

Egyetemi doktori (PhD) értekezés tézisei

**A MANGALICAÁGAZAT TERMÉKLÁNCÁNAK GAZDASÁGI
ELEMZÉSE**

Pocsai Krisztina

Témavezető:
Dr. Balogh Péter
egyetemi docens



DEBRECENI EGYETEM
Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok
Doktori Iskola

Debrecen, 2014

1. A KUTATÁS ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEI ÉS A KUTATÁSI HIPOTÉZISEK BEMUTATÁSA

Témaválasztásom egészen 2009-ig nyúlik vissza, ekkor kezdtem el foglalkozni a mangalicaágazat vizsgálatával, azon belül is rövid interjúk keretében készített kérdőívekkel mértem fel a termelők akkori és jövőbeni kilátásait. A beszélgetések során kiderült, hogy a termelők milyen problémákkal küzdenek az ágazatban, ezért célul tűztem ki egy komplex, teljes termékpályát átfogó elemzés elvégzését a tudományos munkám során. PhD tanulmányaim alatt a Mangalicatenyésztők Országos Egyesületével (MOE) együttműködve gyűjtöttem adatokat, információkat az ágazat leírásához, ezzel is segítve az egyesület munkáját. Erre a munkára azért van szükség, mert fontos annak feltérképezése, hogy az ágazat szereplői milyen kapcsolatban állnak egymással, milyen problémák vannak a vertikumban.

Az általam választott kutatási téma jelentőségét az jelzi, hogy egyre nagyobb igény mutatkozik a tradicionális magyar termékek iránt és egyre többen látnak piaci lehetőséget az őshonos állatok tartásában. Az őshonos állatok tenyésztése során valóban szerényebb tartási és takarmányozási feltételeknek kell eleget tenni, így a mai társadalomban egyre kevésbé vonzó állattartás mellett az extenzív körülményeket jól tűró állatfajok elterjedése és állományuk bővülése nem irreális célkitűzés. Mivel Magyarország hagyományosan sertéshús fogyasztó társadalom, így kutatásomban fontosnak tartom, hogy egy olyan területet járjak körbe, aminek gazdasági súlya egyelőre nem jelentős mértékű, hiszen az összes sertéshús kibocsájtásnak csak mintegy 1,5%-a, de piaci pozíciója és a külföldi lehetőségei növekvő teljesítményt vetítenek előre.

Az élelmiszerlánc-elemzésekben napjainkban igen széleskörű kutatásokat végeznek, melyek gyakran kvantitatív, máskor kvalitatív felmérésekre fókuszálnak. A termék-lánc szereplők véleményének feltérképezése bonyolult folyamat, hiszen számos szereplőt más és más módon és némileg eltérő kérdésekkel kell megkeresni a különböző tevékenységükből adódóan.

A kutatás fontosabb célkitűzései

A szekunder kutatás célkitűzései:

1. Az őshonos sertések bemutatása és megítélése, valamint jelentősége a világban. Ezek alapján a hazai őshonos sertésnek tekintett mangalica fajtavál történő összehasonlítás.
2. A mangalicaágazat jelenlegi helyzetének leírása, az irodalmak alapján a korábban elkészített SWOT-analízisek feldolgozása, értékelése, saját kutatási eredményeimmel történő kiegészítése.
3. A Mangalicatenyésztők Országos Egyesületének adatait felhasználva a mangalica állomány állományi és területi koncentrációjának elemzése matematikai-statisztikai módszerekkel, valamint az egyes gazdasági tényezők hatásának vizsgálata a koncentrációra.

A primer kutatás célkitűzései:

1. A mangalica termékpálya szereplői (termelés, feldolgozás, kereskedelem) közötti problémák feltárása, a hatékonyabb együttműködésre való javaslatétel tudományos igényű megfogalmazása.
2. A magyarországi fogyasztók mangalica termékekhez fűződő viszonya, vásárlási preferencia meghatározása és fizetési hajlandóság számszerűsítése egy mangalica termék esetén.
3. A SWOT analízis és a termékpálya szereplők felmérése alapján a problémák strukturált rendszerbe építése, problémafa felvázolása és a problémák megoldására specifikus célok és hozzá rendelt tevékenységek megfogalmazása célfa elemzéssel.

Kutatómunkám során a teljes termékpályára vonatkozóan a következő **hipotéziseket** fogalmaztam meg:

1. **hipotézis:** A magyar sertéságazatot egyidejűleg a koncentráció és szétaprózottság jellemzi. A mangalica ágazat egyedülálló ebben a tekintetben, nem jellemző a koncentráció a szegmensben.
2. **hipotézis:** A magyar fogyasztóknak számít az igazolás, a termék eredete, nyomon követhetősége, amikor mangalica kolbászt vásárolnak.

3. **hipotézis:** A magyar fogyasztók többet hajlandóak fizetni azokért a mangalica termékekért, melyek igazolással rendelkeznek, megbízható eredetük miatt 100% mangalicából készülnek.
4. **hipotézis:** A magyar fogyasztók legtöbbször hajlandóak fizetni azokért a mangalica termékekért, melyeket közvetlenül a termelőktől szereznek be.
5. **hipotézis:** A nem eredetigazolt termékek rontják a MOE emblémájával ellátott termékek piaci versenyképességét.

2. ADATBÁZIS ÉS AZ ALKALMAZOTT MÓDSZEREK ISMERTETÉSE

Kutatómunkám során szekunder és primer kutatást egyaránt végzek. Munkámban a szekunder és primer kutatás összefonódik a láncelemzés során alkalmazott eljárás miatt, ugyanis az ellátási láncok vizsgálatára is alkalmas SCP-paradigma elvére épülő módszert választottam, amivel a termelők, feldolgozók, kereskedők véleményét tárom fel és elemzem tudományos igényességgel. Ennek keretében szükség van szekunder kutatásra a mások által összegyűjtött és közzétett adatok új szempontok szerinti feldolgozása céljából. Mindezt primer adatgyűjtéssel egészítem ki a mangalica terméklánc szereplők véleményének megismerésére. A terméklánc szereplőket így kvalitatív módszerekkel vizsgálom. A primer kutatás során mélyinterjúkat alkalmazva végeztem az adatgyűjtést. A terméklánc fontos szereplői a fogyasztók, így a fogyasztói oldal felmérése is célom a kutatás során. A vizsgálatot primer kutatás keretében speciális kérdőívekkel végeztem, ami kvantitatív elemzésre ad lehetőséget.

2.1 Az SCP-paradigma

Egy ágazaton belüli szereplők vizsgálatát a külső és belső környezet értékeléssel lehet leghatékonyabban végrehajtani. Erre többek között a SWOT analízis valamint a külső és belső faktor értékelő mátrix is alkalmas, de ezektől a hagyományos megközelítésektől eltérő eljárások közé tartozik a Structure-Conduct-Performance (SCP) (Szerkezet-Magatartás-Teljesítmény) paradigma, aminek elveire építve elemzem a mangalica ágazat termékláncát.

Az SCP paradigma alkotóelemei a következők:

Structure – *Szerkezet*: egy adott ágazat strukturális, szerkezeti jellemzőit mutatja meg a piaci szereplők száma, a piacra lépési korlátok és a szereplők közötti kereskedelmi kapcsolatok (vertikális integráció) révén.

Conduct – *Magatartás*: a piaci szereplők működését, piaci viselkedését és stratégiáját öleli fel. Az alkotóelem legfontosabb tényezői az árképzési magatartás és az értékesítési stratégia.

Performance – *Teljesítmény*: egy ágazat teljesítőkéességét, hatékonyságát, eredményeit mutatja meg, a technológiai fejlődésen, munkaerő-ellátottságon keresztül.

2.1.1 A szekunder kutatáshoz kapcsolódó módszer – koncentrációelemzés

Az SCP paradigma elméletrendszerét felhasználva az első alkotóelem (*Structure*) egy részének a vizsgálatára a szakirodalom (SCHERER, 1980; MILAGROSA, 2007; KIZITO, 2008) a koncentrációelemzés módszertanát ajánlja. UDOVECZ (2009) szerint a sertéstartás egyik kritériuma az állományi koncentráció, amit NYÁRS (2005) valamint POPP és NYÁRS (2009) szintén megerősít. A szerzők kiemelték, hogy a hazai sertéságazatot a koncentrálttság és a szétaprózottság jellemzi, ami a magyar mezőgazdaság egészében megmutatkozó bipoláris szerkezetéből adódik (NYÁRS, 2005; TAKÁCSNÉ GYÖRGY et al., 2007). Munkám során egyik célkitűzésem bizonyítani, hogy a mangalicaágazatra is jellemző ez a bipoláris jelleg, vagyis a mangalica szegmensben szintén állományi koncentráció és szétaprózott birtokszerkezet mutatkozik.

