

Hagyományos magyar élelmiszerek fogyasztói kedveltségvizsgálatának eredményei

Molnár Pál és Vámosné Falusi Zsuzsa

Központi Élelmiszer-tudományi Kutatóintézet, Budapest

Érkezett: 2003. március 10.

A magyar élelmiszerek általánosan elismert jó minősége két alapvető forrásból táplálkozik. Egyrészt agroökológiai adottságaink (talaj, éghajlat, időjárási és domborzati viszonyok) az agrártermelés szempontjából igen kedvezőek. Másrészt a mezőgazdasági és élelmiszer-előállítói technológia, a munkakultúra és a kiváló élvezeti értéket (sensory value) prioritásként kezelő gyártmányfejlesztés táplálja a magyar termékek jó hírnevét. Több magyar élelmiszer (pl. tokaji bor, libamáj, szegedi és kalocsai fűszerpaprika, PICK és HERZ szalámi) méltán lett híres külföldön is. A jó hírnév mögött a hagyomány és a különböző piacokon megmérettetett kiváló minőség áll.

Hagyományos élelmiszereink jelentős részét vagy csak szűkebb környezetünk ismeri, vagy az elmúlt évtizedekben a feledés homályába veszték. Ugyanakkor a nemzetközi piacokon az ígéretes trendek közé tartozik a magas hozzáadott értékű, valamint a tradíciókhoz, tájakhoz, kultúrákhoz köthető különleges termékek iránt növekvő kereslet. Ilyen szempontból nagyon jelentős Magyarország bekapcsolódása az Európai Bizottság által felkarolt EUROTERRORS (Európa Vidékei) programba, amelynek deklarált célja a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek országos gyűjteményének összeállítása [1, 2].

A Hagyományok – Ízek – Régiók (HÍR) Program eredményeként, melynek hazai irányítását a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium Európai Integrációs Főosztálya és gyakorlati koordinációját az FVM Agrármarketing Centrum végzi, több mint 300 hagyományos élelmiszertermék részletes leírását tartalmazó gyűjtemény készült el [3]. Érdekes szembesülni az időben, térben, a különböző népcsoportok és társadalmi rétegek hagyományai és ízlésvilága által kialakított, részben ma is fogyasztott vagy ígéretes emléktermékként megjelenő hagyományos és tájjellegű élelmiszereinkkel.

Szükségeseknek véltük ezen termékek fogyasztói megítélésének felmérését további következtetések levonása és különböző ajánlások előkészítése céljából. Az összegyűlt termékek közül 56 legalább 50 éves múlttal rendelkező és hagyományos ízeket reprezentáló „magyaros” jellegű

élelmiszert választottunk ki a tervezett fogyasztói kedveltségvizsgálatra. Ezek közül a legtöbb sajt (18) és hústermék (12) volt, továbbá 9 édesség, 7 sütőipari termék, 6 italféleség és 4 csemege jellegű termék kedveltségvizsgálatára is sor került. A kiválasztott élelmiszerek közül 28 termékre sikerült 50 feletti fogyasztói értékelést összegyűjteni, ami már megalapozott következtetések levonására adhat lehetőséget. A többi 28 terméket kevesebb, mint 50 fogyasztó bírálta el, de a megfelelően értékelt fogyasztói bírálati adatokból már szintén elfogadható következtetések vonhatók le kedveltségükre vonatkozóan.

A Központi Élelmiszer-tudományi Kutató Intézet munkatársai a „hagyományos magyar” termékeket bemutató kiállítások és rendezvények keretén belül szervezték meg a fogyasztói érzékszervi bírálatokat. Ezen kóstolások egyúttal a termékek népszerűsítéséül is szolgáltak, amelyek egyes esetekben felelevenítették a bírálatban résztvevők termékekkel kapcsolatos kulturális, néprajzi és turisztikai ismereteit és emlékeit, vagy – különösen a külföldi látogatók körében – érdekes összehasonlítási alapul szolgáltak.

Az érzékszervi vizsgálatokban összesen közel 400 fogyasztó vett részt. A 15 látogatócsoport túlnyomórészt különböző korú felnőttekből állt és összetételük rendkívül változatos volt. A 327 magyar és 65 külföldi résztvevő döntő többsége közvetlen szakmai ismeretekkel rendelkezett mind az élelmiszer-feldolgozás, mind az élelmiszerek élvezeti értékének megítélése terén. Ezáltal a leadott minősítések jobban általánosíthatók, mint a szakismeretet nélkülöző fogyasztói vélemények. Megjegyzendő, hogy a bírálati kapacitást és a termékek tárolhatóságát figyelembe véve a fogyasztók alkalmanként legfeljebb 15-20 terméket voltak képesek elbírálni és a kedveltség szintjét megállapítani.






