

## **AZ ÉLELMISZERVÁLASZTÉK ÚJ IRÁNYZATAINAK JELLEMZÉSE**

### **CHARACTERIZING NEW TENDENCIES OF FOOD SUPPLY**

**PANYOR Ágota - BALOGH Sándor**

**SZTE SZÉF**

**ÉLELMISZERIPARI GAZDASÁGTAN ÉS MARKETING TANSZÉK**

#### **ÖSSZEFOGLALÁS**

Az élelmiszereket eredet szerint csoportosítva a következők lehetnek: saját termelés, boltban és piacon vásárolt élelmiszerek, a közétkeztetésben és vendéglátásban eladásra kerülő termékek és az import élelmiszerek.

A választék bővüléséhez – az önellátási funkciója folytán – a saját termelésű személyes fogyasztás járul hozzá legkevésbé. A vendéglátásban az etnikai ételeket kínáló éttermek választék bővítő hatása a jelentősebb, egyébként kevésbé differenciált a kínálat

Az élelmiszerválasztékban megjelenő új irányzatok közül az előadás a funkcionális, a kényelmi és a bio-élelmiszerekkel foglalkozik bővebben.

Az előadás kiterjed még azokra a várható jövőbeni tendenciákra, melyek meghatározó tényezői az új irányzatok kialakulásának és az ezekhez való alkalmazkodás az élelmiszeripari vállalkozások versenyképességét javíthatja.

#### **ABSTRACT**

The origins of foodstuffs: private production, foodstuffs purchased at shops and markets, foodstuffs sold in communal feeding and in catering trade as well as import foodstuffs.

The consumption of private produce contributes the least to the widening of the selection.

In the catering trade the restaurants offering ethnic specialities exert the most important effect on widening the selection of foodstuffs, on the other hand the supply is less differentiated.

A fogyasztók megtanulták, hogy összefüggés van közérzetük és a felvett táplálék mennyisége és minősége között. Egészségtudatosságuk világszerte növekszik és ennek elmélyülésével az élelmiszertermelő vállalkozások nap, mint nap újabb kihívásokkal szembesülnek, ha a követelményeknek eleget kívánnak tenni.

A követelmények az élelmiszer-terméklánc teljes hosszában, minden fázisban megjelennek.

A nyersanyagtermelő mezőgazdasági fázis a termelésben felhasznált nyersanyagok használata „tisztasága” növekvő igény (nem csupán általános igényként az élelmezésbiztonság szempontjából,), de azért is, mert a fogyasztásban egyre nagyobb súlyú bio-, vagy organikus termékek előállításának feltétele.

Az élelmiszeripari fázis vállalatai – az egyszerűen „csak” tartósított élelmiszerek mellett/helyett a nagyobb hozzáadott értéket képviselő „kényelmi” termékek arányának növelésével lehetnek versenyképesebbek és a meg kell barátkozniuk a nagyobb gyártási kockázatot jelentő „kíméletes” feldolgozási technológiák alkalmazásának gondolatával is. A korszerű táplálkozási követelményekre az élelmiszeripari vállalkozásoknak, például olyan innovációkkal kell reagálni, mint az élelmiszerek feldúsítása rostokkal, fehérjékkel,

vitaminokkal, ásványi anyagokkal, vagy az élelmiszerekben levő zsír, telített zsírsav, cukor, só csökkentése, illetőleg a különböző helyettesítő anyagok, például cukor helyett magas intenzitású édesítőszer vagy fruktóz használata.

Változatosabbá kell tenni a kiszereleési méreteket, figyelemmel arra, hogy: folytonosan csökken a háztartások átlagos létszáma, növekszik az egyszemélyes háztartások aránya.

Az élelmiszeripari vállalkozások termékfejlesztési politikáját nagymértékben befolyásolja az a tény, hogy a gazdaságilag fejlett országokban (de láthatóan már Magyarországon is) gyorsan terjed a „snacking” jelensége, amely kifejezés az otthoni étkezés és a munkahelyi étkeztetés közötti napszakban – általában többszöri alkalommal – elfogyasztott kisebb mennyiségű, nem alapvető élelmiszer bevitelét jelenti.

