



VÁGÓPONTOK TELEPÍTÉSÉNEK PIACI POTENCIÁLJA A CSALLÓKÖZBEN

MATUS ANDOR

Selye János Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Komárom

ÖSSZEFOGLALÁS

A tanulmány célja a vágópontok létjogosultságának alapját szolgáltató piaci körülmények, mint fogyasztói igény, húsfogyasztási szokások, élelmiszer iránti bizalom vizsgálata a csallóközi régió vonatkozásában. A kutatás alapjául szolgálhat minden olyan vidéki régió Szlovákiában és Magyarországon, melyek gazdasági és demográfiai tulajdonágai hasonlóak a csallóközi régióhoz. Kérdőíves kutatás keretén belül megvizsgáltuk a potenciális fogyasztók kor- és nemre vonatkozó információit, nagy húsipari üzemekkel kapcsolatos bizalmát, hús és húskészítményekkel kapcsolatos vásárlási szokásait, vásárlóerejét. A kutatási adatokra alapozva kifejtettük a vágópontok piaci potenciáljának mértékét, a vágóponti szolgáltatások iránti vásárlói igényt, illetve megvizsgáltuk a válaszadók véleményét a vágópont vidékre gyakorolt hatásaival kapcsolatban. A kutatás egy 2000 fős csallóközi község, Vásárút lakosai körében készült. Az adatok és kutatási eredmények feldolgozása Microsoft EXCEL program segítségével, értékelése pedig ábrák és táblázatok segítségével történt. A kutatás megállapításai rámutattak, hogy vágópont létesítése elsősorban haszonállat tenyésztést is végző élelmiszeripari vállalkozók számára célszerű, ugyanis a vágópont által megnövelt hozzáadott érték segítségével az esetlegesen nyereséget nem termelő gazdálkodói alaptervekenység hosszú távon nyereségessé tehető.

Kulcsszavak: vágópont, fogyasztói igény, húsfogyasztási szokások, élelmiszer bizalom, modell

BEVEZETÉS ÉS IRODALMI ÁTTEKINTÉS

A tanulmány célja a helyi tenyésztésből származó tenyészállatokat feldolgozó, korlátozott gyártási tevékenységű vágóhidak, úgynevezett vágópontok üzleti modelljének kialakításához szükséges alappillérek megállapítása a csallóközi régió vonatkozásában. A kutatás alapjául szolgálhat minden olyan vidéki régióban tervezett vágópont megvalósításának Szlovákiában és Magyarországon, melyek gazdasági és demográfiai tulajdonágai hasonlóak a csallóközi régióhoz. Mivel a vágópontok létesítését szabályozó törvényi szabályozás 359/2011 Z.z sz. törvény Szlovákiában, a 75/2011.(VII.29) VM. törvény Magyarországon csupán 2011-ben született meg, ezért a szakirodalomban nagyon korlátozottan érhetőek el célirányos kutatások a témával kapcsolatban.

*1. táblázat Vágópontok törvényi szabályozása Szlovákiában**Chart 1 Legislative regulation of slaughterhouses in Slovakia*

sz.	Állategészségügyi gondoskodás törvényi szabályozása Szlovákiában	Európai Unió törvényi szabályozás	Vágópontok pozitív diszkriminációját szabályzó törvény Szlovákiában
1	Az állategészségügyi gondoskodásról szóló 39/2007 Z.z. sz. törvény	(ES) 852/2004 sz. törvény az élelmiszerek higiénijáról.	359/2011 Z.z. sz. kormányhatározat a kistételes élelmiszer feldolgozó egységekre vonatkozó elvárások szabályzásáról.
2		(ES) 853/2004 sz. törvény az állati eredetű élelmiszerek különálló szabályzásáról.	

Forrás: saját kutatás valamint a Szlovák Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium (2013) nyomán.

Az *EKO-GEO-CER* (2014) a Csallóköz peremén, Vízkelet (Čierny Brod) községben megvalósuló vágópont tanulmányában kiemeli a létesítmény hozzájárulását a lakosság helyi termékek iránti elköteleződéséhez és a tradicionális helyi ízvilág megőrzéséhez. *Csonka* (2015) a helyi sertéshús fogyasztást vizsgáló magyarországi kutatásában a „helyi élelmiszert” négy ismertetőjegy segítségével definiálja. Az első ismertetőjegy fogyasztó és a termelő földrajzi közelségét, valamilyen régió vagy ország által határolt területként fogalmazza meg. Második ismertetőjegy a közvetítő kereskedő hiánya az élelmiszer láncban. Harmadik ismertetőjegyként a természeti környezet fenntarthatóságához való

hozzájárulást, míg negyedik ismertetőjegyként a társadalmi beágyazottságot azonosítja. Kutatásában rámutat, hogy a helyi sertéshúsellátás megvalósítása földrajzi egységenként eltérő életképességet mutat. *Radácsy (2008)* országos főállatorvos hivatalos útmutatásában szintén kiemeli, hogy a helyi vágóállat tenyésztés és feldolgozás növeli a társadalmi beágyazottságot. A húsfogyasztás és a húsipari termékek előállításának tekintetében a közép-európai régióban a 2010-es évektől hasonló átalakulásnak lehetünk szemtanúi, mint ami Nyugat-Európában a kilencvenes évek végén volt tapasztalható. *Bekman K. (1998)* kutatásában megállapítja, hogy a holland húsfogyasztás a kilencvenes évek végén stagnál, illetve esik, melynek egyik lehetséges megállítása az intenzív versenyt jellemző mennyiségi termelésről a minőségi termelésre való átállással lenne lehetséges. *Taylor E. (2001)* aggódik a nagybritanniai kis húszüzemek magasabb minőséget garantáló HCCP rendszer lassú bevezetésén, mely mögött elsősorban a műszaki hiányosságokat és tőkehiányt azonosít. *Pavl'akova S. - Zentkova Iveta. (2015)* Szlovákia vonatkozásában megállapítja, hogy a sertéshús ágazat támogatás nélkül veszteséges, mely jól jelzi a Nyugat-Európában két évtizeddel ezelőtt kialakult húsipari trendek megjelenését a régióban. *Schmidt W. (1994)* megállapításai alapján Franciaországban 1970 óta jelentős koncentrátság ment végbe az állattenyésztés és a húsfeldolgozás területén a nagyipar irányában, de a kolbászok előállítása még mindig jelentős kisüzemek keretében. *Blazkova I. - Chmelikova G. (2015)* kutatásában Csehország vonatkozásában megállapítja, hogy kevésbé koncentrált a húsfeldolgozás, nagyon sok helyi vállalkozás működik pl. a gyümölcs-zöldségfeldolgozással ellentétben. Érdekesség, hogy a baromfi hús esetében *Belová. A – Smutka. L – Rosochatecká. E – Bazina. A (2012)* Csehországot vizsgáló tanulmányában növekvő baromfihús fogyasztás mellett csökkenő helyi termelés és feldolgozást állapít meg. Hasonló következtetéseket állapítanak meg *Slaboch J. – Kotyza P. (2016)* Csehország vonatkozásában a visegrádi országok húsiparát összehasonlítva. A tanulmány 2003-2013 időszakra 73%-os baromfi, 53%-os sertéshús önellátást állapított meg Csehország vonatkozásában (a marhahústermelés önellátó maradt), míg Szlovákia esetében is hasonló, sertés esetében 53%, baromfi esetében pedig 78%-os önellátási mutatókat állapítottak meg statisztikai hivatalok adatbázisai alapján. *Kotsanopoulos - Konstantinos V. - Arvanitoyannis I. (2017)* nagybritanniai húsipari auditokat vizsgálva megállapították, hogy a legtöbb nem megfelelést az auditorok a húsfeldolgozóknál találták, nem a tenyészetekben. *Bahelka I. – Gondeková M. (2016)* Szlovákia területén nagyipari vágóhidak által

feldolgozott szarvasmarha húsmínőségét vizsgáló kutatása megállapította, hogy 181 db levágott tehénből csupán 46 db volt 4 évesnél fiatalabb. A kutatás igazolta, hogy az idősebb tehének húsmínősége jelentősen elmarad a 4 évesnél fiatalabb tehének húsmínőségétől (magasabb főzési veszteség, alacsonyabb fehérje tartalom és márványozottság). Ez visszatükrözi, hogy a lakosság bizalmatlansága a nagyipari húselőállítással kapcsolatban nem alaptalan.