Adataim a Mangalicatenyésztők Országos Egyesülete által gyűjtött országos adatbázisból származtak. A szekunder kutatás során gyűjtött adatok tenyésztőnként, településszintre lebontva tartalmazták a kocaállományt. Ezek az adatok alapadatokként egyrészt alkalmasak voltak területi koncentráció vizsgálatára, másrészt az adatokat átstrukturálva állományi koncentrációelemzés végrehajtására. Az elemzéseket 2000 és 2012 közötti évekre végeztem el. Az elemzés végrehajtására különböző mutatószámokat, eljárásokat alkalmaztam, amelyek a következők voltak:

- Koncentrációs arányszám (CR),
- Lorenz-görbe,
- Gini-együttható,
- Területi koncentráció mérésére: Herfindahl-Hirschman-index.

2.1.2 A kvalitatív kutatás módszere

A piaci szereplők magatartására és teljesítményére vonatkozó vizsgálat céljából az SCP paradigma elveire épülő mélyinterjúkat készítettem a mangalica terméklánc szakértőivel, termelőkkel, feldolgozókkal, kereskedőkkel. A mélyinterjúk során megismertem a mangalica ágazat jelenlegi helyzetét, az állattartással, feldolgozással és értékesítéssel kapcsolatos nehézségeket, a megkérdezettek véleményét a mangalicatartásról és fogyasztásról, annak előnyeiről, hátrányairól, a többi lánc szereplőhöz fűződő viszonyokról. A szakértőkkel folytatott

beszélgetések alkalmával mélyebb, a jövőbeli kilátásokat reálisan tükröző felmérést végeztem el.

A kutatás nem reprezentatív mintára támaszkodott, az interjúalanyok kiválasztása önkényes mintavétellel történt, a termelők körében törekedve arra, hogy kis-, közepes- és nagyméretű gazdaság is a mintába kerüljön. A kutatás során összesen 11 mélyinterjút készítettem a 2013. június és augusztus közötti időszakban. A mintában szakértők, mangalica termelők, feldolgozók és kereskedők is szerepeltek.

1. táblázat: A mélyinterjú alanyok száma tevékenységek szerint

Me.: fő

Végzett tevékenység	Megkérdezettek száma összesen	Üzemméret		
		Kicsi	Közepes	Nagy
Szakértő	2			
Termelő	6	2	2	2
Feldolgozó és kereskedő	2		1	1
Termelő, feldolgozó és kereskedő	1		1	
Összesen	11	2	4	3

Forrás: saját szerkesztés, 2013

A beszélgetéseket megelőzően biztosítottam a megkérdezetteket a felmérés anonimitásáról és engedélyt kértem hangfelvétel rögzítésére. A hangfelvételeket digitális hangfelvevővel rögzítettem a későbbi megbízhatóbb információ feldolgozás és kiértékelés céljából.

A termelői, feldolgozó, illetve kereskedői interjúk minden esetben jellemzően 50-90 percesek voltak, a szakértői interjúk 90-120 percet vettek igénybe.

2.2 A fogyasztói felmérés adatai és módszertana

Az ellátási lánc menedzsment egyik legfőbb célja a fogyasztói igények kielégítése, így kiemelten fontos a terméklánc végső szereplőinek, a fogyasztók véleményének a feltérképezése. Ezt egy újszerű megközelítéssel, a feltételes választás (*choice experiment*) módszerével végeztem el. A felmérés célja egy mangalica termék fogyasztói preferencia vizsgálata, valamint a mangalica termék esetén a fizetési hajlandóság (*willingness-to-pay*) számszerűsítése. Mivel a mangalica termékek nagyszámú választéka található meg az élelmiszerpiacon, a hazai hagyományos, közkedvelt, könnyen elérhető és nemzetközileg is

elismert termék képezi a vizsgálat tárgyát. A mangalica kolbász 2010-ben felkerült egy nemzetközi szervezet (Slow Food) „Ízek bárkája” („Ark of Taste”) elnevezésű terméklistájára, nemzetközi ismertséget és elismertséget szerezve (BALDERESCHI et al., 2010).

A kutatáshoz felhasznált adatok kérdőíves megkérdezés útján, *személyes és internetes megkereséssel* kerültek a mintába. A felmérés 2012. augusztus és 2012. október között történt az Észak-Alföld Régióban. A mangalica tenyésztése ebben a térségben a legjelentősebb, a teljes kocalétszám közel 40 százaléka az említett régióban található és a fajta fennmaradását segítő szervezet (MOE) is itt működik. Az adatgyűjtést fókuszcsoporthoz interjúk előzték meg 2012. júniusában a kérdőíven szereplő választási kártyák változóinak meghatározása és az egyes változók mérési szintjeinek kialakítása céljából (MØRKBAK – NORDSTRÖM, 2009; MØRKBAK et al., 2011, STEFANI et al., 2012). Az interjúk során kialakított attribútumokat és szintjeik jellemzését a 2. táblázatban közlöm.

2. táblázat: Attribútumok, szintjeik és a szintek kódolása a conditional logit modellben a mangalica kolbász esetén





Attribútum	Attribútum szint	Kódolás	Változó neve	Leírás	
Mangalica kolbász ára	1500 Ft/kg			A mangalica kolbász vásárlói árát jelöli.	
	2000 Ft/kg				
	2500 Ft/kg				
	3000 Ft/kg				
Mangalica aránya¹	50%	-1	-1	A mangalica arányát/mennyiségét jelöli a termékben.	
	75%	1	0		Arány_1
	100%	0	1		Arány_2
Igazolás megléte	Nem	-1		A mangalica termék igazolással, egyesületi emblémával ellátott legyen.	
	Igen	1	Igazol		
Beszerzés helyszíne	Termelő/vásár	-1	-1	Az egyes értékesítési csatornákat jelöli, ahol a fogyasztó szívesen vásárolna.	
	Hentesbolt/kisbolt	1	0		Besz_1
	Hiper/szupermarket	0	1		Besz_2

Forrás: saját szerkesztés, 2013

¹ Az őshonos állatfajtákból (pl. mangalica, szürke marha) készült termék megnevezésében akkor szerepelhet az adott állatfajta neve, ha a termék hústartalmának 70%-a az adott fajtából származik. Amennyiben mangalica kolbásznak nevezik a terméket, a hústartalom legalább 70%-ának mangalicahúsból kell lenni. A termék gyártójának illetve forgalmazójának rendelkezni kell az adott egyedre vonatkozó fajtaazonossági igazolással is, amit a Jr. 6.§ (8) bekezdése ír elő.

Az attribútumok definiálása után megszerkesztettem a választási kártyákat (termékkártyákat). Minden megkérdezettnek 8 választási szituációt kellett egymás után megoldani. A fogyasztóknak minden preferenciakártyában három változat közül kellett választaniuk („A” és „B” változat, valamint „Ilyen feltételek mellett nem vásárol”) (1. ábra). A harmadik változat a „nem vásárol” („opt-out”) opció a valósághoz közeli választási helyzethez hasonlóan megadja a döntés lehetőségét a fogyasztó számára, hogy ne vásároljon meg egy terméket, ha az nem felel meg az elvárásainak (pl.: túl magas ár, címke hiány, stb.) (VAN LOO et al., 2011; GAO – SCHROEDER, 2009).

1. ábra: Példa választási kártyára

		„A” változat	„B” változat	Ilyen feltételek mellett egyik változatot sem választom, nem vásárolnék.
	Kolbász ár (Ft/kg)	2500	1500	
	Mangalica arány	75%	50%	
	Igazolt termék	Igen	Igen	
	Beszerzés helyszíne	Hiper/ szupermarket	Hentesbolt, kisbolt	
Az Ön választása:		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Forrás: saját összeállítás, 2013

A kérdőív összeállítása után véletlenszerűen kiválasztott fogyasztókkal teszteltem, majd módosítottam a kérdőívet a megkérdezettek észrevételeinek megfelelően. A végleges kérdőívet összesen 309 személlyel tölttettem ki.

2.3 Probléma- és célfa elemzés

A primer és szekunder kutatás során gyűjtött adatok, ill. információk alapján indokoltnak tartom a mangalica ágazat probléma és célfa struktúrájának elkészítését, amivel átláthatóbbá tehetők a főbb problémák, azok okai és okozatai, valamint egy jól strukturált célfa elemzéssel a feltárt problémákra megoldási javaslattal is lehet élni. A problémaelemzéshez kapcsolódó szekunder kutatás az ágazati SWOT analízisre terjedt ki. A primer kutatásból eredő információk legfőképp a terméklánc szereplőkkel készített mélyinterjúkból származnak. A javaslattétel a specifikus, valamint az abból következő stratégiai és

átfogó célokhoz rendelt tevékenységekkel történik. A problémák feltárásában és azok elemzésében a célcsoportok főbb gondjait azonosítva határozzuk meg a problémák közötti ok-okozati összefüggéseket. Ebben segítségünkre vannak a SWOT analízis során csoportba szedett gyengeségek és veszélyek. Az egyes problémákat nem általánosan, hanem konkrétan fogalmazzuk meg és az ok-okozati kapcsolatok alapján egymás alá, fölé vagy mellé helyezjük. Így alakul ki a tulajdonképpeni fa struktúra, ami központi problémává és az abból eredeztethető következményekké alakul (D'HAESE et al., 1998; NÁBRÁDI és SZŐLLŐSI, 2008). Ezzel logikai rendbe sorolhatjuk a problémákat és az okokat. Kiemelve a fő okot a problémafa struktúra körvonalazza a megoldás felé vezető célkitűzéseket is (CSERPES, 2011). A célok elemzése a jövőbeli helyzetet vázolja fel, amit a problémák célokká történő átfogalmazásával érhetünk el. Ezáltal készíthetők el a célkitűzéseket és a célok megvalósításához szükséges teendőket leíró célstruktúra. Ezzel a stratégiai elemzéssel a feltárt problémák és a célkitűzések összhangja valósítható meg (MDF, 2005).