Általános tendenciaként fogható fel a nem élelmiszeriparba (hanem például a gyógyszeriparba) sorolt vállalkozások növekvő szerepe a különleges élelmiszerek előállításában. Mindenek előtt a funkcionális élelmiszereket és a „healthy food”-okat értjük ide.

Az élelmiszer-termékláncban a kereskedelem termék-innovációja is szembevetendő. Utaljunk itt először is arra, hogy a kiskereskedelmi láncok nagy hipermarketjei egyre szélesebb körben végeznek gyártási tevékenységet és már nem csupán saját boltjaikban, de azon kívül is értékesítenek. Ezekben a hipermarketekben mérhető le egyébként leginkább, hogy a globális élelmiszertermelő vállalatok mennyire súlyponti kérdésnek tekintik a snacking-igények kielégítését: egy közelmúltban végzett felmérés szerint az új termékek döntő hányada ebbe a kategóriába tartozik.

Általános európai tendenciának tekinthetjük a hagyományos élelmiszerek/ételek reneszánszát. 1992 óta Európa-szerte mintegy 4000 olyan, hagyományos élelmiszer került jegyzékbe, amely földrészünk kulináris kincsét jelenti. Magyarországon eddig 300 ilyen tételt jegyeztek be a Hagyományok Ízek Régiók (HÍR)-gyűjteménybe. Jóleső érzéssel állapíthatjuk meg, hogy ebben a gyűjteményben a Dél-Alföld étkei szerepelnek a legnagyobb hányadban. Ez az új irányzat a falusi vendéglátás folytán a mezőgazdasági vállalkozásoknak éppen úgy lehetőséget jelent, mint a hivatásszerű vendéglátásnak, az élelmiszeripari gyártóknak és az élelmiszer-kereskedelmi vállalkozásoknak.

A következőkben az itt felsorolt irányzatok közül hárommal: a funkcionális, a kényelmi, illetőleg a bio-élelmiszerekkel foglalkozunk kissé részletesebben.

**Funkcionális élelmiszerek.** Az élelmiszereknél a nagyarányú választék-bővülés lehetővé tette az élelmiszerek új funkciójának megjelenését: az egészségvédő, betegség-megelőző szerep kialakulását. Az ilyen természetes összetevőket tartalmazó élelmiszereket, az egyes fontos anyagokkal dúsított termékeket nevezük funkcionális élelmiszereknek.

Európában a European Commission Concerted Action on Functional Food Science (FUFOSE-Group) 1999-ben a következő definíciót ajánlotta: „Az élelmiszer akkor tekinthető funkcionálisnak, ha a megfelelő táplálkozás-életteni hatásokon túlmenően, a szervezetben egy vagy több cél-funkcióra kimutatható pozitív hatása van úgy, hogy jobb egészségi állapot vagy kedvezőbb közérzet és/vagy betegségek kockázatának csökkenése érhető el.”

Tehát a funkcionális élelmiszerek csak az egészséges étrenddel és életvitellel összefüggésben értelmezhetők, nem egészségmegőrző vagy betegségmegelőző csodaszerek. Ezen csoportba tartozó élelmiszerek olyan módon feldolgozottak, melyek tápláló jellegük mellett fokozzák a szervezet védekező mechanizmusát, megakadályoznak egyes betegségeket, mint a magas

vérnyomás, cukorbetegség, segítik a szervezet betegségből való felgyógyulását, fenntartják a fizikai és testi kondíciót és lassítják az öregedést.

Az időskorúak számarányának növekedésével ezen új fogyasztói igények megjelenésével lehetőség nyílt a speciálisan ennek a jelentős fogyasztói szegmensnek kifejlesztett funkcionális ételek és a „healthy food” termékek egyre jelentősebb elterjedésére.

A cégek éves szinten milliárdokat költenek a funkcionális élelmiszerek kutatására és fejlesztésére. Azon vállalkozások, melyek funkcionális élelmiszerek előállításával foglalkoznak versenyelőnyre is szert tehetnek versenytársaikkal szemben, hiszen

- ✓ az előállítandó termékek körét fokozatosan tudják bővíteni
- ✓ az igényes, egészségtudatos fogyasztók körét megszerezheti és bővíthetik.

Az említett funkcionális élelmiszerek mellett egyre jelentősebb a dúsított, ún. erősített (fortified) termékek palettája, amely árúk esetében minden esetben feltüntetésre kerül a bevitt, az eredetihez hozzáadott mennyiség. Ez a tápértékjelölés biztosítja, hogy túlságosan sok adag elfogyasztása után se lépjenek fel a túladagolás kedvezőtlen tünetei.

