μεταβολή στα είδη διατροφής σε σχέση με το προηγούμενο έτος είναι της τάξεως του 0,2%.



Γράφημα 10. Ποσοστιαία κατανομή μέσης μηνιαίας δαπάνης για είδη διατροφής (τρέχουσες τιμές): ΕΟΠ 2017 — ΕΟΠ 2018

Όσον αφορά τα είδη διατροφής, το μεγαλύτερο μέρος της μηνιαίας δαπάνης αφορά το κρέας (22,5%), ακολουθούν τα γαλακτοκομικά προϊόντα (16,2%) και το αλεύρι, το ψωμί και τα δημητριακά (15,7%). Σε σχέση με το προηγούμενο έτος, η δαπάνη στο κρέας μειώθηκε κατά 0,01%. Ο συγκεκριμένος κλάδος κατέχει μια εξέχουσα θέση στον ευρύτερο κλάδο ειδών διατροφής και δεν παρουσιάζει μεγάλη ελαστικότητα. Ωστόσο, κατά καιρούς παρατηρούνται διαφοροποιήσεις στη ζήτηση μεταξύ των επιμέρους κατηγοριών κρέατος (Biesalski, 2004).

Οι κύριοι παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση κρέατος είναι οι εξής:

1. ΤΙΜΗ
2. ΕΙΣΟΔΗΜΑ
3. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ
4. ΤΑΣΕΙΣ

5. ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ

6. ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΑ ΓΕΓΟΝΟΝΤΑ

1. ΤΙΜΗ

Η τιμή εκτιμάται ότι δεν επηρεάζει σημαντικά τη συνολική ζήτηση του κρέατος, αλλά μπορεί να στρέψει τη ζήτηση από μια κατηγορία στην άλλη προσωρινά. Αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει διαφοροποίηση στη τιμή ανά περιόδους. Αυτό εξαρτάται από τη μεταβολή των τιμών των ζωοτροφών και της εποχικότητας.

2. ΕΙΣΟΔΗΜΑ

Η ζήτηση του κρέατος επηρεάζεται από το διαθέσιμο εισόδημα. Το χαμηλό εισόδημα περιορίζει τις αγορές. Βάσει της έρευνας οικογενειακών προϋπολογισμών που πραγματοποιήθηκε το 2015, σε δείγμα 6150 νοικοκυριών της χώρας, καταγράφηκαν δαπάνες και ποσότητες αγορών για διαφορετικές κατηγορίες φρέσκου και καταψυγμένου κρέατος. Με βάση την εν λόγω έρευνα, σχεδιάσαμε τον παρακάτω πίνακα (αριθμό πίνακα).

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΒΟΕΙΟ	15578	14873	13762	12537	12292	11683
ΠΟΥΛΕΡΙΚΟ	12948	12913	12753	12241	12954	13636
ΧΟΙΡΙΝΟ	8258	8021	8277	7893	8005	8070
ΑΙΓΟΠΡΟΒΕΙΟ	5926	5851	5300	5322	4745	4712
ΣΥΝΟΛΟ	48461	47303	45600	43053	42900	42453

Πίνακας 8. Δαπάνες και ποσότητες αγορών για διαφορετικές κατηγορίες φρέσκου και καταψυγμένου κρέατος Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία ΕΛ.ΣΤΑΤ

Από το 2009 έως το 2015-2016 καταγράφηκε μια μείωση της τάξεως του 19% στη μέση ετήσια καταναλωτική δαπάνη ανά νοικοκυριό. Δηλαδή, το 2009, τα νοικοκυριά κατανάλωσαν κατά μέσο όρο 38547 € σε σύγκριση με το 2015-2016, όταν οι δαπάνες ανά νοικοκυριό ανέρχονταν στα 31206 €.

3. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ

Η εποχικότητα επηρεάζει τη ζήτηση του κρέατος. Υπάρχουν πολλοί λόγοι, μεταξύ των οποίων κρίνονται ως σημαντικότεροι οι ακόλουθοι:

- ✓ Γιορτές: Στην Ελλάδα, κατά την διάρκεια των εορτών του Πάσχα, τα περισσότερα νοικοκυριά καταναλώνουν αρνί.
- ✓ Τουριστική εποχή: Το τουριστικό κύμα προκαλεί αύξηση της συνολικής ζήτησης.
- ✓ Εισόδημα: Όπως προαναφέρθηκε, το εισόδημα επηρεάζει την ζήτηση του κρέατος. Το επιπλέον εισόδημα στις γιορτές του Πάσχα, στις διακοπές του καλοκαιριού και τα Χριστούγεννα συνδέεται με την αντίστοιχη επιπλέον ζήτηση.

4. ΤΑΣΕΙΣ

Οι τάσεις επηρεάζουν σημαντικά τις καταναλωτικές προτιμήσεις στα είδη διατροφής αλλά και στον τρόπο ζωής. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια τάση για πιο υγιείς τρόπους ζωής με υγιεινή διατροφή και λιγότερες θερμίδες. Αυτό, σε συνδυασμό με την εντύπωση που επικρατεί ότι το κρέας δεν είναι υγιεινό, ιδιαίτερα σε μεγάλες ποσότητες, αποτελεί παράγοντα που επηρεάζει αρνητικά τη ζήτηση του κρέατος.

5. ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ

Ορισμένοι άνθρωποι επιλέγουν να μην καταναλώνουν κρέας (χορτοφάγοι) ή και οτιδήποτε τρώφειμο που παράγεται από τα ζώα (vegans) για διαφορετικούς λόγους. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέγουν να μην τρώνε καθόλου κρέας ή συγκεκριμένο είδος κρέατος είναι οι εξής:

- ✓ Θρησκευτικοί - διαιτητικοί λόγοι
- ✓ Ηθικές αντιρρήσεις ως προς τη θανάτωση ζώων (οι αντιρρήσεις περιλαμβάνουν τα δικαιώματα των ζώων, τρόποι θανάτωσης πλασμάτων κτλ.)
- ✓ Υγεία του ανθρώπου
- ✓ Περιβαλλοντικές ανησυχίες.

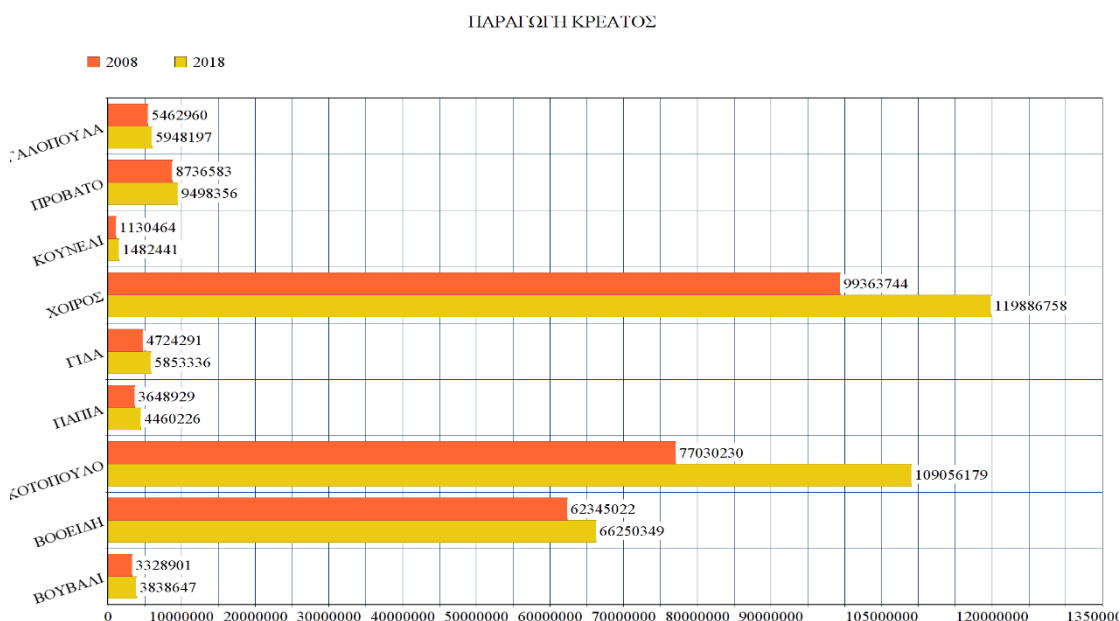
6. ΑΠΡΟΒΛΕΠΤΑ ΓΕΓΟΝΟΝΤΑ

Λόγω των σημερινών δύσκολων συνθηκών, έχει προκύψει μια μεγάλη αναστάτωση όχι μόνο στο κλάδο του κρέατος αλλά σε όλους τους κλάδους. Εξαιτίας της πανδημίας της COVID-19, πολλά εστιατόρια έχουν κλείσει, πολλοί εργαζόμενοι έχουν βγει σε

αναστολή ή έχουν χάσει τις δουλειές τους. Αυτοί ήταν και ορισμένοι από τους παράγοντες, οι οποίοι μείωσαν, μεταξύ άλλων, και την κατανάλωση του κρέατος. Ένα άλλο απρόβλεπτο γεγονός, το οποίο πρέπει να αναφερθεί και το οποίο κατά καιρούς προκύπτει, είναι οι ασθένειες στα ζώα, όπως, για παράδειγμα, οι ασθένειες στα πουλερικά.

3.2 ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ

Η κατανάλωση κρέατος ποικίλλει παγκοσμίως ανάλογα με τις πολιτισμικές ή θρησκευτικές προτιμήσεις, καθώς και ανάλογα με τις οικονομικές συνθήκες. Αλλά υπάρχει διαφοροποίηση και ανά φύλο. Σύμφωνα με την ανάλυση του FAO, η συνολική κατανάλωση κρέατος αυξήθηκε κατά την διάρκεια της δεκαετίας 2008 – 2018.



Γράφημα 11. Κατανάλωση κρέατος για τη περίοδο 2008-2018 (Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία, FOA 2018).

Το κρέας του κοτόπουλου αυξήθηκε κατά 41,58% και το χοιρινό κρέας αυξήθηκε κατά 20,65%. Το βόειο κρέας παρουσίασε αύξηση της τάξεως του 6,26%. Συνολικά, οι δίαιτες που περιλαμβάνουν το κρέας είναι οι πιο συνηθισμένες σε παγκόσμια κλίμακα. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα μιας μελέτης που πραγματοποιήθηκε το 2018 από το

Ipsos MORI με δείγμα από ηλικίας 16-64 ετών σε 28 διαφορετικές χώρες, περίπου το 87% των ανθρώπων συμπεριλαμβάνουν το κρέας στην διατροφή τους με κάποια συχνότητα. Το 73% των κρεάτων το συμπεριλαμβάνουν τακτικά στην διατροφή τους και το 14% καταναλώνουν το κρέας μόνο περιστασιακά ή σπάνια. Εκτιμήθηκαν, επίσης, οι περιπτώσεις δίαιτας που δεν προέρχονται από το κρέας. Περίπου το 3% των ανθρώπων ακολούθησε vegan δίαιτες, από τις οποίες απουσιάζουν η κατανάλωση κρέατος, αυγών και γαλακτοκομικών προϊόντων. Περίπου το 5% των ανθρώπων ακολούθησε τη χορτοφαγική δίαιτα, όπου η κατανάλωση κρέατος αποφεύγεται, αλλά η κατανάλωση αυγών ή/και γαλακτοκομικών προϊόντων δεν περιορίζεται αυστηρά.