A szakirodalmi megállapításokat összegezve a közép-európai kis kapacitású húsfeldolgozás és húsfogyasztás a 2010-es évek elejétől kezdve hasonló trendeket követ, mint a nyugat-európai országok a kilencvenes években. Ezen trend a nagyipari hústermékek iránti csökkenést jelzi a nehézségekkel küzdő, de erős piaci igényekkel rendelkező nagyszámú helyi kiskapacitású húsfeldolgozó megléte mellett, melyek életképességét azok társadalmi beágyazottsága biztosítja.

ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatás gyakorlati felhasználásának igényét szem előtt tartva kérdőíves kutatást, valamint számítógépes adatfeldolgozást alkalmaztunk.

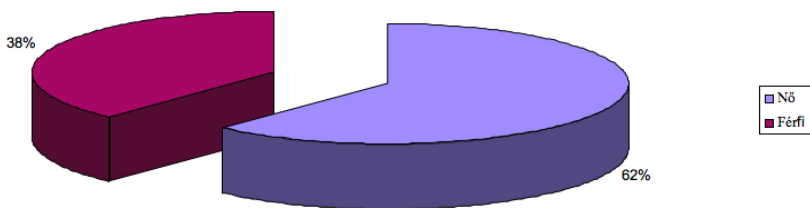
A kérdőíves kutatás kvantitatív kutatási módszer, mely során adott népesség körében végzünk mennyiségi adatgyűjtést. A megfelelő információkkal rendelkező célsokaság esetünkben a kétezer lelket számláló Dunaszerdahelyi járásban található Vásárút község (Trhová Hradská) lakossága volt, a mintavételi egységek pedig a község háztartásai. Amennyiben egy átlagos háztartást 5 főben állapítunk meg, így 2000 lakos esetén 400 háztartás megkérdezése biztosítja a kutatás reprezentativitását. Mivel nem minden család él a községben életvitel szerűen, ezért a kérdőívek számát 350 db-ban állapítottuk meg. A kérdőívek nyomtatott formában kerültek kiküldésre az érintett háztartásokba, kitöltésük anonim módon önkitöltős módszerrel történt 2013. április 1. – április 30. között. A kérdőívek viszonylag nagy terjedelme miatt, a hibás kitöltéseket elkerülendő zárt kérdéseket alkalmaztunk. A kiküldött 350 db kérdőívből 130 db érkezett vissza, melyek közül mind értékelhető volt. A kérdőívek feldolgozása kódolást követően Microsoft Excel táblázatkezelő program segítségével történt, amely képes a kiértékelt eredmények grafikus megjelenítésére is.

1. Vágópontok piaci környezetének felmérése

A bevezető részben hivatkozott szlovák 359/2011 Z.z. sz. törvény 6§-a rendelkezik a hús és húskészítmények helyi értékesítésnek maximális távolságáról, ami az előállítás helyétől legfeljebb 2 óra alatt elérhető kiskereskedelmi egységeknek történő értékesítést, kiszállítást jelenti. Ez gyakorlati szempontból átlagos közlekedési viszonyokat tekintve egy 60-70 km sugarú körben elhelyezkedő kiskereskedelmi viszonteladókat, vagy saját húsboltot feltételez, ahova a vágópont feldolgozott termékei értékesítésre kerülnek. Hogy a potenciális piacra vonatkozóan alapvető információkhoz jussunk, célszerű egy a lehetséges 60-70 km sugarú körben átlagos község háztartásainak vágóponttal összefüggő húsipari szokásainak felmérését elvégezni, és a nyert információkat a lefedett terület többi hasonló méretű településére kiterjeszteni. A kérdőíves felmérés a lehetséges fogyasztók nem- és korösszetételét, a fogyasztói bizalmat, a fogyasztói szokásokat és vásárlóerőt, a vágópont piaci potenciálját, a vágópont szolgáltatásai iránti igényt, valamint a vágópont vidék életére gyakorolt hatásait vizsgálta.

1.1. A válaszadók nem és korösszetételének adatai

Az általunk vizsgált Vásárút (Trhová Hradská) község 350 háztartásának kiküldött kérdőívből 130 érkezett vissza. A kérdőívek kitöltésében a háztartások hölgy tagjai domináltak 62 % eredménnyel (1.sz. ábra).

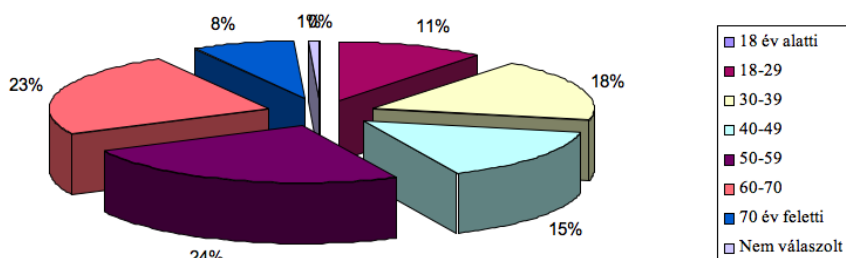


Forrás: saját kutatás

1.ábra: Nemek aránya a kérdőívet kitöltők között

Figure 1: Gender ratio of respondents to the questionnaire

A kérdőíveket kitöltő egyének korösszetétele a 30-as, 40-es és 50-es korcsoportoknál hasonló átlagos 20% körüli reprezentativitást mutatott (2. ábra). A 70 év feletti korosztály 8%-os részvétellel, 20-as generáció pedig 11%-os részvétellel volt jelen a kutatásban. 18 év alatti kérdőív kitöltőt nem regisztrált a kutatás, ami nem meglepő, hiszen elég ritka az olyan háztartás, amit nem nagykorú egyén vezet. Megállapíthatjuk, hogy a kérdőívek által nyert információk a társadalom nagykorú szegmensének minden képviselőjének véleményét, tapasztalatait, szokásait a feltett kérdéseket illetően visszatükrözik.



Forrás: saját kutatás

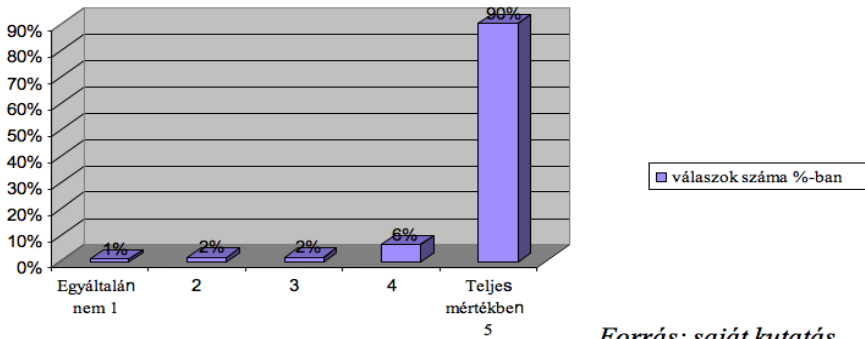
2. ábra: Kérdőívet kitöltők életkor megoszlása

Figure 2 Age distribution of the respondents

1.2. A fogyasztói bizalom vizsgálata

A helyi tenyésztésű állatok helyi feldolgozásának vitathatatlan előnye, hogy sem a vágóállatok, sem pedig azok feldolgozásával nyert élelmiszerek nincsenek kitéve hosszú szállítási időnek, és az ehhez kapcsolódó minőség megőrzésére irányuló beavatkozásoknak. A kutatás egyértelmű igényt igazolt a fogyasztók 90%-ának megbízható eredetű, friss élelmiszerek iránti preferenciájával (3. ábra).

