

„ÉLELMISZERIPARI KÖRKÉP 2017”
HÚSFELDOLGOZÁS

Sertéshús fogyasztási szokások

Szücs István - Vida Viktória – Szakály Zoltán

Debreceni Egyetem

Gazdaságtudományi Kar



**DEBRECENI
EGYETEM**



NEMZETI
AGRÁRGAZDASÁGI
KAMARA

Budapest. 2017. október 17.

SZÉCHENYI 2020



Európai Unió
Európai Mezőgazdasági
Vidékfejlesztési Alap



A VIDÉKI TÉRSÉGEKBE BERUHÁZÓ EURÓPA

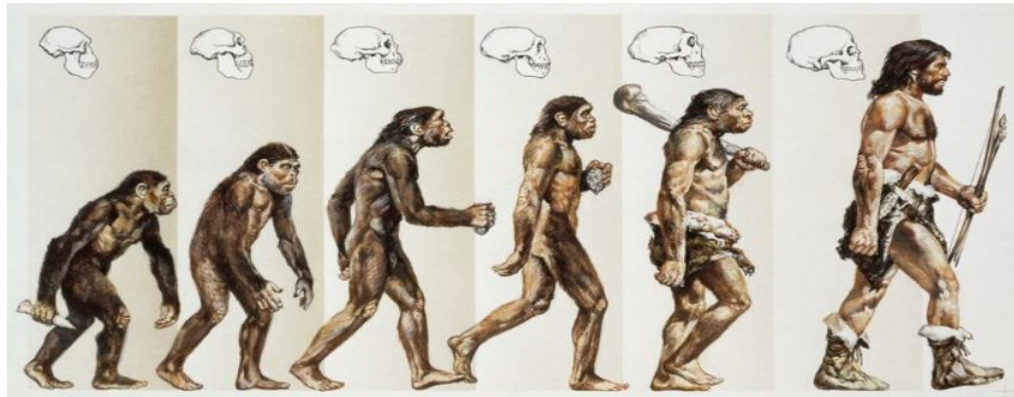
Az EMVA támogatások végrehajtására kijelölt hatóság
a Miniszterelnökség Vidékfejlesztési Program Irányító Hatósága.

Struktúra

- Húsfogyasztás
 - Szükségessége
 - Globális helyzet
 - Hazai helyzet
- Fogyasztói igények
- Fogyasztói attitűdök
- Védjegyek
- Közösségi marketing



Az ember mindenevő, mindig is az volt és még ma is az, így a húsról és az állati eredetű élelmiszerekre szüksége van!





Húsfogyasztás

MÉRTÉK / ARÁNYOK I.



- A hús évezredek óta kiemelt szerepet játszik az emberiség ételmezésében;
- A hús termelése és fogyasztása összefügg a mezőgazdaság termelési kultúrájának fejlődésével;
- A hús alapvető emberi étel, de soha nem volt olyan olcsó, könnyen elérhető, és soha nem fogyasztották olyan nagy mennyiségben, mint napjainkban;
- Az egészséges, kiegyensúlyozott táplálkozáshoz a húsfogyasztás ugyanúgy hozzátartozik, mint a gabona, zöldség, gyümölcs, vagy a tejfogyasztás;
- Ha hosszú távon bármelyiket is mellőzzük, az hiánytünetekhez, majd ebből kifolyólag súlyosabb kórképek kialakulásához vezethet;



Húsfogyasztás

MÉRTÉK / ARÁNYOK II.



- A húsfogyasztás az utóbbi 40 évben világszerte megháromszorozódott;
- A húsok magas biológiai értékű fehérjét tartalmaznak, előnyük a növényi eredetű élelmiszerekkel szemben, hogy teljes értékűek, azaz az összes esszenciális (nélkülözhetetlen) aminosavat tartalmazzák;
- A húsokban lévő ásványi anyagok (pl. szelén, cink, vas) felszívódása jó;
- A húsfogyasztás hiánya vashiányhoz vezethet;
- A B12-vitamin csak a húsokban, valamint a tejben és tejtermékekben található meg;
- A húsfélékhez sorolható máj a legfontosabb A-, és D-vitaminforrás, de ezen kívül jelentős a B2-, B6-vitamin és niacin tartalma is;

