

# A minőségbiztosítás és lehetőségeinek ismerete a magyar kertészek körében

*Mezei Melinda*

Budapesti Corvinus Egyetem, Kertészettudományi Kar,  
Menedzsment és Marketing Tanszék

Érkezett: 2006. december 21.

A emberi szervezetben előforduló káros anyagok közel 70%-a az élelmiszerekkel kerül bevitelre. Ahogy a fogyasztás térben és időben egyre jobban eltávolodik a termeléstől, úgy kerül a fogyasztó mind kiszolgáltatottabb helyzetbe és jut egyre kevesebb hiteles információhoz a vásárolt termékkel kapcsolatban. Ezt az bizalomhiányt hivatott csökkenteni a tanúsított kertészeti termék. Az élelmiszerek feldolgozásánál, előállításánál a késztermék minőségét, biztonságát döntően befolyásolja az alapanyagok minősége, a természetből származó hibát, minőségi romlást, szermaradványt legfeljebb kis részben képes a feldolgozó ipar kiküszöbölni. Az azonban nagyon fontos, hogy a csupán tanúsítvány-orientált szemléletet el kell kerülni (Erdős, 2006).

## Irodalmi áttekintés

Az élelmiszerek piaci sikere a vásárlók értékítéletétől függ (Tomcsányi, 1992), ezért a mezőgazdasági termesztés alapvető célja sem lehet más, mint a fogyasztói igények kielégítése jó minőségű, biztonságos termékekkel. Azonban a mai túltelített, alacsony koncentráltságú és erősen konkuráló piaci viszonyok között ezek már nem a piaci siker meghatározó tényezői, hanem a piacra lépés feltétele. Vásárláskor a vevők a termékek közötti minőségi különbség alapján választanak a régebben megszokott árszempontú szemlélettel szemben (Hofmeister-Totth, 2003). A meghatározásban megtaláljuk a célnak és követelménynek való megfelelést, gazdaságosságot, amely egybekapcsolódik a megbízhatósággal és a vevő elégedettségével (Nótári-Hajduné, 2005). A fogyasztó jogos igénye, hogy megfelelő színvonalú termékhez jusson. Az EU csatlakozás után a magyar mezőgazdaságnak még számos, hosszabb időt igénylő problémát kell megoldani ahhoz, hogy bizakodva tekinthessen a jövő elé.

Az élelmiszeriparban a minőség nem választás dolga, hanem alapvető szükséglet. Ez a minőségi igény áthatja az élelmiszerlánc egészét, a mezőgazdasági termelőtől a primer feldolgozáson át a fogyasztóig (Corbett, 1992). Az élelmiszerlánc teljes ellenőrzésére irányuló törekvést

Európa nyugati felén több évtizede felismerték és alkalmazzák. Magyarországon is több, a '90-es évek elején megrendezett konferencia és publikáció hívja fel a figyelmet a minőség fontosságára (pl. OECD-FM-GATE VTI konferencia 1992), az általános alkalmazásig hosszabb időnek kellett eltelnie, hogy elinduljunk a „minőségi agrárfordulat” felé (Csete-Láng, 1999). Az elmúlt néhány évben azonban fellendülő tendenciát mutat a minőségbiztosítási rendszerek bevezetése a magyar kertészeti vállalkozásokban is. Ez részben a magyar kertészet exportorientációjának, részben pedig a magyarországi élelmiszerforgalmazó hiper- és szupermarketeknek (pl. Spar, Interspar, Lidl) köszönhető, amelyek szigorúan megkövetelik Magyarországon a minőségbiztosított termékek beszállítását. Minőségügyi rendszerből ma már jó néhány rendelkezésre áll, egyesek könnyebben (a kifejezetten termelésre kialakított szabványok), mások nehezebben alkalmazhatók a kertészeti üzemekben.

Kutatásunk azokra a kérdésekre kerestük a választ, hogy

- a magyar kertészeti termékeket előállítók számára mennyi információ áll rendelkezésre a minőségügyi rendszerekről,
- hogyan értékelik a rendszerek jelentőségét,
- milyen problémákat látnak maguk előtt a bevezetéssel és működtetéssel kapcsolatosan, hogyan lehetne támogatni felkészülésüket annak érdekében, hogy versenyképességüket fokozhassák a hazai és az exportpiacokon.