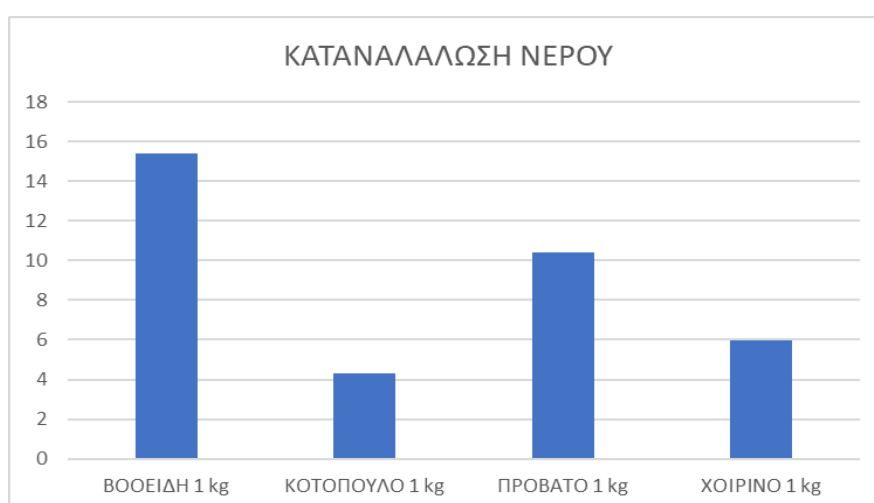
3.3 ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΚΡΕΑΤΟΣ

Υπάρχει μια μεγάλη ανησυχία τα τελευταία χρόνια σχετικά με τη κατανάλωση του κρέατος με διαφορετικούς κινδύνους στην υγεία του ανθρώπου. Κατά την διάρκεια των τελευταίων ετών, διάφορες έρευνες έχουν συσχετίσει την κατανάλωση του κόκκινου και επεξεργασμένου κρέατος με την ανάπτυξη δυο από τις πιο κύριες ασθένειες : την καρδιαγγειακή νόσο (CVD) και τον καρκίνο του παχέος εντέρου (Lee et al., 2007; Kontogianni et al, 2008).

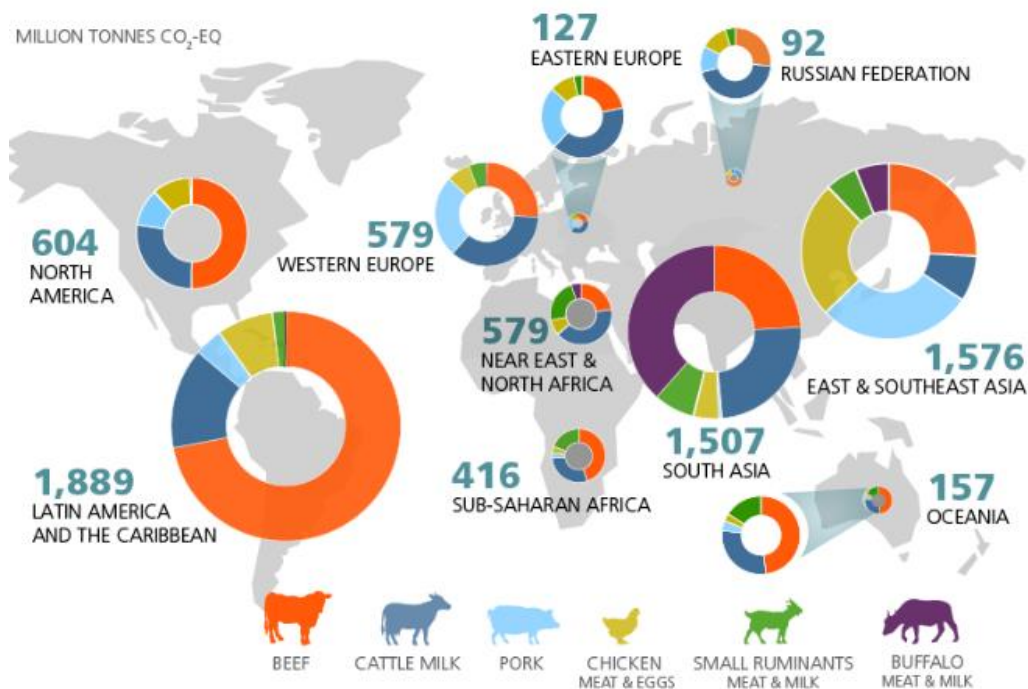
Πρόσφατη μελέτη, που διεξήχθη το 2013 από την European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition (EPIC), έδειξε «μια μέτρια θετική συσχέτιση μεταξύ κατανάλωσης επεξεργασμένου κρέατος και θνησιμότητας, ιδίως λόγω των καρδιαγγειακών παθήσεων αλλά και του καρκίνου». Η Διεθνής Υπηρεσία Έρευνας για τον Καρκίνο (IARC), εξειδικευμένη υπηρεσία του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (ΠΟΥ), ταξινόμησε το επεξεργασμένο κρέας (π.χ.: μπέικον, ζαμπόν, λουκάνικα) ως «καρκινογόνο» για τον άνθρωπο (Kelemen et al, 2005). Πιο συγκεκριμένα, παρατηρήθηκε ότι η κατανάλωση μεταποιημένου κρέατος προκαλεί καρκίνο του παχέος εντέρου. Το IARC ταξινόμησε επίσης το κόκκινο κρέας ως «πιθανώς» καρκινογόνο για τον άνθρωπο (Ομάδα 2Α). Σύμφωνα με άλλη έρευνα, η κατανάλωση κόκκινου κρέατος προκαλεί καρκίνο στον άνθρωπο και ισχυρά μηχανιστικά στοιχεία που υποστηρίζουν καρκινογόνο δράση (Giovannucci et al., 1994).

Πολλές σοβαρές επιπτώσεις έχουν καταγραφεί όχι μόνο στην ανθρώπινη υγεία, αλλά και στο περιβάλλον λόγω της εκτροφής ζώων για παραγωγή κρέατος (Kontogianni et al, 2008). Κάποια από αυτά τα προβλήματα είναι τα ακόλουθα:

- ✓ Χρήση μεγάλης ποσότητας νερού για παραγωγή κρέατος: η μεγαλύτερη ποσότητα νερού καταναλώνεται στη παράγωγη ζωοτροφών.
- ✓ Εκπομπές αερίων θερμοκηπίου: οι εκπομπές αερίων θερμοκηπίου διαφέρουν από χώρα σε χώρα και εξαρτώνται από την οικονομία της χώρας.
- ✓ Μόλυνση των υδάτων: ο τομέας της κτηνοτροφίας μπορεί να είναι η μεγαλύτερη πηγή μόλυνσης των υδάτων λόγω των λιπασμάτων και των φυτοφαρμάκων και συμβάλλει στην εμφάνιση ανθεκτικότητας στα αντιβιοτικά. Αποτελεί, δε, πάνω από το 8% της παγκόσμιας χρήσης ανθρώπινων υδάτων.
- ✓ Απώλεια της βιοποικιλότητας: η κατανάλωση κρέατος θεωρείται ως ένας από τους πρωταρχικούς συντελεστές της έκτης μαζικής εξαφάνισης. Μια μελέτη του 2017, που πραγματοποίησε το World Wildlife Fund, διαπίστωσε ότι το 60% της παγκόσμιας απώλειας βιοποικιλότητας αποδίδεται σε διατροφικές συνήθειες με βάση το κρέας, ιδίως λόγω της τεράστιας κλίμακας καλλιέργειας ζωοτροφών που απαιτείται για την αποκατάσταση δεκάδων δισεκατομμυρίων ζώων εκτροφής για ανθρώπινη κατανάλωση σχετικά με τους φυσικούς πόρους, με συνεπαγόμενο αποτέλεσμα την απώλεια μεγάλων εκτάσεων και ειδών. Σήμερα, το ζωικό κεφάλαιο αποτελεί το 60% της βιομάζας όλων των θηλαστικών στη γη, ακολουθούμενη από ανθρώπους (36%) και άγρια θηλαστικά.



Γράφημα 12. Η κατανάλωση νερού ανάλογα τον κλάδο παραγωγής στην Ελλάδα (Πηγή FAO).



Εικόνα 2. Προβλήματα από την εκτροφή του κρέατος παγκοσμίως.

3.4 ΧΟΡΤΟΦΑΓΟΙ & VEGAN

Αναμφίβολα, το κρέας κατέχει ένα σημαντικό ρόλο στην ανθρώπινη διατροφή. Οι άνθρωποι επιλέγουν να μην καταναλώνουν κρέας (χορτοφάγοι) ή και οτιδήποτε τρώσιμο παράγεται από τα ζώα (vegans) για διαφορετικούς λόγους.

Ως χορτοφαγική ορίζεται η δίαιτα που δεν περιλαμβάνει κανένα είδος κρέατος, ψαριού, θαλασσινών ή υποπροϊόντα τους. Ωστόσο, οι χορτοφάγοι χωρίζονται, ανάλογα με τα τρόφιμα που επιλέγουν να αποκλείσουν από τη διατροφή τους, σε διάφορες κατηγορίες (Rosi et al, 2017):

- ✓ Αυστηροί χορτοφάγοι (vegans): πρόκειται για όσους έχουν αποκλείσει από την διατροφή τους όλα τα ζωικά προϊόντα, όπως κρέας, κοτόπουλο, ψάρι, θαλασσινά, αυγά, γαλακτοκομικά και τα παράγωγα όλων αυτών. Το καθημερινό τους διαιτολόγιο περιλαμβάνει μόνο φυτικές τροφές, όπως φρούτα, λαχανικά, όσπρια, ξηρούς καρπούς, δημητριακά και σπόρια. Δεν καταναλώνουν ούτε μέλι, ζελατίνη ή οποιοδήποτε προϊόν μπορεί να παράγεται

από ζώο ή να προέρχεται από την επεξεργασία κάποιου ζωικού προϊόντος.

- ✓ Μερικώς χορτοφάγοι (semi-vegeterians): όσοι ακολουθούν μια χορτοφαγική σε γενικές γραμμές διατροφή, αλλά καταναλώνουν περιστασιακά ψάρι ή κρέας (κοτόπουλο).
- ✓ Γαλακτο-χορτοφάγοι (lacto-vegeterians): όσοι έχουν αποκλείσει μεν το κρέας, το ψάρι ή το αυγό, αλλά τρώνε γαλακτοκομικά προϊόντα.
- ✓ Αυγο-χορτοφάγοι (ovo-vegeterians): όσοι δεν τρώνε κρέας, ψάρι, γαλακτοκομικά, αλλά περιλαμβάνουν στη διατροφή τους το αυγό.
- ✓ Γαλακτο-ωο-χορτοφάγοι (lacto-ovo-vegeterians): όσοι απέχουν από το κρέας και το ψάρι, αλλά καταναλώνουν αυγό και γαλακτοκομικά.

