

Animal welfare, etológia és tartástechnológia



Animal welfare, ethology and housing systems

Volume 5

Issue 4

Különszám

Gödöllő
2009



HELYZETELEMZÉS ÉS MEGOLDÁSI LEHETŐSÉGEK AZ ÁLLATI EREDETŰ ÉLELMISZEREK PIACÁN

Balogh Viktória

Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma,
Gazdálkodástudományi és Vidékfejlesztési Kar
Debrecen, Böszörményi út 138.
baloghv@agr.unideb.hu

Összefoglalás

Az élelmiszer-ágazat a legnagyobb és a legfontosabb feldolgozóipari ágazat az Európai Unióban. Annak érdekében, hogy a Lisszaboni Stratégia célkitűzései megvalósuljanak, az Európai Technológiai Platform „Food for Life” (ETP) célja, hogy foglalkozzon a növekvő egészségügyi és társadalmi problémákkal, kezelje az elöregedő társadalmak problémáját, és ahol az egészséges táplálkozás is kulcsszerepet játszik, ott javítsanak a lakosság egészségi állapotán, csökkentsék az étrenddel összefüggő betegségek kialakulásának kockázatát vagy késleltessék azokat. A magyar élelmiszeripar fejlesztésére sok lehetőség kínálkozik, mivel jelentős lemaradásban van az európai élelmiszerpiachoz képest. Ebben a tanulmányban a SWOT-analízis segítségével azt kívánom megvizsgálni, hogy az erősségek, gyengeségek, lehetőségek, veszélyek hogyan alakulnak a magyar élelmiszerpiacon az állati eredetű élelmiszerek esetében, és a helyzetfeltárás után néhány megoldási lehetőséget szeretnék javasolni.

Kulcsszavak: egészséges táplálkozás, egészségtudatos fogyasztók, SWOT-analízis

Situation analysis and solution options in the food market of animal origin

Abstract

The food sector is the largest and the most important manufacturing sector in the European Union. In order to ensure that the Lisbon Strategy is fully realized the European Technology Platform Food for Life (ETP) will



address the growing health and social problems that will need to be tackled by a society that is ageing, and where a healthy diet can play a pivotal role in optimizing human health and ensuring the population has a reduced risk or a delay diet-related diseases. There are many opportunities in the Hungarian food industry to develop because we have appreciable lag from the European food market. In this study I wish to investigate with the SWOT-analysis the strengths, weaknesses, opportunities, threats of the Hungarian food market of animal origin, and after the situation analysis I would like to present some solution options.

Keywords: healthy nutrition, healthy consumers, SWOT-analysis

Bevezetés

Az élelmiszeripar mind Magyarországon, mind az Európai Unióban fontos szerepet játszik a gazdaságban, mivel a kibocsátása a nemzetgazdaság egészéhez viszonyítva 6%-ot tesz ki (AKI, 2008). Magyarországon az élelmiszeripar a mezőgazdasággal együtt az egyetlen olyan ágazat, amelynek külkereskedelmi mérlege jelentősen pozitív. Tevékenysége más iparágakat is közvetlenül érint, mivel a magyar élelmiszeripar használja fel a hazai mezőgazdasági termékek többségét, a csomagolóanyag-gyártás termékeit, biztosítja a vendéglátás alapanyagait. Az élelmiszeripar a mezőgazdasággal együtt az erőforrások (energia, víz stb.) egyik jelentős felhasználója, így folyamatos fejlesztése a fenntartható fejlődés egyik fontos tényezője. Minden ország élelmiszeripara számára elsődleges fontosságú a hazai ízlést követő, így helyzeti előnyt jelentő belső nemzeti piac kiszolgálása és megőrzése. Magyarország természeti adottságaiból, történelmi hagyományaiból és gazdasági szükségleteiből adódóan nem engedheti meg magának, hogy hagyja elveszni az élelmiszeriparát, ezzel kitéve társadalmát a labilis világgazdasági környezetből adódó élelmiszer- és élelmezésbiztonsági kockázatoknak (AKI, 2008). Pozitív folyamatokat generáló megoldásokat kellene találni, amely hozzájárulhatna a magyar élelmiszeripar megerősödéséhez, hiszen a globalizált világ kihívásaival kell szembenéznünk.