## **Vizsgálati anyag és módszer**

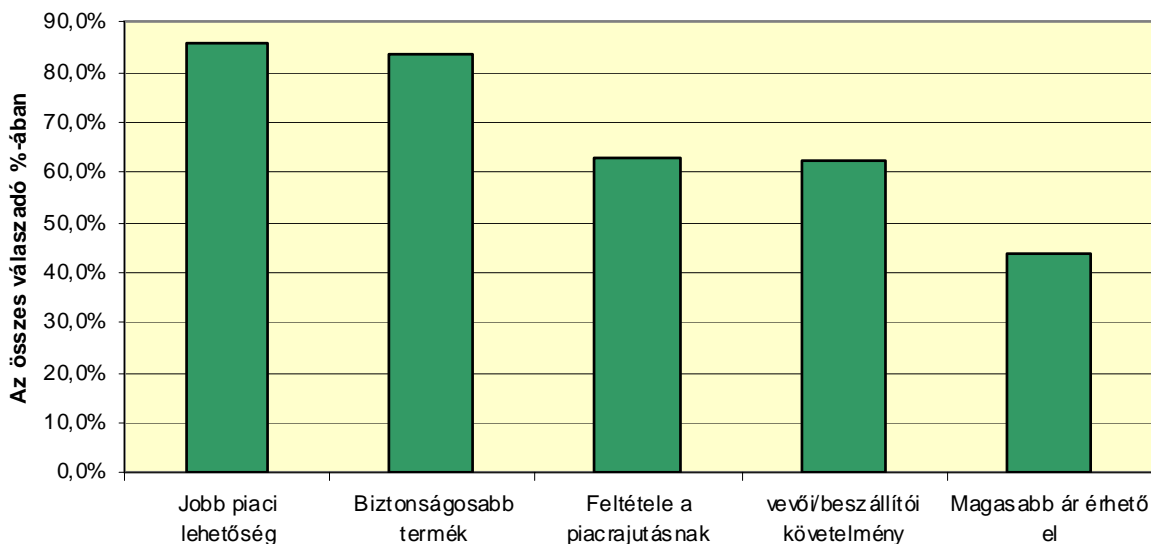
A kérdőíves felmérés módszerét választottuk, amely a minőségügyi szakemberekkel készített felmérés előtt interjúkon alapultak. A felmérést 2005. májusában végeztük. Az adott kertészeti szakember megkérdezése esetén lehetőség nyílt arra, hogy megtudjuk: elégedett vagy elégedetlen a jelenlegi helyzettel illetve, hogy mit ért minőség alatt. A kérdőíves felmérést részben személyes találkozó alkalmával végeztük, részben magyarországi szaklapokban jelentettük meg, továbbá szakmai rendezvényeken, kiállításokon osztottuk szét, hogy minél szélesebb körben érjünk el magyar kertészeti termelőket. Körülbelül 10 000 db kérdőívet juttattunk el a termelőknek, vállalkozásoknak, melyeknek alig 1% érkezett vissza. Így a felmérés nem tekinthető reprezentatívnak, ezért csak tendenciák és általános vélemények, problémák észlelésére alkalmas. A kapott primer adatokat SPSS és Microsoft Excel programokkal dolgoztuk fel.

## 1. A minőségügy jelentőségéről

A megkérdezettek több, mint 55%-a nagyon fontosnak találta a minőségbiztosítási rendszerek jelentőségét, szükségességét a kertészeti termelés terén. További 25%-nyi válasz fontosnak, de nem a legfontosabb kérdésnek tekinti. A visszaküldött kérdőíveken nem volt olyan vélemény, hogy nincs létjogosultsága, értelme a minőségbiztosításnak. A csekély visszaküldési arányból azonban arra következtethetünk, hogy akiket ez a téma nem foglalkoztat, nem érezték szükségesnek, hogy megosszák e véleményüket és nem is foglalkoztak a kérdőív visszaküldésével.

## A minőségbiztosítással kapcsolatos állítások

A megkérdezettek a megadott válaszlehetőségekből választották ki azokat, amelyekkel leginkább egyetértettek, és több lehetőséget is megjelölhettek. Voltak további (negatív) lehetőségek, de mint az első esetben sem, itt sem érkezett pesszimista válasz. Az egyetértés nagyságát az 1. ábra mutatja be.



