



**AgEcon** SEARCH  
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

*The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library*

**This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.**

**Help ensure our sustainability.**

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

[aesearch@umn.edu](mailto:aesearch@umn.edu)

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

*No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.*

## *A fagyasztott zöldségek fogyasztási preferenciáinak vizsgálata*

**NÉMETH-T. ANETT – VINCZE-TÓTH JUDIT – TROJÁN SZABOLCS**

**Kulcsszavak: mélyhűtőipar, fagyasztott élelmiszer, export, fogyasztói magatartás, vásárlási szokások.**

### **ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK**

A magyar hűtőipar számára a külföldi piacokon való értékesítés nagy jelentőségű. A hűtőipar talán az egyetlen ágazat, melynek termelése minőségileg sosem különült el az értékesítés piacai szerint, köszönhetően annak, hogy a vertikumban a nemzetközi követelmények érvényesültek.

A komplex vásárlói modellek elemzését követően megállapítható, hogy az ízesített termékeket leginkább az aktív szellemi foglalkozásúak részesítik előnyben, akik átlag feletti jövedelemmel rendelkeznek. Az ízesített termékek és a vegyes összetevőjű (mix) termékek tipikus vásárlója között nem tapasztalható jelentős eltérés. A vizsgálat eredményei alapján az a következtetés vonható le, hogy az egy összetevőjű termékek vásárlói között a legalacsonyabb a férfiak és a legmagasabb a nők, valamint a középfokú végzettségűek aránya.

### **A MAGYARORSZÁGI MÉLYHŰTŐIPAR HELYZETÉNEK ÁTTEKINTÉSE**

A gyorsfagyasztás, mint a hőelvonással megvalósuló élelmiszer-tartósítás technológiája, a konzervgyártáshoz viszonyítva rövid múltra tekinthet vissza. Az első gyorsfagyasztó berendezéssel működő élelmiszer-tartósítás ipari méretű megvalósítása 1943-ban kezdődött meg, a mai Szlovákia területén lévő Diószegen. A *Mezőgazdasági Ipari Részvénytársaság Elite Terméke* márkanéven forgalomba hozott gyorsfagyasztott zöldségek és gyümölcsök *Mirelite* kereskedelmi neve gyorsan elterjedt a köztudatban, és a kereskedelmi infrastruktúra fejlődésével, a korszerű hűtőgépjárművek és hűtőbútorok megjelenésével, a 60-as évek elején kibontakozó „fridzsider-szocializmussal” együtt a gyorsfagyasztott termékek fogyasztása is terjedt a magyar háztartásokban.

A *Magyar Hűtőipari Vállalat* fennállása alatt tudatosan törekedett az agresszív, exportorientált fejlesztés megvalósítására. Ennek érdekében a 70-es évtized második felétől hosszú távú együttműködést alakított ki az észak-európai piacon vezető pozíciójú *Findus*<sup>®</sup> céggel és kiharcolta az önálló exportjogot. Ennek keretében svéd technológiával és know-how-val került sor a Findus cég világszínvonalú technológiai követelményeinek átvételére. Ez azt is jelentette, hogy a termelés teljes vertikumában a nemzetközi követelményszint érvényesült. A hűtőiparban megvalósuló műszaki fejlesztés fontos sajátossága volt, hogy – a konzervipartól eltérően – a lehetőségekhez képest teljes termelővonalakat vásároltak, és így az azonos termelővonalakban elhelyezett gépek technológiai színvonala közel megegyező volt, a rendkívül igényes kereskedelmi partnereknek megfelelően. A hűtőipari vállalatok versenyképességük javítása érdeké-

ben ügyesen használták fel azt a tényt is, hogy a 80-as évtizedben nagy szükség volt a mélyhőmérsékletű tárolóterek létesítésére és fenntartására.

A magyar hűtőipar folyamatos korszerűsítését jól szolgálta a *központi termékfejlesztő laboratórium kialakítása*, amely lehetővé tette a gyors termékinnovációt és a termékszerkezet differenciálását. Ennek is szerepe volt abban, hogy az összes gyorsfagyasztott termelés 1950-ben még mindössze 730 tonna, 1980-ra 94 ezer tonna volt, a 90-es években pedig már elérte a 150 ezer tonnát.

A hűtőipar árbevétele csaknem meg-négyszereződött 1981 és 1991 között. 1991-ben már mintegy 10%-kal haladta meg a nettó árbevétel a termelés nettó költségét. Az alapanyagköltség a termelési költség 55-60%-át képviselte a 80-as években. 1992-ben mind az exportban, mind a belföldi értékesítésben jelentkezett megtorpanás után újra emelkedett a fagyasztott termékek kereslete. Erre az időszakra esik a termeléssel kapcsolatos költségek nagyarányú emelkedése, ami azonban az eredményesség növekedését nem állította meg.

A magyar hűtőipar vállalatainak privatizációja vegyes képet mutat. A magyar élelmiszeripar (és ezen belül a tartósítóipar) gazdasági ellehetetlenülésének megakadályozását, reorganizációjának lehetőségét a 90-es évek kezdetétől a privatizációban látta a gazdaságpolitika. A privatizáció küszöbére a tartósítóipari vállalatok rendkívül heterogén műszaki-technológiai színvonalú gépekkel és berendezésekkel, összeomlott keleti piacokkal, vegyes felkészültségű menedzsmenttel és jelentős, nehezen értékesíthető készlettel érkeztek.

A 90-es évek elején Magyarország a fejletti ipari országokhoz mérten számottevő lépéshátrányban volt a gyorsfagyasztott termékek fogyasztásában, az egy főre jutó 5 kg körüli fogyasztás alapján. A magyar piacot az erős területi differenciáltság jel-

lemezte, a budapestiek magasan az átlag felett, 9-10 kg-ot fogyasztottak évente.

A fejlett országokban általános gyakorlat, hogy az egészségügyi, az oktatási intézmények és a fegyveres testületek gyorsfagyasztott termékeket használtak ételmezésre. A gyorsfagyasztott termékek fogyasztásának növekedésében fontos szerepe volt a munkahelyi étkeztetésnek, valamint a gyorséttermi hálózatok fejlődésének.