A fogyasztói vélemény rögzítéséhez egy könnyen áttekinthető és egyszerűen kivitelezhető módszert alakítottunk ki, amelyet termékenként magyar és angol nyelvű leírással kaptak kézhez a bírálatban résztvevők, akik a kedveltség mértékét a stilizált arckifejezéseknek megfelelően a bírálati lap szélének beszakításával jelölték meg a következő kategóriák szerint: „kiváló”, „jó”, „közepes”, „még megfelelő” és „nem megfelelő” [3]. Minden fogyasztói bírálati lapra rögzítettük a termék nevét és rámásoltuk a bírálandó termék csomagolásának legjellemzőbb oldalát (képanyagát) is a pontos tájékoztatás és az esetleges mintatévesztés elkerülése érdekében. Az 1. ábra „Kulen” elnevezésű gyorsérlelésű, száraz vastagkolbászra kialakított bírálati lapot mutatja.

**HAGYOMÁNYOS MAGYAR
ÉLELMISZEREK FOGYASZTÓI
KEDVELTSÉGVIZSGÁLATA**

Kérjük kedves vendégeinket, hogy a kedveltség mértékét a stilizált arckifejezéseknek megfelelően, a bírálati lap szélének beszakításával (a szaggatott vonal mentén) szíveskedjenek jelölni.

**CONSUMER'S PREFERENCE OF
TRADITIONAL HUNGARIAN FOODS**

Please dear guests, break in the paper along the dotted line under the figure which best describes how you feel about this product.

Nem megfelelő Dislike a lot	Még megfelelő Dislike a little	Közepes Neither like nor dislike	Jó Like a little	Kiváló Like a lot
				

**„KULEN”
VASTAGKOLBÁSZ
„KULEN” SAUSAGE**



1. ábra: A Kulen kolbász termékre alkalmazott bírálati lap

A fogyasztói értékítélet számszerűsítése a kategóriákhoz rendelt számérték (1-től 5-ig) egyszerű számtani átlagával, de a gyakoriságokon alapuló súlyozott átlagértékekkel vagy csak a %-ban megadott gyakorisággal is lehetséges. Kiegészítő komprimált információt szolgáltatnak a termékre és termékcsoportokra számított súlyozott szórásértékek, amelyek a fogyasztói értékítéletek, azaz a kedveltség ingadozásának nagyságára engednek következtetni.

A kedveltségvizsgálati eredményeket termékcsopontonként az 1. táblázat tartalmazza, amelyeket a kedveltségi átlagpontszámok alapján rangsoroltuk. A minősítő jelzőket a pontszám tartományok figyelembevételével a következők szerint határoztuk meg: „kiváló” 4,5-5,0; „jó” 3,5-4,4; „közepes” 2,5-3,4; „még megfelelő” 1,5-2,4. A táblázatok tartalmazzák a bírálatok száma (n), a súlyozott szórásértékeket (s) és a pontszámok gyakoriságának megoszlását is.

1. táblázat: Hagyományos magyar termékek kedveltségvizsgálatának termékcsopontonkénti eredményei

Termékcsoport	n	\bar{x}	s	Minősítés
Édesség (9 termék)	594	4,7	0,16	„kiváló”
Italok (6 termék)	307	4,4	0,19	„jó”
Sajtok (16 termék)	1108	4,3	0,16	„jó”
Hústermékek (12 termék)	1070	4,2	0,20	„jó”
Sütőipari termékek (7 termék)	385	4,0	0,38	„jó”
Csemegék (4 termék)	230	3,9	0,33	„jó”