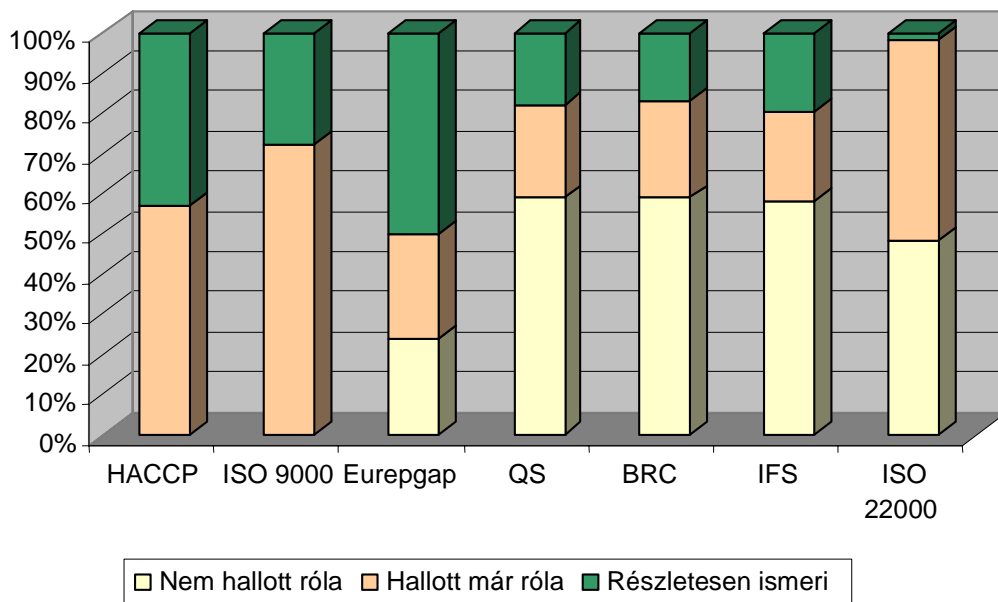
**1. ábra: A válaszadók egyetértése a minőségbiztosításról tett állításokkal kapcsolatosan**

A legmagasabb egyetértést kapta – közel azonos eredménnyel – az a megállapítás, hogy egy minőségügyi tanúsítvány megléte jobb piaci lehetőségeket biztosít (85,7%), illetve az így termelt termék biztonságosabb (83,9%). A válaszok alapján a termelők egyelőre csupán egy megkülönböztető plusznak tekintik a bevezetett minőségügyi rendszert, nem érzik kötelező jellegűnek, úgy vélik, hogy termékeiket enélkül is

biztonsággal értékesíthetik. Ezt támasztják alá a szóban elmondott tapasztalatok, hogy ha egy termékből sok van a piacon, akkor a felvásárlók, bevásárlóközpontok szelekciós eszköznek tekintik a tanúsítványokat, ha hiány van, átveszik a nem tanúsítottat is árkülönbözet nélkül, annak érdekében, hogy a bolti kínálat folyamatos legyen.

### 3. A bevezethető szabványok ismertsége

A 2. ábrán látható a válaszok alapján megállapított szabványok ismerete. Három válasz-lehetőség közül kellett bejelölni, azt, ami legjobban megfelelt a válaszadók tudásszintjének.



**2. ábra: A minőségügyi rendszerek ismertsége a válaszadó kertészek körében**

A HACCP és az ISO 9000-es sorozat esetében minden válaszadó legalább hallott már róluk, nemleges válasz nem érkezett. Legrészletesebb ismertséggel a HACCP rendelkezik, ami érthető is, mivel a minőségügyi munkatársak és belső ellenőrök számára általában legalább egy tanfolyam erejéig kötelező. Az ISO 9000 esetében a 100%-os ismertség várható volt, de az alapos tudással rendelkezők száma kevesebb a vártnál (27,6%). A Magyarországra nem túl régen kerül Eurepgap (2003. vége óta tanúsítható hazánkban) ismerete igen magas, ez magyarázható a rendszer jelenlegi népszerűségével és gyakori követelményként való megjelenésével. A BRC és IFS elsősorban kereskedelmi láncok szabványa, melyeket hűtőházak és feldolgozók alkalmaznak, ezért lehet alacsonyabb a termelők általi ismertségük. A kérdőív kitöltésével körülbelül egy időben nagyon frissen jelent meg az ISO 22000-es szabvány szerinti élelmiszerbiztonsági rendszer, ezért nem csoda, hogy alig ismerték, de azt megállapítható, hogy a beharangozó előszele jól sikerült, hiszen a válaszadók 50%-a már hallott róla.