A globális egy főre jutó húsfogyasztás (*hal és halászati termékek nélkül*) alakulásának prognózisa (2015-2025)

Me.: kg/fő/év

Megnevezés	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Baromfihús (rtc)	13,48	13,65	13,78	13,83	13,86	13,93	13,98	14,03	14,09	14,14	14,20
Sertéshús (cwe)	12,48	12,43	12,43	12,46	12,49	12,50	12,51	12,52	12,53	12,54	12,54
Marha- és borjúhús (cwe)	6,43	6,49	6,50	6,51	6,56	6,58	6,60	6,62	6,63	6,65	6,67
Birkahús (cwe)	1,71	1,72	1,73	1,75	1,77	1,80	1,82	1,84	1,86	1,87	1,89
Összesen	34,10	34,28	34,44	34,55	34,68	34,81	34,92	35,01	35,12	35,21	35,29

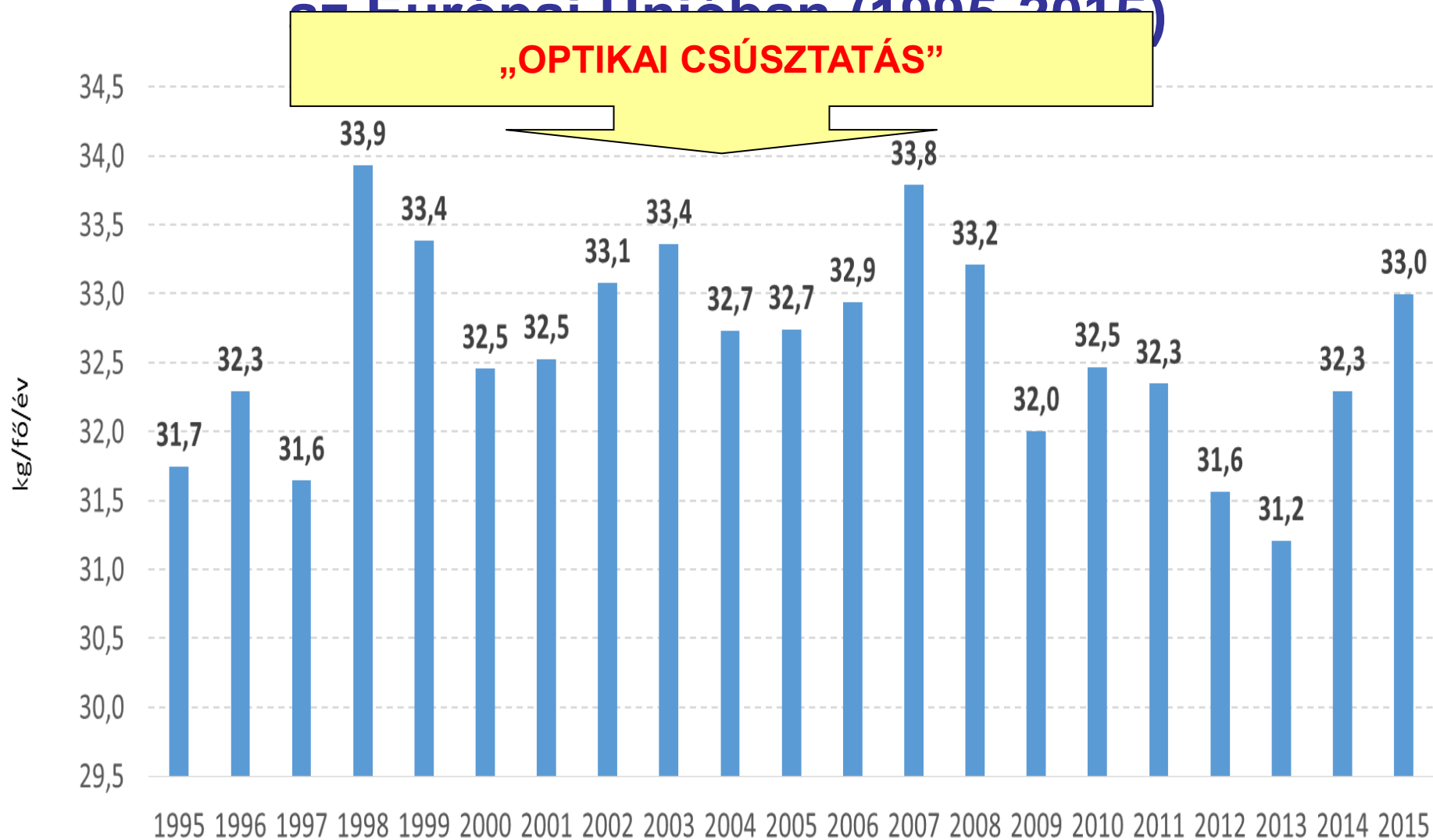
Az egy főre jutó húsfogyasztás *(hal és halászati termékek nélkül)* alakulása régiónként 2013/15-2025 (kg/fő/év)