Οι λόγοι για τους οποίους επιλέγουν να μην τρώνε καθόλου το κρέας ή συγκεκριμένο είδος του κρέατος είναι οι εξής:

- ✓ Θρησκευτικοί διαιτητικοί λόγοι. Για παράδειγμα, στην Ινδία απαγορεύεται η κατανάλωση των βοοειδών λόγω του γεγονότος ότι η αγελάδα θεωρείται ιερό ζώο.
- ✓ Ηθικές αντιρρήσεις για θανάτωση ζώων. Οι αντιρρήσεις περιλαμβάνουν τα δικαιώματα των ζώων, τρόποι θανάτωσης πλασμάτων κτλ.
- ✓ Η υγεία του ανθρώπου.
- ✓ Περιβαλλοντικές ανησυχίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ & ΣΚΟΠΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε την προσέγγιση που υιοθετήθηκε για την διερεύνηση καταναλωτικών προτιμήσεων για το νωπό κρέας, έτσι ώστε στη συνέχεια να είναι δυνατή η εξαγωγή βάσιμων συμπερασμάτων. Θα αναφέρουμε τον τρόπο που σχεδιάστηκε η έρευνα αρχίζοντας από τον καθορισμό του στόχου της έρευνας που έγινε βάσει του θεωρητικού υποβάθρου, αλλά και τον προσδιορισμό της μεθόδου που χρησιμοποιήθηκε. Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά στα βήματα που ακολουθήσαμε για τον σχεδιασμό της έρευνας. Θα παρουσιάσουμε την διαδικασία δειγματοληψίας, με βάση την οποία προσδιορίσαμε το δείγμα της παρούσας εργασίας, και θα διατυπώσουμε τις μεθόδους ανάλυσης έρευνας.

Ας δούμε αναλυτικότερα τα βήματα που ακολουθήσαμε. Κατά τον σχεδιασμό της έρευνας προσδιορίσαμε τον σκοπό της πτυχιακής μας εργασίας ο οποίος είναι να ερευνήσουμε τις καταναλωτικές προτιμήσεις του νωπού κρέατος. Στη συνέχεια, καθορίσαμε τους στόχους της έρευνας που έγινε. Τέλος, έγινε βιβλιογραφική ανασκόπηση, η οποία μας οδήγησε στο να δημιουργήσουμε την έρευνα. Επίσης, ορισμένες άλλες έρευνες που διεξήχθησαν μας βοήθησαν στο να συλλέξουμε δευτερογενή δεδομένα, αλλά και στην δημιουργία του ερωτηματολογίου.

Η χρήση των ερωτηματολογίων είναι ένας από τους τρόπους, με τους οποίους μπορεί να διεξαχθεί μια έρευνα. Είναι ένας από τους συνηθέστερους τρόπους για τη συλλογή πληροφοριών. Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο που περιλαμβάνει συνήθως τυποποιημένες ερωτήσεις για τη συλλογή στοιχείων. Αποτελεί την περισσότερο γνωστή και πιο συχνά χρησιμοποιημένη μέθοδο συλλογής πρωτογενών στοιχείων (Σταθακόπουλος, 2005). Η έρευνα μπορεί να διεξαχθεί είτε προσωπικά, είτε OnLine, είτε τηλεφωνικά, είτε ταχυδρομικά, για να συλλεχθούν τα αναγκαία στοιχεία.

Στη συγκεκριμένη έρευνα, προκειμένου να εντοπίσουμε και να αναδείξουμε τις προτιμήσεις των καταναλωτών, αποφασίσαμε να διεξάγουμε την ερευνά μέσω e-mail, OnLine. Αποτελεί μια οικονομική και γρήγορη μέθοδο συλλογής στοιχείων που εξασφαλίζει ανωνυμία και εμπιστευτικότητα. Η εμπιστευτικότητα είναι στοιχείο, το οποίο οδηγεί σε ειλικρινείς απαντήσεις και το οποίο είναι πολύ σημαντικό για μία

έρευνα όταν αυτή περιλαμβάνει ευαίσθητα στοιχεία. Είναι πολύ σημαντικό για μια αξιόπιστη έρευνα το μέγεθος του δείγματος που θα επιλέξει.

Η δειγματοληψία είναι η διαδικασία ή η τεχνική εντοπισμού και επιλογής μιας ομάδας ατόμων ως αντιπροσωπευτικού δείγματος για τη μελέτη κάποιου πληθυσμού. Δείγμα είναι μια υποομάδα του πληθυσμού, η οποία αντιπροσωπεύει όλο τον πληθυσμό (Σιώμκος, 2008). Στην ανά χείρας έρευνα, ο πληθυσμός που ορίσαμε να απαντήσει στο ερωτηματολόγιο μας ήταν άτομα που καταναλώνουν νωπό κρέας. Επειδή όμως είναι αδύνατο να μελετήσουμε όλο τον πληθυσμό, επιλέξαμε ένα δείγμα αυτού.

Η δειγματοληψία έχει ως σκοπό την εξαγωγή συμπερασμάτων για την συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά ενός πληθυσμού διερευνώντας τη συμπεριφορά ενός δείγματος αυτού του πληθυσμού (Σιώμκος, 2008). Στη συγκεκριμένη περίπτωση, σχεδιάσαμε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο διανεμήθηκε μέσω του διαδικτύου. Το δείγμα αποτελείται από 78 καταναλωτές που επέλεξαν να συμμετάσχουν στην έρευνα μας και συμπλήρωσαν τα ερωτηματολόγια μέσω διαδικτύου και ο χρόνος που χρειάστηκαν για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου ήταν κατά μέσο όρο τα 10 λεπτά.

4.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Για να καθορίσουμε ορθά τις πληροφορίες τις έρευνάς μας, βάσει των πληροφοριών που έχουμε συλλέξει και των αποτελεσμάτων που επιθυμούμε να πάρουμε, πρέπει να λάβουμε υπόψη μας, όλους τους στόχους της έρευνας, καθώς είναι αυτοί οι οποίοι καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό τις πληροφορίες που πρέπει να συλλεχθούν μέσω του ερωτηματολογίου (Κόλλιας, 2007).

Υπάρχουν δύο τύποι ερωτήσεων: οι ανοικτές ερωτήσεις και οι κλειστού τύπου ερωτήσεις. Στις ανοικτές ερωτήσεις, οι ερωτώμενοι μπορούν να δίνουν την δική τους απάντηση, χωρίς να υπάρχει δέσμευση συγκεκριμένου αριθμού εναλλακτικών απαντήσεων και συνήθως απαιτούν περισσότερο χρόνο. Αντίθετα, στις κλειστού τύπου ερωτήσεις, οι ερωτώμενοι επιλέγουν μία ή περισσότερες απαντήσεις ανάμεσα στις εναλλακτικές που προσφέρονται και είναι πιο σύντομες και λιγότερο απαιτητικές για τους ερωτώμενους. Στην έρευνα αυτή επιλέχθηκαν κλειστού τύπου ερωτήσεις με δύο επιλογές (δικοτομικές), δηλαδή ο ερωτώμενος έπρεπε να επιλέξει ποια από τις δύο

απαντήσεις είναι η πιο κατάλληλη. Επίσης, υπήρχαν και κλειστού τύπου ερωτήσεις με απαντήσεις σε κατάταξη (Καραπιστόλης, 2001).

Για την μεθοδολογικά ορθή διατύπωση των ερωτήσεων λήφθηκαν υπόψη κάποιες προϋποθέσεις. Αυτές οι προϋποθέσεις είναι οι εξής:

- Οι ερωτήσεις πρέπει να είναι απλές, συγκεκριμένες και ευανάγνωστες ώστε να γίνονται εύκολα κατανοητές από τους ερωτώμενους.
- Να αποφεύγονται ερωτήσεις οι οποίες απαιτούν πολύ χρόνο.
- Να αποφεύγονται οι διπλές ερωτήσεις ταυτόχρονα.
- Να αποφεύγονται ερωτήσεις που θίγουν την προσωπικότητα του ερωτώμενου.

Στην αρχή του ερωτηματολογίου γίνεται μία εισαγωγή της έρευνας και εξηγείται το πώς θα χρησιμοποιηθούν οι πληροφορίες που θα συλλέξουμε. Το ερωτηματολόγιο απαρτίζεται από δυο μέρη. Το πρώτο μέρος περιέχει ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν για συλλογή δημογραφικών, κοινωνικών και οικονομικών στοιχείων, όπως φύλο, ηλικία, οικογενειακή κατάσταση. Το δεύτερο μέρος αφορούσε τη συχνότητα αγοράς κρέατος και τη συχνότητα αγοράς συγκεκριμένων ειδών κρέατος, όπως το μοσχαρίσιο, το χοιρινό και το κοτόπουλο. Το τρίτο μέρος αφορούσε τα κανάλια πώλησης των κρεάτων, δηλαδή τα κρεοπωλεία, τα Super Market και άλλα αντίστοιχα καταστήματα.

Στο στάδιο αυτό, δημοσιεύσαμε το ερωτηματολόγιο, ώστε να απαντηθεί μέσω διαδικτύου. Δυστυχώς λόγω της COVID-19, δεν καταφέραμε να διανεμήσουμε τα ερωτηματολόγια στους χώρους των κρεοπωλείων και των Super Market για να απαντηθούν από τους πελάτες.

Για την ορθή και έγκυρη εξαγωγή συμπερασμάτων σε μια ερευνά είναι αναγκαίο πρώτα από όλα να επιλεγεί το κατάλληλο πρόγραμμα στατιστικών αναλύσεων. Υπάρχουν πολλά προγράμματα που μπορούν να χρησιμοποιηθούν. Στο παρόν, τα στοιχεία του ερωτηματολογίου, αφού συλλέχθηκαν και ελέγχθηκαν, εισήχθησαν σε βάση δεδομένων, η οποία κατασκευάστηκε στο στατιστικό πρόγραμμα SPSS. Οι στατιστικές μετρήσεις που υπολογίστηκαν ήταν οι συσχετίσεις, μέσος όρος, διάμεσος, τυπική απόκλιση και η επικρατούσα τιμή (Δημητριάδης, 2003).

4.3 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο, θα παρουσιάσουμε τα αποτελέσματα που βρέθηκαν έπειτα από τη διεξαγωγή έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, θα μελετήσουμε τις απαντήσεις που δόθηκαν και μας βοήθησαν στο να διερευνήσουμε τους στόχους που είχαμε θέσει και να καταλήξουμε σε ορισμένα αποτελέσματα.

Περιγραφή δείγματος ως προς τα δημογραφικά χαρακτηριστικά καταναλωτών.

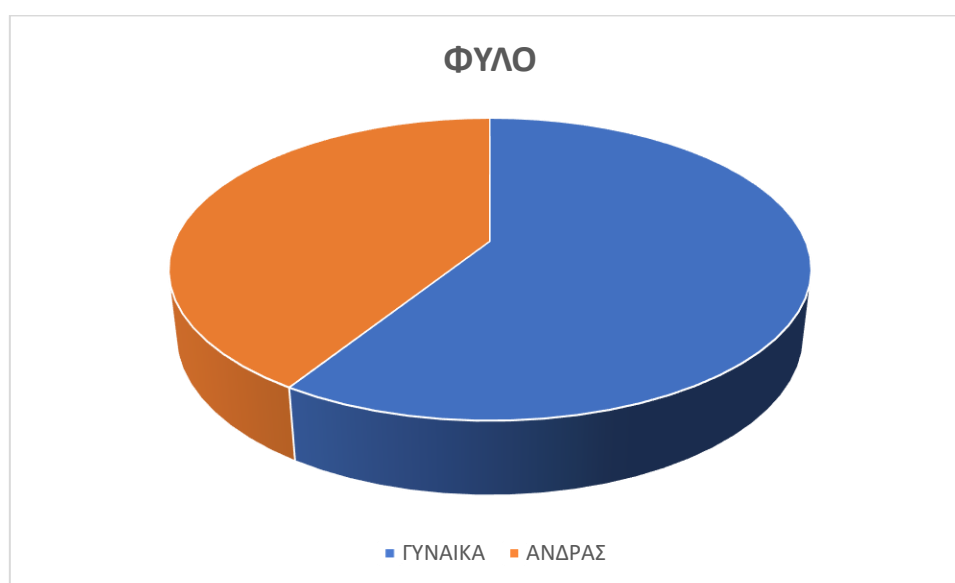
Αρχικά θα εξετάσουμε το δείγμα ως προς τα δημογραφικά του χαρακτηριστικά. Το δείγμα μας αποτελούνταν από 78 καταναλωτές, οι οποίοι συμπλήρωσαν OnLine το ερωτηματολόγιο. Το χρονικό διάστημα που διήρκεσε η έρευνα ήταν 28 μέρες, από τις 15/03/2021 έως τις 13/04/2021.