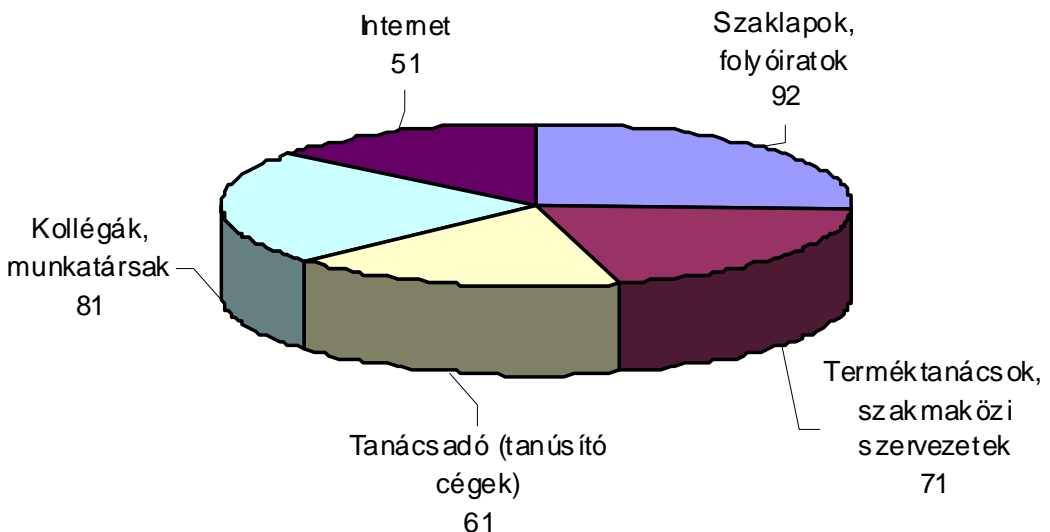
#### 4. Minőségbiztosítási rendszerek alkalmazása

A válaszadók közül a többség, 77,6% (87 db) nem rendelkezett minőségügyi rendszerrel a felmérés idején. A bevezetett rendszerek közül a legtöbb vállalkozás HACCP-t működtetett, szám szerint 12, utánuk az ISO 9000 következett 8 vállalkozásnál.

Ezt a 2 szabványt általában a nagyobb cégek, illetve feldolgozókapacitással rendelkezők alkalmazták. Olyan vállalkozásokkal is találkoztunk, ahol a 2 rendszer párhuzamosan működött. Eurepgap rendszerrel 4 cég rendelkezett, és szintén 4 cégnél állt kiépítés alatt. A miért ezt a rendszert választotta kérdésre jellemzően a kereskedelmi igény válasz érkezett, illetve ha bármelyik rendszerre lesz igény – ez a válasz leggyakrabban az Eurepgap-pel kapcsolatban érkezett –, akkor azt tervezik bevezetni.

#### 5. Információszerzés

Információforrásként legtöbbször a szakfolyóiratokat, újságokat jelölték meg, azután kollégákkal, munkatársakkal folytatott megbeszéléseket hangsúlyozták, harmadik legfontosabb források a terméktanácsok, egyéb szakmai szervezetek, csak ezeket követve jönnek a tanácsadó szervezetek és még kevesebben jelölték a tanúsító cégeket közvetlen információforrásnak. Külön kérdésként szerepelt Eurepgap esetében az akkreditált tanúsító szervezetek ismerete. A minimális ismertség alapján (megközelítőleg csak a már tanúsítvánnyal rendelkező, illetve kiépítés alatt álló cégek ismertek) nem meglepő, hogy információforrásként sem jelölték ezeket.



3. ábra: Minőségügyi információszerzés

A meglepetést mégis az internet népszerűtlensége okozta. Megvizsgálva a vállalkozások méretét és az internet használatot, szoros kapcsolatot találtunk. Az internetet szinte csak a nagyobb területű vállalkozások alkalmazták, illetve a kisebb területen, de nagy értéket előállítók, pl. gombatermesztők. Az 50 ha feletti vállalkozások mindannyian igénybe veszik az internetet, mint információforrást. A tanúsító cégek esetében viszont ez a kapcsolat igen gyenge.