Anyag és módszer

A publikáció megírásához szükséges adatok, információk elsősorban az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) és az Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetségének (ÉFOSZ) adatbázisaiból, tanulmányaiból, anyagaiból származnak. A rendelkezésemre álló információk alapján az élelmiszeripar helyzetének feltárását végzem el, miközben kitérek az erősségeire, gyengeségeire, lehetőségeire, és



veszélyeire. A sokféle helyzetfeltáró módszer közül a leggyakrabban alkalmazott eljárás a SWOT analízis, mely átláthatóan jeleníti meg a vizsgált szervezet aktuális állapotát. A módszer nevében a SWOT kifejezés a vizsgálat négy szempontjának, angol nevének kezdőbetűjéből alkotott betűszó. Az erősségek és gyengeségek a vizsgált szervezetre vonatkozó belső ismérveket tartalmazzák, miközben kitekintünk a környezetünk által kínált lehetőségekre, és számba vesszük a szűkebb és tágabb környezet adottságaiból következő veszélyeket (Grasselli és Szűcs, 2005).

Eredmények és értékelés

Erősségek

A magyar élelmiszeripar termelésének közel felét a nagyvállalatok, a másik felét a kis- és közepes méretű vállalatok (KKV-k) adják. Mind a helyi, nemzeti hagyományokra épülő élelmiszerek, mind az egészségtudatos étrendet segítő termékek előállításában jelentős szerepe lehet a KKV-knak. Ezért a kutatás-fejlesztés egyik kiemelten fontos területét jelenti azoknak a módszereknek a kidolgozása, amelyek a kiskereskedelmi láncok jelentős piaci részesedése mellett is biztosítják az adott országban helyileg tevékenykedő KKV-k kisebb mennyiségű, igényes termékeinek jobb piacra jutását. A legjobban fejlődő ágazatok 2000-ig a tejipar, a malomipar, egyéb étel és ital előállítás, és a dohánygyártás növelte a részesedését a többi ágazat rovására (IAMO, 2003).

A magyar élelmiszeripar erősségeinek vizsgálata során előkelő helyet foglal el az a tény, hogy nagy hagyományokkal rendelkezik a minőségi, igényes élelmiszerek előállítása terén. A kedvező termőhelyi és éghajlati adottságok és az élelmiszer-ipari kultúra számos területen különleges aromájú és tulajdonságú, jellegzetes magyar termékek előállítását teszi lehetővé, hozzájárul a nemzeti kultúra és hagyományok megőrzéséhez, és az ország idegenforgalmi vonzerejéhez.

A hazai fogyasztás szintjét és szerkezetét meghatározó tényezők közül a kilencvenes években az élelmiszer-kínálat alapvetően megújult és a fejlett világgal szemben mutatkozó lemaradás jelentős részét néhány év alatt sikerült behozni. Sőt, az elmúlt néhány évben a fogyasztás mennyiségi tekintetben a telítettség állapotába jutott, ezt a tényt az is alátámasztja, hogy az egy főre jutó összes élelmiszer-fogyasztás gyakorlatilag nem változik az előző évekhez képest, csak a fogyasztás szerkezetében történik változás, ahogy az *1. táblázatban* is jól látható.

**1. táblázat: Az élelmiszerek egy főre jutó hazai fogyasztása (2000-2007)**

Év	Hús	Hal	Tej	Tojás	Zsiradék
2000	70,2	3	160,6	15,3	39
2001	67,5	2,9	144,2	15,8	37,4
2002	72,3	3,1	143,1	16,7	39
2003	68,6	3,3	138,3	16,5	39,2
2004	60,9	3,4	155,2	16,7	36
2005	63,5	3,6	166,8	16	36,5
2006	65,9	3,7	163,1	15,6	37,7
2007	63,2	3,8	153,3	15,4	37,4

Forrás: (Statistikai Tükör, 2009)

Table 1: Domestic food consumption per capita (2000-2007)