▪ Φύλο

Οι συμμετέχοντες στη ερευνά μας ήταν 78 καταναλωτές, από τους οποίους τα 46 άτομα ήταν γυναίκες και 32 ήταν άνδρες.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΓΥΝΑΙΚΑ	46	59,0	59,0	59,0
ΑΝΔΡΑΣ	32	41,0	41,0	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 9. Φύλο δείγματος



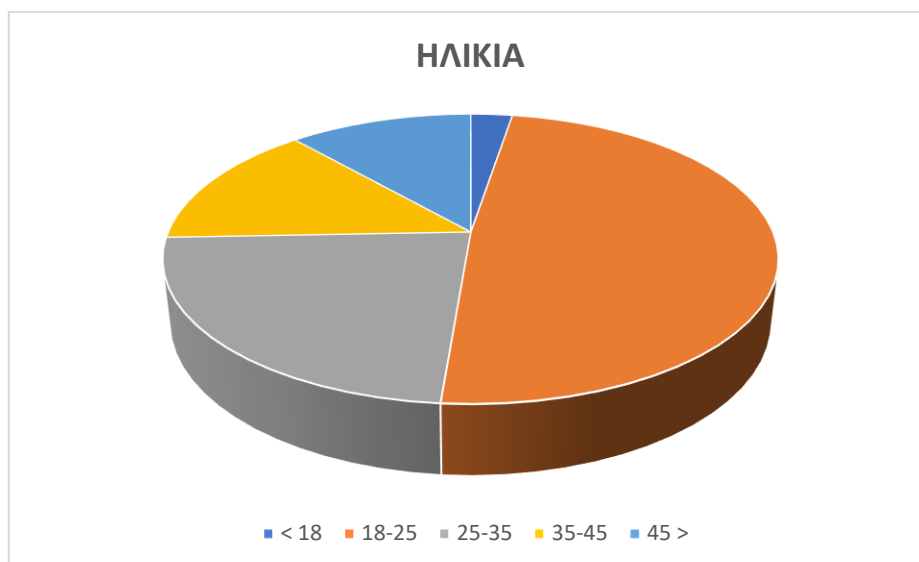
Γράφημα 13. Φύλο δείγματος

▪ **Ηλικία**

Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε βρέθηκε ότι 2 από τα άτομα που απάντησαν ήταν κάτω της ηλικίας των 18 ετών. Τα 38 από τα άτομα που απάντησαν ήταν ηλικίας από 18 έως 25 ετών. Τα 18 είχαν ηλικία μεταξύ 25 και 35. Τα άτομα που ήταν ηλικίας από 35 έως 45 ήταν 11. Τα 9 είχαν ηλικία 45 και άνω. Παρατηρούμε πως οι περισσότεροι που απάντησαν ήταν στην ηλικιακή ομάδα των 18 έως 35. Πιθανόν αυτό προέκυψε λόγω του γεγονότος ότι τα άτομα αυτής τη ηλικίας έχουν καλύτερη σχέση με την τεχνολογία, καθώς τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν ηλεκτρονικά. Επιπλέον, πρόκειται για τις ηλικίες, όπου ξεκινούν να μένουν μόνοι τους ή να έχουν οικογένεια, και είναι υπεύθυνοι για την αγορά τροφίμων. Αντιθέτως, το εύρος μας δεν συμπεριλαμβάνει αρκετά άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, πιθανώς λόγω μη καλής σχέσης με την τεχνολογία. Τέλος, σημειώνουμε τη μικρή συμμετοχή ατόμων κάτω των 18 ετών, διότι σπάνια πηγαίνουν στα κρεοπωλεία και Super Market για αγορά κρέατος.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <18	2	2,6	2,6	2,6
18-25	38	48,7	48,7	51,3
25-35	18	23,1	23,1	74,4
35-45	11	14,1	14,1	88,5
45+	9	11,5	11,5	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 10. Ηλικία δείγματος



Γράφημα 14. Ηλικία δείγματος.

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ Valid	18-25	21	45,7	45,7
	25-35	11	23,9	69,6
	35-45	7	15,2	84,8
	45+	7	15,2	100,0
	Total	46	100,0	100,0
ΑΝΔΡΑΣ Valid	<18	2	6,3	6,3
	18-25	17	53,1	59,4
	25-35	7	21,9	81,3
	35-45	4	12,5	93,8
	45+	2	6,3	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Πίνακας 11. Ηλικία δείγματος σε συνάρτηση με το φύλο.

Από τα 38 άτομα που απάντησαν πως είναι ηλικίας 18-25 τα 21 ήταν γυναίκες και τα 17 ήταν άνδρες. Τα 11 ήταν γυναίκες ηλικίας 25-35 και οι άνδρες 7. Στην ηλικία των 35-45, 7 ήταν γυναίκες και 4 ήταν άνδρες. Οι 7 γυναίκες είχαν ηλικία 45 > και 2 ήταν άνδρες στην ίδια ηλικιακή κατηγορία.



Γράφημα 15. Ηλικία δείγματος σε συνάρτηση με το φύλο.

▪ Οικογενειακή κατάσταση καταναλωτών

Εν συνέχεια, παρουσιάζεται η οικογενειακή κατάσταση των καταναλωτών του δείγματος. Οι περισσότεροι (49 άτομα) από τους καταναλωτές δήλωσαν ότι είναι άγαμοι. Οι 6 ήταν έγγαμοι χωρίς παιδιά. Οι 16 ήταν έγγαμοι με ανήλικα παιδιά και οι 5 ήταν έγγαμοι με ενήλικα παιδιά. Τα 2 άτομα απάντησαν άλλο.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ΑΓΑΜΟΣ	49	62,8	62,8	62,8
ΕΓΓΑΜΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΑΙΔΙΑ	6	7,7	7,7	70,5
ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΑΝΗΛ. ΠΑΙΔΙΑ	16	20,5	20,5	91,0
ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΕΗΝΛ. ΠΑΙΔΙΑ	5	6,4	6,4	97,4
ΑΛΛΑ	2	2,6	2,6	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 12. Οικογενειακή κατάσταση δείγματος.



Γράφημα 16. Οικογενειακή κατάσταση δείγματος

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ Valid	ΑΓΑΜΟΣ	25	54,3	54,3
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΑΙΔΙΑ	3	6,5	6,5
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΑΝΗΛ. ΠΑΙΔΙΑ	13	28,3	28,3
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΕΗΝΛ. ΠΑΙΔΙΑ	4	8,7	8,7
	ΑΛΛΑ	1	2,2	2,2
	Total	46	100,0	100,0
ΑΝΔΡΑΣ Valid	ΑΓΑΜΟΣ	24	75,0	75,0
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΧΩΡΙΣ ΠΑΙΔΙΑ	3	9,4	9,4
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΑΝΗΛ. ΠΑΙΔΙΑ	3	9,4	9,4
	ΕΓΓΑΜΟΣ ΜΕ ΕΗΝΛ. ΠΑΙΔΙΑ	1	3,1	3,1
	ΑΛΛΑ	1	3,1	3,1
	Total	32	100,0	100,0

Πίνακας 13. Οικογενειακή κατάσταση δείγματος σε συνάρτηση με το φύλο.



Γράφημα 17. Οικογενειακή κατάσταση δείγματος σε συνάρτηση με το φύλο.

▪ **Μέλη οικογένειας**

Ο μεγαλύτερος αριθμός μελών ήταν στην επιλογή 3-4 μέλη που ήταν 43, ακολουθώντας 24 άτομα την επιλογή με 1-2 μέλη και από 5 μέλη και άνω ήταν μόλις 11.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 ΜΕΛΗ	24	30,8	30,8	30,8
	3-4 ΜΕΛΗ	43	55,1	55,1	85,9
	5+ ΜΕΛΗ	11	14,1	14,1	100,0
Total		78	100,0	100,0	

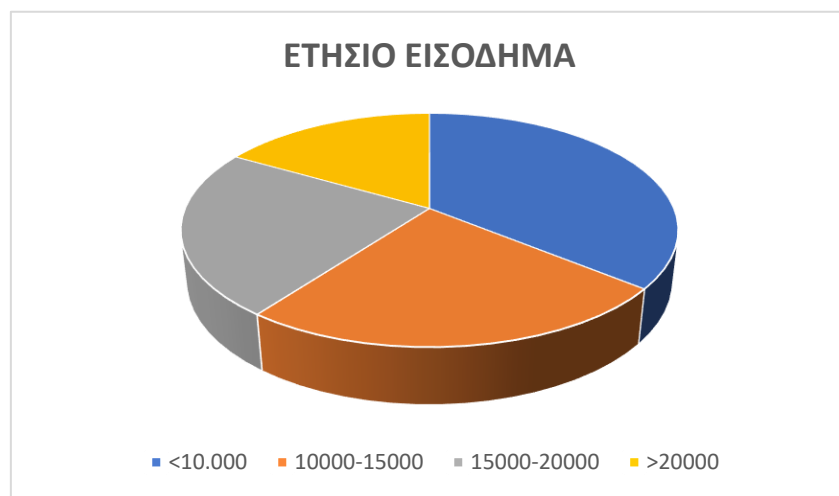
Πίνακας 14. Μέλη οικογένειας.

▪ **Ετήσιο εισόδημα**

Από τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα, τα 28 είχαν ετήσιο εισόδημα <10.000€. Τα 19 είχαν εισόδημα από 10.000€ έως 15.000€. Εισόδημα από 15.000 έως 20.000€ είχαν 18 άτομα και άνω των 20.000€ ετήσιο εισόδημα είχαν 13 άτομα.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<10.000	28	35,9	35,9	35,9
	10000-15000	19	24,4	24,4	60,3
	15000-20000	18	23,1	23,1	83,3
	>20000	13	16,7	16,7	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 15. Ετήσιο εισόδημα.



Γράφημα 18. Ετήσιο εισόδημα.

ΦΥΛΟ			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ	Valid	<10.000	22	47,8	47,8	47,8
		10000-15000	8	17,4	17,4	65,2
		15000-20000	9	19,6	19,6	84,8
		>20000	7	15,2	15,2	100,0
		Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ	Valid	<10.000	6	18,8	18,8	18,8
		10000-15000	11	34,4	34,4	53,1
		15000-20000	9	28,1	28,1	81,3
		>20000	6	18,8	18,8	100,0
		Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 16. Ετήσιο εισόδημα σε συνάρτηση με το φύλο.