A termékcsoportok közül egyedül az édességek fogyasztói kedveltsége érte el a „kiváló” szintet (2. táblázat), ami elsősorban az ide sorolt mézek (5 termék) magas minőségi színvonalára vezethető vissza. Az összes vizsgált hagyományos termék közül a legnagyobb átlagpontszámot az „Akácméz” kapta. Korszerű, tetszetős csomagolásban (amit jelen vizsgálatsorozat keretében nem minősítettek a fogyasztók) ez a termék bizonyára tovább növelné a magyar akácmézek meglévő elismertségét. Hasonlóan magas átlagpontszámot kapott, de a fogyasztói vélemények kissé nagyobb megosztottságát jelző nagyobb szórásértékkel, a „Konyakos meggy”, a „Sárgabarack lekvár” és a „Selyemfű-méz”. Ebben a termékcsoportban csak a „Tibi csokoládé” kapott igen nagy szórásérték mellett „jó” minősítést. Ezen termékek egységesen kedvező megítélését az alacsony átlagos szórásérték mellett más, itt nem részletezendő statisztikai mutatószámok (pl. a fogyasztói csoportok közötti kedvező variancia-értékek) is igazolják.

2. táblázat: Édességek fogyasztói kedveltség-vizsgálatának eredményei

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Akácméz	28	4,9	0,31	25	3	0	0	0
Selyemfű-méz	16	4,8	0,40	13	3	0	0	0
Sárgabarack lekvár	170	4,8	0,46	140	26	4	0	0
Konyakos meggy	54	4,8	0,61	46	3	5	0	0
Szelídgesztenye-méz	57	4,7	0,55	40	15	2	0	0
Medvehagyma-méz	99	4,6	0,63	69	22	8	0	0
Negro	38	4,5	0,69	23	13	1	1	0
Hársméz	50	4,6	0,73	32	16	1	0	1
„Jó”								
Tibi csokoládé	82	4,3	0,85	42	25	12	3	0

A hagyományos élvezeti cikkek pozitív fogyasztói fogadtatását jelzi, hogy a termékcsoportok átlagértékeit tekintve az „Italok” kerültek a második helyre (3. táblázat), és kaptak - igen magas pontszámok mellett és alig elmaradva az átlagosan „kiváló” szinttől – „jó” minősítést. A vélemények ingadozása gyakorlatilag azonos az édességekével. Bár kissé kevés bírálati eredmény született, de a fogyasztók bevont köre „kiváló”-ra értékelte a „Dreher sör”, a „Gönczi barackpálinka”, a „Szatmári szilvapálinka” és a „Tarpai szilvapálinka” termékeket. A „Mecseki itóka”

(egy hagyományos keserű likőr) és a „Szabolcsi almapálinka” az italok közül „jó” minősítést kapott.

3. táblázat: Italok fogyasztói kedveltség-vizsgálatának eredményei

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Dreher sör	16	4,8	0,45	12	4	0	0	0
Gönczi barackpálinka	20	4,8	0,55	16	3	1	0	0
Szatmári szilvapálinka	44	4,5	0,66	25	15	4	0	0
Tarpai szilvapálinka	45	4,5	0,78	30	11	2	2	0
„Jó”								
Mecseki itóka	80	4,4	0,93	47	19	10	3	1
Szabolcsi almapálinka	102	4,2	0,84	41	42	16	2	1

A legnagyobb termékszámot felmutató „Sajtok” termékcsoport (4. táblázat) – a termékcsoportok legkisebb szórásértékével – „jó” besorolást kapott. A termékek közül „kiváló” lett a „Füstölt Füzesi tehéngomolya” és a „Palóc tehéngomolya”, valamint a „Lajta sajt”, míg az összes többi sajt „jó” minősítést nyert el. Közöttük található a „Köményes sovány sajt”, amely a „Teasajttal” együtt – különböző gyakoriság mellett – 5-től 1-ig minden pontszámból kapott. Egyedül a „Körös füstölt sajt” átlagpontszáma került 4,0 alá és állt be 3,7-re, de „nem megfelelő” minősítést senkitől sem kapott.

A hús termékek átlagosan szintén „jó” szintet értek el (5. táblázat), melyek közül a legnagyobb átlagpontszámot a „Libamáj zsírjában” kapta. Ezen kívül a várakozásnak megfelelően a világhírű „Pick szalámi” és egy nem nagyon ismert magyar specialitás, a sertés patkóbélbe töltött, paprikás-fűszeres „Csabai gömböc” lett „kiváló”. Alig maradt el a „kiváló” szinttől a „Stifolder kolbász”, amely sertés és/vagy marhahúsból és szalonnából készült, valamint a csípős paprikával, borssal, sóval és fokhagymával fűszerezett száraz vastagkolbász. A hústermékek közül csak a „Csemege debreceni főtt kolbász” nem érte el a 4 pontos átlagot. A termékcsoport összességében kedvező fogyasztói megítélését – az átlagpontszám mellett – az előző termékcsoportokhoz hasonlóan alacsony szórásérték is jelzi.