Gyengeségek

Az Európai Unióhoz történő csatlakozás óta jelentősen megnőtt az élelmiszerek importja, melynek többségét olcsó áruk teszik ki. Ezek között rendkívül gyakori a magyar fogyasztó által megszokottnál lényegesen gyengébb minőségű termék. Ez kíméletlen árversenyre kényszeríti a magyar élelmiszer-előállítókat és a fogyasztókat az igénytelenebb, noha olcsóbb termékek vásárlásának irányába orientálja. Mindez a magyar élelmiszertermékek minőségi előnyeinek leértékelődéséhez és a magyar élelmiszeripar folyamatos és jelentős belföldi piacvesztéséhez vezetett. Az alapanyagok többségét szolgáltató magyar mezőgazdaság és a magyar élelmiszeripar termelési költségei a környező országokhoz képest magasnak bizonyultak. A hazai magasabb előállítási árhoz nem minden esetben kapcsolódik jobb minőség, sőt a magyar mezőgazdaság ma nem minden esetben képes a megkülönböztethető minőségi előnyökkel, magasabb hozzáadott értékkel rendelkező élelmiszerek előállításához szükséges minőségi alapanyagok megtermelésére. Az elmúlt években a fejlesztésre, az új termékek bevezetésére rendelkezésre álló erőforrások általában csökkentek és korlátozottak. A kis- és közepes méretű vállalkozások (KKV-k), de a nemzetközi háttérrel nem rendelkező nagyobb vállalatok is a nagyobb termelési mennyiségekhez kapcsolódó alacsonyabb termelési költségek és a jelentős költségekkel járó intenzív marketing támogatás szükségessége miatt a tömegcikk területén kevésbé képesek felvenni a versenyt a multinacionális vállalatokkal és az erősebb külföldi versenytársakkal. Ha Magyarország lemarad az élelmiszeripari fejlesztésekben, elkerülhetetlenül át kell majd engednie piacait a külföldről beérkező élelmiszereknek, ami ugyancsak elkerülhetetlenül a jövedelemtermelő képesség jelentős csökkenéséhez és munkahelyek elvesztéséhez vezetne. Ezzel szemben a magyar élelmiszeripar lehetőségeinek az innováció segítségével történő kihasználása versenyelőnyhöz juttathatja a magyar élelmiszer gazdaságot (ÉFOSZ, 2006). Gyengeségként és lehetőségként is gondolhatunk arra, hogy a



tradicionális magyar konyhára épülő élelmiszerek közül még nem emelkedtek ki olyan termékek, amelyek az európai fogyasztók tudatában szorosan összekapcsolódnának Magyarországgal.

Lehetőségek

Az életszínvonal várható javulásával a magasabb hozzáadott értékű, kényelmi funkciókat, táplálkozástani, érzékszervi előnyöket nyújtó élelmiszerek iránti igény fokozódik és várhatóan egyre nagyobb teret nyernek. Az egyik lehetséges kitörési pontot az egészségtudatos étrendet segítő, de kiváló érzékszervi tulajdonságokkal rendelkező termékek és előállításukra szolgáló technológiák fejlesztése jelenti. A fogyasztó hosszabb távon csak akkor fogja az új típusú, táplálkozástani szempontból kedvezőbb tulajdonságú termékeket elfogadni, ha azok tulajdonságai nem rosszabbak, mint a megszokott termékeké. Kiemelt figyelmet kell fordítani néhány speciális fogyasztói csoportra: a gyermekekre, az idősekre, a túlsúlyosokra. A megkülönböztethető, előnyös tulajdonságok kialakításának másik lehetséges kiindulópontja a magyar ízlés, a hagyományos magyar konyha ízeinek felhasználása új, innovatív termékekben. Ez nemcsak a belföldi piacon jelenthet előnyt, hanem néhány jól kiválasztott nemzeti jellegű termék akár az európai piacon is ismertté tehető (a mangalica sertés húsból készülő termékek, a magyar kolbász, a magyar borok, pálinkák). Mind az egészségtudatos, mind a hagyományos termékcsoporthoz lényeges elem a kényelmi funkciók erősítése illetve a csomagolás fejlesztése. Az igényes fogyasztásra nevelés és a kisebb mennyiségű, minőségi termékek előállításának irányába történő elmozdulás az olcsó tömegtermelés helyett, jól illeszkedik a fenntartható fejlődés megvalósítására irányuló európai törekvésekhez is, a csomagolás fejlesztésével pedig a kényelmi funkciók az eltarthatóság növelhető, a termék védelme javítható (*ÉFOSZ*, 2006).