Γράφημα 19. Ετήσιο εισόδημα σε συνάρτηση με το φύλο.

Παρατηρούμε ότι, αναφορικά με το φύλο, οι γυναίκες με εισόδημα < 10.000 είναι περισσότερες συγκριτικά με τους άντρες στην αντίστοιχη κατηγορία. Από την άλλη, όμως, στην αμέσως επόμενη κατηγορία των 10.000-15.000 το ποσοστό των αντρών είναι μεγαλύτερο. Στις υπόλοιπες κατηγορίες τα ποσοστά παρουσιάζουν μικρή διαφορά. Από τον παρακάτω πίνακα προκύπτει ότι οι γυναίκες έχουν μεγαλύτερο μερίδιο ευθύνης σχετικά με την αγορά προϊόντων, σε σχέση με τους άντρες. Συνεπώς, δεν θα ήταν αυθαίρετο να συμπεράνουμε ότι το φύλο είναι ένας σημαντικός παράγοντας.

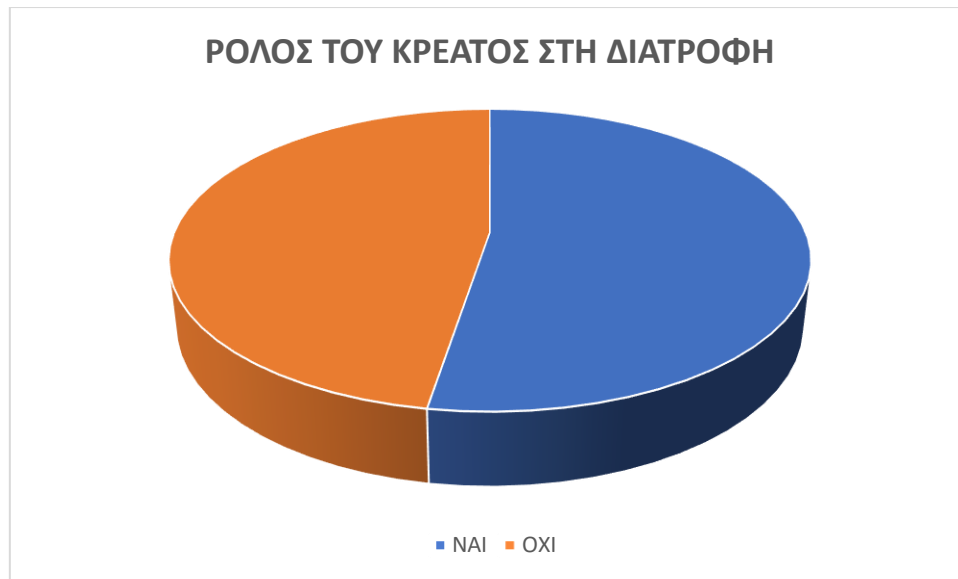
ΦΥΛΟ		ΗΛΙΚΙΑ	ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚ Η.ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΜΕΛΗ_ΟΙΚΟΓΕ ΝΕΙΑΣ	ΕΤΗΣΙΟ_ΕΙΣΟ ΔΗΜΑ	
ΓΥΝΑΙΚΑ	N	Valid	46	46	46	
		Missing	0	0	0	
	Mean		3,0000	1,9783	1,8478	2,0217
	Median		3,0000	1,0000	2,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,11555	1,18301	,66558	1,14483
	Skewness		,703	,717	,178	,606
	Std. Error of Skewness		,350	,350	,350	,350
	Kurtosis		-,915	-,783	-,677	-1,150
	Std. Error of Kurtosis		,688	,688	,688	,688
ΑΝΔΡΑΣ	N	Valid	32	32	32	
		Missing	0	0	0	
	Mean		2,5938	1,5000	1,8125	2,4688
	Median		2,0000	1,0000	2,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,01153	1,01600	,64446	1,01550
	Skewness		,924	2,165	,187	,090
	Std. Error of Skewness		,414	,414	,414	,414
	Kurtosis		,348	4,256	-,514	-1,025
	Std. Error of Kurtosis		,809	,809	,809	,809

Πίνακας 17. Μέσος όρος, τυπική απόκλιση, διάμεσος του φύλου σε συνάρτηση με την ηλικία, την οικογενειακή κατάσταση, τα μέλη της οικογένειας και το ετήσιο εισόδημα.

Μια από τις ερωτήσεις που θέσαμε στο ερωτηματολόγιο ήταν εάν οι ερωτώμενοι, θεωρούν το κρέας ως το κυριότερο συστατικό στη διατροφή τους. Από τα 78 άτομα που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιό μας τα 41 απάντησαν πως το κρέας είναι το κυριότερο συστατικό στη διατροφή του ανθρώπου, ενώ τα 37 δεν θεωρούν το κρέας τόσο αναγκαίο στην διατροφή του ανθρώπου.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid NAI	41	52,6	52,6	52,6
OXI	37	47,4	47,4	100,0
Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 18. Σημαντικότητα του κρέατος στη διατροφή.



Γράφημα 20. Σημαντικότητα του κρέατος στη διατροφή.

▪ **ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΝΩΠΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ**

Ένας από τους στόχους που θέσαμε ήταν να δούμε εάν το φύλο επηρεάζει την ποσότητα κατανάλωσης του και το είδος του κρέατος που προτείνουν να καταναλώνουν συνήθως.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	13	16,7	16,7	16,7
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	10	12,8	12,8	29,5
	ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΤΑ	38	48,7	48,7	78,2
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	5	6,4	6,4	84,6
	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ ΚΑΘΟΛΟΥ ΝΩΠΟ ΚΡΕΑΣ	12	15,4	15,4	100,0
	Total	78	100,0	100,0	

Πίνακας 19. Συχνότητα κατανάλωσης κρέατος.



Γράφημα 21. Συχνότητα κατανάλωσης κρέατος.

Αναφορικά με τη συχνότητα κατανάλωσης κρέατος, 13 άτομα απάντησαν πως καταναλώνουν νωπό κρέας σε καθημερινή βάση. Τα 38 καταναλώνουν πάνω από μια φορά την εβδομάδα και τα 10 καταναλώνουν μία φορά την εβδομάδα. Αυτοί που μας απάντησαν πως δεν καταναλώνουν καθόλου κρέας ήταν 12 άτομα και 5 άτομα απάντησαν πως καταναλώνουν μερικές φορές το μήνα.

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
ΓΥΝΑΙΚΑ Valid	ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	6	13,0	13,0	13,0
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	10,9	10,9	23,9
	ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΤΑ	23	50,0	50,0	73,9
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	3	6,5	6,5	80,4
	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ ΚΑΘΟΛΟΥ ΝΩΠΟ ΚΡΕΑΣ	9	19,6	19,6	100,0
	Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ Valid	ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ	7	21,9	21,9	21,9
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	15,6	15,6	37,5
	ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΤΑ	15	46,9	46,9	84,4
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	6,3	6,3	90,6
	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ ΚΑΘΟΛΟΥ ΝΩΠΟ ΚΡΕΑΣ	3	9,4	9,4	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 20. Συχνότητα κατανάλωσης κρέατος σε συνάρτηση με το φύλο.

Από τις απαντήσεις που λάβαμε, 6 ήταν οι γυναίκες και 7 ήταν οι άνδρες που δήλωσαν πως καταναλώνουν σε καθημερινή βάση κρέας. Από τα υπόλοιπα 12 άτομα που μας ενημέρωσαν πως δεν καταναλώνουν καθόλου κρέας, 9 ήταν γυναίκες και 3 ήταν άνδρες.



Γράφημα 22. Συχνότητα κατανάλωσης κρέατος σε συνάρτηση με το φύλο.

Σχετικά με τη ποσότητα μοσχαρίσιου κρέατος που καταναλώνουν σε εβδομαδιαία βάση, τα αποτελέσματα αποτυπώνονται παρακάτω.

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	7	15,2	15,2
	<0.5KG	8	17,4	32,6
	0.5KG-1KG	18	39,1	71,7
	1KG-1.5KG	9	19,6	91,3
	1.5KG>	4	8,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0
ΑΝΔΡΑΣ	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	3	9,4	9,4
	<0.5KG	5	15,6	25,0
	0.5KG-1KG	10	31,3	56,3
	1KG-1.5KG	10	31,3	87,5
	1.5KG>	4	12,5	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Πίνακας 21. Εβδομαδιαία κατανάλωση μοσχαρίσιου κρέατος.

Στον παραπάνω πίνακα βλέπουμε πως το 39,1% των γυναικών και 31,3% των ανδρών καταναλώνουν περίπου 500γραμ με 1 κιλό μοσχαρίσιο κρέας σε μια εβδομάδα. Από την άλλη, 1 κιλό έως 1,5 κιλά καταναλώνουν το 19,6% των γυναικών και 31,3% των ανδρών.



Γράφημα 23. Εβδομαδιαία κατανάλωση μοσχαρίσιου κρέατος.

Σχετικά με την κατανάλωση του χοιρινού κρέατος, το 37% και το 17,4% των γυναικών καταναλώνουν χοιρινό κρέας από 500γρ-1 κιλό και από 1 κιλό έως 1,5 κιλά αντιστοίχως. Το 21,7% των γυναικών καταναλώνουν κάτω από 500 γραμμ. χοιρινό κρέας. Αντίστοιχα, οι άνδρες καταναλώνουν κατά 37,5% και 21,9% ποσότητες από 500 γραμμ. μέχρι 1,5 κιλά.

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ Valid	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	7	15,2	15,2
	<0.5KG	10	21,7	37,0
	0.5KG-1KG	17	37,0	73,9
	1KG-1.5KG	8	17,4	91,3
	1.5KG>	4	8,7	100,0
	Total	46	100,0	100,0
ΑΝΔΡΑΣ Valid	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	3	9,4	9,4
	<0.5KG	5	15,6	25,0
	0.5KG-1KG	12	37,5	62,5
	1KG-1.5KG	7	21,9	84,4
	1.5KG>	5	15,6	100,0
	Total	32	100,0	100,0

Πίνακας 22. Εβδομαδιαία κατανάλωση χοιρινού κρέατος.



Γράφημα 24. Εβδομαδιαία κατανάλωση χοιρινού κρέατος.

ΦΥΛΟ	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
ΓΥΝΑΙΚΑ Valid	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	6	13,0	13,0	13,0
	<0.5KG	5	10,9	10,9	23,9
	0.5KG-1KG	9	19,6	19,6	43,5
	1KG-1.5KG	15	32,6	32,6	76,1
	1.5KG>	11	23,9	23,9	100,0
	Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ Valid	ΔΕΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΩ	2	6,3	6,3	6,3
	<0.5KG	1	3,1	3,1	9,4
	0.5KG-1KG	14	43,8	43,8	53,1
	1KG-1.5KG	9	28,1	28,1	81,3
	1.5KG>	6	18,8	18,8	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 23. Εβδομαδιαία κατανάλωση κοτόπουλου.

Ο ανωτέρω πίνακας αποτυπώνει την ποσότητα του καταναλώνουν σε μια εβδομάδα άνδρες και γυναίκες. Από ό,τι βλέπουμε, το μεγαλύτερο ποσοστό των γυναικών (32,6%) απάντησαν πως καταναλώνουν 1 με 1,5 κιλά κοτόπουλο σε μια εβδομάδα.