3. AZ ÉRTEKEZÉS FŐBB MEGÁLLAPÍTÁSAI

3.1. A termelői, feldolgozó, kereskedői mélyinterjúk eredményei az SCP paradigma elveit követve

3.1.1. A mangalica terméklánc szerkezete

Az SCP paradigma szerint a terméklánc szerkezetének vizsgálatakor a termékpálya szereplőinek számát, a piacra lépési korlátokat, a termékdifferenciálás lehetőségeit, valamint a vertikális koordináció és integráció lehetőségeit érdemes számba venni. Az ágazat szerkezetének leírásával a teljes termékpálya feltérképezhető.

A kutatásom során megállapítottam, hogy a mangalica szegmens egésze minden termékpálya szereplő szintjén 3 pólusú. Ezt a 3 pólust a kis-közepes- és nagy termelők, feldolgozók és kereskedők szintjére lehet felosztani.

A termelői oldal 3 szintje:

- A kisüzemek – a mangalica esetén a 30 koca alatti létszámmal rendelkezők – magas száma a teljes állomány csak elenyésző részét képviselik. 2012-ben az összes üzemben belül a kisüzemek 54%-ot képviseltek, amelyekben az összes kocalétszám mintegy 16%-át tartották, az átlagos kocalétszám ebben az üzemméretben 18 db kocát jelentett ebben az évben. Ezek a gazdálkodók a biogazdálkodásnak, a falusi turizmusnak köszönhetően kiemelkedő társadalmi szerepet játszanak, ami jelentős potenciált jelenthet a magyar gazdaság számára. A legtöbb kistermelő külterjes gazdálkodást végez, ami megnöveli a hizlalási időt, ezért az alacsonyabb természetes mutatók kevésbé hatékony termelést eredményeznek. Ez az oka annak, hogy a kistermelőknél kocánként mindössze 6 malac születik évente, szemben a nagyüzemi 9 malac/koca átlagos értékkel.
- A közepes méretű üzemek jellemzően 30-100 kocával a saját fogyasztás mellett piaci értékesítésre is tudnak termelni, sőt a hazai árutermelés mellett fontos szerepet töltenek be a génmegőrzésben. A magyarországi mangalica üzemek mintegy egyharmada ebbe a kategóriába tartozik, és az összes koca közel egynegyed részével

rendelkeznek. Az átlagos kocalétszám ebben az üzemméretben 48 db koca/üzem.

- A 4-5 igazán nagytermelő az összes kibocsátott eredetigazolt hízó mintegy 80%-át adja, elsősorban élelmiszerláncoknak és külföldi piacokra termelnek nagy mennyiségben és standard minőségben. Fontos azonban kiemelni, hogy a mangalica ágazatban nagyüzemnek már a 100 koca fölötti gazdaságok is tekinthetőek, az arányuk az összes üzemen belül alig haladja meg a 15%-ot, ellenben az összes koca 60%-a az ő kezükben összpontosul. Ebben az üzemméretben 2012-ben összesen 20 gazdaság szerepelt, mégis van 4-5 olyan üzem, ahol 300 fölötti tenyészállattal dolgoznak. Ezek az összes kocalétszám mintegy egynegyedét birtokolják és méretüknél fogva stratégiai szereppel is bírnak (3. táblázat).

Ennek a három szereplői körnek az összefogására van szükség, hogy a kis-, a közepes- és a nagygazdaságok egyaránt hatékonyan tudjanak együttműködni. A kis- és közepes méretű gazdaságok főleg tisztavérű mangalicát tenyésztenek/hizlálnak. Extenzív vagy fél-intenzív tartás mellett nem képesek ellátni a külföldi piacokat sem megfelelő mennyiségben, sem minőségben. Ezzel szemben a nagyüzemekben a keresztezett mangalicával (Mangalica x Duroc) valóban a külföldi vevői igényeket szolgálják ki a megfelelő mennyiséggel és a mindig standard minőséggel. A Duroc sertéssel keresztezett mangalica elfogadott a hazai és külföldi piacokon számos előnyös tulajdonsága miatt. A kedvezőbb szaporaság és növekedési erély mellett a feldolgozóknak is szüksége van a keresztezett mangalicára, mert a vágóhídi technológia nem lenne képes a nagy mennyiségű zsír feldolgozására, illetve keresztezett állatból egyes termékek jobb minőségben állíthatók elő.

3. táblázat: A mangalica ágazat üzemi szerkezete 2012-ben

Megnevezés	ÜZEMMÉRET		
	Kicsi	Közepes	Nagy
Kategória kocalétszám szerint (db)	<30	30-100	100<
Összes koca (db)	1176	1724	4427
Összes üzem (db)	66	36	20

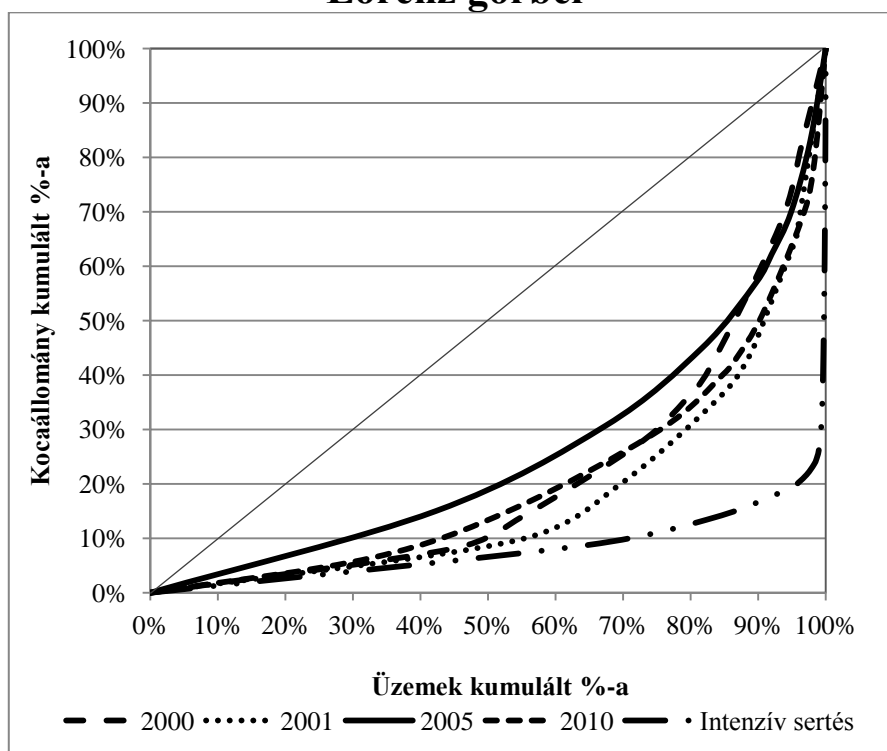
Forrás: saját szerkesztés, 2013

3.1.1.1. A koncentrációelemzés eredményei

A 2.1.1 alfejezetben ismertetett koncentráció elemzési és számítási eljárások alapján megállapítottam, hogy a mangalicaágazatban nem zajlottak le azok a koncentrációs folyamatok, mint a magyar sertéságazatban, az állományi koncentráció foka a 2000-2012. közötti időszakban közepesnek tekinthető a számításaim alapján. Ezzel a megállapítással az *1. hipotézis* került alátámasztásra.

Ezt támasztja alá egyrészt a koncentrációs arányszám, ugyanis meghatároztam, hogy 2012-ben a 2 legnagyobb szereplő az összes állomány 15%-át, a 4 legnagyobb a 27%-át, a 8 legnagyobb közel 40%-át, a 10 legjelentősebb termelő a 44%-át birtokolta az összes kocalétszámnak. A Lorenz-görbével szemléltettem a tömörülés közepes fokát, ami a 2. ábrán látható. Ez alapján kiemelendő, hogy 2001-ben volt a görbe a legközelebb a négyzet oldalához, ami azt jelenti, hogy ekkor volt a legnagyobb a koncentráció mértéke a belépő 250 koca feletti kocát tartó gazdaság miatt. Ekkor ugyanis a 2 legnagyobb 250 feletti tenyészállatot tartó gazdaság az összállomány közel 35%-ával rendelkezett, ami a legnagyobb arányú volt a vizsgált időszakban. Az is megállapítható, hogy az EU-s csatlakozásra (2004), illetve az őshonos támogatás első ciklusára (2005) lecsökkent a koncentrációs terület, mivel ebben az időszakban a kisméretű üzemek kezdtek megerősödni és nagyobb számban megjelenni. A pályázat hatására megnőtt a tartási kedv mindhárom üzemméretben. Annak ellenére, hogy többen befejezték tevékenységüket a gazdasági válság és a 2007. évi aszálykárok hatására, a nagyüzemek még mindig jelentős mennyiségével rendelkeztek az állománynak, emiatt látható, hogy a 2010. év görbéje a 2001. évihez közelít.