A fogyasztók bizalmának visszaszerzése érdekében folyamatosan információval kell ellátni a megfelelő szakembereket és szervezeteket, mind az iparban mind az állami intézmények és hatóságok körében. Ebbe az információáramlásba be kellene vonni a fogyasztókat is, és - elsősorban a média segítségével - be kellene mutatni számukra olyan módszereket is, amelyek külföldön már beváltak és jól működnek a mai napig. Ezek közül a megoldási lehetőségek közül kiválaszthatnánk, hogy melyik felel meg leginkább a magyar fogyasztók elvárásainak, és melyik illeszkedik a legjobban Magyarország táplálkozási politikájához, és ezt kellene átültetni a gyakorlatba.

Ilyen példával szolgál Franciaország is, ahol az ún. „francia-paradoxon” kapott nagy figyelmet a kutatók és a média által. A vizsgálat alapfeltevése az volt, hogy a franciák étrendje sokkal gazdagabb telített zsírsavakban, mint az amerikaiaké, mégis alacsonyabb a kardiovaszkuláris megbetegedésben való elhalálozás. A válasz abban rejlik, hogy a franciáknál az élelmiszer-fogyasztásnak külön kultúrája, művészete van, akárcsak a tradicionális borivásnak, és ezen tényezőknek vannak olyan védőhatásai, amely miatt a



franciák elhízási mutatói Európában az egyik legalacsonyabbak. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a franciáknál nem jellemző a feldolgozott-, és a snack típusú élelmiszerek gyakori fogyasztása, a másik ok pedig az, hogy Franciaországban elterjedt egy olyan gondolkodásmód, amely a minőségi, és nem a mennyiségi étkezést támogatja. A kutatási eredmények igazolták, hogy már az adagok is kisebbek az éttermekben, a szupermarketekben, a szakácskönyvekben, mint az Egyesült Államokban. Nem a mennyiségi táplálkozásra ösztönöznek, hanem inkább az elfogyasztott élelmiszer minőségére koncentrálnak, és ez a gondolkodásmód hosszútávon kifizetődő.

Finnországban egy - a franciától nagyon eltérő - olyan módszert dolgoztak ki a fiatalok étkezési szokásainak megváltoztatásához, amelyben a média volt nagy segítségükre. A médiakampány célja volt, hogy felhívja a figyelmet a magas kalóriatartalmú, telített zsírsavakban gazdag termékekre, és ehelyett az egészségesebb termékeket propagálta, és így teremtve piacot az egészséges élelmiszereknek. Az iskolákban egy olyan szabályozott rendszert dolgoztak ki, amellyel a gyerekeket még időben a helyes gondolkodásmód irányába tudják terelni. Ez a rendszer több tényezőtől áll: folyamatosan figyelik a diákok súlyát, tilos az iskolai büfékben a cukros üdítő italok árusítása, és az iskolai tantervekben helyet kap az egészséges táplálkozás és a megfelelő testmozgás kialakítása. A következő lépés a közétkeztetésbe való beavatkozás volt. Olyan irányelveket határoztak meg, amelyeket minden oktatási, szociális és egészségügyi intézménynek be kell tartania, és bár ezek az irányelvek csak ajánlások, nagyon jól betartják a köz- és a magánszektorban is.

Veszélyek

A magyar lakosság táplálkozási szokásait vizsgálva elmondható, hogy nem kellően változatos, egyes élelmiszercsoportokat mellőző étrend, ami megnöveli a krónikus, táplálkozással összefüggő, civilizációs megbetegedések kialakulásának a veszélyét. Problémát jelenthet az is, hogy Európában és Magyarországon is nő az idősek aránya a társadalomban. Az életkor növekedésével a táplálkozással összefüggő megbetegedések kockázata is nő. A helytelen táplálkozással összefüggő megbetegedések megelőzése csökkenti a társadalomnak a gyógyításra, ápolásra fordítandó kiadásait. Napjainkban jelentős nemzetközi erőfeszítéseket tesznek a fogyasztók nevelésére és tájékoztatására arról, hogy az étrend és az egészség között összefüggés van és a helyes étrend elősegíti az egészség megőrzését, az életminőség javítását (ETP, 2008). Ennek hatására az egészség és a jó közérzet egyre nagyobb figyelmet kap a társadalomban. A helyes táplálkozási ajánlások a változatos étrenden alapuló táplálkozásra hívják fel az emberek figyelmét, amelyet az étrendfüggő megbetegedések megelőzése céljából állítanak össze. A lakosság tájékozottsága, a táplálkozási



ismeretek szintje azonban rendkívül alacsony hazánkban, jelenleg a fogyasztóknak mindössze 13%-a egészségtudatos fogyasztó.