Ακολουθούν το 23,9% γυναικών που καταναλώνουν πάνω από 1.5 κιλά κρέας. Σε αντίθεση κατεύθυνση κινείται το μεγαλύτερο ποσοστό των ανδρών (43,8%), που καταναλώνουν 500 γραμμάρια με 1 κιλό κοτόπουλο την εβδομάδα, ακολουθούμενοι

από το 28,1% των ανδρών που καταναλώνουν κοτόπουλο από 1 έως 1,5 κιλό την εβδομάδα.



Γράφημα 25. Εβδομαδιαία κατανάλωση κοτόπουλου.

Με βάση αυτά τα δεδομένα, μπορούμε βέβαια να συμπεράνουμε πως, κατά μέσο όρο, οι άνδρες καταναλώνουν σε μεγαλύτερη ποσότητα το χοιρινό και το μοσχαρίσιο κρέας, ενώ το κοτόπουλο φαίνεται να καταναλώνεται σε ίδια ποσότητα και από τα δύο φύλα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει, επίσης, το γεγονός ότι, κατά μέσο όρο, οι γυναίκες καταναλώνουν κρέας περισσότερες φορές από ό,τι οι άνδρες.

ΦΥΛΟ			ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ_ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ_Σ_ΚΡΕΑΤΟΣ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ_Μ_ΟΣΧΑΡΙΣΙΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ_Χ_ΟΙΡΙΝΟΥ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ_Κ_ΟΤΟΠΟΥΛΟ
ΓΥΝΑΙΚΑ	N	Valid	46	46	46	46
		Missing	0	0	0	0
	Mean		3,0870	2,8913	2,8261	3,4348
	Median		3,0000	3,0000	3,0000	4,0000
	Std. Deviation		1,22612	1,15909	1,16054	1,32752
	Skewness		,054	-,048	,087	-,568
	Std. Error of Skewness		,350	,350	,350	,350
	Kurtosis		-,476	-,576	-,593	-,759
	Std. Error of Kurtosis		,688	,688	,688	,688
ΑΝΔΡΑΣ	N	Valid	32	32	32	32
		Missing	0	0	0	0
	Mean		2,6563	3,2188	3,1875	3,5000
	Median		3,0000	3,0000	3,0000	3,0000
	Std. Deviation		1,18074	1,15659	1,17604	1,04727
	Skewness		,227	-,324	-,134	-,449
	Std. Error of Skewness		,414	,414	,414	,414
	Kurtosis		-,275	-,518	-,537	,429
	Std. Error of Kurtosis		,809	,809	,809	,809

Πίνακας 24. Συχνότητα κατανάλωσης κρεάτων σε συνάρτηση με το φύλο.

Ο δεύτερος στόχος ήταν να διερευνήσουμε εάν η χρηματοοικονομική κατάσταση επηρεάζει τη συχνότητα αγοράς νωπού κρέατος. Επίσης, θέλαμε να δούμε από που προτιμούν να αγοράζουν συνήθως το κρέας οι ερωτώμενοι καθώς και τον λόγο της συγκεκριμένης επιλογής τους.

ΕΤΗΣΙΟ_ΕΙΣΟΔΗΜΑ			ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ_ΑΓΟΡΑΣ_ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ_ΑΓΟΡΑΣ_ΧΟΙΡΙΝΟΥ	ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ_ΑΓΟΡΑΣ_ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ	ΑΛΛΑ_ΕΙΔΗ_ΚΡΕΑΤΟΣ
<10.000	N	Valid	28	28	28	28
		Missing	0	0	0	0
	Mean		3,5000	3,3571	4,3571	2,5714
	Median		4,0000	3,0000	5,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,13855	1,44566	,95119	1,19965
	Skewness		-,486	-,287	-,1921	,651
	Std. Error of Skewness		,441	,441	,441	,441
	Kurtosis		-,728	-,1210	4,552	-,136
	Std. Error of Kurtosis		,858	,858	,858	,858
10000-15000	N	Valid	19	19	19	19
		Missing	0	0	0	0
	Mean		3,3684	3,6316	3,6316	2,5789
	Median		4,0000	5,0000	4,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,64014	1,67367	1,64014	1,42657
	Skewness		-,584	-,693	-,767	,336
	Std. Error of Skewness		,524	,524	,524	,524
	Kurtosis		-1,382	-1,254	-1,098	-1,271
	Std. Error of Kurtosis		1,014	1,014	1,014	1,014
15000-20000	N	Valid	18	18	18	18
		Missing	0	0	0	0
	Mean		3,6667	3,3889	3,9444	2,5000
	Median		5,0000	3,5000	5,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,71499	1,68519	1,69679	1,24853
	Skewness		-,752	-,365	-1,203	,510
	Std. Error of Skewness		,536	,536	,536	,536
	Kurtosis		-1,268	-1,619	-,413	-,848
	Std. Error of Kurtosis		1,038	1,038	1,038	1,038
>20000	N	Valid	13	13	13	13
		Missing	0	0	0	0
	Mean		3,8462	4,0000	4,1538	2,7692
	Median		4,0000	5,0000	5,0000	2,0000
	Std. Deviation		1,28103	1,35401	1,34450	1,42325
	Skewness		-1,071	-1,190	-1,542	,478
	Std. Error of Skewness		,616	,616	,616	,616
	Kurtosis		,534	,421	1,403	-1,303
	Std. Error of Kurtosis		1,191	1,191	1,191	1,191

Πίνακας 25. Συχνότητα κατανάλωσης κρεάτων σε συνάρτηση με το εισόδημα.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 25, παρατηρούμε ότι όσοι είχαν εισόδημα <10000 και από 15000-20000€ είχαν ως προτίμηση το κοτόπουλο και έπειτα το μοσχάρι. Όσοι είχαν εισόδημα 10000-15000€ υπήρχε μια ισορροπία στις προτιμήσεις τους και όσοι είχαν εισόδημα >20000 προτιμούσαν το κοτόπουλο και το χοιρινό.

ΕΤΗΣΙΟ_ΕΙΣΟΔΗΜΑ			Frequency	Percent	Valid Percent
<10.000	Valid	ΠΟΤΕ	1	3,6	3,6
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	6	21,4	21,4
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	4	14,3	14,3
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	12	42,9	42,9
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	17,9	17,9
		Total	28	100,0	100,0
10000-15000	Valid	ΠΟΤΕ	5	26,3	26,3
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	5,3	5,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,3	5,3
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	6	31,6	31,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	6	31,6	31,6
		Total	19	100,0	100,0
15000-20000	Valid	ΠΟΤΕ	4	22,2	22,2
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	5,6	5,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	11,1	11,1
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,6	5,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	10	55,6	55,6
		Total	18	100,0	100,0
>20000	Valid	ΠΟΤΕ	1	7,7	7,7
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	7,7	7,7
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	15,4	15,4
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	4	30,8	30,8
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	38,5	38,5
		Total	13	100,0	100,0

Πίνακας 26. Συχνότητα αγοράς μοσχαρίσιου κρέατος βάσει ετήσιου εισοδήματος.

Βάσει των απαντήσεων που λάβαμε, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που είχαν εισόδημα κάτω των 10.000€ αγοράζαν δυο φορές το μήνα το μοσχαρίσιο κρέας. Από τα 19 άτομα με εισόδημα των 10.000€-15.000€ τα 6 αγοράζουν δυο φορές το μήνα και άλλα 6 μία φορά την εβδομάδα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που είχαν εισόδημα των 15.000€-20.000€ απάντησαν ότι αγοράζουν μοσχαρίσιο κρέας κάθε εβδομάδα και για τα άτομα με εισόδημα πάνω των 20.000€ δήλωσαν πως αγοράζουν μια φορά την εβδομάδα.

ΕΤΗΣΙΟ_ΕΙΣΟΔΗΜΑ			Frequency	Percent	Valid Percent
<10.000	Valid	ΠΟΤΕ	4	14,3	14,3
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	4	14,3	14,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	7	25,0	25,0
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	4	14,3	14,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	9	32,1	32,1
		Total	28	100,0	100,0
10000-15000	Valid	ΠΟΤΕ	4	21,1	21,1
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	5,3	5,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	3	15,8	15,8
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,3	5,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	10	52,6	52,6
		Total	19	100,0	100,0
15000-20000	Valid	ΠΟΤΕ	4	22,2	22,2
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	2	11,1	11,1
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	3	16,7	16,7
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,6	5,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	8	44,4	44,4
		Total	18	100,0	100,0
>20000	Valid	ΠΟΤΕ	1	7,7	7,7
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	7,7	7,7
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	15,4	15,4
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	15,4	15,4
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	7	53,8	53,8
		Total	13	100,0	100,0

Πίνακας 27. Συχνότητα αγοράς χοιρινού κρέατος βάση ετήσιου εισοδήματος.

Σε αντίθεση προς τα αποτελέσματα της συχνότητας αγοράς μοσχαρίσιου κρέατος, χοιρινό κρέας, με βάση όσα αποτυπώνονται στον ανωτέρω πίνακα, αγοράζουν μια φορά την εβδομάδα όλα τα οικονομικά επίπεδα.

ΕΤΗΣΙΟ_ΕΙΣΟΔΗΜΑ		Frequency	Percent	Valid Percent	
<10.000	Valid	ΠΟΤΕ	1	3,6	3,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	3	10,7	10,7
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	8	28,6	28,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	16	57,1	57,1
		Total	28	100,0	100,0
10000-15000	Valid	ΠΟΤΕ	4	21,1	21,1
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	5,3	5,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	10,5	10,5
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	3	15,8	15,8
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	9	47,4	47,4
Total	19	100,0	100,0		
15000-20000	Valid	ΠΟΤΕ	4	22,2	22,2
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,6	5,6
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	5,6	5,6
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	12	66,7	66,7
		Total	18	100,0	100,0
>20000	Valid	ΠΟΤΕ	1	7,7	7,7
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	1	7,7	7,7
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	1	7,7	7,7
		ΔΥΟ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΜΗΝΑ	2	15,4	15,4
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	8	61,5	61,5
Total	13	100,0	100,0		

Πίνακας 28. Συχνότητα αγοράς κοτόπουλου βάση ετήσιου εισοδήματος.

Όπως και στη συχνότητα αγοράς χοιρινού κρέατος, παρατηρούμε πως η αγορά κοτόπουλου μια φορά την εβδομάδα είχε τα μεγαλύτερα ποσοστά σε όλα τα οικιακά επίπεδα.

ΦΥΛΟ			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ	Valid	SUPERMARKET	6	13,0	13,0	13,0
		ΤΟΠΙΚΟ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ	32	69,6	69,6	82,6
		ΆΛΛΟ	8	17,4	17,4	100,0
		Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ	Valid	SUPERMARKET	8	25,0	25,0	25,0
		ΤΟΠΙΚΟ ΚΡΕΟΠΩΛΕΙΟ	18	56,3	56,3	81,3
		ΆΛΛΟ	6	18,8	18,8	100,0
		Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 29. Κανάλια αγοράς κρέατος.



Γράφημα 26. Κανάλια αγοράς κρέατος.

