

## A HAZAI ÖKOMÉZ PIACI LEHETŐSÉGEI

PANYOR ÁGOTA dr.

### ÖSSZEFOGLALÁS

A kérdőíves felmérésből megállapítható, hogy rendkívüli fontosságú az ökoméz és a hagyományos technológiával készült méz közötti különbség tudatosítása, melyben fontos szerepet játszik a marketingeszközök megfelelő és hatékony alkalmazása, többek között a különböző kiadványok és reklámok. Fontos cél, hogy a magyar fogyasztó részesítse előnyben a hazai terméket, tudja és érezze át, hogy a magyar élelmiszer vásárlásával segíti a hazai vidéki lakosság megélhetését, az ökoélelmiszer választásával védi a természeti környezetet és a saját egészségét.

A 2081/92/EGK rendelet szerinti közösségi oltalom (eredetvédelem) lehetőségét célszerű lenne kihasználni a termelői csoportosulások aktív közreműködésével.

Nagy figyelmet indokolt szentelni a fiatal generációk egészséges táplálkozásra való nevelésének, számukra akár iskolai oktatás keretében bemutatni a mézet, ugyanis egy pár év múlva belőlük lesz a fogyasztók új generációja.

Lényeges célkitűzés az egységes, ugyanakkor jól megkülönböztethető jelzéssel ellátott ökotermékek védjegyek kialakítása, melyet országos szinten szükséges megvalósítani. Azaz egy egységes hazai ökovédjegy kialakítása és a kereskedelem, a fogyasztók felé történő intenzív kommunikálása is szükséges.

A világpiacon általános tendencia, hogy az ökológiai termékek iránt egyre jelentősebb az igény, emiatt a garantáltan tiszta élelmiszer, így az ökoméz is kedvező versenypozícióba kerülhet. Az ökoméz új minőség a piacon, ezért hosszú távon piacképes, mindenki számára minőségi megkülönböztetést jelent.

### BEVEZETÉS

A magyar élelmiszergazdaság is új kihívásokkal szembesült a globalizáció és a regionális integrációk előtérbe kerülésének időszakában. A korábban követett, döntően a mennyiségre alapozott fejlesztési stratégia egyre kevésbé bizonyul járhatónak, mely helyzetben egyik fontos kitérési pont lehet az egyedi, különleges termékek előállítására. Az ökoméz előállítás és az egyedi piaci szegmensekhez való eljuttatása ilyen kitérési lehetőséget jelenthet a magyar élelmiszergazdaság számára. Hiszen az ökoméz a méhészetek

ökológiai gazdálkodásának terméke, új, különleges minőség, új piacokkal.

A „különleges élelmiszerek” fogalmát – tágabb értelemben – úgy határozhatjuk meg, mint olyan élelmiszercsoportok, amelyek új, eddig közfogyasztásban nem elterjedt termékek, különleges, egyedi fogyasztói előnyöket nyújtva. A mai siker-élelmiszerek – funkcionális, organikus és nemzeti élelmiszerek – a fogyasztók számára valamilyen táplálkozási előnyt jelentenek. Mindezeket túl azonban a piaci réseket betöltő (niche) termékek esetében rendkívül fontos a természetes eredet, a nagy élvezeti érték, a kényelem és az elfogadható ár, azaz a versenyképesség.

A méz 65-80%-a cukor, viszonylag kevés vizet (15-22%) és fehérjét tartalmaz. A méz a gyors energiaszolgáltatás miatt a szív működését kedvezően befolyásolja, a mézben található acetilkolin segíti az erek tágulását és a szövetek táplálását. A mézben 18féle aminosav mutatható ki, az ásványi anyagok közül jelentős mennyiségben tartalmaz káliumot, foszfort, nátriumot, kalciumot és magnéziumot, a mikroelemek közül vas, mangán és réz található benne. A méz összetétele folytán számos táplálkozási előnnyel rendelkezik, melyek kihasználása szorosan összekapcsolódik az egészséggel.

