
**DOKTORI (PhD) ÉRTEKEZÉS
TÉZISEI**

FÖLDES FRUZSINA

**Mosonmagyaróvár
2008**

FÖLDES FRUZSINA doktori (PhD) értekezés tézisei

1. BEVEZETÉS, CÉLKITŰZÉSEK

Az elmúlt időszakban jelentős fejlődés tapasztalható a mezőgazdasági termelésen belül az olyan környezettudatos technológiák vonatkozásában, amelyek legfőbb célja, hogy a környezeti adottságok figyelembevételével, azokhoz alkalmazkodva állítsanak elő egészséges, magas tápértékű, minőségi élelmiszereket. Az előzőekben említett célok eléréséhez, a fenntartható, környezetkímélő gazdálkodási rendszerek, így az ökológiai gazdálkodás előtérbe kerüléséhez nem csak az Európai Unió agrár- és környezetvédelmi politikájában bekövetkezett változások, hanem a nemzetközi és világszervezetek hosszú távú programjai is nagyban hozzájárultak, egyúttal irányt mutatva a magyar mezőgazdasági termelés, élelmiszer-előállítás számára is.

Magyarországon - a konvencionális mezőgazdaság trendjeit követve – az ökológiai gazdálkodáson belül is a növénytermesztés bír nagyobb jelentőséggel, az állattenyésztés csak az elmúlt néhány évben kezdett el fejlődni. Az ökológiai növénytermesztési és állattenyésztési ágazat egyensúlyának hiányát mutatja többek között az előállított termékek kereskedelmi forgalomban betöltött szerepe is. A belföldi kereskedelemben egyelőre a növényi eredetű ökotermékek képviselnek nagyobb részarányt. Ehhez nagyban hozzájárult az is, hogy az állattartás egységes jogi és gazdasági keretei jóval később láttak napvilágot, amely az állati eredetű ökotermékeket kezdetben piaci megjelenésükben is gátolta.

Annak ellenére, hogy számos kutatási eredmény tanúskodik az ökológiai gazdálkodás fejlődését előmozdító változásokról, sok esetben csak hozzávetőleges becslések, több éves késéssel megjelent, vagy hivatalosnak nem mondható források alapján nyílik lehetőség arra, hogy az ilyen irányú állattartásról és termék-előállításról, az állati eredetű termékek piaci lehetőségeiről átfogó képet kapjunk. A rendelkezésre álló adatok szűkössége, a folyamatos információgyűjtés hiánya tehát nagyban megnehezíti az eddig elért eredmények értékelését. Mindez nemcsak tudományos, szakmai körökben, de az egyre speciálisabb igényekkel

jelentkező fogyasztók és ezen igények kielégítését megcélzó termelők, piaci szereplők körében is megválaszolatlan kérdésekhez vezet, további kutatások elvégzését téve aktuálissá.

Az értekezés alapvető célkitűzése Magyarország, különös tekintettel a Nyugat-Dunántúli Régió ökológiai állattartásának általános állapotfelmérése, az állati eredetű ökotermékek feldolgozásának, kereskedelmi tendenciáinak elemzése a piaci kereslet-kínálat és a fogyasztói igények tükrében. Ennek megfelelően a kutatás célja, a termékpálya résztvevői közötti kapcsolatrendszer erős és gyenge pontjainak feltárása, amely a következő területekre terjed ki:

- az állattartó ökogazdaságok termelési sajátosságainak, az előállított termékek piaci lehetőségeinek vizsgálata;
- az állati eredetű ökotermék feldolgozás helyzetének feltárása;
- az ökológiai állattartásból származó termékek kiskereskedelmi forgalomban betöltött szerepének vizsgálata, a keresleti és a kínálati oldal átfogó elemzése;
- az ökotermékek és a konvencionális módon előállított termékek közötti fogyasztói felárak vizsgálata;
- a fogyasztói preferenciák, és a fizetési hajlandóság vizsgálata az állati eredetű ökotermékek vonatkozásában.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A disszertáció alapjául szolgáló kutatómunka a Nyugat-Magyarországi Egyetem Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Karának Agrárgazdaságtani és Marketing Tanszékén folyt 2004-2007 években. A CÉLKITŰZÉSEK-ben megfogalmazott kutatási feladatok, kutatási célok megvalósításához ökoszkopikus (szekunder vagy másodlagos) és demoszkopikus (primer vagy elsődleges) adatgyűjtési módszert egyaránt alkalmaztunk.

A szekunder kutatások az ökológiai állattartás előírásainak, jogi és gazdasági kereteinek, az őshonos állatfajok ökológiai állattartásban betöltött szerepének, az ökológiai állattartás és az állati eredetű ökotermék-előállítás európai és hazai tendenciáinak, az előállított termékek kereskedelmi forgalomban betöltött szerepének feltárására, valamint az ökotermékekre jellemző ökofelárak vizsgálatára irányultak. A statisztikai adatok összegyűjtése a magyar Központi Statisztikai Hivatal (KSH), az Agrárgazdaságtani Kutató Intézet Piac- és Árfigyelőrendszere (AKII PÁIR), a Biokontroll Hungária Kht. és az Európai Unió statisztikai adatbázisa, az EUROSTAT alapján történt.