4. táblázat: Sajtok fogyasztói kedveltség-vizsgálatának eredményei

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Füstölt Füzesi tehéngomolya	26	4,8	0,37	22	4	0	0	0
Palóc füstölt tehéngomolya	69	4,5	0,66	39	24	6	0	0
Lajta sajt	102	4,5	0,67	65	27	10	0	0
„Jó”								
Csöregi kecsketrapista	17	4,4	0,71	9	6	2	0	0
Palóc tehéngomolya	99	4,4	0,74	51	37	9	2	0
Göcsei kecskegolyoma-natúr	66	4,4	0,77	38	19	8	1	0
Derby sajt	24	4,3	0,61	8	14	2	0	0
Zalai füstölt sajt	119	4,3	0,74	48	56	12	3	0
Óvári sajt	68	4,3	0,75	33	26	8	1	0
Szekszárdi csemege sajt	58	4,3	0,77	26	25	5	2	0
Göcseji csemege sajt	85	4,3	0,83	40	30	12	3	0
Juhsajt	63	4,2	0,88	29	19	13	2	0
Köményes sajt	63	4,2	0,91	30	20	11	1	1
Ilmici sajt	35	4,2	0,92	15	14	3	3	0
Teasajt	64	4,2	0,97	32	19	9	3	1
Kőrös natúr sajt	55	4,0	0,65	12	32	11	0	0
Kőrös füstölt sajt	21	3,7	0,86	3	10	6	2	0

5. táblázat: Hústermékek fogyasztói kedveltség-vizsgálatának eredményei

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Libamáj zsírjában	44	4,8	0,55	37	6	0	1	0
Pick szalámi	21	4,5	0,75	13	5	3	0	0
Csabai gömböc	35	4,5	0,89	24	6	3	2	0
„Jó”								
Stifolder kolbász	122	4,4	0,81	69	36	13	4	0
Libaszír	57	4,3	0,75	25	24	7	1	0
Libatepertő	169	4,3	0,82	92	48	25	4	0
Makói betyáros kolbász	55	4,1	0,83	19	21	14	1	0
Kulen vastagkolbász	182	4,1	0,96	72	68	31	7	4
Csabai házikolbász	153	4,1	0,96	69	46	26	12	0
Bácskai szárazkolbász	91	4,1	0,98	41	29	14	6	1
Gyulai szárazkolbász	89	4,0	1,00	35	28	17	9	0
Csemege debreceni főtt kolbász	52	3,9	0,84	12	24	13	3	0

A 7 db sütőipari terméket magában foglaló termékcsoport fogyasztói pontszámai mutatták fel a legnagyobb ingadozást (6. táblázat). Míg az „Orosházi banán”, amely egy édes-tésztából készített vágott süteménykülönlegesség, „kiváló” besorolást kapott, addig három termék is 4,0 pont alatt maradt. Ezek közül a „Mézes kalács” csak „közepes” szintet ért el. Érdekes hagyományos magyar termék a „Kulcsos kalács”, amely azonban nem normál eloszlás mellett sok „kiváló” és sok „közepes” minősítést felmutatva – átlagosan csak 4,0 pontot ért el. Ugyanakkor e hagyományos sütőipari termékek jelentették a legtöbb kellemes meglepetést a fogyasztói csoportok számára.

6. táblázat: Sütőipari termékek fogyasztói kedveltség-vizsgálatának eredményei

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Orosházi banán	23	4,6	0,58	15	7	1	0	0
Burgonyás kenyér	167	4,2	0,78	65	75	25	5	0
Kukoricás kenyér	57	4,2	0,79	24	25	6	2	0
Kulcsos kalács	36	4,0	1,04	17	4	13	2	0
Paprikás kifli	46	3,6	1,08	10	18	11	5	2
Kemencelángos	26	3,5	1,03	5	8	10	2	1
„Közepes”								
Mézes kalács	30	3,1	1,20	2	13	6	5	4