Megnevezés	Időtáv	Marhahús	Birkahús	Sertéshús	Baromfihús
Észak-Amerika	2013-15	24,43	0,44	21,14	44,33
	2025	24,80	0,39	22,55 	48,25 
Brazília	2013-15	25,62	0,40	11,36	38,37
	2025	25,74	0,37	13,13 	42,88 
Dél-Amerika és a Karib-térség	2013-15	17,18	0,54	9,51	30,81
	2025	17,08	0,55	10,33	33,76 
Afrika	2013-15	3,90	2,31	0,98	3,90
	2025	3,96	2,40	1,07	3,85
EU-28	2013-15	10,61	1,83	32,17	22,11
	2025	10,49	1,86	32,36	23,67
Ázsia és a Csendes-óceáni térség	2013-15	2,91	1,73	12,81	8,47
	2025	3,36	1,99	13,24	9,44
BRICS	2013-15	4,35	1,63	16,02	10,22
	2025	4,73	1,94	16,96	11,43

A hús fogyasztását korlátozó tényezők

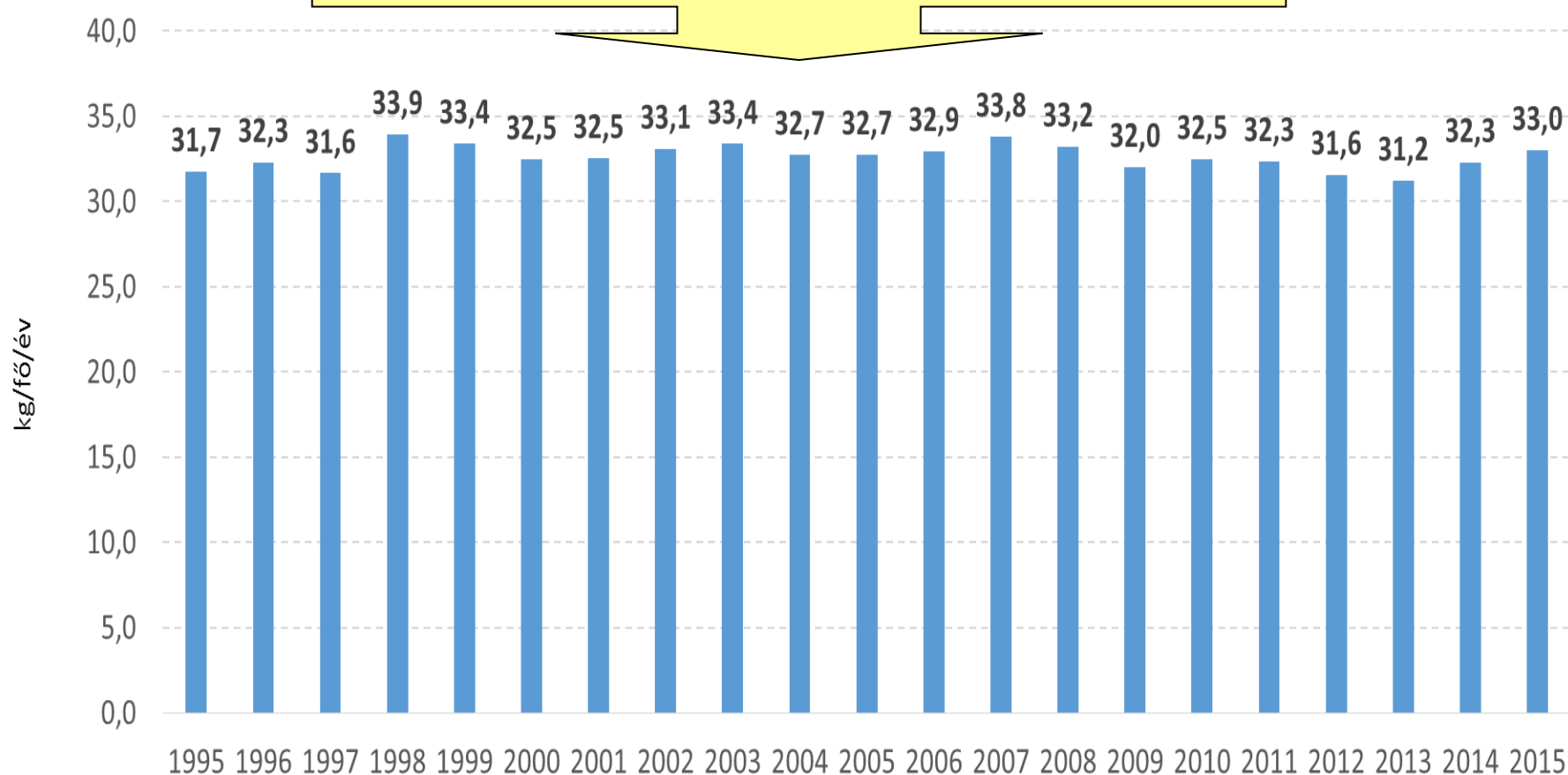
- Jelentős különbségek vannak a húsok fogyasztásában, melynek okai a hozzáférhetőség/elérhetőség mellett, az eltérő kulturális és vallási szokásokban keresendők.
- Az egyik legfontosabb különbség a világ népei között a vallásban, ill. a vallási hovatartozásban és a személyes fogyasztói filozófiában van:
 - a zsidó és az iszlám vallásúak esetében tilos a sertéshús vagy bármely részének fogyasztása,
 - a hinduizmusban a marhahús jelent tilalmat,
 - a vegetarianizmusban minden húsféle fogyasztása tilos.
- A kultúra, mint a fogyasztást befolyásoló tényező esetében említenünk kell még a nemzeti és rituális