A primer kutatás négy fő részből, így az alapanyag-előállítók, a feldolgozók, a kereskedők és a fogyasztók, tehát a termékpálya komplex vizsgálatából tevődött össze. Az elemzéshez és az értékeléshez szükséges adatokat kérdőíves megkérdezések, továbbá személyes interjúk és szakmai konzultációk szolgáltatták. A kérdőíves felmérés során összegyűjtött adatok kódolását követően az adatfeldolgozás a Microsoft Excel program segítségével, míg az állati eredetű ökotermék fogyasztásról szóló empirikus elemzés részét képező ökonometria modellek felállítását az EViews szoftver alkalmazásával történt.

3. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

Állattartó ökogazdaságok Magyarországon

Magyarországon az ökológiai gazdákodás rendszerében az állattenyésztés még napjainkban sem kap kellő hangsúlyt, amelyet az **állattartó ökogazdaságok** körében végzett saját vizsgálatunk is alátámasztanak. A kutatás során nyert tényleges kvantitatív adatok mellett az értékesítésben, a támogatási rendszerben, a termelői kapcsolatokban tapasztalt hiányosságok is az állattartás marginális helyzetére utalnak mind országos, mind regionális szinten.

A vizsgálatok tárgyát képező ökogazdaságok, a tenyészállat-előállítással foglalkozó gazdaságok kivételével (a minta 31%-a), a rendelkezésre álló erőforrásoktól, az állattenyésztés méretétől, és annak irányától függetlenül, egyéb gazdasági tevékenységet is folytatnak, csökkentve az esetleges piaci anomáliákból adódó értékesítési kockázatot, kompenzálva az ezzel együtt járó jövedelemkiesést. Ez egyrészt a gazdálkodási rendszer komplexitására is utal (az ökogazdálkodás során általában elvárt tenyésztési, termékelőállítási, kiegészítő szolgáltatások funkciók szinergiája), másrészt tapasztalataink szerint ez egyben gazdasági kényszer is a vizsgált gazdaságoknál. Az egyéb tevékenységek között egyre több gazdaságnál az idegenforgalmi és a turisztikai szolgáltatások is megjelennek, amelyben a tenyésztett állatfajtáknak is meghatározó szerepük van.

A nemzetközi gyakorlattal ellentétben a vizsgált gazdaságokban az ökológiai állattartás genetikai alapjának 79%-át az őshonos fajták adják, amelyek jó alkalmazkodó képességük mellett küllemi adottságaik révén a vidéki táj arculatának megőrzéséhez és a falusi turizmus fellendítéséhez is hozzájárulnak. Az őshonos, helyi fajták szerepét illetően az állatállomány méretétől és a tartástachológiától függetlenül az előzőekben emített százalékos értékhez képest kisebb eltérést az csak az egyes haszonállatfajok között tapasztaltunk.

Az ökológiai gazdálkodásba vont állatállomány szerkezetében nem következett be lényegesebb változás a vizsgált időszakban. A szarvasmarha állomány (tej és húshasznú) kimagasló, több mint 70%-os részaránya azonban az előállított termékek körét is nagyban meghatározza és lekorlátozza, ezért az állati eredetű ökotermék-előállítás fejlesztése, az ökotermék kínálat bővítése az állattenyésztés szerkezetváltásának szükségét vetíti előre. Az állatállomány változását tekintve 2001-2006 között 77%-os fejlődés következett be, amely elsősorban a sertés és kecskeállomány dinamikus növekedésének köszönhető, ezzel szemben a baromfiállománynál drasztikus, 81%-os csökkenés figyelhető meg.

A vizsgált állattartó ökogazdaságok méretének természetes mutatók alapján történő meghatározása szerint a gazdaságok 17,4%-a a kisgazdaságok, 34,7%-a a közepes, 47,8%-a a nagy méretű gazdaságok közé sorolható, bár meg kell jegyeznünk, hogy a nagy méretű gazdaságok sem tekinthetők minden esetben túlzottan tőkeerősnek.

A kutatás során megállapítást nyert, hogy a vizsgált állattartó ökogazdaságok 58%-ának az állatjólétre és állategészségügyre vonatkozó előírások maximális kielégítése még megoldásra váró feladat, annak ellenére, hogy ebben a gazdálkodási rendszerben nagyobb az élelmiszerbiztonsági kockázatok rizikófaktora, amely részben az ökotakarmány előállítása során felhasználható növényvédő szerek, másrészt az állatorvosi kezelések, az alkalmazható állatgyógyászati szerek korlátozásából adódik. Fogyasztói oldalról megközelítve, ha csak az elmúlt évek élelmiszerbotrányait nézzük, azok egy jelentős része az állati eredetű termékekkel hozható összefüggésbe, amelynek következtében a konvencionális termék előállítás során is kiemelt figyelmet kap az élelmiszerbiztonság, az élelmiszerhigiénia. Ebből a szempontból, az előzőekben említett rizikófaktorok miatt az állati eredetű ökotermékekre vonatkozó szigorú ellenőrzési rendszer sem jelent minden esetben 100%-os garanciát a fogyasztók számára. Mivel az állategészségügy fokozott biztosításában a helyes állattartási gyakorlat megvalósítása is fontos szerepet játszik, ezért ez a terület az állattartók ilyen irányú képzésének, tájékoztatásának fontosságára hívja fel a figyelmet.