2. ábra: A mangalicaágazat és a hybrid sertés ágazat Lorenz görbéi



Forrás: saját számítás, MOE 2013 adatai alapján

Az előzőekben ismertetett információkat támasztják alá a Gini-együttható értékei is, amik egyetlen számmal jellemzik a koncentráció fokát. Az eredmények szerint az ágazati koncentráció 2001-ben volt a legmagasabb (0,63), ami magas fokú koncentrációra utal, míg 2006-ban a legalacsonyabb. A többi évben különböző mértékű ingadozás tapasztalható a számításaim alapján, azonban a mutató értéke 0,41 és 0,59 között változott, ami közepes fokú koncentrációt jelent az Egyesült Nemzetek módszertani besorolásának megfelelően.

3.1.1.2 Termékdifferenciálás, piacra lépési korlátok

A mangalica termékek legnagyobb köre prémium kategóriába sorolható, amiből adódóan eladása is speciális pályán mozog. A piacok tekintetében szintén 3 pólusról beszélhetünk, aminek jellemzőit a 4. táblázatban foglaltam össze.

4. táblázat: A mangalica piacok jellemzői

Üzemméret	Termék előállítók	Értékesítési csatorna	Termékek köre
Kicsi	Termelők	Háztáji	Hagyományos háztáji termékek
Közepes	Termelők, kisebb feldolgozók	Termelői piac, vásár, fesztivál, esetleg kisebb szakboltok	Feldolgozott, egyedi termékek is megjelennek
Nagy	Esetenként termelők saját feldolgozóban, vagy integrációban történő feldolgozás	Hazai kisebb üzletek, bevásárlóközpontok, külföldi piacok	Standard minőségű termékek, sajátmárkák megjelenése

Forrás: saját szerkesztés, 2013

A mangalica termékek piacát a kereslet jellemzi, így a szereplők között nincs konkurenciaharc. Mégis a legjelentősebb belépési korlátok a következők:

- a kis és közepes üzemek számára a nem hivatalosan, háztól értékesítő, helyi 1-2 kocás háztáji gazdaságokkal való verseny, főleg ár illetve minőség tekintetében;
- nagyüzemek takarmány ellátással szembeni kiszolgáltatottsága;
- a nagyüzemek esetén a külföldi piacok feltérképezése, a kulturális különbségek áthidalása.

3.1.1.3. A vertikális integráció szerepe a mangalica ágazatban

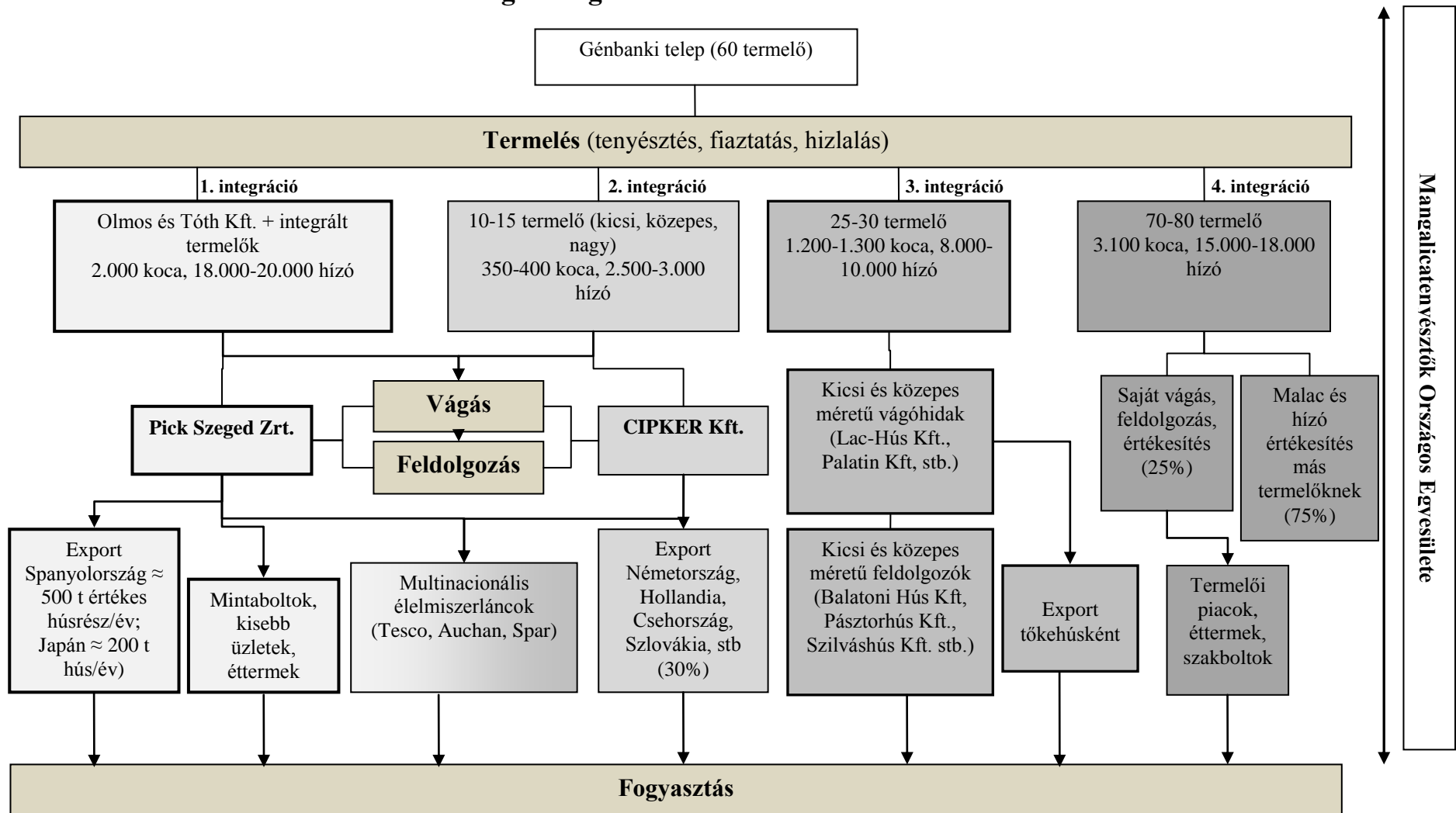
A vertikális integrációnak a mezőgazdaságban betöltött kiemelt szerepét tárgyalja FERTŐ (1996) és SZABÓ G. (2002), ami a mangalica ágazatban is jól működik, hiszen alapvetően négy integrációt különböztetünk meg a szegmensben. Kutatásom során megismertem a szegmens szereplőit, és az egyes szereplők közötti kapcsolatokat, amelyeket a 3. ábrán mutatok be.

Az ábrán megtalálható 4 integráción kívül van olyan szegmense is a termelésnek, akik nem tagjai egyik integrációnak sem. A gazdálkodók száma 30-40 lehet és az állományuk kb. 15%-át jelentheti az összlétszámnak. Ezek a termelők vagy malacot állítanak elő vagy az

általuk felnevelt hízókat helyben (háztól) értékesítik. A termelésük nem jelenik meg késztermékként a kereskedelemben.

Az önkéntes termelői szerveződéseknek is lehetne jövője az ágazatban, amit a kicsi és közepes méretű gazdaságok képviselői említettek az interjúk során. Ez a szervezeti forma segítené a közös vágást, feldolgozást, értékesítést, de reális esélyét mindannyian elvetették. Ezt a szereplők közötti magas fokú bizalomhiánnyal magyarázták, ami a rendszerváltás előtti években működött szövetkezeti forma hozománya. Hozzá kell tenni azonban, hogy ezeknek a mezőgazdasági nagyüzemeknek a felbomlása jelentős munkaerő felszabadulást eredményezett a vidéki térségekben, ami napjainkban a nagyarányú munkanélküliséget okozza a mezőgazdaságban (MARSELEK – TAKÁCSNÉ GYÖRGY, 2011).

3. ábra: A mangalicaágazat termékláncának vázlata



3.1.2 A mangalica termékklánc szereplőinek magatartása

A mangalica termékpálya szereplők magatartása az SCP paradigma szerint nagymértékben függ az árképzési magatartástól, a termékértékesítési gyakorlattól, reklámoktól, marketingtevékenységtől. Ennek kapcsán a mélyinterjúk során érintettük mind a termelői, mind a feldolgozó, kereskedelmi oldalra vonatkozóan ezeket a kérdésköröket.