Magyarországon a gyorséttermek száma erőteljesen növekedett ugyan, de a munkahelyi étkeztetés jelentős mértékben visszaszorult, akárcsak az egészségügyi és oktatási intézményekben, és ezzel a magyar hűtőipar biztos, kiszámítható piactól esett el.

A rendszerváltást követően az export több mint 60%-a három országba: Németországba, Ausztriába és Svédországba került. Az egyéb országok között Anglia, Hollandia, Svájc, Finnország, Franciaország, Görögország, Olaszország, Belgium, Norvégia, Horvátország, Szaúd-Arábia szerepel, mint egy százalékot meghaladó részarányú importőr. Ez a nagyarányú koncentráltóság stabil, kiszámítható kereskedelmi kapcsolatokat tett lehetővé. A kivitel 70%-a zöldség, 23%-a gyümölcs, s csak a fennmaradó rész a magasabb feldolgozottságú termék. A termékek ár- és minőségoldalról egyaránt versenyképesek voltak.

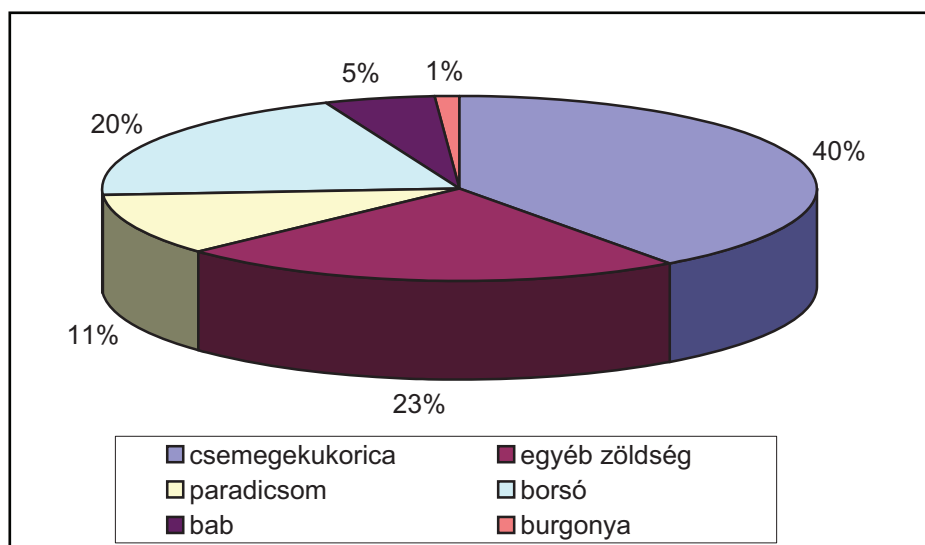
A hűtőipar helyzetének megítélésakor számításba szükséges venni, hogy ez a viszonylag fiatal iparág olyan élelmiszereket gyárt, amelyek a legfejlettebb fogyasztói kultúrával rendelkező néprétegek igényeinek kielégítésére hivatottak. Ezeknek a kereslete a gazdasági és társadalmi fejlettség bizonyos szintje felett kezd el növekedni. A magyar fogyasztók éppen e szintnek a küszöbén állnak. Az ehhez szükséges technikai feltételek (háztartási gépek) csak a mikrohullámú sütők arányában maradnak el a nyugat-európai országokétól. A termékek árai sem nevezhetők az alacsony keres-

let valódi okainak. Inkább a fogyasztói szokások, a vásárlóban kialakult kép különbözik a nagyfogyasztású országokétól. A hazai lakosság fogyasztási szokásaiban (például a főtt, illetve hideg vacsorákban) csekély a fagyasztott készételek szerepe.

Hazánk uniós csatlakozását megelőző időszakban a zöldség- és gyümölcsfeldolgozás exportorientációja tovább erősödött. Ez együtt járt a koncentráció fokozódásával és a piacvezetők tőkeerejének növekedésével.

I. ábra

A fagyasztott zöldségexport termékenkénti átlagos megoszlása (2005)



Forrás: Agrár Európa, 2005

A hűtőipar kivitele gyakorlatilag zöldségekre és gyümölcsökre korlátozódott. A mélyhűtőipari szakágazat átlagosan 220 ezer tonnás termelésének háromnegyede zöldség, illetve zöldségkeverék. Van ugyan félkész- és készételexport is, de ez lassú növekedése ellenére sem nevezhető számottevőnek. Az exporton belül átlagosan a zöldségek 80, a gyümölcsök 20%-kal szerepelnek. A zöldségek közül a csemegekukorica és a zöldborsó a legnagyobb mennyiségben exportált termék (1. ábra).

A hűtőipar termékeinek fogyasztása Magyarországon 2005-re jelentős növekedést mutatott (12 kg), a korábbi szinthez képest (5 kg) 2005-ben az egy főre eső évi fagyasztottzöldség-fogyasztás 10-11

kg volt. A rendkívül praktikus termékek méltán népszerűek a háziasszonyok körében. Forgalmuk viszonylag egyenletesen oszlik meg: 22% a szupermarketekben, 27% a diszkontokban, 23% a hipermarketekben talál gazdára. A kereskedelmi márkák aránya közel 20%-os. A piacot a keverékek színezik, melyek nagyobb árréssel adhatók el, mint a homogén termékek.

Napjainkban a hűtőipar szerkezetét tekintve nyolc cég rendelkezik 20 ezer tonnánál nagyobb éves termeléssel, tíz vállalat 10-15 ezer tonnás szinten, míg a többi ennél is kisebb kapacitással rendelkezik. A hűtőipar szinte teljesen hazai kezekben található. Az exportot zöldségből, gyümölcsből szinte csak a „nagyok” végzik, a kisebbek a belföldi piacon versenyeznek.