Az előállított állati eredetű termékeket a gazdaságok kevesebb mint fele értékesíti ökotermékként. A nemzetközi tapasztalatok szerint általában a legeltetésre alapozott állattartásból származó termékek esetében jelentősebb a hagyományos piacokon, konvencionális áron történő értékesítés, amely a hazai gyakorlatban a szarvasmarha és juhtenyésztés esetében sem ritka jelenség. A nemzetközi szinten korábban jelentkező folyamatok a hazai viszonyok közé most kezdenek begyűrűzni, emellett a külföldi értékesítés során jelentkező anomáliák itt is jelentős hatást gyakorolnak.

A termelői ökofelárakat tekintve ellentmondásba ütközünk a klasszikus közgazdasági elvekkel, hiszen saját vizsgálati eredményeink szerint nem minden esetben a feldolgozott, magas hozzáadott értékű termékek értékesítésével realizálható a magasabb árprémium, a magasabb jövedelem, bár a belföldi illetve külpiazi értékesítés szerepe nem hagyható figyelmen kívül. Az 5-120% között mozgó termelői ökofelárak felső határa jellemzően a külpiazi tenyészállat értékesítés során, alsó határa pedig a tej és néhány tejtermék belföldi értékesítésénél volt megfigyelhető.

A hazai és a külpiazi értékesítés tekintetében a korábbi 20%:80%-os arány 40%:60%-ra módosult, amely alapján egyrészt a hazai felvevőpiac fejlődésére, másrészt a nemzetközi verseny erősödésére következtethetünk. A vizsgált gazdaságok az előállított alapanyagot, élőállatot az előző időszakhoz viszonyítva nagyobb arányban értékesítették belföldön, amely alapvetően pozitívumként értékelhető, azonban a hazai termékpályaszintek elkülönültsége révén ez egyelőre még nem vezet nagyobb volumenű állattenyésztés kialakulásához.

Az előállított termékek belföldi elosztási stratégiájában nem következett be nagy változás. Az értékesítés közvetett és a közvetlen módjától függetlenül a termelők körében főként az egyutas értékesítés dominál, tehát egyidejűleg csak egy értékesítési csatornán keresztül értékesítenek. Ez a felkínált árualap mennyiségével, hozható összefüggésbe, amely nem teszi lehetővé számukra, hogy több irányba is értékecsenek, és biztosítsák a folyamatos áruszállítást, továbbá az sem elhanyagolható tényező, hogy a hazai felvevőpiac is csak az elmúlt két-három évben kezdett el fejlődni, vagyis a termékpálya résztvevői közötti kapcsolatrendszer még csak kialakulóban van.

Amíg a közvetett értékesítésben a feldolgozó üzemek, nagykereskedők és a bioboltok érvényesülnek, addig a hazai szupermarketek, áruházláncok elosztási stratégiájának, árpolitikájának köszönhetően a termelőknek még mindig kevesebb, mint 10%-a veszi igénybe ezt az értékesítési csatornát. Mivel a termelői kapcsolatok is kiépítetlenek, ezért az összefogás és a szükséges információk hiányában,

továbbá az előzőekben felvetett problémából adódóan az alkupozíció is kedvezőtlen. Emellett az áruházláncok által kínált egyoldalú szerződések csak rövidtávú beszállítói kapcsolatok kialakítására nyújtanak lehetőséget. Ezt a kedvezőtlen helyzetet még a termelőket terhelő, különböző jogcímenek fizetendő díjak, a hosszú fizetési intervallum is tovább nehezíti, amely a beszállítói oldalon a termelés pénzforgalmát negatívan befolyásolja. További nehézséget okoz az is, hogy az import árualap aránya már az állati eredetű ökotermékek esetében is folyamatosan nő, amellyel az atomizált termelői szegmens szintén nem bizonyul minden esetben versenyképesnek. Az előzőekben felvetett problémák a termelői integrációk kialakításának szükségességére hívják fel a figyelmet, amelyek a hazai gyakorlatban - ismereteink szerint - még nem alakultak ki mivel a termelők a korábbi években elsősorban a külpiazi értékesítésben voltak érdekeltek. A belföldi értékesítés problémái mellett természetesen számos pozitív előrelépésnek is tanúi lehetünk, ahogy a közvetlen értékesítés is mutatja. Az előállított állati eredetű ökotermékek értékesítésében nagy népszerűségnek örvend a háztáji értékesítés, amely az elmúlt években csak kis mértékben veszített jelentőségéből, emellett a piaci értékesítés és a házhozszállítás is dinamikusan fejlődik.

Az ökológiai állattartás ugyan többfunkciós szerepet tölt be, de a hagyományos állattenyésztéssel megegyezően számos más gazdasági tevékenység mellett alapvetően a termék-előállításból származó jövedelem biztosítja a gazdaság életképességét, fejlődését, amelyben az állami szerepvállalás, a kiszámítható, szabályozott gazdasági környezet is fontos szerepet játszik. Az ökológiai állattartás fejlesztését célzó és az átállást elősegítő támogatások nem képezik a jelenlegi támogatási rendszer részét, amelynek hiánya hosszú távon gátolhatja az ökoállattartás fejlődését, az ilyen irányú állattenyésztés indokolt szerkezetváltásnak megvalósítását, és mivel az elmúlt időszakban a támogatások hiánya visszahozhatatlan előnyöktől fosztott meg a hazai termelőket, a gazdaságok nemzetközi versenyképességét is negatívan befolyásolta.