A mangalica termelői árát elsődlegesen a termelési költségek alakítják, aminek legnagyobb részét (80-85%-át) a takarmányköltség adja. Ez mindhárom termelői szinten másképp alakulhat, a felhasznált takarmánytól függően.

5. táblázat: Üzemméret szerinti takarmányozás jellemzői

Üzemméret	Takarmány
Kicsi	saját takarmány, élelmiszeripari melléktermékek etetése
Közepes	saját abraktakarmány, saját/bérelt földterületen, fehérjetakarmány vásárlás
Nagy	standard, előre meghatározott receptúrájú vásárolt takarmány

Forrás: saját szerkesztés, 2013

A termelői ár éves viszonylatban stabilnak mondható, kevésbé hektikus mint az intenzív sertésár alakulása, nem változik naponta, és a változást inkább a növekedés jellemzi. A hízók eladása során a fő integrátor (Olmos és Tóth Kft.) és a vágóhid között előre letárgyalt árakon történik a felvásárlás, ahol az integrátor a termelői árakat és a mangalica piaci pozícióját veszi számításba. A kisebb termelők, akik nem integráción keresztül értékesítenek, maguk alakítják és közlik az eladási ár igényüket a vevőkkel. Jelenleg a mangalica sertés felvásárlási ára 500-520 Ft/kg élősúlyban, ami 30-50 %-kal több mint a hazai vágósertés termelői ára (370-395 Ft/kg) (MÁSZ, 2013).

A mangalica imázsának népszerűsítésében kiemelt szerepe van a Mangalicatenyésztők Országos Egyesületének vezetői által szervezett marketing tevékenységnek.

Mindhárom termelői kör esetén más és más marketing munka érvényesül, de mindenütt egy a cél: eljuttatni a terméket a fogyasztóig. Ennek két módja van:

1. magyarországi fogyasztók ösztönzése,
2. külföldi kereslet növelése.

A hazai fogyasztás bővülését minden megkérdozett megerősítette, miszerint nőtt az elmúlt években a mangalica termékek fogyasztása nemzeti viszonylatban, viszont azzal is egyetértettek, hogy nincs megfelelő szinten. Hazánkban az összes húsfogyasztás mintegy 40 kg/fő/év, ebből sertéshús fogyasztásunk 27 kg. A mangalica hús fogyasztás legnagyobb arányban feldolgozott formában történik, a tökehúsként való értékesítés Magyarországon alig 10-15%. Ennek az alacsony mennyiségnek több oka van:

- magas eladási ár,
- vadhúshoz hasonló vörös szín,
- erősen márványozott hús, zsírosabbnak tűnik a fogyasztó számára,
- hentesboltban nem is nagyon érhető el,
- a tökehúst nem lehet hamisítani,
- a feldolgozott termékeket jobban kedvelik a vásárlók.

A fogyasztói bizalom megóvása és erősítése a termékeken feltüntetett MOE emblémával egy megoldandó feladat. Ezzel a jelzéssel a vásárlók megbizonyosodhatnak arról, hogy valóban mangalicából készült terméket fogyasztanak. Ennek ellenére ezzel kapcsolatban is történhetnek visszaélések, ugyanis erre vonatkozóan nincsenek ellenőrzések.

Az interjúalanyok között többen kiemelték a sajtó, elsősorban a televízió szerepét, hiszen a mai fogyasztói társadalomban a legtöbb információt ezen a csatornán kapja a potenciális vásárló. Ebben említést érdemel a köztvév szerepe, ahol számos műsorban megjelenik a mangalica, elsősorban gasztronómiai értékeire felkeltve a figyelmet. A rendezvényeken és a közösségi marketingen kívül a termelői piacokon való nagyobb arányú megjelenés a kis és közepes méretű termelők számára jelent piacbővítési és értékesítési lehetőséget. Ezekben a piacokon, akár csak a vásárokon, fesztiválokon, gasztronómiai rendezvényeken a kóstoltatásnak, a vásárlást követően névjegykártya csatolásának van jelentősége a későbbi eladás és vásárlói kör bővítésében. Az export piacok népszerűsítését az Olmos és Tóth Kft.

végzi a külföldi bulvárhírekben történő megjelenéssel, illetve a világkiállításokon való részvétellel, termékbemutatóval, kóstoltatással.

3.1.3 *A mangalica terméklánc szereplőinek teljesítménye*

A termékpálya szereplők teljesítménye szintén több tényezőtől függ, úgymint a humán erőforrás- valamint az infrastruktúra ellátottságtól és a beruházási-fejlesztési kedvtől.

A Nemzeti Vidékstratégiában megállapításra került, hogy a mezőgazdaságban dolgozók átlagéletkora egyre magasabb, az elöregedés jelentős mértékű, az elvándorlás nő, a mezőgazdasági foglalkoztatottak aránya csökken (VM, 2012). Az állattenyésztés kevésbé vonzó a fiatalok számára, és már a vidéki térségekben is problémát okoz a megfelelő munkaerő bevonása.

6. táblázat: A mangalica telepek munkaerő igénye üzemméret szerint

Üzemméret	Munkaerő igény
Kicsi	gazdaság vezetője önállóan, nincs alkalmazott
Közepes	1-2 főállású segítő a tulajdonos mellett
Nagy	szakképzett főállású alkalmazottak

Forrás: saját szerkesztés, 2013

A telepek infrastruktúra ellátottságára ma már mindhárom üzemi szinten jellemző a könnyű megközelíthetőség (szilárd burkolatú út), aminek a takarmány beszállításakor, az élőállatok elszállításakor, az egyesület részéről érkező illetve állatorvosi látogatásokkor van kiemelt szerepe. Ezt a követelményt az egyesület részéről érkezett „igény” alakította ki, miszerint a tenyésztésvezető, törzskönyvező könnyen bejuthasson az adott telepre és tiszta járművel távozhasson onnan. Emiatt néhány termelő kiesett az egyesületből, mert a törzskönyvezők nem jutottak be a telepre, így felszámolták a gazdaságukat.

NYÁRS (2008b) tanulmányában leírta, hogy Magyarországon a sertéstelepek 80%-a felújításra szorul, az összes üzem mindössze 20%-a alkalmaz európai színvonalú technológiát. Az épületek rekonstrukciója, a technológia lecserélése jelentős befektetést igényel. A magyar sertéságazat versenyhelyzetét pedig kedvezőtlenül befolyásolja a „nem

termelő” (állatjóléti, környezetvédelmi) beruházások magas költségvonzata. Ez a mangalicánál sincs másképp, azonban a fajta jellegéből adódóan kiválóan tűri és alkalmazkodik a tartási körülményekhez, így a kisüzemi és még a közepes méretű üzemekben sem jelent jelentős befektetést a mangalica tartásának elkezdése, vagy egy telep korszerűsítése, mert nem igényel modern technológiát. Nagyüzemi mangalicatartásnál, 100 koca feletti gazdaságokban a modernebb épületek, eszközök fontosak a hatékony termeléshez. A megkérdezett 100 koca alatti üzemek közül mindenki megemlítette a fejlesztés korlátai között a pályázatok körüli nehézségeket, amivel arra utaltak, hogy sok lehetőség rejlik bennük, de a támogatások mindig valamilyen új eszköz beszerzésére vonatkoznak, amihez csak nagyon drágán tudnak hozzájutni. Emiatt használt eszközökből – a támogatáshoz tartozó önrész töredékéből – el tudnak egy-egy fejlesztést végezni a telepeken. Mindemellett ezek a szubvenciók utófinanszírozásúak, és csak egy bizonyos részét finanszírozza a támogatást nyújtó szerv, ami szintén megnehezíti a pályázat igénybevételét az önerő szükségessége miatt. Hitelt ezek a gazdaságok nem vesznek fel a visszafizetési nehézségek miatt, inkább kívárnak, vagy más forrásokat keresnek. A fejlesztés lehetősége a korábbiakban is említett állami földek bérlésében van, több földdel azok a kisebb termelők, akik maguk termelik meg a takarmányt, nagyobb állománybővítésre is hajlandóak lennének.