Az ökoméz olyan különleges terméknek minősül, amely egyrészt, a 2092/91/EGK számú a mezőgazdasági termékek ökológiai termeléséről, valamint a mezőgazdasági termékeken és élelmiszereken erre utaló jelölésekről szóló rendelet szerint ökoterméknek minősül. A rendelet (21) bekezdése szerint a méhészet különleges jellemzői különös rendelkezéseket igényelnek, annak biztosítása érdekében, hogy megfelelő minőségű pollen- és energiaforrások megfelelő mennyiségben álljanak rendelkezésre. Továbbá kiemelendő a rendelet I. mellékletének a Méhészet és méhészeti termékekre vonatkozó általános elvei közül az 1.2. alfejezet, mely szerint a méhészeti termékek ökológiai termelésből származóként való minősítése szorosan kapcsolódik mind a kaptárak kezelésének módjához, mind a környezet minőségéhez. Ez a minősítés függ továbbá a méhészeti termékek kinyerésének, feldolgozásának és tárolásának körülményeitől. A Melléklet 4.2 alfejezete pontosan rögzíti az ökoméhészeti elhelyezkedésére vonatkozó elveket, mely szerint a méhészetet úgy kell elhelyezni:

- hogy a méhek számára elegendő természetes nektár-, mézharmat- és pollenforrást biztosítson, valamint biztosítsa a méhek vízhez való hozzáférését;

- hogy a méhészeti teleptől számított 3 km-es sugarú körön belül a nektár- és pollenforrások alapvetően a vonatkozó, jelen rendelet 6. cikkének és I. Mellékletének követelményeivel összhangban levő, ökológia termelés keretében termesztett növényekből és/vagy spontán vegetációból álljanak;

- hogy megfelelő távolságra legyen minden olyan nem mezőgazdasági termelési forrástól, amely esetleges szennyezéshez vezethet, mint például városközpont, autópálya, ipartelep, hulladéklerakó, hulladékégető stb.

Másrészt az ökoméz mint méztermék, részét képezi a Hagyományok-Ízek-Régiók magyar gyűjteménynek. A HÍR gyűjteményben szereplő hagyományos és tájjellegű élelmiszerek különleges minősége a termék előállításához kötődő hagyományoknak, tájnak és történetnek a termékben való kifejeződése. A gyűjteményben a következő mézek szerepelnek:

Selyemkóróméz (Dél-Alföld)

Nyírségi akácméz (Észak-Alföld)

Gesztenyeméz (Dél-Dunántúl)

Hársméz (Dél-Dunántúl)

Medvehagymaméz (Dél-Dunántúl)

Mezőföldi napraforgó virágméz (Közép-Dunántúl)

Aranyvesszőméz (Nyugat-Dunántúl)

Magyarországon méhészkedéssel főállású őstermelőként, kiegészítő tevékenységként vagy hobbi szinten a 2003. évi adatok alapján 15 302 méhész foglalkozik és mintegy 880 000 méhcsalád szorgos munkálkodásaként éves szinten 21 900 tonna méz került a hazai és külföldi piacokra.

Magyarországon a méhészeti ágazat exportorientált. Az elmúlt években fejlődés, növekedés volt jellemző, míg 2000-ben 12 806 t, addig 2003-ban már 15 773 t mézet exportáltak. A magyarországi méz főbb felvevő piaci Németország, Olaszország, Franciaország, Nagy-Britannia és

Ausztria. Az exportra szánt méz 91,4%-a az Európai Unió országainak piacára kerül, csak 8,6%-a jut az EU-n kívüli országokba (1. táblázat).

Hazánkban az első ökoméhészetek a természetvédelmi területeken alakultak ki. A méhészek száma, a méhcsaládok száma és a méhészeti termékek mennyisége változó intenzitással emelkedik. Míg 1998-ban a 16 000 méhész közül csupán 68 volt ökoméhész, 2001-re a számuk 207-re emelkedett. De még így is kevesen vannak, akik a vegyszermentes gazdálkodást választják, melynek oka leginkább abban

keresendő, hogy nagyon szigorú feltételrendszert kell teljesíteni.