A Nyugat-Dunántúli Régió ökológiai állattartását tekintve jelentősebb különbséget nem tapasztaltunk az országos vizsgálat eredményeihez viszonyítva. Az ökológiai gazdálkodásba vont állatállományban a tenyésztett fajták közül az országos tendenciával azonosan az őshonos és a helyi (pl. magyar tarka) fajták dominálnak. A Nyugat-Dunántúli Régióban 2004-ig mindössze négy gazdaság foglalkozott ökológiai állattartással a vizsgálati adatokat szolgáló tanúsító szervezet ellenőrzése alatt. Ezt követően csak egy gazdaság állt át, és azóta sem került sor a tanúsító szervezetenél újabb gazdaság regisztrációjára.

Ahogy az állattartó ökogazdaságok száma úgy az állatállomány létszám változása sem mutatja, a régió ökogazdálkodásának ilyen irányú fejlődését. 2003-ig az ökológiai gazdálkodásba vont állatállománynál emelkedő tendencia figyelhető meg, míg a 2004-es évben az állatállomány 17,7%-kal csökkent, és a régió állatállománya ebben az évben a korábbi 14-16%-hoz képest az országos ökoállománynak már csak 11,61%-át adta. A régió állatállományának szerkezete az országos arányokat megközelítően alakult, a vizsgált időszakban a szarvasmarhaállománynak volt meghatározó szerepe. Az előállított ökotermékek közül a tej, a sajtfélék és a vaj minimális, néhány százalékos felárral, a nagyobb piaci részesedéssel bíró kereskedelmi egységek által meghatározott áron kerül értékesítésre. A biohúsnál (szarvasmarha, sertés, juh) a hagyományos piacokon történő értékesítés a jellemző, ugyanakkor a belföldi elosztásban jó ellenpélda, az a gazdaság, amely a folyamatos ellátást biztosítva, az előállított borjúhús és a vágómarha feldolgozó üzemi értékesítésénél 120%-os felárat realizált, bár termelését brit húsmarha fajtára alapozta.

Állati eredetű ökotermékek feldolgozása

Magyarországon **állati eredetű ökotermékek feldolgozásával** meglehetősen kevés üzem foglalkozik. Az általunk vizsgált üzemek közül, kettő csak bérmunkában végez elsődleges termékfeldolgozást, két

üzemben ökotermék-előállítással párhuzamosan konvencionális termék-előállítást is folytatnak, míg a fennmaradó négy egységben 100%-ban ökológiai gazdálkodásból származó alapanyagok felhasználásával állítják elő a termékeket.

Ahogy a termelői értékesítés is mutatja, a feldolgozó üzemek a termék-előállításához szükséges alapanyagok beszerzését a magyar állattartó ökogazdaságok minőségi alapanyag-előállítására alapozza, amelyet általában az éves vagy egy évnél hosszabb szerződéses kapcsolatok biztosítanak. Ennek ellenére azonban problémát jelent, hogy az üzemeknek gyakran számolniuk kell a folyamatos ellátás és a nagyobb tételű, homogén árualap beszállításának hiányával, amelynek egyik lehetséges megoldása a már korábban említett termelői integrációk kialakítása lehet. Import útján történő beszerzésre csak eseti jelleggel kerül sor, amennyiben a feldolgozók az általuk elvárt minőségű tételhez kedvezőbb áron jutnak hozzá, vagy az adott alapanyagból nincs kielégítő mennyiség.

A mintában szereplő feldolgozó üzemek által kibocsájtott termék mennyiség jelentős része (biotójás, biohús és húskészítmények, tej- és tejtermékek) a belföldi értékesítési hálózaton keresztül kerül forgalomba, külpiazi értékesítést csak három, nagyobb feldolgozó kapacitással bíró cég bonyolít le. A belföldi kereslet alakulását tekintve a feldolgozó üzemek a fogyasztói igények növekedéséről számolnak be, ennek köszönhetően több mint 50%-uk a közeljövőben új termékek bevezetését tervezi, emellett a termékfejlesztés a versenyképesség szempontjából is fontos eleme a termékpolitikájuknak, mivel az import termékek is egyre nagyobb választékban jelennek meg a hazai értékesítőhelyek polcain.

Amíg a termelőket az egyutas, addig a feldolgozókat a többutas értékesítés jellemzi, vagyis egyidejűleg átlagosan négy vagy öt elosztási csatornán keresztül jutnak el az ökotermékek a végső fogyasztókhoz. A feldolgozott termékek legjelentősebb felvevőpiacai a speciális bioboltok, a nagykereskedők és a szupermarketek, amelyek mellett a feldolgozó üzemi értékesítés, a házhozállítás, piaci értékesítés vagy a saját boltban történő értékesítés az elosztásban egyenrangú szerepet játszik. Az árak

kialakításánál a mintában szereplő üzemek többsége a felmerülő költségeket veszi figyelembe, vagyis a klasszikus, költségalapú árképzési módot alkalmazzák. Elmondásuk szerint átlagosan 20-30%-os felárat realizálnak valamennyi állati eredetű ökotermék értékesítésénél, vagyis a feldolgozó felárat nem differenciálják.