A fogyasztók természetes elvárása, hogy az általuk elfogyasztott élelmiszer az egészségre ártalmatlan legyen. A magyar fogyasztó is joggal várja el, hogy ezt a követelményt ne csak a belföldön előállított, de az import termékek is teljesítsék. Az elmúlt időszak élelmiszer-botrányai következtében a fogyasztók számos negatív információt kaptak az élelmiszerekről. A fogyasztók tájékoztatása, különösen a média részéről, a valós adatok mellett gyakran szakmailag meg nem alapozott információt tartalmazott. A megtévesztő reklámok kifejezetten csökkentik a fogyasztók bizalmát, így ezek hatására az élelmiszerekkel és az élelmiszeriparral kapcsolatban, sokakban bizalmatlanság alakult ki. A társadalom nem kellően érzékeli az ipar szándékát és erőfeszítéseit az élelmiszer-biztonság javítására és gyakran előítéletei vannak a tájékoztatás hitelességét illetően. Még nem alakult ki olyan, az állam által összehangolt tájékoztatási rendszer, amelyben a fogyasztók által széles körben ismert és függetlennek elfogadott felelős állami szervezetek és szakértők objektíven értékelik az ipar és a mezőgazdaság és kereskedelem tevékenységét, az ipar által megtett intézkedéseket.

Következtetések és javaslatok

Az elmúlt évtizedekben a táplálkozással és általában az egészséggel kapcsolatos célzott tananyag hiányzott, ennek a következményeit szenvedti a ma élő generáció, ez nyilvánul meg a magyar lakosság táplálkozási hibáiban és ezek egészségügyi következményeiben. Ennek megváltoztatására az egyik legjobb eszköz a táplálkozási propaganda lenne, amelyhez helyes táplálkozási ajánlások is tartoznának. A lakosság teljes körének szóló táplálkozási ajánlások akkor érnék el céljukat, ha folyamatosan hozzáférhetőek lennének a gyógyszertárakban, orvosi rendelőkben, kórházakban, nagyobb élelmiszerüzletekben. A népbetegségek megelőzése fontos célunk lehet a jövőre nézve, de mindez nyilván csak akkor érhető el, ha az emberek gondolkodása és táplálkozási szokásai is megváltoznak, és egészséges életvitelt folytatnak. A magyar élelmiszeripar jelenlegi fejlesztésében érdekelt valamennyi félnek (termelők, feldolgozók, kereskedők, fogyasztók) összehangolt erőfeszítéseket kell tennie az élelmiszerek társadalmi megítélésének helyreállítására és a negatív üzenetek helyett annak hangsúlyozására, hogy az élelmiszer a minőségi és egészséges élet egyik fő tényezője, a kulturált családi és társadalmi kapcsolatok része.



Irodalomjegyzék

- Agrárgazdasági Kutató Intézet/AKI* (2008): Élelmiszeripari változások és a meghatározó vállalkozások stratégiai jellemzői. Budapest, 14-15. p.
- Élelmiszer feldolgozók Országos Szövetsége/ÉFOSZ* (2006): A magyar élelmiszeripar egyeztetett innovációs stratégiája, 11-14. p.
- European Technology Platform/ETP* (2008): Food for Life, Implementation Action Plan, 17-19. p.
- Institute of Agricultural Development in Central and Eastern Europe/IAMO* (2003): European Commission - Directorate General for Agriculture, Network of Independent Agricultural Experts in the CEE Candidate Countries, 30-31. p.
- Grasselli N., Szűcs I.* (2005): Projektmenedzsment. Szerk.: Szűcs István. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, ISBN: 963-9553-60-3, 65-66. p.
- Statisztikai Tükör* (2009): Az élelmiszerfogyasztás alakulása. III. évfolyam, 93. szám, 2009. július 6.