A Magyarországon megtermelt ökoméz jelentős része, mintegy 70%-a külföldre kerül. 2001-ben a megtermelt 231 550 kg biomézből 72 884 kg került hazai fogyasztásra, míg 158 666 kg volt a kereskedők által külföldre eladott bioméz mennyisége. A legjelentősebb célországok a bioméz értékesítés számára szintén az Európai Unió országai, ezek közül is kiemelkedő Németország és Olaszország (2. táblázat).

### 1. táblázat

#### Magyarország 2003. évi mézexportjának országonkénti megoszlása

Ország	Mennyiség (t)	Megoszlás %
Összes ország (24)	15 773	100,00
<b>EU országok összesen</b>	<b>14 422</b>	<b>91,43</b>
<b>EU-n kívüliek</b>	1 351	8,57
Öt ország kiemelve:		
- Németország	4 685	29,71
- Olaszország	3 373	21,38
- Franciaország	2 563	16,25
- Nagy-Britannia	1 223	7,75
- Ausztria	871	5,14
<b>Előző öt ország összesen</b>	<b>12 655</b>	<b>80,23</b>
Többi 19 ország	3 118	19,77

Forrás: Méhészeti terméktanács

#### ANYAG ÉS MÓDSZER

Felmérést készítettünk a mézfogyasztási szokásokkal kapcsolatban a Szegedi Tudományegyetem Élelmiszeripari Főiskolai Karán, 2003 őszén. A hallgatókat arra kértük, hogy a kérdőíveket ők maguk, illetve barátaik, szüleik töltsék ki. Így összesen 300 kérdőívhez jutottunk. A megkérdezés során igyekeztünk felmérni a megkérdezettek véleményét, fogyasztási szokásait, motivációit a mézfogyasztási szokásokhoz kapcsolódóan,

és ezen belül az ökoméz ismertségét és az ökoméz fogyasztását is vizsgáltuk.

A kérdőívben szereplő kérdések több témakört is magukban foglalnak, amely témakörök logikai sorrend alapján kerültek összeállításra. Egyrészt a résztémákat tartalmilag egymásra építettük, másrészt egy-egy kérdéskör tekintetében a konkrét kérdések keretében minden lényeges információt igyekeztünk beszerezni, és csak azután tértünk át a másik témakörre. A logikai sorrend kialakításában segítségünkre voltak ún. átvezető kérdések,

amelyek az újabb kérdéskör bevezetését szolgálták.

A feltett kérdések során zárt kérdéseket alkalmaztunk, azaz a megkérdezetteknek az előre megadott válaszlehetőségek közül kellett kiválasztani a megfele-

lőt. A zárt kérdések során alternatív, illetve egyszerre több válaszvariációt is megjelölhettek a megkérdezettek, melynek az az előnye, hogy a hosszabb válszatkatalógusból könnyebb az egyéni véleménynek megfelelőt kiválasztani.

## 2. táblázat

### Az ökoméhészeti ágazat exportorientációja

Megnevezés	1998	1999	2000	2001
Ökoméhészek száma (fő)	68	76	165	207
Ellenőrzött méhcsaládok száma (db)	4 746	5 802	14 553	15 532
Minősített méhcsaládok száma (db)	4 064	5 241	5 120	7 304
Átállás alatt lévő méhcsaládok száma (db)	681	561	9 433	8 228
Termelt méz (kg)	n.a.	n.a.	n.a.	<b>231 550</b>
Magyarországon eladott méz (kg)	103 753	n.a.	n.a.	<b>72 884</b>
Kereskedők által külföldön eladott bioméz (kg)	54 901	101 386	123 692	<b>158 666</b>
Célszörzágok (kg)		Dánia:54 901 Németo.:23 639 Olaszo.:18 366 Ausztria: 3 145	Németo.:114 511 Franciao.:21 000 Dánia: 3 551	Németo:158 066 Olaszo : 600