Az egy főre jutó sertéshúsfogyasztás alakulása az Európai Unióban (1995-2015)

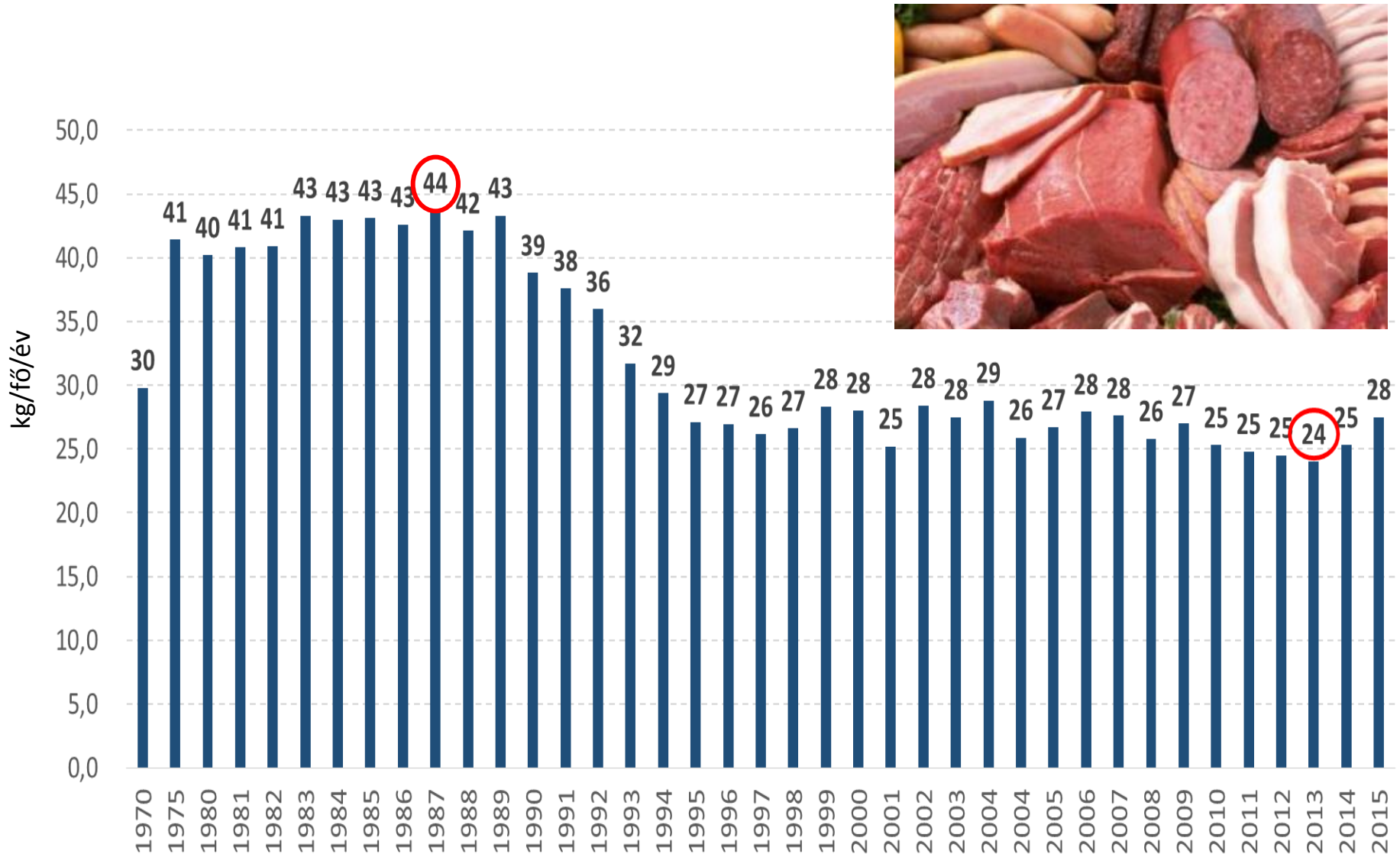


Az egy főre jutó sertéshúsfogyasztás alakulása az Európai Unióban 1995-2015

„UGYANAZ AZ ÁBRA”



Az egy főre jutó sertéshúsfogyasztás alakulása Magyarországon (1970-2015)



Forrás: saját szerkesztés a KSH adatai alapján, 2017

A hazai egy főre jutó éves húsfogyasztás alakulása (2004-2014)