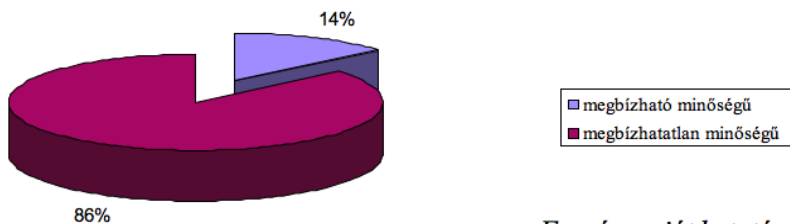
Mennyire fontos Önnek, hogy megbízható eredetű friss húst, húskészítményeket fogyasszon?



3. ábra: A válaszadók friss, megbízható eredetű hús, húskészítmények iránti igénye

Figure 3: Respondents' demand for fresh, reliable meat and meat products

Ahhoz, hogy vágópontok tekintetében versenyelőnyt tudjunk megfogalmazni a nagy húsipari üzemek és azok termékeit forgalmazó élelmiszerláncokkal szemben, szükségünk van ezen termékek iránt támasztott fogyasztói bizalom ismeretére. A kutatás megvizsgálta a fogyasztók nagy húsipari üzemek termékei iránti bizalmát, ami a megkérdezettek 86%-a esetében bizalom hiányát jelentette (4. ábra).



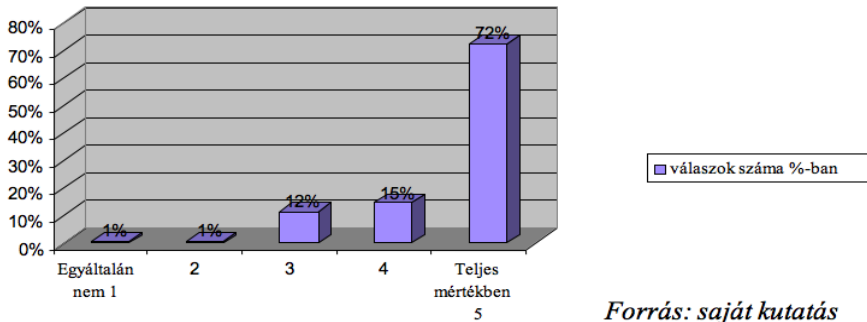
4. ábra: A válaszadók bizalma az ipari húskombinátok termékei iránt

Figure 4: Respondents' confidence in the products of industrial meat combinations

Erre a tényre alapozva a vágópontok marketingstratégiájának elemei közé célszerű beemelni a helyi előállítás frissességének és megbízhatóságának hangsúlyozását. A vágópont által előállítandó termékskála tervezésénél fontos szempont lehet a kutatás azon kérdésre adott válaszok eredménye, amely a húsiparban is használatos húsminőséget

javító kémiai anyagok, növényi eredetű fehérjék (pl. szója), tartósítószer, ízfokozók stb. használatának elfogadottságát szemlélteti (5.ábra).

Mennyire zavarja Önt, hogy a nagyipari húsfeldolgozásban gyakori a húsminőséget javító kémiai anyagok, növényi eredetű fehérjék, tartósítószer, ízfokozók használata?



Forrás: saját kutatás

5. ábra: A húspari adalékok használatának elutasítottsága a válaszadók között

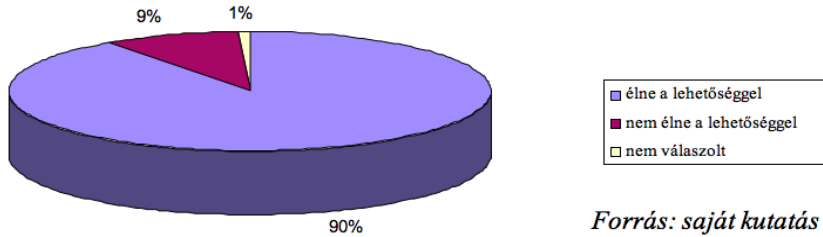
Figure 5: Rejection of the use of meat additives by respondents

Az eredmények egyértelműen mutatják, hogy a megkérdezettek 72%-át teljes mértékben zavarja a húsminőséget javító adalékok használata a húskészítmények gyártásakor. Vágópontok esetén a kis logisztikai távolságok, és a relatív rugalmas termelési lehetőségek miatt mellőzhetőek mindazon élelmiszeripari adalékanyagok, amelyek egy bonyolult dömpingellátásra szakosodott előállítási és értékesítési lánc esetén a rendszer részét kell, hogy képezzék. A vágópont által előállított termékek piaci diverzifikációja érdekében célszerű kihasználni az adalékanyag mentes termékkör minél nagyobb részarányú felvételét a vágópont termékskálájába.

A vágópont piaci diverzifikációjának további lehetőségeit vizsgálva a kutatás felmérte a fogyasztók azon esetleges igényét, hogy lehetőség esetén befolyással bírnának-e a vágópont termékeinek húsminőséget javító adalékanyag tartalmára. A megkérdezettek 90%-a élne a lehetőséggel, ha eldönthetné, milyen húsminőséget javító adalékok kerülhetnének az általa fogyasztott húskészítményekbe (6. ábra). A kutatás a vágópontokkal kapcsolatos fogyasztói preferenciák mellett igyekezett valós képet nyerni a célközönség hús és húskészítményekre vonatkozó vásárlási szokásait illetően. Baromfi feldolgozásra a kutatás nem terjedt ki, mivel a szárnyasok feldolgozása a törvényi

előírásoknak megfelelően nem történhet egy létesítményben emlős haszonállatok feldolgozásával.

Élne e a lehetőséggel, ha befolyással bírhatna az Ön által fogyasztott húsok és húskészítmények élelmiszeriparban használatos kémiai anyag és növényi fehérje tartamára?



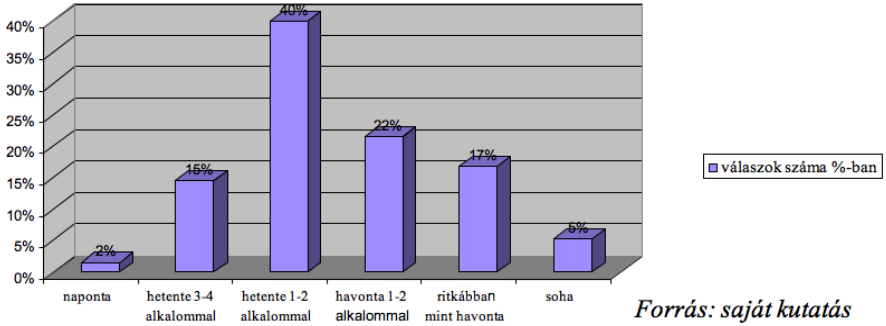
Forrás: saját kutatás

6. ábra: A húsipari adalékhasználat befolyásolásának igénye a válaszadók körében

Figure 6: The need to influence the use of meat additives by the respondents

1.3. Fogyasztói szokások és vásárlóerő felmérése

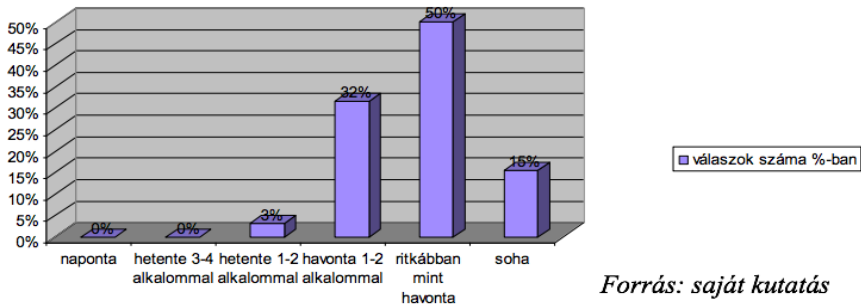
Megvizsgáltuk a fogyasztók sertés-, szarvasmarha- és birkahús illetve ezekből készült termékek fogyasztási szokásait. Sertéshúst és sertéshúsból készült termékeket a megkérdezettek 40%-a hetente 1-2 alkalommal vásárol, ha ehhez az arányhoz hozzáadjuk a naponta illetve hetente 3-4 alkalommal vásárlókat, akkor a megkérdezettek több mint fele (52%) hetente legalább két alkalommal vásárolj a szóban forgó termékekből (7. ábra).