Forrás: Biokultúra Egyesület, 2002

### EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELEÉSÜK

A kérdőíves felmérés feldolgozásának adataiból kiderült, hogy a megkérdezettek nem sok fajta mézet ismernek, és csak az általuk megszokott mézeket fogyasztják. A legismertebb méz az akác-méz, melyet a megkérdezettek 93,6%-a ismer, ezt követi a vegyes virágméz 84%-kal és a hárs-méz 60,4%-kal. Legkevésbé ismertek a selyemkóróméz 3,6%, a pohánka 3,6%, a lóhereméz 2,8%, a gesztenyeméz 2,8% és az aranyvesszóméz 2,4%-kal (1. ábra).

Véleményem szerint mindenképpen szükséges lenne a kevésbé ismert mézekre is felhívni a figyelmet, a kedvező tulajdonságokat megfelelően kiemelve. Például a selyemkóróméznek – amely az

Asclepias syriaca nektárjából származik – jellegzetes dohány illata van. Lassan kristályosodik, nyers ételek különleges ízesítője. Sem hazánkban, de még a világpiacra sem ismerik eléggé, igazi „hungaricum”. A választékbővítés érdekében is több tiszta fajtamézre lenne szükség. A vásárlók folyamatos érdeklődését sajátságos hungaricumokkal lehetne biztosítani.

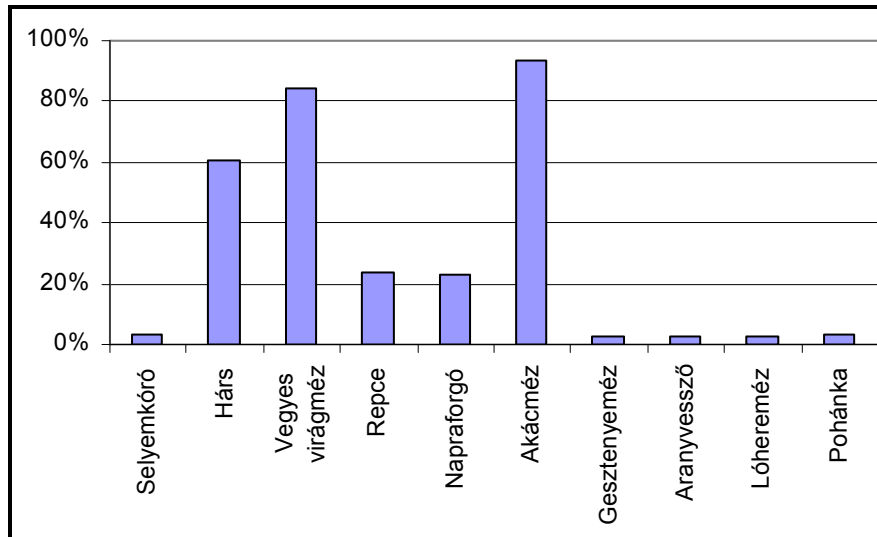
A kérdésben feltett mézekon kívül még számos mézfajta létezik, de azok ismertsége is nagyon alacsony szintet mutat. Pedig minden fajtaméz jellegzetes aromával, színnel, tulajdonsággal bír. Olyanok, mint a sajtok vagy a borok, érdemes őket végigkóstolni, jellegzetes aromájukat megismerni, megfelelő ételekhez felhasználni őket.

Magyarországon az egy főre jutó éves mézfogyasztás igen alacsony 0,5 kg/fő, ezzel szemben az Európai Unió átlag 0,7 kg/fő, és vannak olyan országok, ahol a 2 kg-ot is meghaladja ez a szám (Németországban 2,5 kg/fő/év). A

2. ábra adatai is azt bizonyítják, hogy nem sűrűn fogyasztanak mézet Magyarországon, a megkérdezettek majdnem kétharmada csak kéthetente vagy még ennél is ritkábban.