### A VIZSGÁLATOK ANYAGA, MÓDSZERE ÉS EREDMÉNYEI

Az előzőek ismeretében vizsgáltuk a fagyasztott zöldségek fogyasztói preferenciáit, amely a mennyiségi (kvantitatív) vizsgálaton, azon belül is a személyes kérdőíves megkérdezésen alapult, a fogyasztói magatartás megismerése, elsősorban a fogyasztási és vásárlási preferenciák céljából. Az alapsokaságból vett minta összeállításánál a reprezentativitás és a véletlenszerűség biztosítására törekedtünk. A megkérdezettek kiválasztása a megállapodás szerinti szűrő módszerrel történt három helyszínen: Budapesten, Mosonmagyaróváron és a környező vidéki településeken.

A fogyasztók preferenciáinak megismerését célzó megkérdezéses vizsgálat elkészítése és lebonyolítása az alábbi mintavételi terv alapján történt. A mintavételi tervben 303 személy megkérdezése szerepelt Budapesten, Mosonmagyaróváron és a környező vidéki településeken. Az utólagos szűrőkontroll következtében a rendelkezésünkre álló kérdőívekből 28-at különböző okokból ki kellett zárunk. Ezáltal a teljes értékű és kiértékelhető kérdőívek száma 275 volt, melyek közül Mosonmagyaróváron 129, a környező vidéki településeken (továbbiakban vidék) 85, míg Budapesten 61 került kitöltésre.

A vizsgált sokaság meghatározásakor az összes válaszadó aránya a következőképpen alakult: 68% hölgy, 32% férfi (2. ábra). Az életkor szempontjából legnagyobb részarányt a 21–30 évesek tették ki (46%), a 31–40 és az 50 év feletti korosztály azonos számban képviseltette magát (16–16%), míg a kutatás résztvevőinek 14%-a volt 41–50 év közötti.

A legmagasabb iskolai végzettség vonatkozásában domináns (54%) a középfokú végzettségűek csoportja, ezt követik a felsőfokú végzettségűek 39%-kal, míg a 8 általánost végzettek részaránya a vizsgált sokaságban 8% volt. A válaszadók gaz-

dasági aktivitását figyelembe véve megállapítható, hogy jelentős arányban vettek részt a kérdések megválaszolásában az aktív szellemi dolgozók (36%), illetve a fiatalabb korosztályt képviselő főiskolások, egyetemisták (38%).

A megkérdezettek bruttó jövedelmének meghatározásakor viszonyítási alapként a KSH által kimutatott havi bruttó átlagjövedelmet (195 000 Ft) vettük alapul. Ennek tükrében a válaszadók 52%-a rendelkezett saját bevallása szerint átlag alatti jövedelemmel, míg a résztvevők 22%-a átlagos jövedelmi helyzetűnek tekintette magát. Mint ahogy várható volt, a megkérdezettek mintegy 10%-a nem kívánt nyilatkozni jövedelméről (2. ábra).

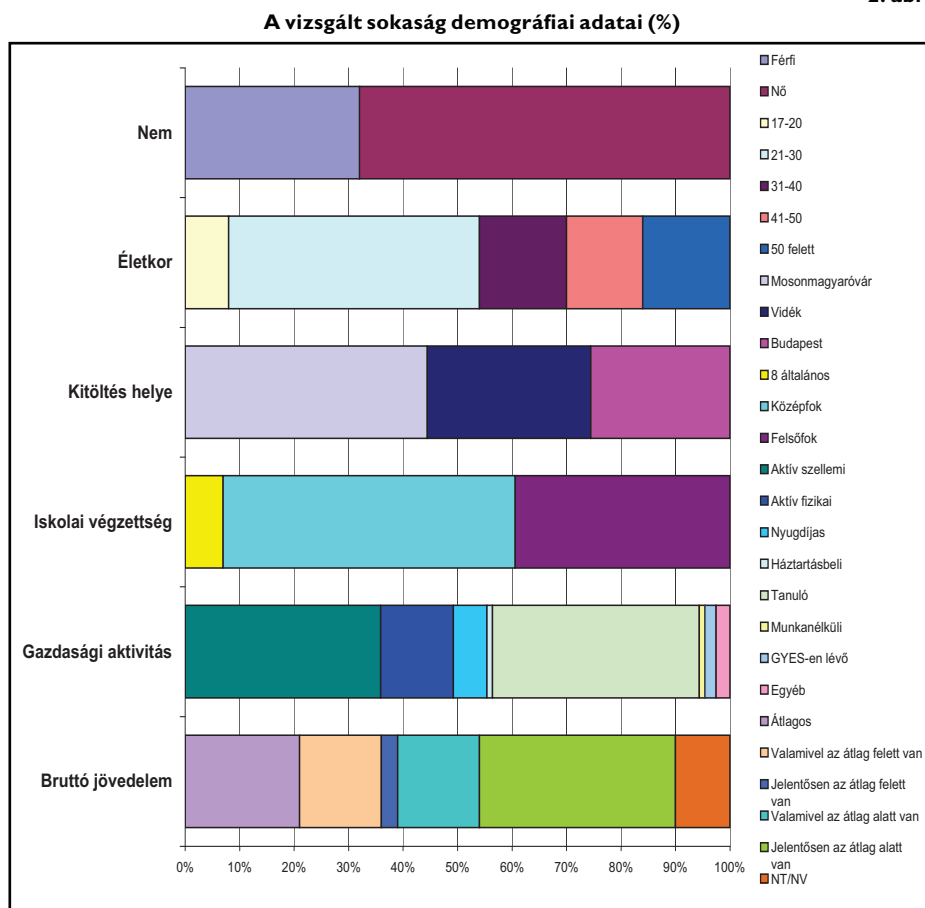
A mosonmagyaróvári résztvevők (129 fő) közül a hölgyek 60%-ban, a férfiak 40%-ban válaszoltak az általunk feltett kérdésekre. Az iskolai végzettséget vizsgálva 2% legmagasabb iskolai végzettségre 8 általános iskolai osztály, 58% rendelkezik középfokú végzettséggel és 40% végzett felsőfokú tanulmányokat.