A Nyugat-Dunántúli Régióban a rendelkezésre álló adatok alapján három gazdasági szereplő reprezentálja az állati eredetű ökotermékek feldolgozásának sajátosságait. Közülük egy csak bér munkában végzett elsődleges feldolgozást, amely nem jelentett folyamatos árbevételt az üzem számára, ahogy az éves nyereséget sem befolyásolta számottevő mértékben, ezért a cég időközben felhagyott e tevékenységével. Az ökológiai állattartás mellett feldolgozásal is foglalkozik az a gazdasági szereplő, amely az előállított biotjelet és tejtermékeket csak minimális 10% alatti felárral tudja értékesíteni, a biohúst pedig csak konvencionális termékként. Regionális szinten az a növényi és állati eredetű öko minősítésű alapanyagokat feldolgozó cég jellemezhető a legszélesebb termékkörrel és legnagyobb termékkibocsátással, amelynek termékei mind a hazai mind a közép-kelet-európai piacokon nagy népszerűségnek örvendenek. A cég a hosszútávú termelői szerződéseivel ugyan az alapanyag-előállítók számára megfelelő felárat és jövedelmet biztosít, de ebből többségében nem a Nyugat-Dunántúli Régió ökogazdái részesülnek, mivel kínálatuk sajnos nem minden esetben kellően koncentrált.

Az állati eredetű ökotermékek kiskereskedelmi értékesítése, a fogyasztói árak alakulása

A kutatás során a **kiskereskedelmi értékesítés** sajátosságainak feltárása mellett az állati eredetű ökotermék kínálat számbavételére és a fogyasztói árak vizsgálatára került sor. A kiskereskedelmi egységek termékválasztéka nagyon differenciált képet mutat. A legtöbb, áltlunk vizsgált értékesítő helyen (a minta 77%-a) a különböző gabonai, sütőipari, édesipari és szeszipari termékek, konzervek és bébiételek,

zöldségek, gyümölcskészítmények, étrendkiegészítők alkották a termékpalettát. A vegetáriánus étrendet követő vásárlókörre, az állati eredetű termékekkel szemben támasztott alacsony keresletre, az ételmszer-egészségügyi, ételmszer-biztonsági előírásoknak való megfelelés nehézségeire, a tárolóberendezések beállításának tökeigényére, valamint helyhiányra hivatkozva ezek az üzletek nem forgalmaznak állati eredetű ökotermékeket. A fogyasztói igények alakulásának függvényében a termékkínálat e termékkörrel történő bővítését a csupán 20%-uk tervezi.

Az állati eredetű ökotermékek értékesítésével kapcsolatos elvárások, előírások teljesítése, és a szükséges berendezések elhelyezése, az üzlethelység bővítése ugyan ténylegesen jelentősebb tőkebefektetést igényel, ugyanakkor az információhiány még napjainkban is jelentős. Ahogy a fogyasztói vizsgálatok is mutatják, sok esetben nem csak a potenciális, de a tényleges ökotermék vásárlók sem rendelkeznek kellő információval. Emellett az állati eredetű ökotermékekkel szemben támasztott alacsony – bár lassan élénkülő- kereslet sem magyarázható egyértelműen a fizetőképes fogyasztók hiányával, vagy a vegetáriánus étrendet követő vásárlók jelentősebb arányával, mivel az ökotermék fogyasztást még ma is sokan összekeverik a vegetáriánus táplálkozással, pedig az nem jelent tej, hús, vagy tojás mentes táplálkozást. Az állati eredetű ökotermék fogyasztás elősegítése és ösztönzése, az állandó és alkalmi fogyasztók bázisának erősítése, a potenciális vásárlók megnyerése érdekében tehát olyan célirányos ismeretterjesztő marketingprogramok megvalósítása javasolható, amelyek széles körben ismertté teszik az állati eredetű ökotermék-előállítás sajátosságait, a kibocsátott termékek speciális tulajdonságait.

Az állati eredetű ökotermékek elérhetőségét tekintve, a mintában szereplő értékesítő helyek 23% -ának kínálatában találhatóak meg ezek a termékek, bár a teljes termékkínálatból itt is csak alacsony, átlagosan 3-5%-os részarányban képviseltetik magukat, amely a termékkínálat szűkössége mellett a fogyasztói réteg kialakulatlanságára is utal.

A tej- és tejtermékek tekintetében - a szélesebb termékkínálatból is adódóan- már jelentősebb vásárlóerő tapasztalható és a termékek a speciális bioboltok vagy a kényelmi bevásárlást szolgáló szupermarketek polcain egyaránt megtalálhatók. Pozitívumként értékelhető, hogy a hús- és húskészítmények iránti igény is növekvő tendenciát mutat a válaszadók szerint. E termékkör esetében a fogyasztói igényeket gyakran nagykereskedő közvetítésével, import beszerzés útján elégítik ki, ennek következtében pedig az értékesítési csatorna is hosszabb lesz, ez pedig az egyébként is magas árkategóriába tartozó termékeknél elkerülhetetlenül is további áremelkedést generál. Mindez a hazai beszerzési lehetőségek szűkösségére és az árualap hiányára utal, de mellett az elosztásban is hiányosságok tapasztalhatók.