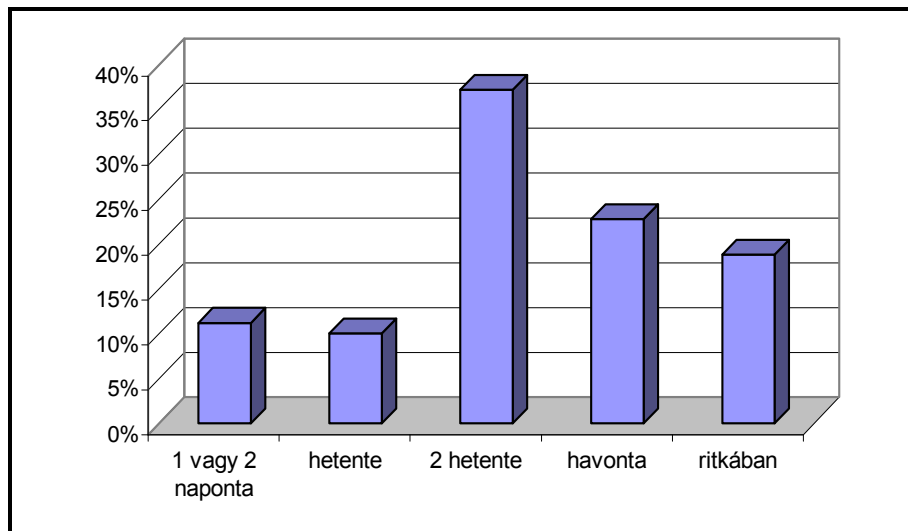
1. ábra

A mézfajták ismertsége



2. ábra

A mézfogyasztás gyakorisága Magyarországon



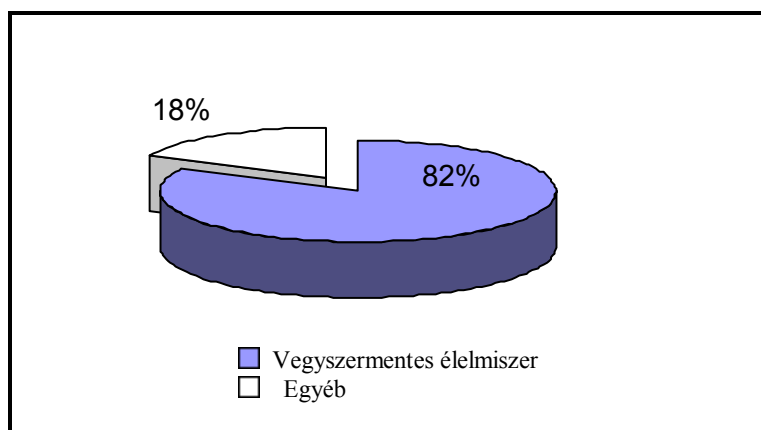
Vizsgálatunkban arra is választ kerestünk, hogy az átlagfogyasztók ismerik-e a vegyszermentesen termelt és előállított élelmiszereket, ezen belül is az ökomézet. Meglepő eredményt kaptunk. A köztudatban elterjedtek, ismertek a különböző ökoételek és italok. A felmérés is ezt mutatta, hogy a megkérdezettek több mint háromnegyede (82%) előnyben részesíti a vegyszermentes élelmiszerek fogyasztását a hagyományossal

szemben (3. ábra). Ezt előnyösen használhatják ki az ökoélelmiszereket előállító termelők, ha megfelelő tájékoztatással és áron kínálják a termékeiket, ugyanis egyre több embernek van igénye az egészséges táplálékok iránt.

Az előző elvekkal szemben azonban a megkérdezettek arra a kérdésre, hogy szokott-e ökomézet fogyasztani, csak alig egynegyede (19%) válaszolt igennel, ezt mutatja be az 4. ábra.