A budapesti válaszadók (61 fő) közül a hölgyek 77%-ban, a férfi válaszadók 23%-ban válaszoltak az általunk feltett kérdésekre. Az iskolai végzettséget tekintve a válaszadók 11%-a legmagasabb iskolai végzettségre 8 általános iskolai osztály, 39% rendelkezik középfokú végzettséggel és 50% folytatott felsőfokú tanulmányokat.

A vidéki válaszadók (81 fő) közül a hölgyek 73%-ban, a férfi válaszadók 27%-ban vettek részt a kérdőív kitöltésében. A vidéki válaszadók 11%-ának legmagasabb iskolai végzettsége 8 általános iskolai osztály, 57% rendelkezik középfokú végzettséggel és 32% vett részt eredményesen felsőfokú képzésben.

A 3. ábra a fagyasztott zöldséget fogyasztók női komplex vásárlói modelljét szemlélteti. A fagyasztott zöldséget fogyasztó nők komplex vásárlói modellje alapján a tipikus női fogyasztó a következőképpen definiálható

2. ábra

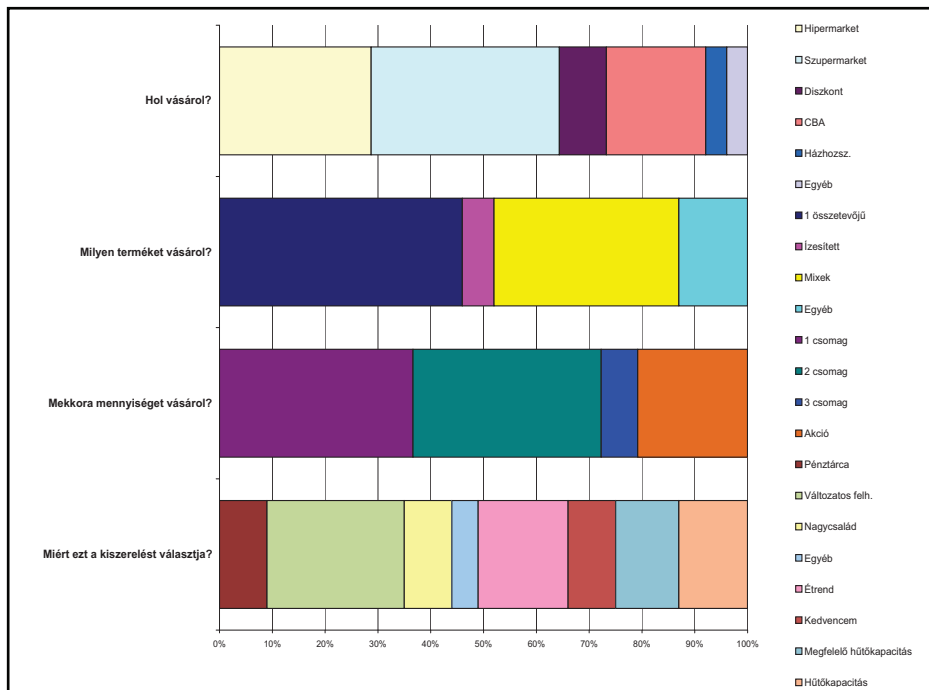
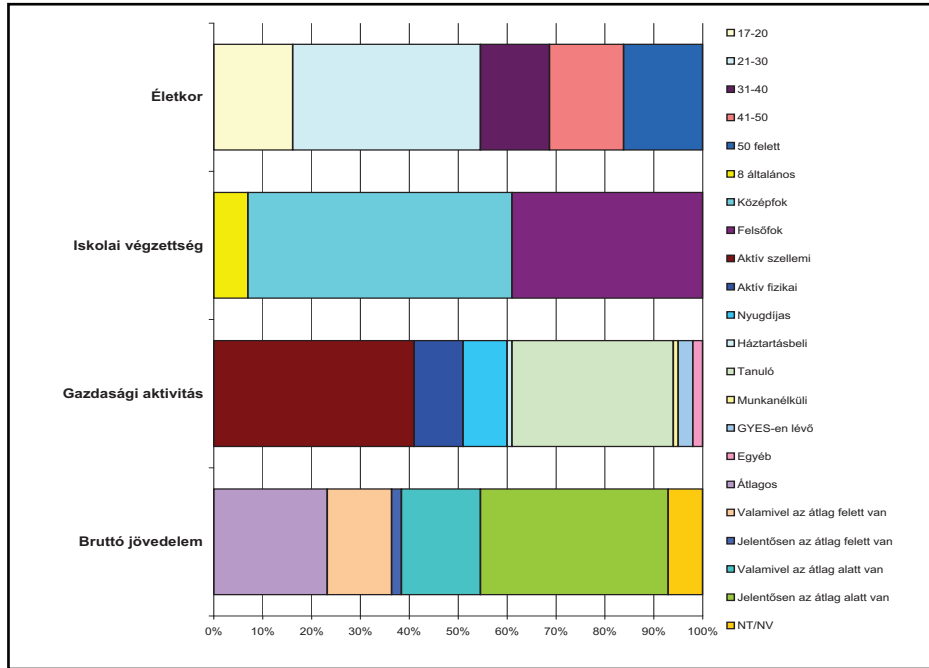


- jellemzően 21 és 40 év közötti (50%);
- iskolai végzettség tekintetében középfokú (53%) vagy annál magasabb végzettségű (40%);
- inkább aktív szellemi foglalkozású (40%) vagy tanuló (29%);
- döntően átlag alatti (54%) /*jelentősen átlag alatti (36%), valamivel átlag alatti (18%)*/ vagy átlagos (22%) bruttó jövedelmű;
- legszívesebben szupermarketben vásárol (36%), de a hipermarketekben (29%) és a láncokhoz tartozó kisboltokban (19%) is rendszeresen megfordul, kevésbé preferálja a diszkontokat (9%), ugyanakkor nem

- részesíti előnyben a házzhozállítást és a kényelmi boltokban történő beszerzést;
- leginkább egy összetevőjű terméket választ (46%), kedveli továbbá a zöldségmixeket (35%), ugyanakkor az ízesített termékek kevésbé nyerik el a tetszését;
- az egyszerre megvásárolt mennyiség tekintetében leginkább 1-2 csomag (73%) a jellemző, ezzel együtt az akciós árak befolyásoló szerepe sem elhanyagolható (20%);
- a fogyasztási indokok között leginkább a termék változatos felhasználhatósága (26%) és az étrendbe való illeszthetősége motiválja (17%).