7 ábra: Sertéshús és sertéshúsból készült élelmiszerek vásárlási gyakorisága a válaszadók körében

Figure 7: Purchase frequency of pork and pork products among respondents

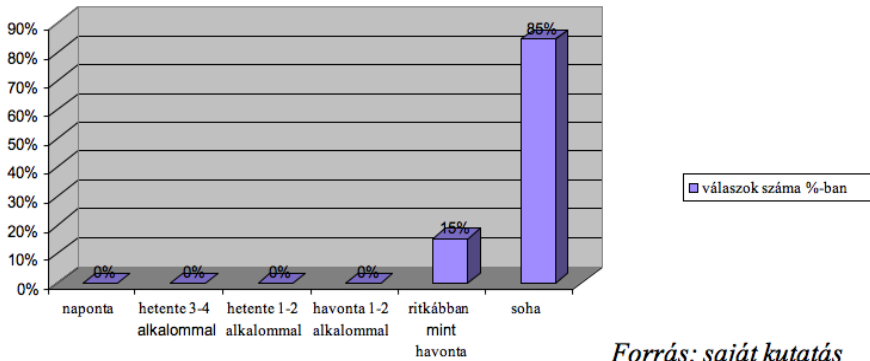
Szarvasmarha húst, illetve abból készült húsipari termékeket a fogyasztók csupán 3%-a vásárol hetente 1-2 alkalommal, havonta 1-2 alkalommal pedig 32%. A megkérdezett fogyasztók 50%-a pedig ritkábban mint havonta vásárol szarvasmarha húst, illetve abból készült húskészítményeket (8. ábra).



8. ábra: Szarvasmarha hús és szarvasmarha húsból készült élelmiszerek vásárlási gyakorisága a válaszadók körében

Figure 8: Frequency of purchase of beef and beef food products by respondents

A kutatás kitért a birkahús és abból készült hústermékek iránti igényekre is. A megkérdezettek 85%-a egyáltalán nem vásárol birkahúst, 15%-a pedig ritkábban mint havonta (9. ábra).



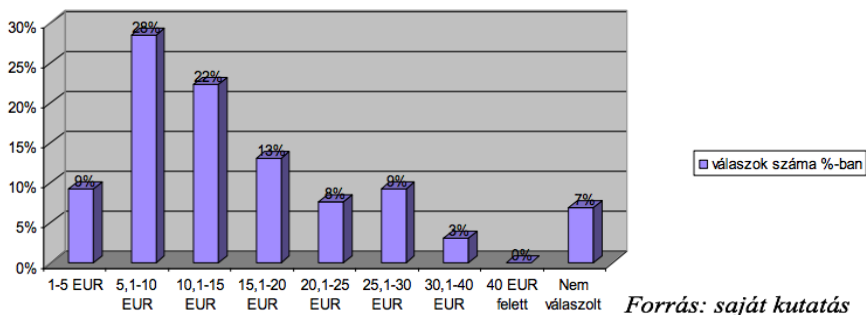
Forrás: saját kutatás

9. ábra: Birkahús és birkahúsból készült élelmiszerek vásárlási gyakorisága a válaszadók körében

Figure 9: Frequency of purchase of mutton and mutton food among respondents

A sertés, szarvasmarha és birka feldolgozott termékek iránti igény felmérése támpontot nyújthat a vágópont helyes termékskálájának kialakításához. A kutatás alapján egyértelműen megállapíthatjuk, hogy a sertéshús, illetve sertéshúsból készült élelmiszeripari termékek domináns részét kell képezzék a vágóponti termék portfóliónak. Szarvasmarha felvétele a vágópont kínálatában szintén megkerülhetetlen, de az igények alapján részaránya nem lehet domináns egy átlagos vágóponti termék portfólióban. A birkahús iránti gyenge érdeklődés felveti a kérdést, hogy általános vágóponti termékkínálatba célszerű-e birkából készült húsipari termékeket beilleszteni. A kapott eredmények a vizsgált mikro régióban nem támasztják alá a birkafeldolgozás reális megfontolását.

A hústermékek iránti kereslet felmérése mellett a kutatás kitért az egyes termékek alkalmankénti vásárlásának összegére is. Segítségével információkat kaphatunk a megkérdezettek vásárlóerejének nagyságáról, illetve a vizsgált területen realizálható árbevételről is. Sertéshús és húskészítmények tekintetében legnagyobb arányban a megkérdezettek 20%-a alkalmanként 5,1-10 EUR, 22%-a pedig 10,1-15 EUR árintervallumban vásárol sertéshúst, illetve sertéshúsból készült élelmiszereket, magasabb, illetve alacsonyabb árintervallumban a megkérdezettek átlagos 10 %-a vásárol (10. ábra).

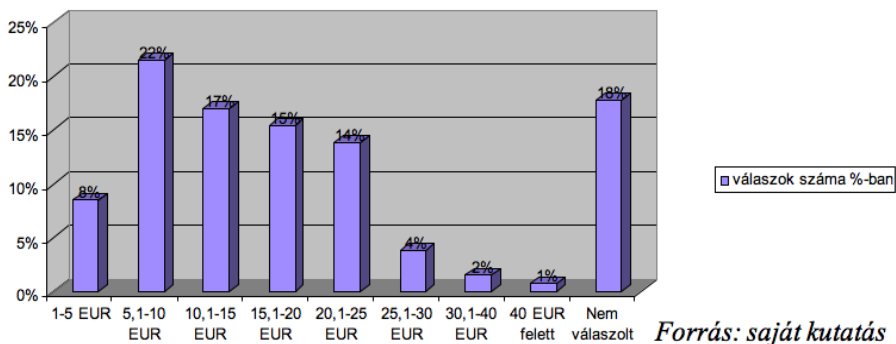


10. ábra: Sertéshús és sertéshúsból készült élelmiszerek alkalmankénti vásárlási értéke a válaszadók körében

Figure 10: Occasional purchase value of pork and pork food products by respondents

Szarvasmarha hús, illetve szarvasmarha húsból készült élelmiszerek tekintetében a kutatás az alkalmankénti vásárlások 5,1-10 EUR és a 10,1-15 EUR árintervallumában nagyságrendileg hasonló eredményeket produkált, mint sertés esetében.