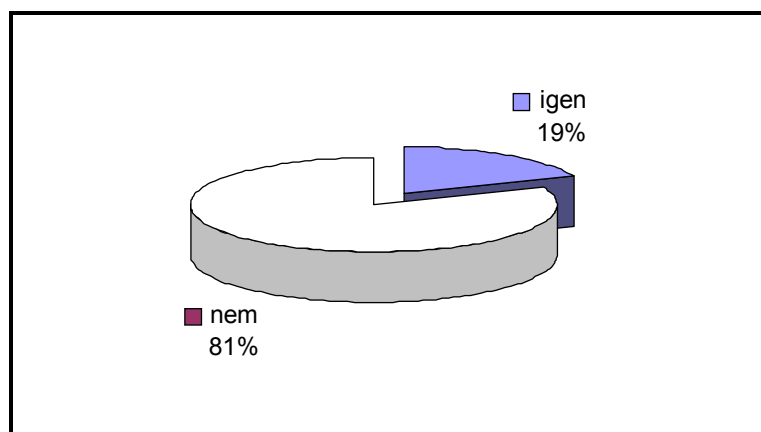
3. ábra

### A fogyasztás során előnyben részesített élelmiszerek



4. ábra

### Ökomézfogyasztási szokások



Első ránézésre itt a két kérdésre kapott válaszok között ellentmondás rejtőzik. Hogyan lehet az, hogy a fogyasztók 82%-a előnyben részesíti az ökoélelmiszereket, de mégse fogyaszt ökomézet? A következő kérdésünkkel erre kerestük a választ. Ha nem fogyaszt ökomézet, miért nem? Megdöbbentő eredményt kaptunk, a megkérdezettek 67%-a nem ismeri. Ehhez képest elenyésző azoknak a száma, akik ismerik, de nem tudják be-

szerezni vásárlás során (19%), vagy magasnak tartják a termék árát (9%), illetve nem szerepelt a válaszokban (5%).

Ez az eredmény leginkább abból adódik, hogy a fogyasztók nincsenek megfelelően tájékoztatva, informálva. Az emberek jelentős része és még a hagyományos méhészek egy meghatározott köre sem tudja, hogy mi az ökoméz és a hagyományos technológiával előállított méz közötti különbség.

#### FORRÁSMUNKÁK JEGYZÉKE

- (1) AMC-FVM (2001): Hagyományok–Ízek–Régiók. Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye. Vol. 1-2. Budapest, Keszler Marketing Kft. – (2) Bross Péter (2001): Terítéken a jövő – Méhészkedés az EU-ban. Méhészet, 2002/2. – (3) Lakner Z. – Szabó E. (2004): Minőségfejlesztés és marketing az élelmiszer-gazdaságban. Minőség és Megbízhatóság, 2004/4 183-190. pp. – (4) Nyárs Levente (2002): A magyarországi méztermelés helyzete és szerepe az EU fogyasztásában. Gazdálkodás, 2002/1. – (5) Oszoli Á. (2002): Az öko-termékek termelésének és értékesítésének középtávú stratégiája. FVM, Budapest – (6) Pallóné Kisérdi Imola (2003): A versenyképesség biztosításának új minőségi dimenziója az élelmiszer-gazdaságban EU csatlakozásunk szempontjából. Doktori (PhD) értekezés tézisei, Budapest, Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem – (7) Rowan C. (2001): Innovation in dairy ingredients Food Engineering & Ingredients – (8) Szakály Z. – Berke Sz. (2004): A táplálkozás, a minőség és a marketing kapcsolata élelmiszereknél. Marketingelmélet a gyakorlatban. KJK-Kerszöv Kiadó Kft., Budapest – (9) 2092/91/EGK rendelet a mezőgazdasági termékek ökológiai termeléséről, valamint a mezőgazdasági termékeken és élelmiszereken erre utaló jelölésekről. – (10) 2081/92/EGK rendelete a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi jelzéseinek és eredetmegjelöléseinek oltalmáról. – (11) 140/1999. (IX.3.) Korm. rendelet. A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai követelmények szerinti előállításáról, forgalmazásáról és jelöléséről. – (12) 74/2004 (V.10) FVM rendelet. A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek ökológiai követelmények szerinti előállításának, forgalmazásának és jelölésének egyéb eljárási szabályairól.