3. ábra

**A fagyasztott zöldséget fogyasztó nők komplex vásárlói modellje**



A fogyasztók gazdasági aktivitását tekintve figyelemre méltó, hogy az átlagot jelentősen meghaladó fogyasztási gyakorisággal (heti fogyasztás mintegy 40%) a gyermekgondozási segélyen lévő nők tűntek ki. Hasonló fogyasztási gyakoriságot figyelhetünk meg a felsőfokú tanulmányokat folytató női válaszadók körében is. A felsőfokú tanulmányokat végző nők 31%-ahavonta, 41%-ahetente, 3%-anaponta, 24%-a ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget. Az aktív szellemi foglalkozású női vásárlók 42%-a havonta, 34%-a hetente, 8%-a naponta, 15%-a ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget. Az aktív fizikai foglalkozású női vásárlók 31%-a havonta, 31%-a hetente, 18%-a naponta, 18%-a ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget. A nyugdíjas női vásárlók 40%-a havonta, 33%-a hetente, 20%-a naponta, 6%-a ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget.

A megkérdezett férfiak válaszait értékelve jelentősen átlag feletti gyakoriságú fogyasztást regisztrálhatunk az aktív szellemi foglalkozású férfiak körében, ahol 31%-uk havonta, 54%-uk hetente, 13%-uk ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget. Az aktív fizikai foglalkozású férfiak 43%-a havonta, 31%-a hetente, 12%-a naponta, 12%-a ritkábban fogyaszt fagyasztott zöldséget. A nyugdíjas férfiak válaszai statisztikailag nem értékelhetők, összesen négy válasz érkezett nyugdíjas férfiaktól, akik egyhangúan havonta fogyasztanak fagyasztott zöldséget.

A 4. ábra a fagyasztott zöldséget fogyasztók férfi komplex vásárlói modelljét szemlélteti.

A fagyasztott zöldséget fogyasztó férfi komplex vásárlói modellje alapján a tipikus férfi fogyasztó a következőképpen definiálható

- jellemzően 21 és 40 év közötti (67%);
- iskolai végzettség tekintetében középfokú (47%) vagy annál magasabb végzettségű (41%);

- inkább aktív szellemi (33%), illetve aktív fizikai foglalkozású (29%) vagy tanuló (33%);

- döntően átlag alatti (52%) /jelentősen átlag alatti (29%), valamivel átlag alatti (23%)/ vagy valamivel az átlag feletti (23%) bruttó jövedelmű;

- legszívesebben hipermarketben vásárol (34%), de a szupermarketekben (30%) és a láncokhoz tartozó kisboltokban (18%) is rendszeresen megfordul, kevésbé preferálja a diszkontokat (10%), ugyanakkor nem részesíti előnyben a házhozszállítást és a kényelmi boltokban történő beszerzést;

- leginkább egy összetevőjű terméket választ (40%), kedveli továbbá a zöldségmixeket (39%), ugyanakkor az ízesített termékek kevésbé nyerik el a tetszését;

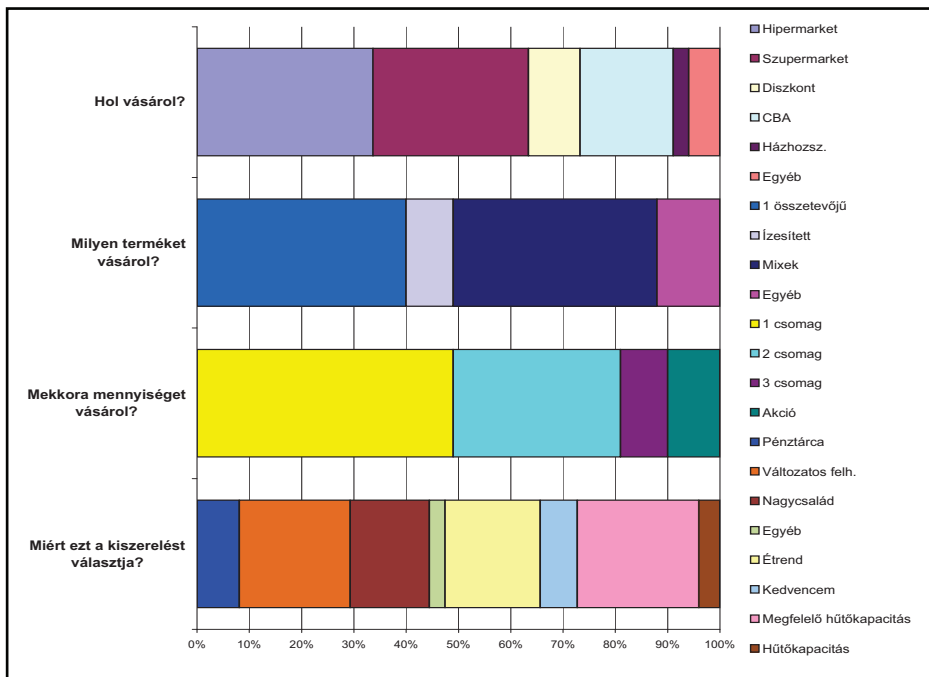
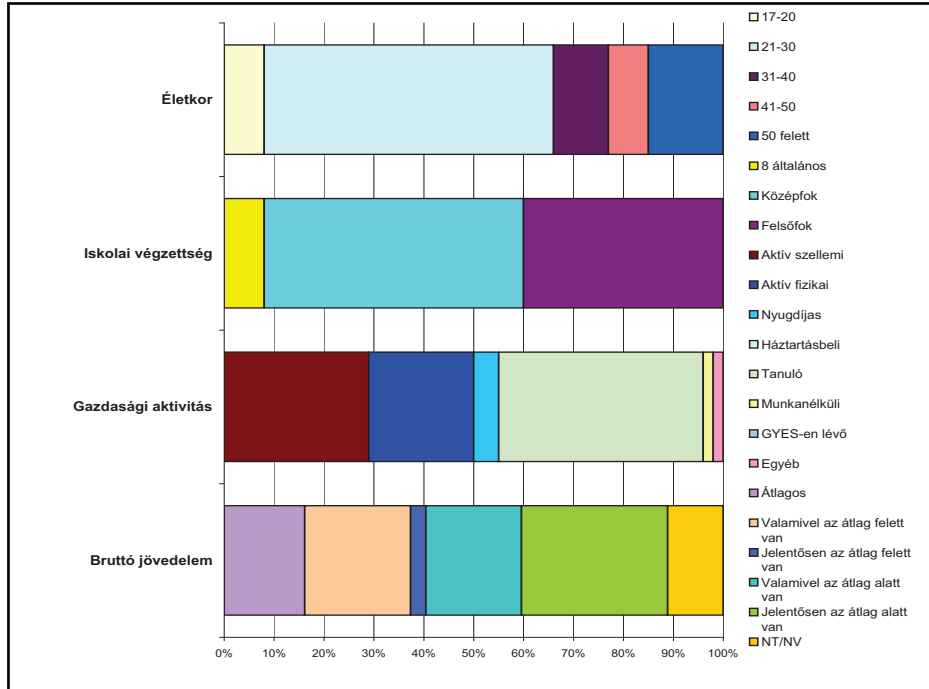
- az egyszerre megvásárolt mennyiség tekintetében leginkább az 1 csomag (49%) a jellemző, ezzel együtt az akciós árak befolyásoló szerepe elhanyagolható (10%);