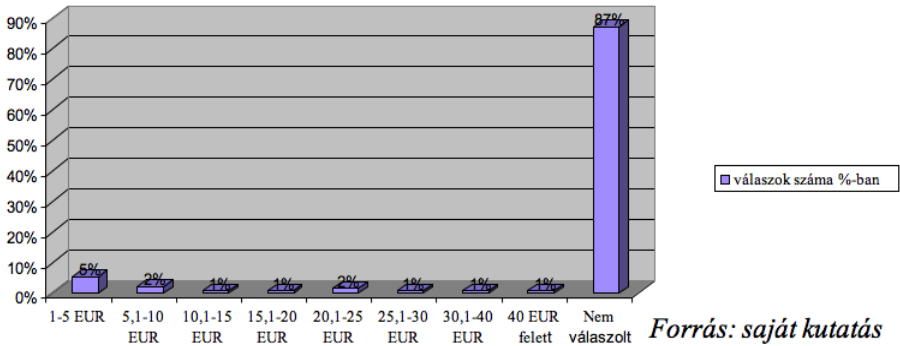
Az 5,1-10 EUR árintervallumban a megkérdezettek 22%-a, míg a 10,1-15 EUR árintervallumban a megkérdezettek 17%-a vásárol szarvasmarha húst, illetve szarvasmarha húsból készült élelmiszereket. A magasabb 15,1-20 EUR és a 20,1-25 EUR árintervallumokban a megkérdezettek 15 és 14 % -a vásárol alkalmanként. Az alacsonyabb 1-5 EUR ártartományban a sertéshez hasonlóan a megkérdezettek 9%-a vásárol alkalmanként (11. ábra).



11. ábra: Szarvasmarha hús és szarvasmarha húsból készült élelmiszerek alkalmankénti vásárlási értéke a válaszadók körében

Figure 11: Occasional purchase value of beef and beef food products by respondents

Ha a birkahús, illetve birkahúsból készült élelmiszerek alkalmankénti vásárlásainak statisztikáit elemezzük, megállapíthatjuk, hogy egyértelműen tükrözik a birka megkérdezettek körében meglévő elutasítottságát (12. ábra).



12. ábra: Birkahús és birkahúsból készült élelmiszerek alkalmankénti vásárlási értéke a válaszadók körében

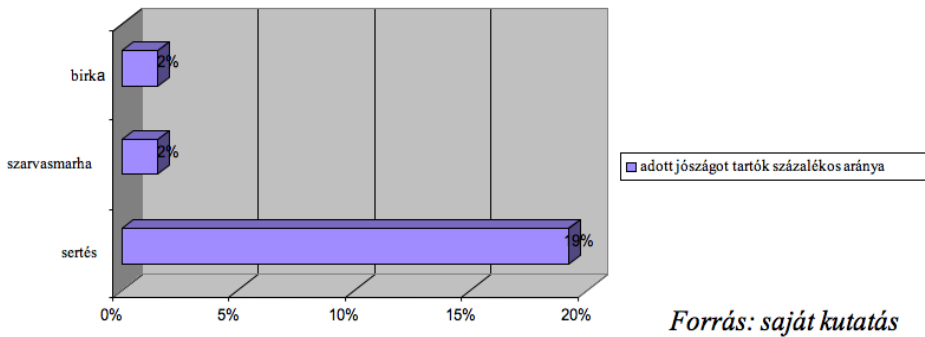
Figure 12: Occasional purchase value of mutton and mutton food among respondents

A kutatás sertés, szarvasmarha és birka húsipari termékekkel kapcsolatos vásárlási gyakoriság és alkalmankénti vásárlási árintervallum adatok felhasználásával egy község aktív háztartásaira vetítve a vágópont üzleti modelljének finomhangolása során kiszámíthatjuk, hogy a törvényileg engedélyezett hatótávolságon belül településenként hány húsboltot célszerű létesítenie vágópontunknak. A kutatás igazolja, hogy a birka feldolgozását és a feldolgozott húsipari termékek forgalmazását vágóponti kereteken belül a vizsgált mikrokörnyezet gyenge kereslete miatt nem célszerű a tevékenységi körbe beépíteni.

1.4. A vágópont piaci potenciáljának vizsgálata

A vágópontok 1.2. fejezetben megállapított diverzifikációs versenyelőnyével szemben valódi konkurenciát a háztáji keretek közötti történő jószág tartás, és saját célra történő feldolgozás jelenti. (A saját célra történő háztáji vágások nem esnek Európai Unió szabályozás alá. Szlovákiában 39/2007 sz. törvény 23.§ alapján hatósági bejelentési kötelezettség, valamint sertés esetén trichinella vizsgálat, szarvasmarha esetén BSE (kergemarha-kór) vizsgálat szükséges házi, saját célra történő vágás esetén.)

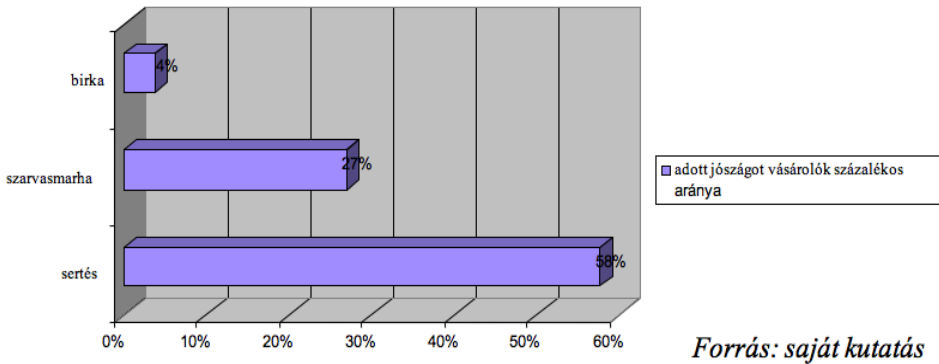
A kétezres évek elejére azonban a háztáji gazdaságok leépültek, amit a kutatás jól szemléltet. A válaszadók csupán 19%-a tart sertést, 2%-a szarvasmarhát és 2%-a birkát háztáji gazdaságban (13. ábra). A háztáji gazdálkodás és vágás korábbi népszerűségét idézi fel számunkra a kutatás azon eredménye, amely a megkérdezettek sertés, szarvasmarha és birka házi feldolgozásra történő vásárlását vizsgálta. A válaszadók 58%-a sertést, 27%-a szarvasmarhát, 4%-a pedig szokott birkát vásárolni kistermelőtől házi feldolgozás céljából (14. ábra). A kapott eredmény alátámasztja a nagy húsipari feldolgozók termékei iránti bizalmatlansággal kapcsolatos megállapításainkat, hisz a nagy kereskedelmi láncok dömpingárai ellenére a válaszadók több mint fele sertés esetében a körülményes, és költséges házi feldolgozást választja.



13. ábra: A válaszadók háztáji sertést, szarvasmarhát, birkát tartók aránya

Figure 13: Percentage of respondents keeping pigs, cattle and sheep in their backyard

A vidéki élet a rendszerváltás előtti évekhez képest a szövetkezetek eltűnésével, és átalakulásával jelentősen megváltozott a háztáji gazdálkodást illetően. A rendszerváltást megelőzően, és még a kilencvenes években is a szövetkezetekben dolgozó vidéki emberek jellemzően neveltek haszonállatokat háztáji gazdaságban is, így a természetben kapott juttatásaikat (általában gabona) hasznosítani tudták.