Továbbá meg kell még említeni az ún. étrendi kiegészítők csoportját, amelyek formáit tekintve cseppek, kapszulák, tabletták és sok esetben már nem csak gyógyszertárakban vásárolhatók, hanem az élelmiszerek között és hozzájuk kapcsolódóan is megkaphatók. Ezen termékek valamilyen betegség kockázatát csökkentik rendszeres szedés esetén.

Kényelmi termékek. Európa szerte általános tendencia, hogy az életstílus megváltozásával csökken az emberek ételkészítésre szánt ideje és új étkezési szokások alakulnak ki. Egyre fokozódó igény a fogyasztók részéről, hogy az ételeket rövid idő alatt kényelmesen és egyszerűen lehessen elkészíteni. A feldolgozottsági fok növekedését leginkább az a fogyasztói igény indokolja, hogy a háziasszony minél kevesebb időt töltsön az ételek elkészítésével. Mindez tükröződik az azonnal elfogyasztható élelmiszerek iránti kereslet növekedésében. Amennyiben ez a tendencia tovább erősödik az emberek még nagyobb kényelemre fognak vágni és megjelenik az „extra-praktikus” élelmiszerek iránti igény is. A csomagolás egyre fontosabb szerepet játszik, mivel a vásárlók igénylik a snack-típusú és fogyasztásra kész ételeket. Az azonnali fogyaszthatóság igénye mindinkább előtérbe kerül a fogyasztó szempontjából, így előnybe kerül az olyan termék (és annak csomagolása), amely lehetővé teszi a „menetközben” fogyasztást. Az emberek kényelem és azonnali fogyaszthatóság iránti igényének eredménye, hogy egyéb disztribúciós formák területén is, mint amilyen az élelmiszer-automata, fokozatos növekedés tapasztalható. Az automaták fontos szerepet játszanak a snack-típusú termékek és a hűtött élelmiszerek forgalmazásában.

Biotermékek, vagy organikus élelmiszerek. Az ökológiai minősítésű élelmiszereket „mesterségesen előállított” tartósítószerke, színezékek és adalékanyagok, radioaktív sugárzóanyagok és toxikus anyagokat tartalmazó, szintetikus növényvédő szerek nélkül állítják elő, kizárják a genetikailag módosított szervezetek, antibiotikumok és növekedésserkentők használatát.

A biotermékek látványos fejlődés előtt állnak. Egyes prognózisok szerint a biotermékek aránya az Európai Unióban 2010-re 10-15%-ot érhet majd el.

A kereslet dinamikájának növekedése több tényezőre vezethető vissza, alapvetően jellemző a fejlett országokban a telítődött élelmiszerpiac, valamint az egészséges táplálkozásra való törekvés és az élelmiszerbiztonság kérdése is az érdeklődés középpontjába került.

Az Európai Unióban napjainkban mintegy 5 millió hektáron folyik ökológiai gazdálkodás, ez a mezőgazdasági terület 3,6%-át jelenti. Rendkívül dinamikus a fejlődés Németországban, Ausztriában, Dániában és Svédországban.

Németországban a gyártók kb. 8000 féle bioterméket forgalmaznak és nagy részük az értékesítés mellett már a gyorséttermi kiszolgálásra is berendezkedett. Sok német gyártó szerint az 1-2 adagos „convenience” termékeket érdemes bionyersanyagból készíteni, mivel a „kényelmi” és bioélelmiszerek iránti érdeklődés találkozhat a fogyasztók bizonyos csoportjával.

Magyarországon 130 ezer hektárnyi bioföldterület tartanak nyilván, melyet a Nemzeti Agrár-környezetvédelmi Program keretében 2006-ig 300 ezer hektárra terveznek növelni. A magyar biotermékeknek van jövője, mivel az országban kevés olyan földterület akad, amely ne lenne alkalmas az átállási évek után a biogazdálkodásra. A biogazdálkodás előnyei között kell megemlíteni: a talaj termőképességének javulását, a kisebb energiaköltségeket és az emberi szervezet és az élővilág számára káros és jelentős többletköltséget jelentő peszticidek kisebb mértékű alkalmazását. A hátrányok között szerepelnek viszont az átállási és tanúsítási költségek, az újfajta gazdálkodási módban rejlő kockázat, a kisebb terméshozamok, az új termékek megismertetésének nehézségei és a nagyobb infrastrukturális és személyi költségek.