A „Csemegék” termékcsoport csak 4 termékből áll, amellyel nem tükrözik megfelelően a Magyarországon fellelhető ilyen típusú termékek körét. Minőségük is jelentősen elmaradt az ilyen besorolású termékekkel szemben támasztható követelményektől (7. táblázat). Csak a „Kovássos uborka” átlagos pontszáma került a 4,0 fölé és kapott a „Napraforgó maggal” együtt „jó” minősítést. A vizsgált „Kovássos uborka”, amit Magyarország más tájain is készítenek, egy valóban 1786-ig visszadatálható hagyományos terméktípus. Ez a tejsavas erjesztésű uborka igen kedvező ízhatású és jól kézben tartott technológiai folyamatokkal kellemesen ropogós állományú terméket eredményez. A vizsgált termék nem mindenben elégítette ki a fogyasztók elvárásait, amit az adott pontok széles skálája mutat. A „Tökmag” és a „Búzacsíra málé” nagy szórásérték mellett csak „közepes” fogyasztói minősítést kapott. Különösen az előbbi termék pirítottan és enyhén sózottan elkészítve Magyarországon igen népszerű.

**7. táblázat: Csemegék fogyasztói kedveltség-
vizsgálatának eredményei**

Termék neve	n	\bar{x}	s	Pontszámok gyakorisága				
				5	4	3	2	1
„Kiváló”								
Kovászos uborka	179	4,1	0,87	68	74	30	5	2
Napraforgómag	13	3,8	0,80	3	5	5	0	0
„Közepes”								
Tökmag	21	3,3	0,96	1	9	7	3	1
Búzacsíra málé	17	3,1	1,20	2	4	6	3	2

A 15 fogyasztói csoport kedveltségbírálati eredményeinek egymással való összehasonlítása bizonyos tendenciákra utal, amelyek korábbi kutatásaink megállapításaival igen jól egybeesnek [4].

Ezek a következőkben foglalhatók össze:

- A fogyasztóként bíráló szakértők átlagpontszámai általában alacsonyabbak a többinél. Ezt támasztja alá az a tény, hogy kizárólag a hatósági ellenőrök és az EuroFoodChem X. Konferencia szintén szakértő résztvevőinek átlagpontszámai maradtak 4,0 alatt. Ugyanakkor a szórásértékek is alacsonyabbak, ami az általuk kialakított egységesebb megítélést jelzi.
- A laikus fogyasztók ezzel szemben a legtöbb terméket magasabb pontszámmal jellemezték a többi csoporthoz képest, ami egyes esetekben minőségi kategória-változást is okozott. Ugyanakkor az ingadozást jellemző szórásértékek – nem kevés terméknel kétszeresen-háromszorosan – meghaladták az előzőekben említett csoportok szórásértékeit.
- Az érzékszervi vizsgálatokkal nem foglalkozó élelmiszeripari szakemberek pontszámai általában a két előző csoport szélsőértékei között helyezkedtek el mind a termékekre vonatkozó átlagértékek, mind a szórásértékek vonatkozásában.
- Az előző megállapítások hasonló jelleggel fellelhetők a külföldi résztvevők kedveltségi adataiban is. Ugyanakkor igen figyelemre méltó az a tény, hogy a külföldi, nem szakértőnek számító fogyasztók a vizsgált termékeket – néhány ténylegesen gyengébb minőségű terméktől eltekintve – lényegesen jobbra értékelték a hazai bírálóknál. A külföldi

résztevők viszonylag csekély száma miatt azonban ez a megállapítás csak jelzésértékűnek tekinthető.

- A fogyasztói csoportok kedveltségvizsgálati eredményeinek átlagait és szórásértékeit termékenként statisztikai módszerekkel aszerint is elemeztük, hogy találunk-e közöttük szignifikánsan eltérést kimutató különbségeket. A többszörösen elvégzett t-próba eredményei arra engednek következtetni, hogy a korábbi megállapításokat megerősítve az átlagosan 15-20 tagú fogyasztói csoportok 0,8–nál nagyobb átlagpontszám eltérése itt is szignifikánsnak tekinthető (8. táblázat). A kisebb csoportlétszámmal vizsgált termékek esetében azonban csak az ennél nagyobb eltérések szignifikánsak.