- a fogyasztási indokok között közel azonos súllyal szerepel a megfelelő hűtőkapacitás (23%), a változatos felhasználhatóság (21%) és az étrendbe való illeszthetőség (18%).

Összességében a két modell alapján az a következtetés vonható le, hogy a tipikus fagyasztottzöldség-fogyasztó hölgyeknél és uraknál az életkor és az iskolai végzettség tekintetében nincs szignifikáns különbség, míg a gazdasági aktivitás és a bruttó átlagjövedelem vonatkozásában eltérés tapasztalható. A hölgyeknél gazdasági aktivitás tekintetében jellemző az aktív szellemi foglalkozás vagy a tanulói státusz, bruttó jövedelem vonatkozásában pedig az átlagos, illetve az átlag alatti kereset. Az urak tekintetében az aktív szellemi és az aktív fizikai, valamint a tanulói státusz egyaránt jellemző. Az egy főre eső bruttó átlagjövedelem esetében a férfiak mintegy negyede valamivel az átlag feletti kategóriába sorolta magát.

4. ábra

**A fagyasztott zöldséget fogyasztó férfiak komplex vásárlói modellje**



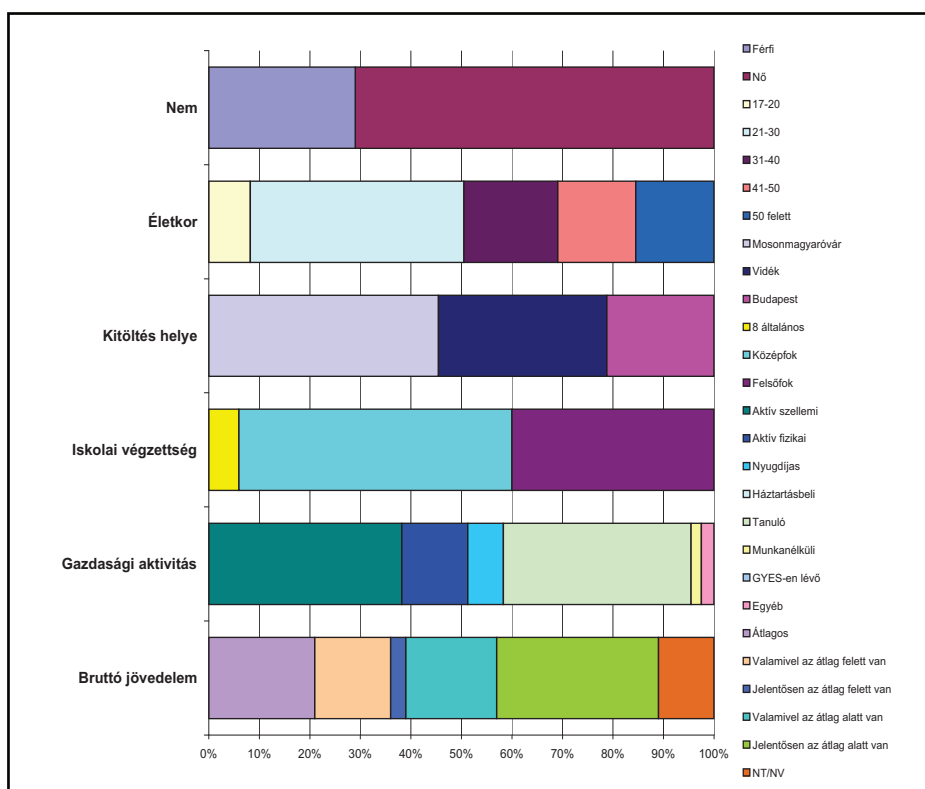
A fagyasztott zöldségfogyasztási gyakoriságra vonatkozó kérdésünkre adott válaszok megoszlásában nem találtunk jelentős eltérést a női és férfi válaszadók körében. A legnagyobb részarányt a havonta fogyasztók képviselik, ezt követik a hetente fogyasztó válaszadók. Fókuszálva a fagyasztott zöldségtermékekre meg-

állapítható, hogy a férfiak 44%-a hetente, 37%-a havonta fogyaszt fagyasztott zöldséget, ugyanakkor a női válaszadók közül ennél kevesebben jelölték meg a rendszeres heti fogyasztást (35%).

Az 5. ábra az egy összetevőjű fagyasztott zöldséget vásárlók komplex vásárlói modelljét szemlélteti.