14. ábra: A válaszadók sertést, szarvasmarhát, birkát házi feldolgozás céljából vásárlók aránya

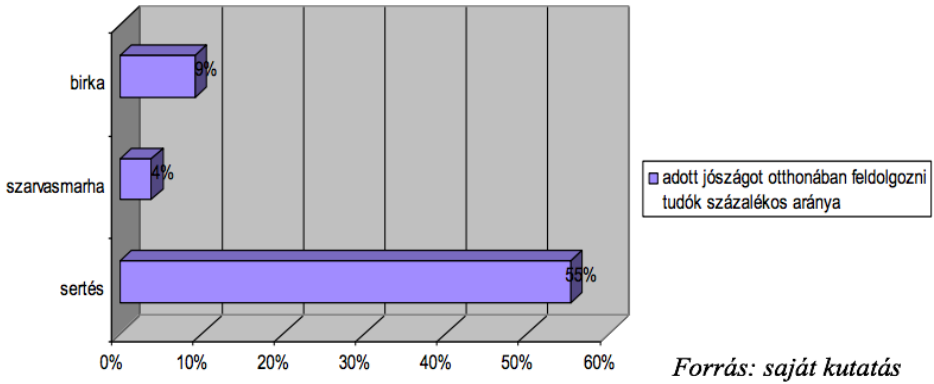
Figure 14: Respondents rate of purchases of pigs, cattle, sheep for home processing

A vágóállatok házi feldolgozása megfelelő infrastrukturális adottságokat követel meg, ezért a kutatás kitért ennek felmérésére is abból a célból, hogy megvizsgálja, a vágópont megfelelő alternatívaként szolgálhat bérvágási szolgáltatással. Sertés feldolgozásához a válaszadók 55%-a, szarvasmarha feldolgozásához 27%-a, birka feldolgozásához pedig a válaszadók 4%-a rendelkezett szükséges infrastruktúrával.

A kapott eredmény érdekessége, hogy a sertés házi feldolgozásának lehetőségével rendelkező válaszadók jelentős része úgy ítélte meg, hogy birka feldolgozására lehetőségei nem alkalmasak, pedig a házi birkafeldolgozás nem igényel bonyolultabb körülményeket, mint a sertés házi feldolgozása (15. ábra).

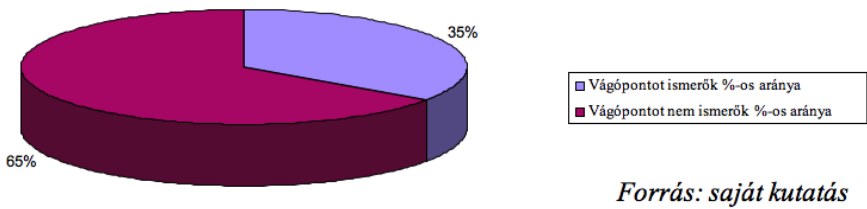
A háztáji feldolgozás elterjedtségének felmérése jelzi számunkra azt a jelentős potenciált, ami egy vidéki vágópont telepítésének létjogosultságot ad.

A vágópontok hivatalos törvényi szabályozása Szlovákia vonatkozásában 2011-től létezik, ezért meghonosodásuk a köztudatban még időt vesz igénybe. A kutatás alátámasztotta ezt a feltételezésünket, ugyanis a válaszadók 65%-a számára a vágópontok létezése ismeretlen volt (16. ábra).



15. ábra: Sertés, szarvasmarha, birka házi feldolgozásának lehetősége a válaszadók körében

Figure 15: Possibility of domestic processing of pigs, cattle and sheep among the respondents

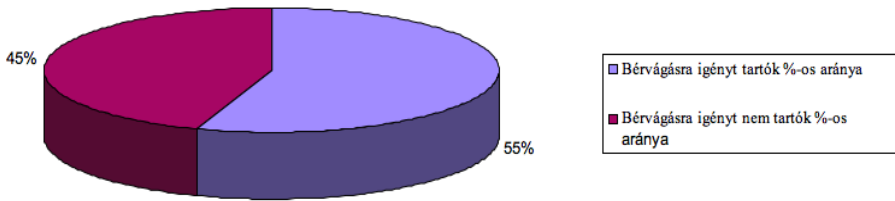


16. ábra: Vágópontok ismertsége a válaszadók körében

Figure 16: Awareness of the slaughterhouses among the respondents

1.5.A vágópont szolgáltatási lehetőségeinek felmérése

A kutatás jelentős potenciált tárt fel a válaszadók körében háztáji feldolgozás iránti igény tekintetében. Ez az igény a megkérdezettek válaszi alapján transzformálható a vágópont működésébe, ugyanis a válaszadók 55%-a igénybe venné a településén működő vágópontot bérvágás céljából (17. ábra).

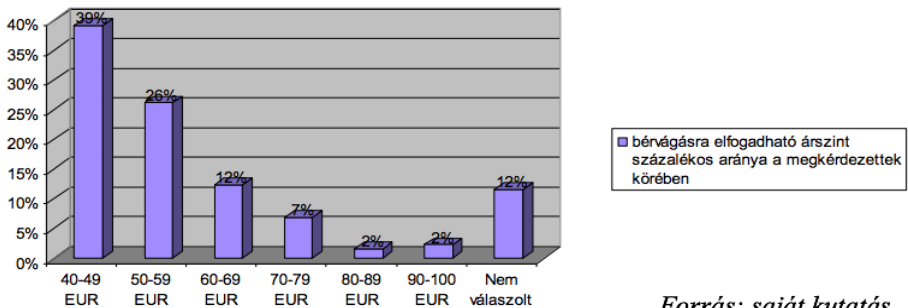


Forrás: saját kutatás

17. ábra: Vágóponti bérvágás igénye a válaszadók körében

Figure 17: Demand for slaughterhouses among respondents

A bérvágási szolgáltatás árszínvonalának meghatározásához fontos figyelembe venni a potenciális ügyfelek elképzeléseit az egyes haszonállatok tekintetében. Sertés teljes körű feldolgozása esetén a válaszadók 39%-a 40-49 EUR, míg 26%-uk 50-59 EUR árintervallumot tart elfogadhatónak. A sertésfeldolgozás tarifájának magasabb szintjei rapid elutasítottságot mutattak a kutatásban résztvevők körében (18. ábra).

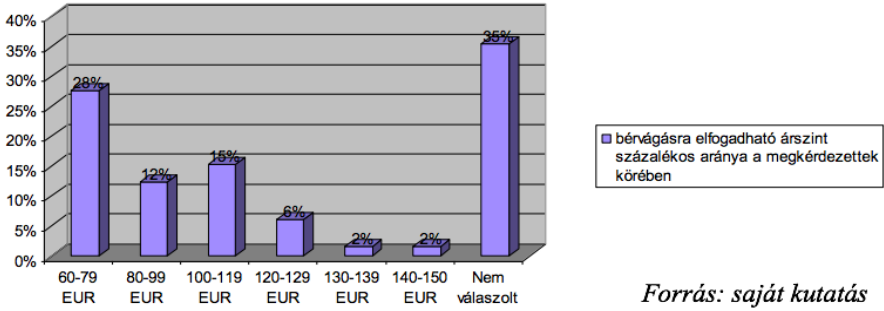


Forrás: saját kutatás

18. ábra: Egy darab sertés bérvágásának elfogadható árintervalluma a válaszadók körében

Figure 18: Acceptable price range for the slaughter of single pig among respondents

Szarvasmarha bérvágásának árszínvonala a válaszadók 39%-a esetében 60-79 EUR, míg 12%-uk esetében 80-99 EUR közötti árintervallumban fogadható el. A 100-119 EUR árszintet a válaszadók szintén jelentős 15%-a elfogadhatónak tartotta (19. ábra).

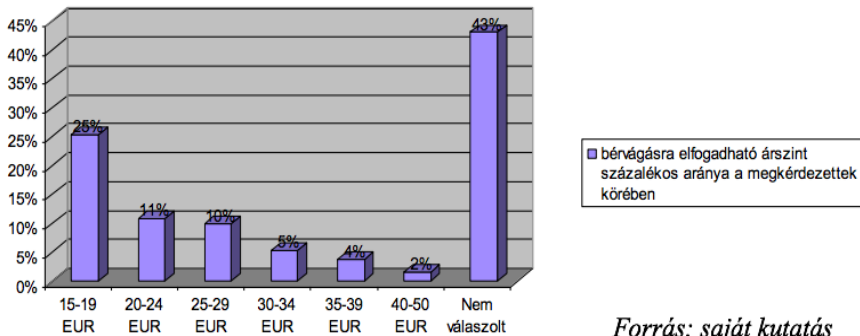


Forrás: saját kutatás

19. ábra: Egy darab szarvasmarha bévégásának elfogadható árintervalluma a válaszadók körében

Figure 19: A reasonable price range for the slaughter for single cattle among respondents

Birka feldolgozására a válaszadók 25%-a 15-19 EUR árintervallumot tart elfogadhatónak, 11%-uk pedig 20-24 EUR mértéket jelölt meg. Birka esetében a nem válaszolók maga aránya visszaigazolja a korábbiakban megállapított magas érdektelenséget a birkahús, illetve a birkahúsból készült élelmiszerek iránt (20. ábra).