Amíg a tejtermékek esetében az elérhetőség már nem okoz számottevő problémát, addig a friss hús, és a húsipari termékek megvásárlására egyelőre inkább közvetlenül az öko gazdaságban, a piacon, vagy egyes speciális bioboltokban nyílik lehetőség. E tekintetben javasolható a szélesebb fogyasztói rétegeket kiszolgáló, kényelmi bevásárlást biztosító szupermarketek mellett, a hagyományos húsboltokban, hentes üzletekben történő értékesítés elősegítése, amely több előnnyel bír. Egyrészt ezek a kereskedelmi egységek már alapvetően teljesítik az értékesítéshez szükséges előírásokat és a szükséges tárolóberendezésekkel is rendelkeznek, ennek megfelelően a termékkör ilyen irányú bővítése, a biohús értékesítése már nem jelentene akkora tőkebefektetést, továbbá a fogyasztó és az eladószemélyzet közötti közvetlen kapcsolatból adódóan a tájékoztatás, tanácsadás is jobban érvényesülne, amely a fogyasztói bázis kiszélesítéséhez, az öko termékek népszerűsítéséhez is hozzájárulhatna.

A fogyasztói ökofelárak, vagyis az öko termékek és a konvencionálisan előállított megfelelőjük közötti árkülönbség 8-168 %-os intervallum között mozgott, amelynek alsó határát a szaláminál, felső határát pedig a sertéscombnál kaptuk. A vizsgált termékek közül a tej átlagos fogyasztói felára 69%, a magasabb hozzáadott értékű termékek, mint a kemény és félkemény sajtok ára pedig 167%. Az ökológiai

állattartásból származó sertéshús 130-168%-kal, átlagosan 151%-kal, a marhahús 26-65%-kal magasabb áron volt elérhető a fogyasztók számára. A biosertéshús és a szarvasmarhahús átlagos fogyasztói felára között 106%-os eltérés tapasztalható, amely a sertéshús előállításához szükséges biotakarmány költségével magyarázható. Nemzetközi összehasonlításban biotéj és a sertéshús átlagos magyar fogyasztói felára az Európai Unió 15 tagországában feljegyzett árprémium maximum, a biotéj és a biomarhahús felára pedig a minimum értékéhez közelít. Messzemenő, reális következtetéseket a naprakész árinformációk hiányában nem vonhatunk le, mivel a nemzetközi adatok a 2002-es évre vonatkoznak a magyar árakat pedig a 2007-es évben gyűjtöttük. A felárak változásának nyomon követése, illetve a szezonális vizsgálat elvégzése további hasznos következtetések levonásához járulhatna hozzá, azonban az ehhez szükséges idősorok, a folyamatos adatgyűjtés hiányában egyelőre nem volt kivitelezhető. Ennek alapján egy olyan piaci információs rendszer kiépítése javasolható, amely a termékpálya résztvevőinek kölcsönös együttműködésén alapulva jelentősen elősegíthetné azok tájékozódását, e tekintetben pedig a hazai és nemzetközi információs rendszerek adaptációs lehetőségeinek vizsgálata egyaránt javasolható.

A fogyasztói szokások vizsgálata

A kutatás egyik alapvető célkitűzése az ökológiai gazdálkodásból származó termékek, különös tekintettel az **állati eredetű öko-termékek létjogosultságának vizsgálata a fogyasztói szokások, fogyasztói preferenciák tükrében**, amelyhez összesen 400 fogyasztó szolgáltatott adatot.

A kérdőíves felméréssel nyert adatok ökonometriai és hagyományos statisztikai módszerekkel történő feldolgoása során megállapítást nyert, hogy a biotermék fogyasztást négy tényező, a földrajzi hely, a megkérdezett neme, iskolai végzettsége és a jövedelme befolyásolta, vagyis a felsőfokú iskolai végzettségű, magasabb havi

keresettel rendelkező nőknél várható az ökotermék vásárlás, amelynek valószínűségét, a budapesti tartózkodási hely tovább növel.

A vizsgálatok alapját képező teljes 400 fős minta 59,5% már vásárolt ökoterméket. A különböző ökotermékek vásárlása nem gyakorolt hatást egymásra, vagyis a keresztfogyasztás nem jellemző, amelyet az elvégzett korreláció vizsgálat is alátámaszt. Egyféle terméket az ökotermék fogyasztók 55,46 % -a, kétféle terméket 34,03 %-a, három illetve négyféle terméket pedig a fogyasztók 10,5 %-a vásárolt a megadott négy termék közül, amelyet a vásárlás bekövetkezésének valószínűségét befolyásoló tényezők közel azonosan befolyásoltak.