5. ábra

Az egy összetevőjű terméket vásárlók komplex modellje



A komplex vásárlói modell alapján a tipikus egy összetevőjű fagyasztott zöldséget vásárlók a következőképpen jellemezhetők

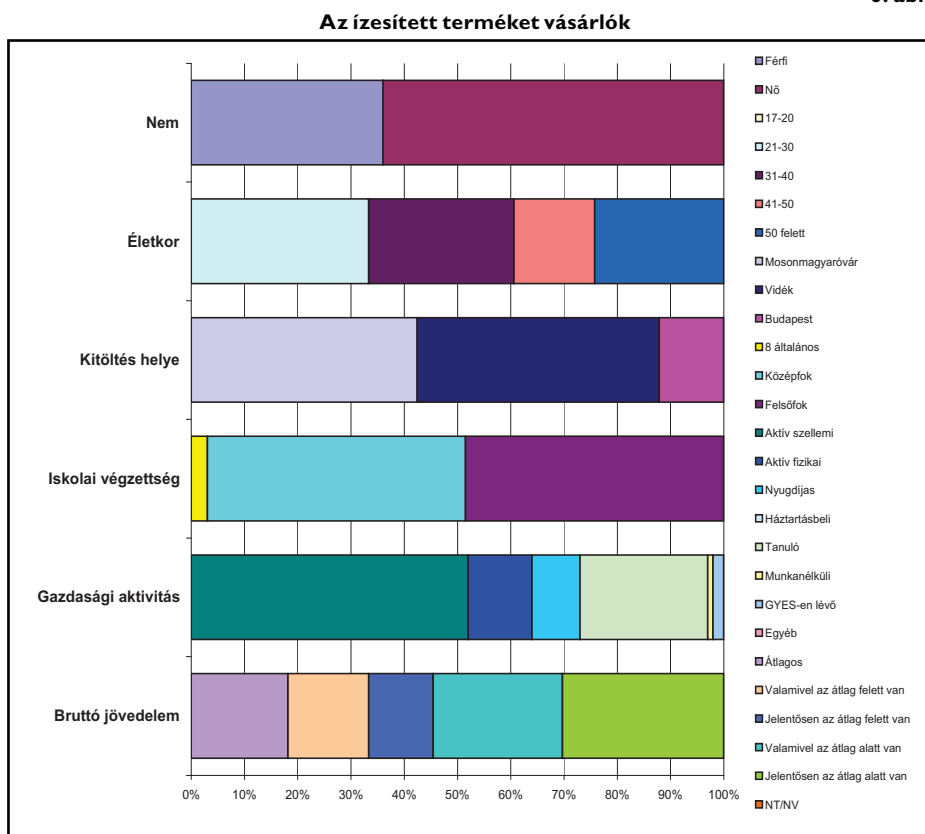
- döntően hölgyek;
- jellemzően 21–30 év közötti életkorúak (41%);
- leginkább középfokú (54%) és annál magasabb (40%) iskolai végzettséggel rendelkeznek;

➢ a gazdasági aktivitás tekintetében aktív szellemi foglalkozású (38%) vagy tanuló (37%);

➢ döntően átlag alatti (50%), illetve átlagos (21%) jövedelem jellemzi.

A 6. ábra az ízesített fagyasztott zöldséget vásárlók komplex vásárlói modelljét szemlélteti.

6. ábra



A komplex vásárlói modell alapján a *tipikusan ízesített fagyasztott zöldséget vásárlók* a következőképpen határozhatók meg

- dominánsan hölgyek (64%);
- jellemzően 21–40 év közötti életkorúak (60%);
- döntően középfokú (48%) és annál magasabb (48%) iskolai végzettséggel rendelkeznek;
- a gazdasági aktivitás tekintetében jellemzően aktív szellemi foglalkozású (52%);
- döntően átlag feletti (54%) /*valamivel átlag feletti (24%), illetve jelentősen átlag feletti (30%)*/ jövedelem jellemzi.

A 7. ábra a vegyes összetevőjű (mix) fagyasztott zöldséget vásárlók komplex vásárlói modelljét szemlélteti.

A komplex vásárlói modell alapján a *tipikusan vegyes összetevőjű (mix) fagyasztott*

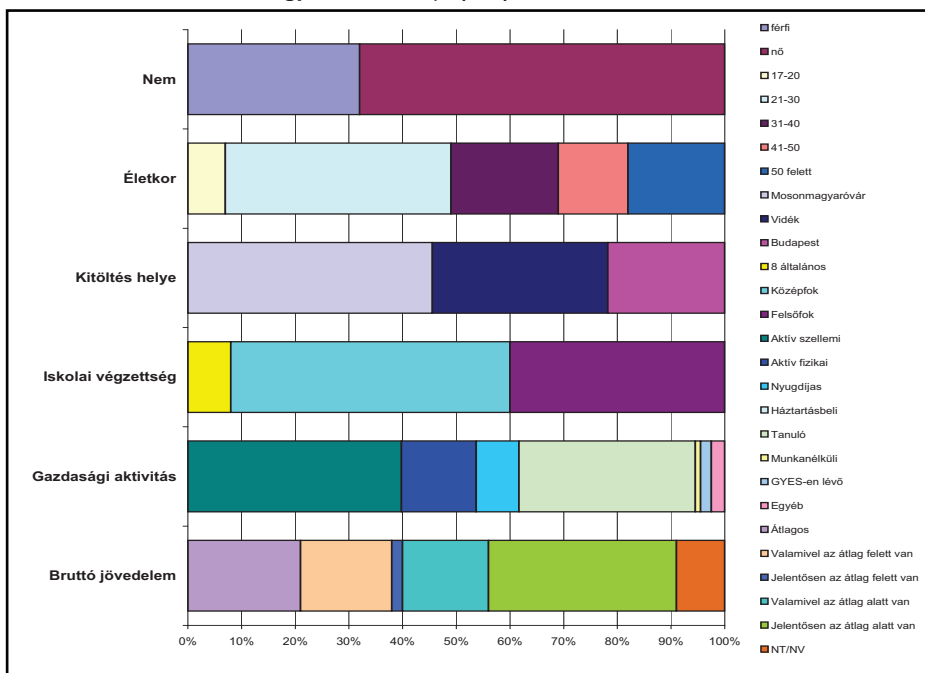
*zöldséget vásárlók* a következőképpen jellemezhetők

- leginkább hölgyek (68%);
- többnyire 21–30 év közötti életkorúak;
- döntően középfokú (52%) és annál magasabb (40%) iskolai végzettséggel rendelkeznek;
- a gazdasági aktivitás tekintetében többnyire aktív szellemi foglalkozású (40%) vagy tanuló (33%);
- jellemzően átlagos vagy jelentősen átlag feletti (56%) /*átlagos (21%), jelentősen átlag feletti (35%)*/ keresettel rendelkeznek.