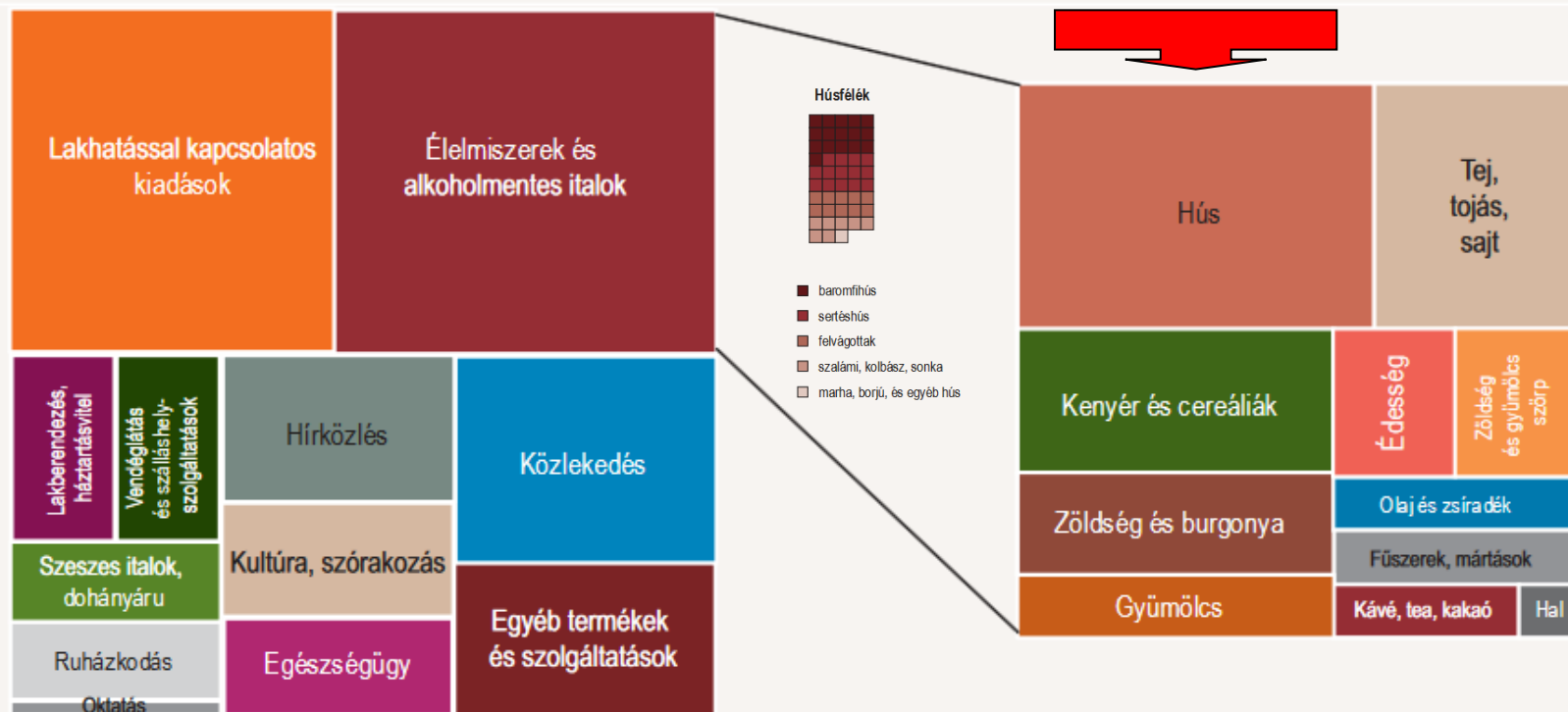
kg/fő

Év	Sertés	Marha	Juh	Összes	Belsőség	Baromfihús	Húsfélék összesen
	csontos hús						
2004	25,9	3,2	0,1	29,2	3,0	27,7	60,9
2005	26,7	3,1	0,1	30,0	2,7	29,8	63,5
2006	27,9	3,4	0,1	31,4	2,8	30,8	65,9
2007	27,6	3,3	0,1	31,0	2,5	28,7	63,2
2008	25,8	2,8	0,1	28,7	2,8	28,7	61,5
2009	27,0	2,6	0,1	29,8	2,7	27,8	61,7
2010	25,3	2,5	0,1	28,0	2,7	24,6	56,7
2011	24,8	2,7	0,2	27,6	2,2	24,4	55,8
2012	24,5	2,4	0,2	27,1	2,1	25,4	56,4
2013	24,0	2,2	0,1	26,3	2,2	24,9	55,5
2014	25,3	2,5	0,2	28,0	2,1	26,3	56,4

A magyar háztartások kiadási szerkezete (KSH, 2015)



A háztartások kiadási szerkezete, 2015*



*A fogyasztási csoportok mérete a fogyasztási kiadáson belüli arányokat szemlélteti.

- A lakosság fogyasztási kiadásaiból legnagyobb arányban, 26,7%-ot élelmiszerekre és alkohol-mentes italokra, ezen belül legtöbbször **hús és húskészítményekre** költöttek.
- Egy főre vetítve havi 5 612 forintot, ami az összes háztartásban fogyasztott élelmiszerkiadás 28,2%-át tette ki.

„Modern” fogyasztói igények

- Biztonságos élelmiszer iránti igény
- Egészséges élelmiszer iránti igény
- „Minőség” iránti igény
- Kényelmi termékek iránti igény
- „Természetes (bio) termékek” iránti igény
- Állatjóléti megfelelés (pl. „boldog állati élet”, gyors szenvedésmentes halál, stb.) utáni igény
- „GMO mentes” termékek iránti igény
- Vallási előírásoknak és a hagyományoknak való megfelelés iránti igény
- Ismert földrajzi eredet utáni igény
- Méltányos kereskedelem (Fair trade) utáni igény



Fogyasztói tudat v. Tudatos fogyasztó/vásárló



TUDATOS
VÁSÁRLÓK
EGYESÜLETE

tudatosvasarlo.hu

1000 mintás fogyasztói felmérés (Vida, 2012)