3.2. Fogyasztói kérdőívek eredményei

3.2.1. A feltételes választás, preferencia vizsgálat eredményei

A személyes megkérdezésnek és az on-line felületen készített kérdőív beállításoknak köszönhetően a válaszadók minden kérdésre feleltek, így az eredmények értékelése során nem kellett hiányzó adatokkal számolni. Az adatokat „conditional logit” (CL) modell alkalmazásával elemeztem. A mangalicakolbász preferenciavizsgálatban a megfigyelhető hasznosságfüggvény (V_{ij}) a következő additív formában volt felírható (ASC: alternatíva-specifikus konstans):

$$V_{ij} = \beta_0 ASC + \beta_1 \text{Ár} + \beta_2 \text{Arány}_1 + \beta_3 \text{Arány}_2 + \beta_4 \text{Igazol} + \\ + \beta_5 \text{Besz}_1 + \beta_6 \text{Besz}_2 + \varepsilon_{ij}$$

Elemzésem során három fő modellt készítettem a rendelkezésre álló adatainkból. FAUSTIN és mtsai (2010) szerint az emberek különböző csoportjainak különböző a hasznosságuk így következésképp a fizetési hajlandóságuk is. Ezért a teljes mintánkból két részmintát is képeztem aszerint, hogy fogyasztói vagy nem fogyasztói a mangalica termékeknek, és ezekre is elvégeztem a paraméterbecslést. Mindhárom modellt kiegészítettem az attribútumok és a demográfiai tényezők interakcióival a részletesebb eredmények érdekében (HENSHER et al., 2005).

A teljes minta CL-modell eredményeit a 7. táblázat tartalmazza, melyben csak a statisztikailag szignifikáns értékeket közlöm. A log-likelihood arány a modell illeszkedését mutatja meg, az alap modell jól illeszkedik, a log-likelihood arány (χ^2) = 800 (p<0,01), az $R^2=0,145$. A β együtthatók eredményei alapján minden attribútum esetében statisztikailag igazolható különbség mutatkozott 1%-os szignifikancia szinten; előjelei minden változó tekintetében megfeleltek előzetes várakozásaimnak. Az ár együtthatójának negatív előjele azt mutatja, hogy az emberek alapvetően az alacsonyabb árakat preferálják – egységnyi árnövekedés hatására csökken a vásárlási hajlandóság –, azonban a mangalica magasabb részaránya a termékben, valamint az igazolás, az egyesületi embléma feltüntetése pozitívan befolyásolja a vásárlási kedvet. A beszerzés helyszínével kapcsolatos attribútumból becsült paraméter negatív előjelű a hiper- és szupermarket esetében, szemben a hentesbolttal, tehát a magyar fogyasztók szívesebben szerzik be a mangalica termékeket a szakboltokban, kisebb üzletekben, mint közvetlenül a termelőknél vagy a bevásárlóközpontok boltjaiban. Ezzel van összhangban SZABÓ és JUHÁSZ (2012) tanulmánya, miszerint a magyar fogyasztók számára az áru eredetének megbízhatósága fontosabb, mint a termelőktől történő beszerzés. Mindemellett RESANO és mtsai (2011) szintén arra az eredményre jutottak, hogy az európai fogyasztók számára a hentesboltokban vásárolt szárított sonka megbízhatóbb, mint a szupermarketekben árusított. A paraméterbecslés során megállapítottam, hogy az igazolás megléte (+) és a nagyobb bevásárlóközpontokban történő vásárlás (-) a legjelentősebb tényezők, 31,4 és 34,1 százalékban gyakorolnak hatást a fogyasztók vásárlási szándékára pozitív illetve negatív irányban.

A szocio-demográfiai ismérvek interakcióival kiegészített modellben az életkor folytonos változóként szerepelt. A hasznosságfüggvény ebben az esetben a következőképp írható fel (ASC: alternatíva-specifikus konstans; k számú interakció az attribútumok és a fogyasztók megfigyelt jellemzői között):

$$V_{ij} = \beta_0 ASC + \beta_1 \text{Ár} + \beta_2 \text{Arány}_1 + \beta_3 \text{Arány}_2 + \beta_4 \text{Igazol} + \\ + \beta_5 \text{Besz}_1 + \beta_6 \text{Besz}_2 + \beta_K \text{Interakció} + \varepsilon_{ij}$$

Megállapítottam, hogy az életkornak, az iskolai végzettségnek, a jövedelmi helyzetnek és a lakóhelynek statisztikailag kimutatható jelentős hatása van minden preferencia változóra. Az idősebb korosztály és az átlag feletti jövedelműek² szívesebben vásárolnak mangalica kolbászt magasabb áron, ezzel ellentétben a legalább középfokú végzettséggel rendelkezők és az átlag alatti jövedelműek nem preferálják a drágább mangalica terméket. Eredményeim szerint a mangalica magasabb aránya (75%) csak az idősebbeknek valamint a városban lakóknak számít. Az igazolás és valamennyi demográfiai tényező (életkor, nem, iskolai végzettség, lakóhely és jövedelem) között kimutatható különbséget találtam, nevezetesen az idősebb korosztály, a felsőfokú végzettségűek és a városban lakók vásárlási hajlandósága nagyobb abban az esetben, ha az eladó feltünteti az eredetigazolást szolgáló emblémát a terméken. Számukra az igazolással ellátott élelmiszer a garancia az eredetiségre. Ezzel szemben a nők számára és a magasabb jövedelműeknek nem számít az igazolás. A beszerzés helyszíne nagymértékben befolyásolja az idősebb személyek és a középfokú végzettségűek mangalica vásárlási preferenciáit, ők nagyobb bizalommal keresik a mangalicából készült termékeket közvetlenül a termelőknél vagy a hentesboltokban, amit a β együtthatók negatív értéke jelez.

² 2012. első félévében a havi bruttó átlagkereset 220 700 Ft/fő volt.

7. táblázat: Paraméterbecslés a conditional logit modellben a teljes minta esetén

Változók	Együttható (Alap modell)	SE	Együttható (Kiegészített modell)	SE
ASC	2,9065***	0,17	3,0000***	0,18
Ár	-0,0011***	0,00	-0,0006***	0,00
Arány_1	0,3459***	0,06	0,0031	0,21
Arány_2	0,2673***	0,06	0,5520**	0,22
Igazol	0,7419***	0,05	0,1830	0,18
Besz_1	0,2009***	0,05	-0,0185	0,19
Besz_2	-0,8063***	0,06	0,2120	0,23
Ár : Kor			0,0001***	0,00
Ár : Vég_K			-0,0001**	0,00
Ár : Vég_F			-0,0001*	0,00
Ár : Jöv_2			-0,0001*	0,00
Ár : Jöv_4			0,0002***	0,00
Arány_1 : Kor			0,0073*	0,00
Arány_1 : Lak			0,1110*	0,06
Igazol : Kor			0,0098**	0,00
Igazol : Nem			-0,0831*	0,05
Igazol : Vég_F			0,2600***	0,08
Igazol : Lak			0,1330***	0,05
Igazol : Jöv_4			-0,2510**	0,10
Besz_2 : Kor			-0,0217***	0,01
Besz_2 : Vég_K			-0,2500***	0,09
χ^2	800***		918***	
R ²	0,145		0,148	
LL*	-2715,65		-2715,65	
LL _(CL)	-2315,49		-2256,75	
Megfigyelések száma	7416		7416	

* statisztikailag szignifikáns $\alpha = 0,1$ szinten; ** statisztikailag szignifikáns $\alpha = 0,05$ szinten; *** statisztikailag szignifikáns $\alpha = 0,01$ szinten.

LL*:csak a konstansokkal becült modell, mintha a fogyasztók az egyes változatokat azonos valószínűséggel választanák. $\chi^2 = 2 * [LL_{(CL)} - LL^*]$. $R^2 = 1 - LL_{(CL)}/LL^*$

Ár : Kor; Arány_1 : Kor; Igaz : Kor az attribútum és a vele interakcióban lévő demográfiai tényező.

Forrás: saját számítás, 2013

3.2.2. Fogyasztók mangalica kolbász fizetési hajlandósága

Az előző alfejezetben megtudtuk az egyes változók interakcióinak hatását és irányát. Ahhoz, hogy számszerűsítsük ezeket a hatásokat, és azt, hogy az egyes preferenciák mennyivel érnek többet vagy kevesebbet a megkérdezetteknek, meghatároztuk a fizetési hajlandóságot (WTP) és azok konfidencia intervallumát 95 százalékos megbízhatósági szinten (8.

táblázat). A felárfizetési hajlandóságot szintén a három minta esetében vizsgálom.

Elemzésem során megállapítottam, hogy a különböző fogyasztói csoportokban pozitív a fizetési hajlandóság a mangalica arány növekedése, az igazolás és a hentesboltban történő vásárlás tekintetében. Kevesebbet hajlandóak fizetni a mangalica kolbászért a hiper- és szupermarketekben. Az egyes minták eredményeit vizsgálva elmondható, hogy átlagosan legmagasabb árat a rendszeresen vásárlók fizetnének, míg a legkevesebbet azok, akik nem ismerik a mangalicából készült termékeket. Például a rendszeres fogyasztók 427 Ft/kg-mal adnának többet a 75%-ban mangalicából készült kolbászért, mint az 50%-osért. A 100%-ban mangalicából készült termékről tudják azok, akik vásárolják, hogy nem jobb mint a kisebb részarányú, ezért nem is fizetnének érte többet. A rendszeres fogyasztók ismerik ezt a termékkört, és ezen számok tükrében elégedettek is vele. Érdemes kiemelni a széles konfidencia intervallumot ennél a fogyasztói körnél, ami a korábban ismerttetett nagyfokú preferencia rendszerre utal. Ezzel szemben azoknál, akik még nem kóstoltak mangalicát nem volt jelentős különbség a fizetési hajlandóságukban az arányt jelölő attribútum tekintetében. Legjelentősebb tényező az igazolás és a nagy áruházláncokban történő beszerzés, mert mindhárom mintában legtöbbet az igazolással ellátott termékért fizetnének, míg legkevesebbet a hiper- vagy szupermarketekben a termelői értékesítéshez viszonyítva. Ez a nagyobb bevásárlóközpontok iránti nagyfokú bizalmatlanságot mutatja. A magyar fogyasztók átlagosan 896 Ft/kg-mal kevesebbet fizetnének a nagyobb bevásárlóközpontokban a termelőkhöz képest. Várakozásaimnak megfelelően az egyesületi logóval vagy igazolással ellátott termék igen magas többlet értéket képvisel a hazai fogyasztók számára, átlagosan 600 és 824 Ft/kg közötti összeggel fizetne magasabb árat az összes válaszadónk az igazolással nem rendelkező termékhez képest.