Összességében megállapítható, hogy az egy összetevőjű termékek vásárlói között a legalacsonyabb a férfiak és a legmagasabb a nők, valamint a középfokú végzettségűek aránya. Az ízesített termékeket leginkább

7. ábra

A vegyes összetevőjű (mix) termék vásárlók



az aktív szellemi foglalkozásúak részesítik előnyben, akik átlag feletti jövedelemmel rendelkeznek. Az ízesített termékek és a

vegyes összetevőjű (mix) termékek tipikus vásárlója között nem tapasztalható a vizsgálat eredményei alapján jelentős eltérés.

FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

(1) Agrár Európa Tanácsadó Kft. (2005): A tartósítóiipar helyzete és kilátásai. Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Tanácsadási Üzletág – (2) Apáti F. (2007): A jó színvonalú magyar és német almatermesztés összehasonlító gazdasági elemzése. Doktori (PhD) értekezés. Debrecen – (3) Beke Gy. (szerk.) (1978): Hűtőipari Kézikönyv. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest – (4) Beke Gy. (szerk.) (2002): Hűtőipari Kézikönyv I. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest – (5) Főrián Z. (1995): A hazai hűtőipar helyzete, a gyorsfagyasztott termékek piacát befolyásoló tényezők. AKII, Budapest – (6) Fruitveb (2009): A magyar zöldség-gyümölcs ágazat stratégiai megvalósíthatósági tanulmánya. FVM VKSZI megbízásából, Budapest – (7) Gál I. – Kiss I. – Vilusz L. (1979): A világ élelmiszeripara ma és a jövőben. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest – (8) Huszta R. (2005): A magyar zöldség-gyümölcs szakágazat logisztikai problémái. Logisztikai Évkönyv, Budapest – (9) Kutatás-fejlesztésért felelős tárca nélküli miniszter hivatala (2009): Kutatás- fejlesztési és innovációs támogatások forrástérképe 2009-2010 – (10) Lakner Z. – Sass P. (1997): A zöldség-gyümölcs szektor versenyképességét meghatározó tényezők. Műhelytanulmány. A tanulmány-sorozat 14. Kötete, Budapest – (11) Medina V. (2008): A magyar zöldség- és gyümölcságazat versenyképességének alakulása. Gazdálkodás, 3. sz. – (12) Némethi L. (1991): A magyar élelmiszertermelés és a piacgazdaság. Mezőgazdasági Kiadó, Budapest – (13) Popp J. (2003): Az agrárpolitikák mozgásterét a nemzetközi kereskedelem liberalizálásának tükrében. Agrárgazdasági Tanulmányok, 8. sz., AKII, Budapest – (14) Szabó M. (2008): A magyar mezőgazdaság helyzete és kilátásai. Mezőhír Mezőgazdasági Szaklap XII. évf. 7. sz., Kecskemét – (15) Trade Magazin (2008): Fogytán a mirelit tégla. III. évf. 4. sz. – (16) Trade Magazin (2011): Zöldborsó, zöldbab, spenót a sorrend; Összement kiszerezések a fagyasztott termékek piacán. IV. évf. 1-2. sz. – (17) Villányi R. E. (2010): Zöldség és gyümölcs feldolgozó vállalkozások beszerzésmenedzsment vizsgálata az Észak-alföldi Régióban. Doktori (PhD) értekezés. Debrecen

## TARTALOM

Tanévnyitó gondolatok az agrár-felsőoktatásban .....	445
<i>Schmitt Pál</i> : „A kezdet szépsége”: tanévnyitó a Szent István Egyetemen.....	446
<i>Parragh László</i> : A tanulás az élni tudás lehetőségeinek elsajátítása!.....	449
<i>Andor László</i> : Felsőoktatás az „EUROPA 2020” tükrében .....	452
 TANULMÁNY	
<i>Tenk Antal</i> : Doktorképzés Mosonmagyaróváron.....	456
<i>Pálvölgyi Tamás – Csete Mária</i> : A fenntarthatóság felé való átmenet lehetőségei Magyarországon .....	467
<i>Dinya László</i> : A fenntarthatóság kistérségi modellje .....	479
<i>Csikné Mácsai Éva</i> : Közvetlen értékesítés a zöldség-gyümölcs termelők körében.....	494
<i>Székelty Erika</i> : A magyarországi mezőgazdasági szaktanácsadás intézményi jellemzői.....	502
<i>Szente Viktória – Szakály Zoltán – Széles Gyula</i> : Ökoélelmiszerek megítélése Magyarországon – alakuló fogyasztói tudatosság? .....	512
<i>Németh-T. Anett – Vincze-Tóth Judit – Troján Szabolcs</i> : A fagyasztott zöldségek fogyasztási preferenciáinak vizsgálata .....	518
<i>Karácsony Péter – Tóth Kálmán – Pinke Gyula – Pál Róbert</i> : A magyarországi máktermelésről .....	529
 SZEMLE	
<i>Szabó Gábor</i> : Csáki Csaba példaértékű oktatói és kutatói munkásságáról.....	534
<hr/>	
Tudnivalók a <b>gazdálkodásban</b> megjelentetésre készülő kéziratokról .....	478
Summary .....	536
Contents.....	540