A vizsgált négy ökotermék, így a zöldség és gyümölcs, a tej- és tejtermék, a hús és a tojás vásárlásánál, a fogyasztók által fizetett ökofelárak közül, a biotej (52,7%) és a biohús (68,2%) esetén tapasztaltunk magasabb felárat, ezzel szemben a fogyasztók saját tapasztalataik szerint átlagosan 32,8%-kal fizettek többet a biotojásért és 46,7%-kal többet az ökogazdálkodásból származó zöldségért, gyümölcsért. Amennyiben ezeket, a fogyasztói tapasztalatokon alapuló felárakat összehasonlítjuk a korábban vizsgált kiskereskedelmi egységekben mért felárakkal, akkor mindegyik termék kategóriánál jelentős eltérést tapasztalhatunk, amely a vásárlás helyével, a különböző értékesítési csatornák árdifferenciáló szerepével hozható összefüggésbe.

Az egyes ökotermékek vásárlására vonatkozó vizsgálati eredmények szerint feltételezhető, hogy a vizsgált termékek fogyasztói köre különböző. A fogyasztókat jellemző társadalmi-gazdasági tényezők közül, az iskolai végzettség vásárlást befolyásoló hatása egyedül a biotojás esetén nem mutatható ki, míg a többi három termék, így a zöldség, gyümölcs, a tej és tejtermékek valamint a hús esetén az iskolai végzettség hatása gyakorlatilag megegyezik. Az ökotermék vásárlás tényleges megvalósulásának valószínűségi vizsgálatánál ugyan megállapítást nyert, hogy a jövedelem alapvetően meghatározza, hogy az egyén vásárol-e ökoterméket, viszont a termékspecifikus vizsgálati eredmények szerint a biohús az egyetlen olyan általunk vizsgált termék, amelynél a jövedelemnek szignifikáns pozitív hatása van. Ez a

megfigyelés összhangban van azzal a vizsgálati eredményünkkel, mely szerint a fogyasztók a biohús esetén fizették a legmagasabb felárat, tehát a jelenlegi árak mellett a biohús fogyasztás jövőbeli alakulását tekintve arra következtethetünk, hogy az állati eredetű ökotermékek közül a biohús potenciális fogyasztói célpiacát elsősorban az átlagosnál magasabb jövedelemmel rendelkező, magasabb életszínvonallal jellemezhető vásárlók jelenthetik.

A vásárlás gyakoriságát tekintve a mintában szereplő fogyasztók közül napi illetve heti gyakorisággal csupán 24 %, havonta 35 %, míg 41 % évente egy-két alkalommal vásárol ökoterméket, vagyis a rendszeresen vásárlók száma még elég alacsonynak mondható. Azt, hogy a fogyasztók kosarába milyen gyakran kerül ökotermék, a vizsgálati eredmények szerint elsősorban a jövedelem befolyásolta a legnagyobb mértékben, emellett a Budapesten megkérdezetteknél szintén nagyobb volt a rendszeres vásárlás valószínűsége, ugyanakkor a vásárlás várható gyakoriságát az életkor és a háztartás nagysága nem befolyásolta. Korábbi kutatási eredményekhez hasonlóan saját vizsgálatunk során is megállapítást nyert, hogy az ökotermék fogyasztók táborából jelentős számban kerülnek ki a nők, hiszen ahogy a tényleges vásárlás bekövetkezése, úgy a rendszeres vásárlás is elsősorban a nőknél várható, mivel általában a nők bonyolítják le a napi és a heti bevásárlást.

A vásárlás helyét illetően magas átfedést tapasztaltunk, vagyis az általunk vizsgált ökotermék fogyasztóknál arra következtethetünk, hogy nem kötődnek egyfajta értékesítési csatornához, amely abból is adódik, hogy kevés az olyan értékesítő hely, ahol az ökotermék kínálat minden tekintetben kielégíti a fogyasztói igényeket. Ha figyelembe vesszük a termékpálya különböző szintjein tapasztalt értékesítési stratégiákat, így a termelők egy utas és a feldolgozók több utas értékesítését, akkor egyértelművé válik, hogy a szélesebb fogyasztói réteg elérése érdekében a termelők számára is fontos és megoldásra váró feladat, hogy a termékelosztásban egyidejűleg több értékesítési csatornára is koncentrálnak.

Annak ellenére, hogy napjainkban az ökológiai gazdálkodással és az ökotermékekkel kapcsolatosan egyre több információ áll rendelkezésre, tájékozatlansággal jellemezhetők azok a fogyasztók, akik még egyszer sem vásároltak ökoterméket, ráadásul általában az iskolai végzettség is alacsonyabb ennél a csoportnál. Közülük 52 % a továbbiakban is elutasítja az ökotermék vásárlást, amelynek hátterében, a magas ár, az elérhetőség és a jövedelem áll. A fennmaradó 48%, mint potenciális fogyasztói réteg termék elfogadása elsősorban az egészséges életmódra való törekvésnek, mint hosszú távú „befektetés”-nek tulajdonítható, viszont a fizetési hajlandóság, vagyis a „befektetés” érdekében tett anyagi áldozatvállalás valamennyi vizsgált termék esetében 25%-alatt van, amely messzemenően elmarad a tényleges fogyasztói feláraktól, mindez arra enged következtetni, hogy amennyiben a fogyasztó ennél magasabb felárral találkozik, a nem fogyasztók másik csoportjával azonosan, elutasító magatartást mutatna.