- A **nők/fiatalok** szerint a fehér húsok (*hal, csirke, pulyka*) egészségesebbek, míg a **férfiak/idősebbek** a vörös húsokat (*sertés, marha*) gondolják egészségesebbnek;
- A fogyasztók sertéshús vásárlását befolyásoló tényezők szerinti rangsorolása csökkenő sorrendben: (1) frissesség, (2) ár, (3) zsírosság, (4) hazai termék, (5) egészséges táplálkozás, (6) tartási körülmények, (7) kiszereelés, (8) csomagolás, (10) reklám;
- A leggyakrabban fogyasztott sertéshúsból készült termékek sorrendben: (1) párizsi, (2) szalámik, (3) virsli, (4) sonka, (5) kolbász;
- A leginkább kedvelt sertéshúsból készült étel a rántott hús (25%), második legnépszerűbb a sertéspörkölt (19%), a sült hús (9%), a sült oldalas (8%), a brassói aprópecsenye (7%), a fasírt és a töltött káposzta (6-6%).



Mit tudunk a húsok és húskészítmények fogyasztóiról?



Fogyasztói attitűdök

Különböző húsfélék fogyasztási gyakorisága

Kategória	Évi fogyasztási gyakoriság (nap)	Hány naponta kerül az asztalra?
Baromfihús	Helyettesítő termékek...	
Sertéshús		
Hal		
Marhahús		



A fogyasztói imázs eltérő...

Baromfihús = sport, fittség, egészség

...egy városban élő, fiatal, sportos és diplomás nő jut az eszébe, aki odafigyel magára és egészségesen táplálkozik.



...de milyen kép él a sertéshúsról?

Kiváló ízű, sokoldalú és könnyen elkészíthető

...egy kisebb településen élő, idősebb, pocakos, borostás és erősebb felépítésű férfi jut az eszébe, aki „olyan tipikus magyar ember”.



„Laci bácsi effektus”





...de mit tudunk a védjegyekről?

A védjegyek közül a leghitelesebbek...



89,8%



89,7%



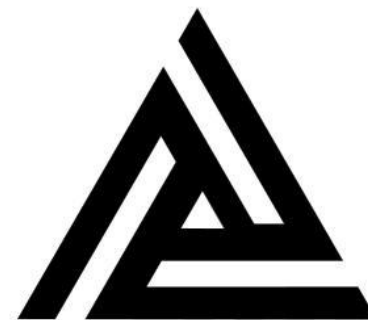
86,7%



83,6%



83,1%



kiváló áruk fóruma

81,9%

Valóban ennyire fontosak a védjegyek?

Két tulajdonságában megegyező (baromfi)hús közül hajlandó lenne-e a **magyar terméket** megvásárolni **a külföldivel szemben...**

...AZONOS FOGYASZTÓI ÁR esetén?



87%

...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE?



67%



...ha a magyar termék TÖBBE KERÜLNE,
de a terméken **VÉDJE**G Y TANÚSÍTANÁ
a magyar származást?



67%



0%

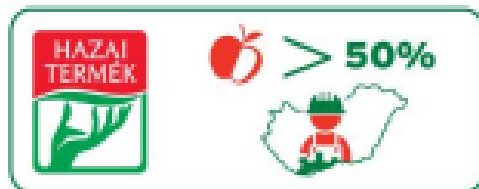
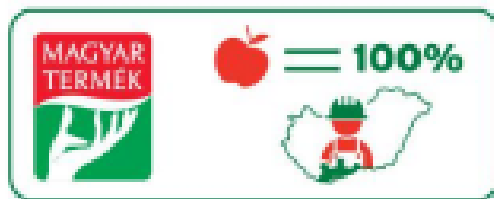
Kiváló Magyar Élelmiszer



**Sikeres a
„húsfronton”?**

- A szakminisztérium 1998-ban hozta létre a tanúsító védjegyet azzal a célkitűzéssel, hogy a kiemelkedően magas minőségű magyar élelmiszereket megkülönböztesse a piaci kínálatban
- A KME védjegyet jelenleg több mint száz termék viselheti
- Húsok, hústermékek:
 - Tesco Finest kacsamájás
 - Tesco Finest libamájás
 - Hartai csípős kolbász
 - Hartai szalámi
 - Hartai kolbász
 - Hartai diósonka füstölt-nyers
 - Hartai törpesonka

74/2012. (VII. 25.) VM rendelet „tanúsító védjegy”



- A vonatkozó jogszabály értelmében azok az élelmiszerek nevezhetők **„Magyar terméknek”**, amelyek teljes egészében magyar összetevők felhasználásával készülnek.
- **„Hazai termék”** jelölés abban az esetben tüntethető fel az élelmiszeren, ha annak gyártása során a felhasznált összetevők legalább 50%-a magyar.
- A **„Hazai feldolgozású termék”** jelöléssel ellátott élelmiszerek esetében az import összetevők aránya 50% vagy ennél nagyobb mértékű.