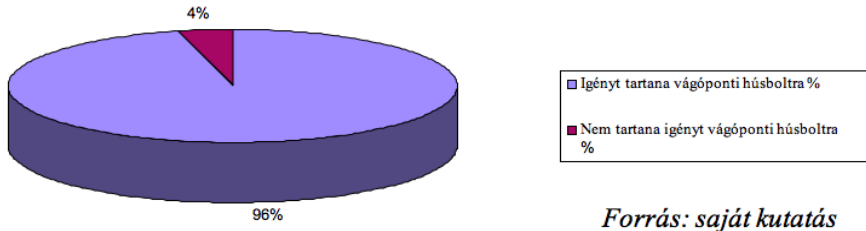


Forrás: saját kutatás

20. ábra: Egy darab birka bévégásának elfogadható árintervalluma a válaszadók körében

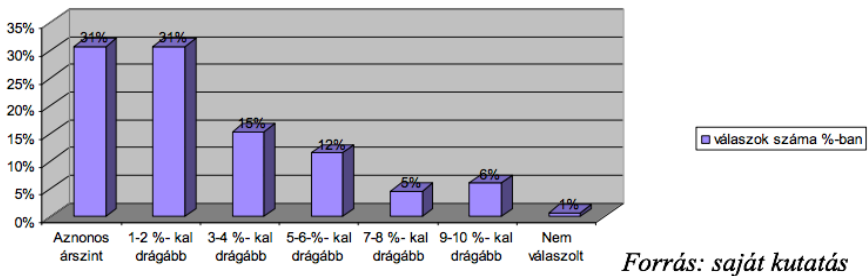
Figure 20: A reasonable price range for the slaughter for single sheep wage cuts among respondents

A kutatás megvizsgálta, hogy a megkérdezettek körében milyen igény mutatkozna egy vágópont saját termékeit forgalmazó húsbolt iránt. Meglepően magas, 96%-os volt a vágópont saját húsboltjára igényt tartók száma (21. ábra).



21. ábra: Vágópont termékeit forgalmazó húsbolt iránti igény a válaszadók körében
 Figure 21: Demand for a butcher shop selling cut-off products

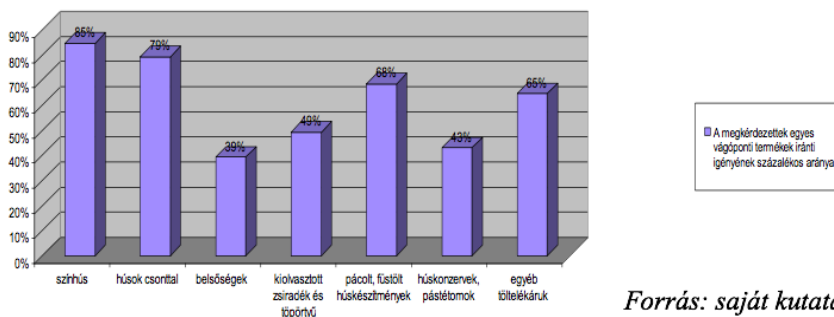
A vágópont húsbolti kínálatának versenyelőnyére már a korábbiakban rámutattunk. A nagyobb fogyasztói bizalmat gazdasági szempontokra lefordítva megvizsgáltuk, milyen előnyöket élveznek a fogyasztók körében a vágóponti üzletek a nagy üzletláncok húsrészlegeivel szemben. A fogyasztók 31%-a nem fogadna el magasabb árszintet vágóponti húsbolt kínálatában. A válaszadók 31%-a viszont már 1-2%-kal lenne hajlandó magasabb árat fizetni a vágópont húsboltjának termékeiért. Megállapíthatjuk, hogy vágóponti húsboltok esetén nem árversennyel célszerű megszólítani a potenciális fogyasztó közönséget (22. ábra).



22. ábra: A válaszadók számára elfogadható árkülönbség a vágóponti boltok és a nagy élelmiszerláncok boltjainak árszínvonalában.

Figure 22: The difference in price level between the point of sale and the big food chain stores is acceptable to respondents.

A vágóponti húsboltok vizsgálatának utolsó lépéseként felmértük a megkérdezettek körében, hogy milyen típusú húsokat, húskészítményeket látnának szívesen a vágóponti húsbolt kínálatában. Színhúst a válaszadók 85%-a, csontos húst 79%, pácolt – füstölt húskészítményeket 68%- a, egyéb töltelékárut pedig 65%-a látna szívesen a vágóponti húsboltjának kínálatában. Nagyságrendileg alacsonyabb igény mutatkozott az olvasztott zsír- töpörtyű, belsőségek és húskonzervek iránt, a válaszadók átlagos 40%-a tartja fontosnak ezen termékek szerepeltetését a vágóponti húsbolt kínálatában (23. ábra).

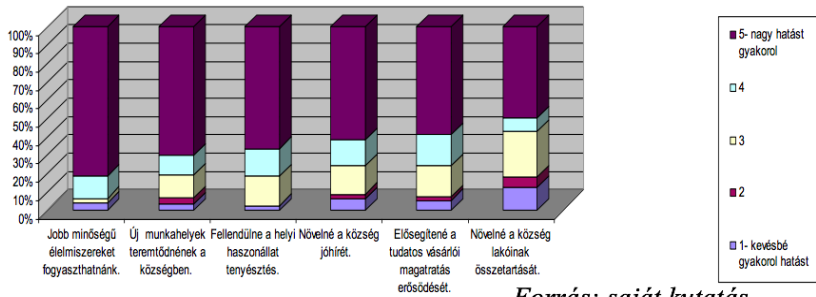


Forrás: saját kutatás

23. ábra: A vágóponti húsboltok termékkínálata iránti igény a fogyasztók körében
 Figure 23: Demand for a range of slaughterhouse meat products among consumers

1.6. A vágópont vidékre gyakorolt hatásának vizsgálata

A kérdőíves kutatás utolsó pontjaként megvizsgáltuk, hogy az adott település életével kapcsolatban a megkérdezettek szerint milyen hatást gyakorolna egy vágópont telepítése. A válaszadók ötös skálán értékelték vágópont létesítésének élelmiszerminőségre, munkahelyteremtésre, haszonállat tenyésztésre, közösség jó hírnevére, tudatos vásárlói magatartásra, valamint közösségi összetartásra véleményük szerint gyakorolt hatását. A válaszadók szerint legnagyobb hatást az élelmiszer minőségre gyakorolna a vágópont létesítése, valamint az új munkahelyek teremtésére és helyi haszonállat tenyésztésre is jelentős hatással bírna egy helyi vágópont. A válaszadók a vágópont telepítésének legkisebb jótékony hatását a közösségi összetartásra látják.