4. ÚJ ÉS ÚJSZERŰ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

1. Az ökológiai állattartás regionális vizsgálata az országos tendenciákhoz hasonló eredményeket hozott. Az ökológiai állattartás kezdeti dinamikus fejlődését követően mind az ökológiai gazdálkodásba vont állatállomány létszámában mind az állattartó ökogazdaságok számában csökkenés figyelhető meg, amelynek legfőbb okaként az értékesítési nehézségek, és az elmaradt támogatás volt azonosítható.
2. Az állattartó ökogazdaságok által előállított alapanyagok, termékek ugyan nagyobb mennyiségben kerülnek belföldi értékesítésre, azonban az alacsony szintű termékkibocsátás és feldolgozás, a termékpályaszintek elkülönültsége, valamint a visszafogott kereslet egyelőre nem vezet nagyobb volumenű állattenyésztés kialakulásához.

-
3. Az állati eredetű öko-termékek kiskereskedelmi forgalomban betöltött szerepének vizsgálata, és a fogyasztói ökofelárak vizsgálata során megállapítást nyert, hogy az állati eredetű öko-termékek nehéz elérhetősége, a szűk termékválaszték a fogyasztói bázis további kiszélesítését is akadályozza, emellett a gyakran 100%-ot meghaladó fogyasztói ökofelárak is főként a magasabb életszínvonalú vásárlókra szűkítik a potenciális vevőkört.
 4. Az öko-termék vásárlás helyét tekintve magas átfedés tapasztalható, vagyis az öko-termék fogyasztók nem kötődnek egyfajta értékesítési csatornához. Amíg a feldolgozók által alkalmazott több utas értékesítési stratégia ehhez teljes mértékben igazodik, addig a termelők egy utas értékesítési stratégiája nem teszi lehetővé a szélesebb fogyasztói réteg elérését.
 5. Összehasonlítva az ökológiai gazdálkodásból származó zöldség, gyümölcs, tej- és tejtermékek, hús és tojás fogyasztói tapasztalatokon alapuló ökofelárát a kiskereskedelmi egységekben mért tényleges ökofelárakkal jelentős eltérés tapasztalható, amely alapvetően a különböző elosztási csatornák árdifferenciáló szerepével hozható összefüggésbe.
 6. A termékspecifikus vizsgálatok során a vásárlást befolyásoló gazdasági-társadalmi tényezők közül a jövedelem tekintetében szignifikáns pozitív hatás egyedül a biohús vásárlásánál mutatható ki, amely a biotojás, a biotej- és tejtermékek, valamint a biozöldség és biogyümölcs vásárlását nem befolyásolta.

5. A TÉMÁBAN MEGJELENT SAJÁT TUDOMÁNYOS KÖZLEMÉNYEK

Lektorált szakfolyóiratban megjelent tudományos közlemények:

FÖLDES F.-GODA M.-MOLNÁR B. (2005): Market expectations of ecological products in Hungarian Animal Husbandry, *Gazdálkodás*, Angolnyelvű különkiadás 2005. XLIX. évfolyam 12. különszám

FÖLDES F.-GODA M.- BÓDI CS. (2008): Az állati eredetű ökotermékek fogyasztói árvizsgálata, *Élelmiszer, táplálkozás és marketing – megjelenés alatt*

FÖLDES F.-DÖME B. (2008): Az állati eredetű ökotermékek fogyasztói vizsgálata ökonometriai modellezéssel, *Gazdálkodás- megjelenés alatt*

Tudományos konferenciákon a témával kapcsolatos részvétel:

GODA M.- FÖLDES F.-MIKLÓSNÉ VARGA A. – NÉMETH A.- TÓÁSÓ SZ. (2004): Situation of the ecological animal husbandry in Hungary (előadás)

Sustain Life Secure Survival II., Socially and Environmentally Responsible Agrarbusiness Conference proceedings, Prague, 22-25. September 2004.

FÖLDES F.-TÓÁSÓ SZ. (2005): Die ungarische Aspekten der ökologische Tierzucht nach dem EU-Beitritt (előadás)

Erdei Ferenc III. Nemzetközi Tudományos Konferencia, Kecskemét, 2005. augusztus 23.-24.

FÖLDES F.-GODA M.-TÓÁSÓ SZ. (2006): Organic animal husbandry in Hungary (poszter)

Channel (SIXTH FRAMEWORK PROGRAMME) konferencia, Budapest, 2006. április 5.-7.

BÓDI CS.-**FÖLDES F.** (2005): Öko-élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói szokások, termékpályák (előadás), A Gazdálkodásban 1995-2005 között publikált PhD hallgatók I. Tudományos konferenciája, Mosonmagyaróvár, 2005. október 4.

FÖLDES F.- GODA M.- TÓÁSÓ SZ.- BÓDI CS. (2005): Állattartó ökogazdaságok által igénybe vehető támogatások a Nemzeti Vidékfejlesztési Tervben (előadás), A Gazdálkodásban 1995-2005 között publikált PhD hallgatók I. Tudományos konferenciája, Mosonmagyaróvár, 2005. október 4.