✓ A feldolgozási folyamatnak azonban mindhárom esetben teljes egészében Magyarországon kell történnie.
✓ A Nonprofit Kft. által engedélyezett tanúsító védjegyek mellett az élelmiszer-vállalkozások termékeik magyar származására utalhatnak egyéb védjegyekkel, ábrával és szlogennel is.

A nagy érzéki csúsztatás... Miért is...?

- Relatív kis méretű megjelenés, ezért a kicsit rosszabbul látó vásárlók *(pl. 40 év felettek többsége)*, amennyiben nem hozták el az olvasószemüvegüket, nem igazán tudják elkülöníteni a feliratot, csak az ismerős színvilágot tudják azonosítani.
- Nagyon hasonló formai és színekpi megjelenés, ezért könnyen összetéveszthető, különösen, ha csak egyedül jelenik meg.
- A többség nem igazán tudja, hogy mi is a különbség, mivel azt már a vásárlás helyszínén nem „reklámozzák”.



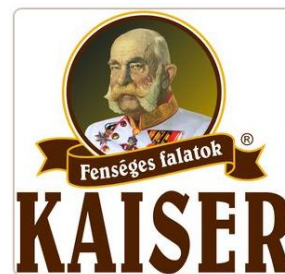
Vajon kik ennek a
haszonélvezői?





Magyar Termék védjegyhasználók

(hús/húskészítmények)



KMS logó adaptációja

Középen a **SERTÉS** helyett egy
másik **ÁLLAT** (pl. liba)



A „**SERTÉSHÚS**” felirat helyett
pl. „**LIBAHÚS**”

- Használja a prémium kategóriás élelmiszerekre jellemző színeket (pl. /fekete/aranysárga, stb.), mindamellet, hogy a nemzeti jelleg is megjelenik benne
- Ha minden fontosabb élelmiszer esetében létrehozunk egy védjegyet és mindig egy új logót rendelünk hozzá, akkor a fogyasztók nagyon nehezen fognak tudni eligazodni a védjegyek rendszerében.

Összefogás/Együttműködés

- Vörös hús/fehér hús ne legyenek versenytársak, hanem együtt küzdjenek a hús és húskészítmények társadalmi elismertségért/presztíziséért és az egészséges táplálkozásban betöltött szerepéért.
- A halhús is hús, ez se maradjon ki.
- A kulináris hagyományainkat is ápolni kell, azok kulturális örökségünk részei.

Hús és húskészítmények Közösségi Marketing Alapja

- **Egy közösen létrehozott szervezet Közösségi Marketing Alapot** működtethetne, amelynek célja a fogyasztók több, gyakoribb és főleg tudatosabb hús és húskészítmények fogyasztásra való ösztönzése, a gyermekek, a fiatalok ezen termékek fogyasztásra motiváló nevelésének támogatása, segítségnyújtás az egészségtudatos táplálkozás kialakításában, a hús és húskészítmények megszerettetésével, valamint a hústermékek sokféleségének és egészséges táplálkozásban betöltött szerepének bemutatásával.
- A Közösségi Marketing Alapból kizárólag egységesen valamennyi hús és húskészítmény **nem márká specifikus** közösségi marketing tevékenysége finanszírozható.
- Magyarország területén működő 100 millió Ft-ot meghaladó árbevételű húsfeldolgozó, nagy- és kiskereskedelemmel foglalkozó termékpálya szereplő, köteles lenne a hús és húskészítmények forgalmazásából származó, tárgyévét megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevételének fél ezrelékének megfelelő összeget befizetni és/vagy védjegyhasználati díjat fizetni.

KÖVETKEZTETÉS

„Egyedül nem megy...”



Ripacsok (1981)



**KÖSZÖNJÜK A MEGTISZTELŐ
FIGYELMET!**