8. táblázat: Egyes hagyományos élelmiszerek kedveltségadatainak szignifikancia vizsgálata t-próbával

Termék neve	n_1	\bar{x}_1	n_2	\bar{x}_2	Δx	p%	Eltérés szignifikancia szintje
Csabai kolbász	17	3,4	19	4,6	1,2 ^{xxx}	99,95	„nagyon erősen szignifikáns”
Gyulai szárazkolbász	16	3,3	24	4,5	1,2 ^{xxx}	99,9	„nagyon erősen szignifikáns”
Libatepertő	15	3,7	27	4,8	1,1 ^{xxx}	99,9	„nagyon erősen szignifikáns”
Lajta sajt	15	3,5	22	4,7	0,8 ^{xx}	99,8	„erősen szignifikáns”
Kulen vastagkolbász	21	3,4	36	4,4	1,0 ^{xx}	99,7	„erősen szignifikáns”
Szabolcsi almapálinka	20	3,8	23	4,7	0,9 ^{xx}	99,6	„erősen szignifikáns”
Tibi étcsokoládé	8	3,5	22	4,6	1,1 ^{xx}	99,5	„erősen szignifikáns”
Köményes sajt	18	3,8	21	4,7	0,9 ^x	98,9	„szignifikáns”
Kulcsos kalács	20	3,7	16	4,4	0,7	94,9	„nem szignifikáns”
Szelídgesztenye méz	7	3,7	13	4,9	1,2	88,9	„nem szignifikáns”

Az összességében nagy volumenű fogyasztói kedveltségvizsgálatok eredményei alapján az 56 hagyományos élelmiszerre vonatkozóan a következő általános következtetések vonhatók le:

- A 15 fogyasztói csoport kedveltség-adatai alapján a vizsgált hagyományos élelmiszerek 34 %-a (19) „kiváló”, 61 %-a (34) „jó”, 5 %-a (3) „közepes” minősítést kapott. A termékek közül egy sem került a „még megfelelő” vagy „nem megfelelő” kategóriába. A termékcsoporthoz az édességek a „kiváló” kategóriába kerültek, a

többi 5 termékcsoporthoz „jó” minősítést kapott. A vizsgált termékek fogyasztói kedveltsége ennek megfelelően igen kedvezőnek mondható, és a hagyományos magyar élelmiszerek széles spektruma kellemes meglepetéssel szolgált mind a hazai, mind a külföldi fogyasztói bírálatban résztvevők számára.

- A fogyasztói megítélés szubjektivitása következtében az ilyen kedveltségvizsgálati eredmények mindig széles skálán ingadoznak. Ezért van szükség minél több fogyasztó bevonására, hogy a minősítés eredménye megbízható alapot adjon a helyes következtetések levonására. A fogyasztói csoportok termékekre adott átlagpontoszámai közötti különbségek legtöbbször elfogadható határok között mozogtak, de egyes esetekben „nagyon erősen szignifikánsan” eltértek egymástól.
- A minták elbírálása nem terjedt ki a csomagolásra és a jelölésre, hanem – a kialakított és kedvező tapasztalatokkal alkalmazott módszernek megfelelően – kizárólag az élvezeti értéken alapuló termékpreferenciák megállapítására irányult. A hagyományos élelmiszerek csomagolása – néhány kivételtől eltekintve – jelentős mértékű korszerűsítésre, fejlesztésre szorul, amennyiben a helyi forgalmazáson túllépve az egész országban és remélhetően külföldön is kereskedelmi forgalomba kerülnek. A csomagolás korszerűsítését követően a „kiváló” fogyasztói minősítést kapott termékek egy része eséllyel pályázhat a „Kiváló Magyar Termék” védjegy elnyerésére is.

Irodalom

1. Szabó, E.: A hazai fogyasztó és a regionális élelmiszerek „Hagyományok-Izek-Régiók”Élelmiszerkincsünk az EU csatlakozás küszöbén Szakmai Konferencia kiadványa, Budapest, 2002.05.15., EOQ MNB, 58-67.
2. Pallóné Kisérdi Imola: A Hagyományok-Ízek-Régiók (HÍR) Program eredményei és perspektívái (2003) 4, 216-222
Élelmiszervizsgálati Közlemények **49**
3. Farnadi Éva: Az FVM Agrármarketing Centrum Kht. szerepe a Hagyományok-Ízek-Régiók Programban
Élelmiszervizsgálati Közlemények **49** (2003) 4, 232-237
4. Dr. Pál Molnár and Zsuzsa Vámos-Falusi: Consumers preference investigations results of selected traditional Hungarian food products
Hungarian Agricultural Research **10** (2001) 3, 18-21