ΦΥΛΟ			ΠΟΥ_ΑΓΟΡΑΖ ΕΤΕ_ΚΡΕΑΣ	SUPERMARKE Τ	ΚΡΕΟΠΟΛΕΙΟ	ΠΑΝΤΟΠΟΛΕΙΟ
ΓΥΝΑΙΚΑ	N	Valid	46	46	46	46
		Missing	0	0	0	0
	Mean		2,3913	2,2391	3,3913	1,1739
	Median		2,0000	2,0000	4,0000	1,0000
	Std. Deviation		1,25571	1,25051	1,34128	,52933
	Skewness		1,454	,807	-,710	3,944
	Std. Error of Skewness		,350	,350	,350	,350
	Kurtosis		,810	-,389	-,606	18,186
	Std. Error of Kurtosis		,688	,688	,688	,688
ΑΝΔΡΑΣ	N	Valid	32	32	32	32
		Missing	0	0	0	0
	Mean		2,3125	2,3750	3,2188	1,3750
	Median		2,0000	2,0000	3,5000	1,0000
	Std. Deviation		1,37811	1,28891	1,51837	,79312
	Skewness		1,286	,488	-,219	3,336
	Std. Error of Skewness		,414	,414	,414	,414
	Kurtosis		,344	-,897	-,1458	13,939
	Std. Error of Kurtosis		,809	,809	,809	,809

Πίνακας 30. Κανάλια και συχνότητα αγοράς κρέατος.

Από τους παραπάνω πίνακες προκύπτει ότι και οι άνδρες και οι γυναίκες προτιμούν να αγοράζουν κρέατα από το τοπικό κρεοπωλείο και ότι έχουν ως δεύτερη επιλογή τα Super Market. Επίσης, δεν προκύπτει κάποια διαφορά με βάση το φύλο και την επιλογή καναλιού πώλησης.

ΦΥΛΟ			Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ	Valid	ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	16	34,8	34,8	34,8
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	15	32,6	32,6	67,4
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	6	13,0	13,0	80,4
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	6	13,0	13,0	93,5
		ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	3	6,5	6,5	100,0
		Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ	Valid	ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	11	34,4	34,4	34,4
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	7	21,9	21,9	56,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	7	21,9	21,9	78,1
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	5	15,6	15,6	93,8
		ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	2	6,3	6,3	100,0
		Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 31. Συχνότητα αγοράς κρέατος από Super Market.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIMH	26	33,3	47,3	47,3
	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	2	2,6	3,6	50,9
	ΕΥΚΟΛΙΑ/ΤΑΧΥΤΗΤΑ	24	30,8	43,6	94,5
	ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ	2	2,6	3,6	98,2
	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	1	1,3	1,8	100,0
	Total	55	70,5	100,0	
Missing	System	23	29,5		
Total		78	100,0		

Πίνακας 32. Λόγος προτίμησης αγοράς από Super Market.

Με βάση τα δεδομένα από τους δύο παραπάνω πίνακες, τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες δεν έχουν ως πρώτη επιλογή να αγοράζουν κρέας από το Super Market. Παρόλα αυτά, οι λόγοι που θα τους ωθούσαν σε μια τέτοια επιλογή είναι η τιμή και η ευκολία που παρέχουν, δεδομένου ότι όλα τα προϊόντα βρίσκονται συγκεντρωμένα σε ένα κατάστημα.

ΦΥΛΟ		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
ΓΥΝΑΙΚΑ	Valid	ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	8	17,4	17,4	17,4
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	2	4,3	4,3	21,7
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	9	19,6	19,6	41,3
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	18	39,1	39,1	80,4
		ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	9	19,6	19,6	100,0
		Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ	Valid	ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	6	18,8	18,8	18,8
		ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	6	18,8	18,8	37,5
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ	4	12,5	12,5	50,0
		ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	7	21,9	21,9	71,9
		ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	9	28,1	28,1	100,0
		Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 33. Συχνότητα αγοράς κρέατος από κρεοπωλείο.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIMH	1	1,3	1,6	1,6
	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	48	61,5	75,0	76,6
	ΕΥΚΟΛΙΑ/ΤΑΧΥΤΗΤΑ	1	1,3	1,6	78,1
	ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ	7	9,0	10,9	89,1
	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	7	9,0	10,9	100,0
	Total	64	82,1	100,0	
Missing	System	14	17,9		
Total		78	100,0		

Πίνακας 34. Λόγος προτίμησης αγοράς από κρεοπωλείο.

Αναφορικά με την αγορά κρεάτων από το κρεοπωλείο, και τα δύο φύλα το επιλέγουν και μάλιστα οι άνδρες επιλέγουν να ψωνίζουν περισσότερες από μια φορές σε μια εβδομάδα. Ο λόγος για τον οποίο επιλέγουν το κρεοπωλείο είναι, με διαφορά, η ποιότητα που προσφέρει.

ΦΥΛΟ		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ΓΥΝΑΙΚΑ	Valid ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	40	87,0	87,0	87,0
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	5	10,9	10,9	97,8
	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	1	2,2	2,2	100,0
	Total	46	100,0	100,0	
ΑΝΔΡΑΣ	Valid ΔΕΝ ΑΓΩΡΑΖΩ	23	71,9	71,9	71,9
	ΜΕΡΙΚΕΣ ΦΟΡΕΣ ΤΟ ΧΡΟΝΟ	8	25,0	25,0	96,9
	ΠΑΝΩ ΑΠΟ ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΗΝ ΕΒΔΟΜΑΔΑ	1	3,1	3,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	

Πίνακας 35. Συχνότητα αγοράς κρέατος από παντοπωλείο/ Mini Market.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TIMH	5	6,4	17,2	17,2
	ΠΟΙΟΤΗΤΑ	1	1,3	3,4	20,7
	ΕΥΚΟΛΙΑ/ΤΑΧΥΤΗΤΑ	19	24,4	65,5	86,2
	ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ	2	2,6	6,9	93,1
	ΠΟΙΚΙΛΙΑ	2	2,6	6,9	100,0
	Total	29	37,2	100,0	
Missing	System	49	62,8		
Total		78	100,0		

Πίνακας 36. Λόγος προτίμησης αγοράς από παντοπωλείο/ Mini Market.

Στην περίπτωση των παντοπωλείων και των Mini Market ισχύει ακριβώς ό,τι ίσχυε για τα Super Market. Δεν είναι πρώτα στη προτίμηση των καταναλωτών και, όταν αποφασίζουν να αγοράζουν από αυτά, το πράττουν μόνο για λόγους ευκολίας και περιορισμένου χρόνου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ελληνική αγορά κρέατος χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία των παραδοσιακών καναλιών πώλησης κρέατος, δηλαδή τα τοπικά κρεοπωλεία, και οι καταναλωτές πολλές φορές στηρίζουν τις αποφάσεις τους για την αγορά κρέατος στην διαπροσωπική σχέση που έχουν αναπτύξει με τον κρεοπώλη της γειτονιάς τους. Με αυτόν τον τρόπο, προσπαθούν, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, να ελαχιστοποιήσουν τον κίνδυνο όταν αγοράζουν κρέας. Ένα ακόμα γεγονός είναι ότι η επιλογή ελληνικού κρέατος μπορεί να συνδεθεί και με την έννοια του ασφαλέστερου κρέατος. Παρ' όλα αυτά, η ύπαρξη μιας τάσης για αγορά κυρίως κοτόπουλου και χοιρινού κρέατος από τα Super Market, είναι κάτι που μπορεί να γίνει αντικείμενο εκμετάλλευσης από τις αλυσίδες λιανικής πώλησης τροφίμων.

Σύμφωνα με την βιβλιογραφία, η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών επηρεάζεται από διάφορα ερεθίσματα – παράγοντες. Για να καταλήξει στην τελική του απόφαση, ο καταναλωτής θα πρέπει να περάσει από ορισμένα στάδια. Αρχικά, στο πρώτο στάδιο, ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει κατανοήσει το πρόβλημα, έτσι ώστε να αποφασίσει να αναζητήσει πληροφορίες για την επίλυσή του. Αφού συλλέξει τις σχετικές πληροφορίες, θα πρέπει, εν συνεχεία, να τις αξιολογήσει, έτσι ώστε να μπορέσει να αποφασίσει ποια από τις εναλλακτικές λύσεις τον συμφέρει περισσότερο. Εφόσον περάσει από τα στάδια αυτά, θα είναι σε θέση να καταλήξει στην τελική του επιλογή για το προϊόν που θα επιλέξει.

Με βάση τα αποτελέσματα που εξήχθησαν, μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το φύλο παίζει ρόλο στην επιλογή των προϊόντων που θα αγοραστούν ειδικά στην περίπτωση του κρέατος. Οι γυναίκες ήταν αυτές που φαίνεται ότι όχι μόνο είχαν μεγαλύτερη συμμετοχή στην έρευνα αλλά, ταυτόχρονα, είναι και προσεκτικές στην κατανάλωση όλων των ειδών κρέατος. Το εισόδημα αποτελεί πάντοτε έναν σημαντικό παράγοντα για το νοικοκυριό ανεξαρτήτως φύλου και καθορίζει τις αγοραστικές επιθυμίες των καταναλωτών.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ευρήματα, σύμφωνα με τα οποία το κρεοπωλείο παραμένει πρώτο στις προτιμήσεις των καταναλωτών και το εμπιστεύονται απόλυτα. Η αγορά κρέατος από τα Super Market αποτελεί μόνο λύση ανάγκης και, από ό,τι φαίνεται, και τα δύο φύλα συγκλίνουν σε αυτό. Όπως αναφέραμε, το δείγμα μας ήταν

78 άτομα και τα αποτελέσματα δεν μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι είναι γενικεύσιμα.

Οι διατροφικές συνήθειες των ανθρώπων αλλάζουν, το ίδιο και ο τρόπος με τον οποίο γίνεται η εκτροφή των ζώων. Το καλύτερο για τον άνθρωπο είναι να υπάρχει μέτρο όχι μόνο σε όσα καταναλώνει, αλλά και στον τρόπο ανάπτυξης των προϊόντων, στη συγκεκριμένη περίπτωση των ζώων, χωρίς να γίνεται καταπάτηση των δικαιωμάτων τους, αλλά ούτε και των φυσικών πόρων. Είναι λογικό πως μια μελλοντική μελέτη για τη διατροφική εξέλιξη του ανθρώπου, θα είχε ενδιαφέρον, σκεπτόμενοι όχι μόνο τις αλλαγές στον άνθρωπο, αλλά και στο περιβάλλον.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Δημητριάδης, Ε., (2003). *Στατιστικές Εφαρμογές με S.P.S.S.*, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική

ΑΕ. Εθνικό Ίδρυμα Αγροτική Έρευνας (ΕΘ.Ι.ΑΓ.Ε.) και Ινστιτούτο Γεωργοοικονομικών και Κοινωνιολογικών Ερευνών (Ι.ΓΕ.Κ.Ε.), Επιμέλεια: Φωτόπουλος, Χ. (2000). *Βιολογική Γεωργία: Κόστος, αποδοτικότητα, ανάλυση αγοράς & στρατηγικές marketing*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.

Καραπιστόλης, Δ.Ν., (2001). *Ανάλυση Δεδομένων και έρευνα αγοράς*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Ανικούλα.

Κατσάς Γ. Ζ. (1976) «Το κρέας, τα προϊόντα και τα παραπροϊόντα του. Τεχνολογία – Βιομηχανοποίηση – Εμπορία» Αθήνα

Μαυροειδής Ε. (1971). *Εγχειρίδιο Τεχνολογίας του Κρέατος*, εκδ. [χ.ε.] , Αθήνα.