8. táblázat: A mangalica kolbász fizetési hajlandósága (WTP) és 95%-os konfidencia intervalluma

Me.: Ft/kg

Attribútum	Teljes minta	„Fogyasztók” minta	„Nem fogyasztók” minta
Arány_1	328,43 [229,07; 422,94]	427,35 [261,43; 585,81]	248,66 [119,23; 366,08]
Arány_2	253,78 [145,27; 380,64]	288,23 [103,57; 527,11]	234,52 [105,51; 387,97]
Igazol	704,31 [599,83; 824]	869,06 [680,68; 1136,35]	585,69 [470,92; 721,94]
Besz_1	190,73 [77,75; 284,55]	264,14 [116,47; 423,33]	137,63 [29,12; 252,12]
Besz_2	-765,53 [-895,95; -650,21]	-896,51 [-1159,71; -697,66]	-663,81 [-812,21; -530,52]

Megjegyzés: A marginális WTP és a konfidencia intervallumának meghatározása a Krinsky – Robb bootstrapp eljárással történt (*Krinsky – Robb, 1986*), 10 000 ismétlésszámmal

Forrás: saját számítás, 2013

3.3 Az ágazat stratégiai elemzése

3.3.1 A mangalicaágazat problémafa elemzése

A szakirodalomban és a mélyinterjúk során feltárt ágazati gyengeségeket és veszélyeket beépítve a SWOT analízisbe, felhasználtam a problémafa elemzéshez. Az eredmények alapján megállapítottam, hogy a magyarországi mangalica ágazat fő problémája a hazai piacokon fellelhető eredetigazolás nélküli mangalica termékek megjelenése. Az ágazat problémafája szerint ez alapvetően két fő okra vezethető vissza. Egyrészt arra, hogy nagyon sokan intenzív sertésből készült termékeket mangalicaként adják el, ami közvetve a magyar mezőgazdaság egészére jellemző információ- és adatszolgáltatás hiányának eredménye. Másrészt arra, hogy a termelők egy része nem igényli az Egyesülettől a származást is igazoló hízóigazolást. Ezek mellett a magas közterhek, adók és járulékok a gazdákat nehéz pénzügyi helyzetbe sodorják, és ez ahhoz vezet, hogy Magyarországon „virágzik” a feketegazdaság. Mivel semmilyen uniós szabályozás nem tiltja a hazai, háztáji sertésvágást és feldolgozást, ezért főleg a kistermelők gyakran a hízóigazolás kikérése nélkül, a magas adó befizetését elkerülve illegálisan értékesítik termékeiket, hízósertéseiket. Gyakori eset, hogy a termelők ismeretlen, származási igazolással nem rendelkező állatokat szaporítanak, hizlalnak.

Az alacsony termelői árak miatt a termelők nyomott áron nem adják el hízóikat a felvásárlóknak, ezért feldolgozva, magasabb hozzáadott értékkel értékesítik termékeiket. A mangalica termékek különleges ízzel és magas élvezeti értékkel rendelkeznek, melyeket eredetigazolás nélkül forgalmazva a fogyasztói bizalom csökkenését eredményezve a fogyasztás visszaeséséhez és más gazdasági és társadalmi problémákhoz vezet.

Annak ellenére, hogy a vertikumban több integráció is működik, a kis- és közepes méretű gazdaságok kiszolgáltatottá válnak a felvásárlóknak, illetve a szerződések hiánya miatt bizonytalan helyzetbe kerülnek a termelők és ez tovább növeli a feketegazdaság jelenlétét. Az Egyesület alapvető célja, hogy mindhárom üzemméret-kategória működése hatékony legyen, a külföldi piaci lehetőségek kihasználásával és a fejlesztés ösztönzésével. A termékpálya szereplők közötti összhang fontos szempont a szegmens hosszú távú működéséhez. A termelői oldalhoz hasonlóan a vágóhidak, feldolgozók is 3 üzemméretre tagolódnak. Habár a mangalica vágása, feldolgozása nem igényel különleges technológiát, a nagy kapacitású feldolgozók számára elengedhetetlen a folyamatosan beszállított volumen és standard minőség. Ezt az elvárást ma Magyarországon csak a nagyüzemek képesek teljesíteni. A nagyüzemi mangalicatartók kapcsolatban állnak a nagyobb feldolgozókkal, ismerik a piaci keresletet és ennek megfelelően ütemezik termelésüket. Ez azonban nem jellemző a kis- és közepes méretű termelőkre. Rajtuk az összefogás segíthetne, hogy együttműködve, szervezett keretek között megismerjék a vágóhidak, feldolgozók elvárásait. A termelői szerveződések létrehozásával a felvásárlók felkészülnének a mangalica vágóállatok fogadására, így a termelők nem lennének egyenként kiszolgáltatva a felvásárlóknak, és a felvásárlási árakat is a hosszabb távú megállapodásoknak megfelelően alakíthatnák ki. Azonban ennek gátat szab a termékpálya szereplők közötti bizalom hiány, aminek a gazdálkodók közötti együttműködés során van kiemelt jelentősége. TAKÁCS és mtsai (2013) kutatásukban arra a következtetésre jutottak, hogy a politikai-gazdasági környezetben bekövetkező változások hatással vannak a mezőgazdasági termelőkre, de az együttműködés ösztönzése nem szerepel ezek között. Ezért alacsony manapság az együttműködési hajlandóság a termelői összefogások terén.

A termelők gyakran nem kérnek az Egyesülettől hízóigazolást, sőt a tendencia szerint évről évre csökken az Egyesület által kiadott hízóigazolások száma. Ugyanakkor a támogatásoknak és a mangalica hazai és nemzetközi imázsának köszönhetően az állomány és a tenyésztői létszám növekedése figyelhető meg.

Annak ellenére, hogy az Egyesület összefogja a hazai tenyésztőket, koordinálja a tenyésztői munkát, az adatszolgáltatási fegyelem a termelők részéről nem tekinthető kielégítőnek, ezzel veszélyeztetik a támogatások elnyerését, így a korszerűsítés lehetőségét, állománynövelést. További probléma, hogy tökeszegénység jellemzi a tenyészkanok és tenyész kocák nevelését a tagoknál, ami tenyészállatokból országos hiányt okoz. A génmegőrzés szempontjából kiemelten kezelik azokat a mangalica vonalakat, amelyek létszámukból adódóan a kihálás szélére kerültek. A ma élő vonalak száma 27 (268 kan), ezzel szemben az 1950-es években még 56 db vonal létezett (MOE, 2012b). Ezeket a vonalakat a genetikai értékük miatt fontos fenntartani. A mangalica génmegőrzése az Egyesület által koordinált központi kantelepen történik. Erről a kantelepről elsőként a kihálás szélén álló kan vonalakat helyezik ki a termelőkhez, illetve a tőlük származó utódkanokat a központi kantelepen tenyészkanoként nevelik fel. Problémát jelent továbbá, hogy a fialások száma nagyon alacsony. A kocáknak átlagosan 15%-a inaktív állapotban van állategészségügyi illetve szaporodásbiológiai problémák miatt. Az évente egyszer fialó kocák száma magas, ami a kisméretű üzemek mintegy 30-40%-ában jellemző és csak a legnagyobb üzemekben törekszenek a kocák évente kétszeri fiaztatására.

A magyarországi intenzív sertéstartáshoz hasonlóan a mangalicatartást is számos negatív hatás sújtja. Ezek a hazai tökehiányra visszavezethető elavult technológia okaiként is jelentkező alacsony termelési/naturális mutatók (alacsony szaporaság, nagyobb elhullási arány, hosszabb hizlalási idő, lassú növekedési ütem). A külföldi piaci igények kielégítésére Duroc kanokkal keresztezett mangalicát hizlalnak közepes és nagyüzemi tartásban a kedvezőbb húsminőség és a javuló naturális mutatók elérése érdekében.