Forrás: saját kutatás

24. ábra: A vágópont vidéki életre gyakorolt hatása válaszadók szerint

Figure 24: Impact of slaughter on rural life according to respondents

2. A KUTATÁS MEGÁLLAPÍTÁSAI

A kutatásban a megkérdezettek mind korcsoportok, mind pedig nemek arányában kiegyensúlyozott reprezentációval rendelkeztek. A kutatási információk alapján az alábbi következtetések vonhatók le:

- 1, A vágópontokra fogyasztói oldalról egyértelmű igény mutatkozik.
- 2, A vágópontok termékeinek helyi gyártása által közvetített megbízhatóság és élelmiszer frisség diverzifikációt biztosít a nagyipari húskombinátok termékeivel szemben.
- 3, A vágópont termékei a konkurens nagyipari húskombinátok termékeivel szemben minimálisan 2% felárral értékesíthetők.
- 5, Egy átlagos 2000 fős lakossággal rendelkező község húspari élelmiszerekre vonatkoztatott becslült vásárlóereje hetente átlagosan 8300 EUR:
 - a, sertés feldolgozásával készített termékek esetén = (heti átlagos vásárlások száma)*(átlagos vásárlási érték)*(aktív háztartások száma) = $2 \cdot 10 \cdot 350 = 7000$ EUR
 - b, szarvasmarha feldolgozásával készített termékek esetén = $0,25 \cdot 15 \cdot 350 = 1312$ EUR.
- 6, A fogyasztói igények alapján a vágópont kínálatának a színhúson felül hideg és melegüzemi technológiával készült húskészítmények is részét kell, hogy képezzék.

7, A vágópontok létesítése egyértelmű pozitív hatást gyakorol a lokális közösségek minőségi élelmiszerellátására, munkalehetőségeinek bővülésére, és az adott mikro-régió jóhírének kialakítására.

Kutatásunk visszaigazolta a nemzetközi szakirodalom által érintett fogyasztói bizalmatlanságot a nagyipari hústermékekkel szemben, ugyanis a fogyasztók felárat is hajlandók fizetni helyi kiskapacitású feldolgozóknál készült élelmiszerek vásárlásakor. A megkérdezett fogyasztók nagyipari húskombinátokkal szembeni bizalmatlanságának alapját a húsok, húskészítmények frissessége (annak hiánya), és a húsminőséget javító kémiai anyagok, növényi eredetű fehérjék (pl. szója), tartósítószer, ízfokozók jelentős használata szolgáltatta. A kutatás egyértelműen visszaigazolta a helyi kiskapacitású húsfeldolgozás erősebb társadalmi beágyazottságának jelentőségét, mely a nyugat-európai viszonylatban is segítette megállítani az ágazat koncentráltóságának kialakulását.

KÖVETKEZTETÉSEK

Tanulmányunkban kísérletet tettünk egy korábban keveset kutatott speciális mezőgazdasági és élelmiszeripari terület, a vágópontok piaci környezetének felmérésére a csallóközi régió vonatkozásában. A kutatás visszaigazolta, hogy sertés és szarvasmarha feldolgozását végző vágópontokra egyértelmű igény mutatkozik, mely biztosíthatja a vidéki mikrorégiók kohéziójának megerősödését. A kutatás által összefoglalt megállapítások a későbbiekben gyakorlati kézikönyv alapjaként szolgálhatnak mindazon élelmiszeripari vállalkozók számára, akik vágópont létrehozása mellett döntenek.

MARKET POTENTIAL FOR INSTALLING SMALL-SCALE SLAUGHTERING SITES IN THE GREAT RYE ISLAND REGION

ANDOR MATUS
János Selye University
Komárno

SUMMARY

The purpose of the study is to provide the market conditions underpinning the justification of slaughtering, such as consumer demand, meat consumption habits, and food trust in the Great Rye Island region. The research could serve as a basis for all rural regions in Slovakia and Hungary which have similar economic and demographic characteristics to the Great Rye Island region. In the framework of a questionnaire survey, we examined the age and gender information of potential consumers, their confidence in large meat plants, their purchasing habits and their purchasing power in relation to meat and meat products. Based on the research data, we explored the extent of the market potential of slaughterhouses, the customer demand for slaughterhouse services, and Research was carried out among the 2000 inhabitants of the village Vásárút, in Great Rye Island. Data and research results were processed using Microsoft EXCEL program and evaluated using charts and tables. The findings of the research have shown that the establishment of a slaughterhouse is primarily advisable for food business operators also breeding livestock, since the added value of the slaughterhouse makes it possible to make the basic non-profitable business activity profitable in the long run.

Keywords: slaughtering point, consumer demand, meat consumption habits, food trust, model

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A tanulmány megírásának elősegítésében köszönetet szeretnék mondani prof. Dr. Ing. Imrich Okenka, Phd. doktoranduszi témavezetőmnek, és a tanulmány lektorálást végző doc. PhDr. Ing. Ladislav Mura, PhD. valamint Dr. habil. Ing. Karácsony Péter, PhD. lektor Uraknak hasznos tanácsaikért, útmutatásukért.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Bahelka I. – Gondeková M. (2016): What is the current quality of cow's meat in Slovakia in comparison with met of bulls?. *Journal of Central European Agriculture*. 17, (1) 1-11
- Belová. A – Smutka. L – Rosochatecká. E – Bazina. A (2012): Competitiveness of domestic production of poultry meat on the EU market and on the world market. *Agris On-line Papers in Economics and Informatics*. 4, (4) 11-25
- Blazkova I. - Chmelikova G. (2015) : The Impact of Import Competition on the Development of Market Concentration in the Czech Food and Beverages Industry. *Proceedings ICABR 2015: X. International Conference on Applied Business Research*.129-135
- Bekman K. (1998): Controlled quality meat: The Dutch experience. *Journal of Food Safety*. 18, (4) 363-370
- Csonka A. (2015): A helyi sertéshús ellátás gazdasági lehetőségei Magyarországon. *The Hungarian Journal of Food, Nutrition and Marketing*. 11, (1-2) 45-52.
- EKO-GEO-CER, (2014): Potravinárska prevádzka s malým objemom výroby (bitúnok a rozrábka mäsa), Čierny Brod. [Online]. <
<https://www.enviroportal.sk/sk/eia/detail/potravinarska-prevadzka-s-malym-objemom-vyroby-bitunok-rozrabka-masa-c> >
- Kotsanopoulos - Konstantinos V. - Arvanitoyannis I. (2017) : Audit results of UK meat companies - critical analysis. *British Food Journal*. 119, (12) 2684-2697
- Pavl'akova S. - Zentkova Iveta. (2015): Competitiveness of Pig farming on the Level of primary Production of Slaughter Animals in the Slovak Republic. *Proceedings from IX. International Conference on Applied Business Research*. 815-824
- Radácsy K. (2008) Útmutató azon élelmiszeripari vállalkozók részére, akik vágópontokat kívánnak üzemeltetni. <
<http://leader-homokhatsag.hu/programok/vagopont.pdf>>
- Schmidt W. (1994): Production, Marketing and Consumption of Animal Products in France. *Berichte über Landwirtschaft*. 72 (2) 265-294
- Slaboch J. – Kotyza P. (2016): Comparison of self-sufficiency of selected types of meat in the Visegrad countries. *Journal of Central European Agriculture*. 17, (3) 793-814
- Taylor E. (2001): HACCP in small companies: benefit or burden?. *Food Control*. 12, (4) 217-222
- 75/2011.(VII.29) VM. A vidékfejlesztési miniszter 75/2011. (VII. 29.) VM rendelete a vágópontok működésének részletes szabályairól.

<[http://www.kormany.hu/download/b/85/70000/MR_2011_075_\(VII_29\)_VMrendelet.pdf](http://www.kormany.hu/download/b/85/70000/MR_2011_075_(VII_29)_VMrendelet.pdf)>

359/2011 Z.z. Nariadenie vlády Slovenskej republiky z 19. októbra 2011, ktorým sa ustanovujú požiadavky na niektoré potravinárske prevádzkarne a na malé množstvá.

http://www.svps.sk/dokumenty/legislativa/SR359_2011.pdf

A szerző címe – Adress of the author:

Matus Andor

Selye János Egyetem

SK-94501, Komárno

4399@student.ujs.sk