Μέργος, Γ. (1998). *Εξωτερικό Εμπόριο Αγροτικών Προϊόντων και Τροφίμων - Ανάλυση και Προτάσεις Πολιτικής*, Εκδόσεις Σταμούλη (για λογαριασμό του Υπουργείου Γεωργίας), Αθήνα, Μάρτιος.

Μπλούκας, Ι. Γ. (2007). *Τεχνολογία κρέατος*, Εκδόσεις Σταμούλη ΑΕ, Αθήνα, σ. 57-58.

Σιώμοκος, Γ., & Μαύρος, Δ. (2008). *Έρευνα αγοράς*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη

Σταθακόπουλος, Β. (2005). *Μέθοδοι έρευνας αγοράς*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη, σ. 134-141.

Biesalski, H.-K., (2004), “Meat as a component of a healthy diet –are there any risks or benefits if meat is avoided in the diet?”, *Meat Science* 70 (2005). 509-524.

Drackley, J. K. (2008). Calf nutrition from birth to breeding. *Veterinary clinics of North America: Food animal practice*, 24(1), pp.55-86.

Eriksson, I. S., Elmquist, H., Stern, S., & Nybrant, T. (2005). Environmental systems analysis of pig production-the impact of feed choice (12 pp). *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 10(2), pp.143-154.

Fousekis, P. and Pantzios, C. (2000). "Meat Demand in Greece with Quality Decomposition", *Applied Economics Letters*, Vol. 7, Is. 7, pp. 431-434.

Giovannucci, E., Rimm, E. B., Stampfer, M. J., Colditz, G. A., Ascherio, A., & Willett, W. C. (1994). Intake of fat, meat, and fiber in relation to risk of colon cancer in men. *Cancer research*, 54(9), pp. 2390-2397.

Henchion, M., McCarthy, M., Resconi, C. and Troy, D. (2014). "Meat consumption: Trends and quality matters", *Meat Science* 98 (2014), pp. 561-568.

Kelemen, L. E., Kushi, L. H., Jacobs Jr, D. R., & Cerhan, J. R. (2005). Associations of dietary protein with disease and mortality in a prospective study of postmenopausal women. *American journal of epidemiology*, 161(3), pp. 239-249.

Kontogianni, M. D., Panagiotakos, D. B., Pitsavos, C., Chrysohoou, C., & Stefanadis, C. (2008). Relationship between meat intake and the development of acute coronary syndromes: The CARDIO2000 case-control study. *European Journal of Clinical Nutrition*, 62(2), pp. 171-177.

Krystallis, A. and Arvanitoyannis, I.S. (2005). "Investigating the concept of meat quality from the consumers' perspective: The case of Greece", *Meat Science* 72, pp. 164-176.

Krystallis, A., Chryssochoidis G., and Scholderer, J. (2005). "Consumer-perceived quality in 'traditional' food chains: The case of the Greek meat supply chain", *Appetite* 48 (2007), pp. 54-68.

Lee, W. J., Sandler, D. P., Blair, A., Samanic, C., Cross, A. J., & Alavanja, M. C. (2007). Pesticide use and colorectal cancer risk in the Agricultural Health Study. *International journal of cancer*, 121(2), pp. 339-346.

Macgregor, R. (1952). *The structure of the meat animals. A guide to their anatomy and physiology*.

McAfee, A.J., McSorley, E.M., Cuskelly, G.J., Moss, B.W., Wallace, J.M.W., Bonham, M.P. and Fearon, A.M., (2009). "Red meat consumption: An overview of the risks and benefits", *Meat Science* 84 (2010), pp. 1-13.

McNeill, S. and Van Elswyk, M.E., (2012). "Red meat in global nutrition", *Meat Science* 92 (2012), pp. 166-173.

Figueiredo, S., P., Carla Inada, A., Marcelino, G., Maiara Lopes Cardozo, C., de Cássia Freitas, K., De Cássia Avellaneda Guimarães, R. & Aiko Hiane, P. (2017). Fatty acids consumption: the role metabolic aspects involved in obesity and its associated disorders. *Nutrients*, 9(10), 1158.

Rosi, A., Mena, P., Pellegrini, N., Turrone, S., Neviani, E., Ferrocino, I., ... & Scazzina, F. (2017). Environmental impact of omnivorous, ovo-lacto-vegetarian, and vegan diet. *Scientific reports*, 7(1), pp. 1-9.

Scanes, C. G. (2007). The global importance of poultry. *Poultry science*, 86(6), 1057.

Swatland, H. J. (1984). *Structure and development of meat animals*. Prentice Hall, Inc..

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΕΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΝΩΠΟΥ ΚΡΕΑΤΟΣ

Το ερωτηματολόγιο αυτό δημιουργήθηκε στα πλαίσια πτυχιακής εργασίας που διεξάγεται στο Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Πατρών με θέμα «Μελέτη καταναλωτικών προτιμήσεων νωπού κρέατος» και θα μας ήταν ιδιαίτερα χρήσιμο να αναφερόμαστε λίγα λεπτά για να το συμπληρώσετε. Για να είναι αξιόπιστα τα αποτελέσματα της έρευνας, είναι σημαντικό να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις. Οι απαντήσεις σας είναι απολύτως εμπιστευτικές και θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

* Required

1. Φύλο *

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία *

- <18
- 18-25
- 25-35
- 35-45
- 45+

3. Οικογενειακή Κατάσταση *

- Άγαμος
- Εγγαμος χωρίς παιδιά
- Εγγαμος με ανήλικα παιδιά
- Εγγαμος με ενήλικα παιδιά
- Άλλο



4.Μέλη Οικογένειας *

- 1-2 Μέλη
- 3-4 Μέλη
- >5 ~~Μέλη~~

5.Ετήσιο εισόδημα *

- <10.000€
- 10.000€-15.000€
- 15.000€-20.000€
- >20.000€

6.καπνίζετε; *

- Ναι
- ~~Οχι~~
- Μερικές φορές
- έχω σταματήσει το κάπνισμα

7.Πόσο συχνά καταναλώνετε νωπό κρέας; *

- Καταναλώνω κάθε μέρα
- Καταναλώνω μια φορά την εβδομάδα
- Καταναλώνω πάνω από μια φορά την εβδομάδα
- Καταναλώνω μερικές φορές το μήνα
- δεν καταναλώνω καθόλου νωπό κρέας

8.σε σχέση με το παρελθόν έχετε αλλάξει τη συχνότητα αγοράς κρέατος; *

- ναι
- ~~οχι~~
- δεν γνωρίζω/ δεν απαντώ

9.Πόσο συχνά αγοράζετε το νωπό κρέας *

- Δεν αγοράζω νωπό κρέας
- Δεν αγοράζω νωπό κρέας κάθε μήνα
- Αγοράζω μια φορά το μήνα
- Αγοράζω μία φορά την εβδομάδα
- Αγοράζω πάνω από μια φορά την εβδομάδα

10. Κατά τη γνώμη σας, το κρέας θεωρείται ως το κυριότερο συστατικό της διατροφής του ανθρώπου; *

- Ναι
- Όχι

11. Από που αγοράζετε το κρέας συνήθως; *

- Super market
- Τοπικό κρεοπωλείο
- Παντοπωλείο ή mini market
- Άλλο

12. Πόσο συχνά αγοράζετε το κρέας από το super market? *

- Δεν αγοράζω από το supermarket
- Αγοράζω μερικές φορές το χρόνο
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά το μήνα
- Αγοράζω μία φορά την εβδομάδα
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα

13. Πόσο συχνά αγοράζετε το κρέας από το τοπικό κρεοπωλείο ? *

- Δεν αγοράζω από το κρεοπωλείο
- Αγοράζω μερικές φορές το χρόνο
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά το μήνα
- Αγοράζω μία φορά την εβδομάδα
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα

14. Πόσο συχνά αγοράζετε το κρέας από το παντοπωλείο ή mini market ? *

- Δεν αγοράζω από το παντοπωλείο/mini market
- Αγοράζω μερικές φορές το χρόνο
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά το μήνα
- Αγοράζω μία φορά την εβδομάδα
- Αγοράζω τουλάχιστον μια φορά την εβδομάδα

15. Λόγοι αγοράς κρέατος από super market

- Τιμή
- Ποιότητα
- ευκολία/ταχύτητα
- εμπιστοσύνη
- ποικιλία

16.λόγοι αγοράς κρέατος από κρεοπωλείο

- Τιμή
- Ποιότητα
- ευκολία/ταχύτητα
- εμπιστοσύνη
- ποικιλία

17.λόγοι αγοράς κρέατος από παντοπωλείο ή **mini market**.

- Τιμή
- Ποιότητα
- ευκολία/ταχύτητα
- εμπιστοσύνη
- ποικιλία

18.πόσο συχνά αγοράζετε μοσχαρίσιο κρέας; *

- ποτέ
- Μερικές φορές το χρόνο
- μια φορά το μήνα
- δυο φορές το μήνα
- μια φορά την εβδομάδα

19.Πόση ποσότητα του μοσχαρίσιου κρέατος καταναλώνετε την εβδομάδα; *

- Δεν καταναλώνω
- <0.5g
- 0.5g - 1kg
- 1kg** - 1.5kg
- >1.5 **kg**

20.πόσο συχνά αγοράζετε χοιρινό κρέας; *

- ποτέ
- Μερικές φορές το χρόνο
- μια φορά το μήνα
- δυο φορές το μήνα
- μια φορά την εβδομάδα

21.Πόση ποσότητα του χοιρινού κρέατος καταναλώνετε την εβδομάδα; *

- Δεν καταναλώνω
- <0.5g
- 0.5g - 1kg
- 1kg** - 1.5kg
- >1.5 **kg**

22.πόσο συχνά αγοράζετε κοτόπουλο; *

- ποτέ
- Μερικές φορές το χρόνο
- μια φορά το μήνα
- δυο φορές το μήνα
- μια φορά την εβδομάδα

23.Πόση ποσότητα του κοτόπουλου καταναλώνετε την εβδομάδα; *

- Δεν καταναλώνω
- <0.5g
- 0.5g - 1kg
- 1kg - 1.5kg
- >1.5 kg

24.πόσο συχνά αγοράζετε άλλα είδη κρέατος;(αρνί, κουνέλι, συκωτάκια κτλ) *

- ποτέ
- σπάνια
- μερικές φορές
- συχνά
- πολύ συχνά

25. 25.Πριν αλλάξετε το τρόπο ζωής σας, πόσο συχνά καταναλώνετε το νωπό κρέας;

Mark only one oval per row.

	Πότε	Μια φορά το χρόνο	Μια φορά το μήνα	Μια φορά την εβδομάδα	Πάνω από μια φορά την εβδομάδα
Κοτόπουλο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μοσχαρίσιο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χοιρινό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. 26.Πριν αλλάξετε το τρόπο ζωής σας, πόση ποσότητα του νωπού κρέατος καταναλώνετε την εβδομάδα;

Mark only one oval per row.

	0	<0.5kg	0.5kg-1kg	1kg-1.5kg	>1.5kg
Κοτόπουλο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μοσχαρίσιο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χοιρινό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. 27.Πριν αλλάξετε τον τρόπο ζωής σας, πόση ποσότητα αγοράζετε την εβδομάδα;

Mark only one oval per row.

	0	0-1kg	1kg-2kg	2kg-4kg	>4kg
Κοτόπουλο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Μοσχαρίσιο	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Χοιρινό	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>