## **6. Információkkal kapcsolatos problémák**

Kiugróan a legnagyobb problémának vélték – a válaszadók 66%-a –, hogy kevés magyar nyelvű tájékoztató anyag van a rendszerekről; ezzel összefügghet az a megállapításuk is (40%), hogy nincsen hová fordulni részletes információért. Ezzel ellentétesen viszont, hogy a válaszadók 30%-ánál nem ütközött nehézségbe a szükséges információk megszerzése, de ezek jellemzően a nagyobb cégek, illetve TЭСz tagok voltak. Megállapíthatjuk, hogy az információáramlás gyenge, azaz még csak részlegesen alakultak ki a minőségüggyel itthon foglalkozó intézmények, szervezetek, cégek elérési útvonalai. A közeljövőben mindenképpen szükség lesz egy a kisebb, elszórtabb termelőket célzó felvilágosító kampányra. A válaszok 45,5%-a szerint a túl sok egymás mellett futó, párhuzamos rendszert is nehézségnek jelölték, miután a termelők – helyzetét az információhiány mellett – a „bőség zavara” is rontja.

## **Következtetések**

Az utóbbi pár évben Magyarországon is egyre több áruházlánc és kereskedelmi partner – főleg az exportra szánt termékek estében – követeli meg beszállítóitól és a termelőktől minőségbiztosítási rendszerek meglétét. A folyamat erősödése várható a további években is. Ha a magyar kertészet versenyképes kíván maradni az európai piacokon, akkor lépést kell tartani versenytársakkal, amihez a minőségi szemlélet magasabb fokú elsajátítása is szükséges, különösen az exportáló vállalkozások körében, ahol ez hamarosan létkérdéssé válik.

Felmérésünk során azt tapasztaltuk, hogy a közép- és főleg a kisvállalkozások többségének nincs kialakult minőség iránti elkötelezettsége, távlati fejlesztési terve. Számukra a legnagyobb probléma, hogy nem képesek kellő mennyiségű terméket előállítani, hogy nagyobb,

állandó piacokra képesek legyenek betörni, így tőlük nem is követeli meg senki a szabványok alkalmazását. Ezen vállalkozások számára a minőségbiztosítási rendszerek költség vonzatuk miatt önállóan el sem érhetők. Megoldást az összefogás, az integrációk kialakításában nyújthat.

A minőséggel kapcsolatos információk a termelőket csak részben és csak kis százalékukat érik el. A válaszokból kitűnik, hogy a kertészeti minőségbiztosítás még komoly kihívás Magyarországon a leterhelő felkészülés és az anyagi terhelés miatt. Tudatosítani kell a vállalkozásokkal, hogy milyen előnyöket nyújthat a minőségirányítási rendszer bevezetése, és mi az, amit nem szabad elvárniuk tőle. Tisztában kell azonban lenni azzal a ténnyel, hogy az alkalmazás önmagában véve még nem biztosíthatja a sikert.

### **Felhasznált irodalom**

- Corbett (1992): A marketing- és a minőségmenedzsment szerepe a magyar élelmiszerek fejlesztésében hazai és export piacokra. A minőség- és marketing menedzsment a versenyképes magyar élelmiszer kulcsa, OECD konferencia, Budapest pp. 17-32
- Csete L.– Láng I. (1999): Az agrárstratégia minőségi dimenziói. MTA-kiadvány, Budapest
- Erdős (2006): Az ISO 22000 szabvány megfelelő alkalmazásának előkészítése, Magyar Minőség XV, 6, pp. 16-22
- Hofmeister-Totth (2003): Wine purchase and personal value based consumer segmentation. Proceedings of the International Wine Marketing Colloquium and Conference, University of South Australia, Adelaide
- Nótári-Hajduné (2005): Economic evaluation of a special Hungarian product. XL. Croatian Symposium on Agriculture with International Participation, Opatija, Marketing Section, pp. 103-104
- Tomcsányi, P. (1992): A marketing és a minőség szerepe az élelmiszerpiac bővítésében. A minőség- és marketing menedzsment a versenyképes magyar élelmiszer kulcsa. OECD konferencia, Budapest, pp. 13-30