A magyarországi biotermékek (leginkább: gabonafélék, napraforgó, héj nélküli tökmag, hidegen sajtolt olajok) 95%-a exportra kerül. Gyakorlatilag azt mondhatjuk, hogy az Unió országok korlátlan felvevő piacot jelentenek a hazánkban előállításra kerülő biotermékek részére. Ugyanakkor a hazai kereslet rendkívül lassan bővül, melynek számos korlátja közül a legfontosabb tényezők: kevés és ingadozó kínálatú beszerzési lehetőségek, magas ár, az ismertséget növelő marketing eszközök hiánya.

Megállapíthatjuk, hogy a biotermelés a jövő egyik tartós fejlődési tendenciájává válik. Az ebben rejlő potenciális lehetőségek kiaknázásához a termelési-feldolgozási-értékesítési vertikum kiegyensúlyozott fejlesztésére van szükség. Kiemelendő továbbá, hogy a biotermék-előállítás jelentős nyugat-európai felvevőpiaca biztos és kiszámítható értékesítési lehetőséget jelent a hazai agrártermelőknek is.

A jövő fontos feladata lehet a termelés-feldolgozás-értékesítés teljes vertikumának kiépítése. Ez hatékonyan szolgálhatja a vidék népességmegtartó képességének növelését, új munkahelyek teremtését és a hozzáadott-érték tartalom növelését is.

#### *Következtetések, jövőbeni tendenciák*

- ✓ Az időskorú népesség arányának növekedésével, növekszik az időskorúak sajátos igényeit kielégítő élelmiszerek iránti igény.
- ✓ Fokozódik a gyorsan elkészíthető, konyhakész termékek kereslete.
- ✓ Növekszik a munkahelyi étkeztetés és egyéb házon kívüli étkeztetés jelentősége
- ✓ Fokozódik az érdeklődés az új élelmiszerek és az új eddig ismeretlen táplálkozási szokások iránt.
- ✓ Emelkedik az igény az etnikai konyhák sajátos termékei iránt.
- ✓ A vendéglátóipar egyre fontosabb megrendelőjévé válhat az élelmiszeripar termékeinek és ez megköveteli a sajátos igények rugalmas kielégítését.
- ✓ Az élelmiszer biztonság egyre fontosabbá válik, a cégek könnyen elveszíthetik a fogyasztók márkahűségét, ha valamely termék ártalmasnak bizonyul az egészségre.

- ✓ Növekszik az emberek egészség-tudatossága és környezetvédelem iránti érzékenysége, részletesebb tájékoztatást igényelnek a termékek összetételéről.
- ✓ Egyre inkább jellemző lesz, hogy a fogyasztók a magas hozzáadott érték tartalmú ételeket fogják keresni az üzletekben.
- ✓ A fogyasztók függetlenebbek lesznek, ezért igénylik és értékelik azokat az árukat, melyeket ők akarnak, szemben azokkal, melyeket ajánlanak nekik.

## **IRODALOMJEGYZÉK**

1. Balogh S.- Panyor Á.: Az élelmiszeripari termékfejlesztés jellemző irányai, *Wellmann Oszkár Tudományos Tanácskozás, Hódmezővásárhely, 2002.*
2. Solti G.: Ökogazdálkodás EU feltételekkel, *Az Európai Unió agrárgazdasága, 7.évf. 4.*
3. Erney Gy.: Termékpálya menedzsment a magyar élelmiszergazdaságban. *XLIII. Georgikon Napok: A Vidékfejlesztés és Mezőgazdaság. c. Tudományos Konferencia kiadványa, Keszthely, 2001*
4. Enrichment and Fortification in Food and Drinks. (Szerző nélkül). *A Datamonitor kiadása, London, 2001 dec. 18*
5. Functional Food and Drinks for Specific Conditions and Aliments. (Szerző nélkül). *A Datamonitor kiadása, London, 2001 dec. 18*
6. Snacking: the way we eat now. (Szerző nélkül) *A Datamonitor kiadása, London, 2003 július 18.*