3.3.2. *A mangalicaágazat célfa elemzése*

A problémafa összeállítását követően a rendszerezett problémák konkrétan megfogalmazott célokká, feladatokká alakíthatóak, melyek az ágazat célstruktúráját képezik. Stratégiai célként fogalmazható meg, hogy mind a külföldi, mind a belföldi piacokon eredetigazolt mangalica termékek kerüljenek a fogyasztókhöz. Ezek eléréséhez három specifikus cél került megfogalmazásra:

- A hízóigazolások kiadásának növelése az Egyesület részéről, a termelők ösztönzése az igazolások igénylésére,
- A fogyasztók megtévesztésének visszaszorításával mangalicából készült termékek kerülnek mangalica terméként eladásra,
- Az ágazat jövedelmezőségének javítása az önköltségek csökkentésével és a felvásárlási árak növelésével.

Ezen specifikus célok megvalósulása esetén a fogyasztói bizalom erősödésével a magyarországi mangalica állomány és a -tenyészetek száma növelhető, így a növekvő külföldi piacokat is mindinkább ki tudjuk elégíteni. Ennek megvalósulásához számos feladatot indokolt végrehajtani. Kiemelést érdemel, hogy ezeket a teendőket nem elégséges önmagukban elvégezni a meghatározott eredmény eléréséhez. Mivel ez az ágazat is – mint a mezőgazdaság minden szegmense – komplex rendszer, egyes feladatokat párhuzamosan, másokat külön-külön célszerű időben megvalósítani.

Ez a célstruktúra csak egy kisebb részét jelenti a problémák megoldásának, stratégiai kidolgozására is szükség van a döntéshozók részéről. Szigorúbb adatszolgáltatási fegyelemmel, az ellenőrzések szigorításával, szankciók bevezetésével eredményesebb lehet az ágazat. Ugyanakkor a mangalicatartók szemléletét is indokolt megváltoztatni. Az ágazat ugyanis nem működhet hatékonyan a sertéshús piacán, ha a gazdák saját rövidtávú érdekeiket helyezik a középpontba és nem veszik figyelembe a hosszú távú fennmaradást garantáló állami és egyesületi szerepvállalást. A fenntartható mangalicatenyésztés tele van kihívásokkal, a problémák megoldására a felvázolt teendőket átgondoltan, cselekvési programokba foglalva valósíthatjuk meg.

4. AZ ÉRTEKEZÉS ÚJ, ILLETVE ÚJSZERŰ EREDMÉNYEI

Az értekezésemben a primer és szekunder kutatásaim alapján a következő megállapításokat teszem, melyek a témában végzett vizsgálat szempontjából újak illetve újszerűnek tekinthetők:

1. Matematikai-statisztikai módszerekkel meghatároztam, hogy a mangalicaágazatban nem zajlottak le azok a koncentrációsi folyamatok, amelyek megfigyelhetők más gazdasági ágazatokban, mind területi mind állományi szinten közepes a koncentráció foka, így az 1. hipotézisemet elfogadom.
2. Újszerű megközelítéssel, kvalitatív vizsgálattal felmértem a mangalicaágazat termékláncának szereplői közötti kapcsolatokat, ezzel együtt szekunder és primer információk alapján a stratégiai elemzés eszközeivel (SWOT analízis, problémafa elemzés) strukturált rendszerbe építettem a mangalicaágazat problémáit és elkészítettem a mangalicaágazat célfa elemzését a problémák megoldására tett tevékenységek felsorolásával.
3. Új módszertani eljárás keretében megállapítottam, hogy a magyar fogyasztók számára a legnagyobb mértékben az igazolás megléte a befolyásoló tényező. Ez pozitív irányban, míg a hipermarketekben történő vásárlás negatív irányban befolyásolja a vásárlást.
4. Számszerűsítettem a hazai fogyasztók mangalica kolbász iránti fizetési hajlandóságát, melynek során meghatároztam, hogy az igazolásért átlagosan 870 Ft/kg-mal többet, a bevásárlóközpontokban 896 Ft/kg-mal kevesebbet fizetnének a tudatos vásárlók.

5. AZ EREDMÉNYEK ELMÉLETI/GYAKORLATI HASZNOSÍTHATÓSÁGA

A disszertációm egyik fő célja az volt, hogy kutatási eredményeim alapján a Mangalicatenyésztők Országos Egyesülete számára javaslattal éljek az ágazat hatékonyabb működéséhez.

A felmérésekkel véleményem szerint a termelői és a fogyasztói oldal felé szükséges lépéseket tenni. Az egyesületnek erősítenie kellene a termelőkben az igazolás fontosságát, ami megfelelő jövedelmet eredményezne számukra és a hosszú távú fennmaradásukat is segítené. Ennél a termékkörnél különös figyelmet érdemel a beszerzés helyszíne a már meglévő fogyasztók körében, ugyanis eredményeim szerint alacsony a bizalom a nagyobb bevásárlóközpontok, de a közvetlen termelői beszerzés iránt is. Mivel a megkérdezett fogyasztók a hentesboltokat, kisebb üzleteket preferálják, termelői szerveződésekkel, közös értékesítéssel, összefogással közvetlenül a termelőktől is szívesebben vásárolnának, könnyebb lenne az értékesítés a kisüzemi mangalicatartóknak is. A mangalica részarányának tekintetében nem feltétlenül kell törekedni a 100%-os mangalica termékekre, mert egyrészt drágább az előállítása, másrészt a rendszeres fogyasztók jól tudják, hogy nem jobb a tisztavérű mangalicából készült kolbász, viszont az 50%-os részarányút sem kedvelik, mert tudatukban az nem valódi mangalica termékként él. Ezért a magyar fogyasztók vonatkozásában a mangalica részarányát 75%-ra kellene emelni, amiért szintén többet fizetnének, mint az 50 vagy akár a 100%-os termékért.

Az egyesület emblémájával nem rendelkező, ismeretlen származású, gyakran nem valódi mangalicából készült termék nincs jó hatással a mangalica termékek hazai keresletére, mert számos esetben csalódnak a fogyasztók, ha „hamisított” készítménnyel találkoznak, és az nem különbözik a normál sertésből készült élelmiszertől. Ez hosszú távon a mangalica hazai versenyképességét rontja főként, ha az árban is jelentős különbség mutatkozik. Ennek kiküszöbölésére az élelmiszeripari hatóságok szigorú fellépése jelenthetne megoldást, miszerint kampány jellegű ellenőrzésekkel a termelői piacokon, esetenként laboratóriumi vizsgálatokkal megállapíthatnák és szankcionálhatnák ezeket az eladókat.

6. AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉBEN KÉSZÜLT PUBLIKÁCIÓK

Idegen nyelvű tudományos folyóirat

1. BALOGH P. – SZABÓ P. – **POCSAI K.** (2013): Introduction of Different Mangalitzza Breeds's Prolificacy and Rearing Performances. *Research in Pig Breeding*. 7:(2) pp. 34-37. ISSN 1803-2303
2. **POCSAI K.** (2012): A Comparison of the Hungarian Mangalitzza and Dutch Organic Pork Chains. Abstract – Applies Studies in Agribusiness and Commerce. 6:(5-6) pp. 75-78. HU-ISSN 1789-221X, ISSN 1789-7874
3. **POCSAI K.** – SZABÓ P. – BALOGH P. (2012): Concentration Analysis of the Hungarian Mangalica Pig Stock. *Chinese Business Review*. 11:(3) pp. 274-282. ISSN 1537-1506
4. **POCSAI K.** (2012): Competitiveness of the Hungarian Mangalica Pig Sector. *Bulletin of University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine Cluj Napoca – Horticulture*. 69:(2) pp. 258-265. ISSN 1843-5270, E-ISSN 1843-5378

Magyar nyelvű tudományos folyóirat idegen nyelvű összefoglalóval

5. **POCSAI K.** (2013): Kihívások a mangalica ágazatban - jelen és jövő. *Agártudományi Közlemények = Acta Agraria Debreceniensis*. 52: pp. 147-153. ISSN 1587-1282.
6. **POCSAI K.** – BALOGH P. (2011): A @RISK program bemutatása egy sertéstelepi beruházás esettanulmányán keresztül. *Agrárinformatika/ Agricultural Informatics*. 2011 (1) pp. 77-85. ISSN: 2061-862X
7. **POCSAI K.** (2010): Mangalicatermelők vizsgálata Bootstrap mintavételezés alkalmazásával. *Gazdálkodástudományi Közlemények*. 2:(1) pp. 97-105. ISSN 2061-2443
8. **POCSAI K.** (2009): Sertéstelepi beruházás kockázatvizsgálata. *Gazdálkodástudományi Közlemények*. 1:(1) pp. 71-77. ISSN 2061-2443

Tudományos könyv/tankönyvrészlet magyar nyelven

9. BALOGH P. – CSIPKÉS M. – HUZSVAI L. – NAGY L. – **POCSAI K.** (2012): Statisztika gazdaságelemzők részére: Excel és R alkalmazások. Huzsvai László (szerk.) Debrecen: Seneca Books, 2012. 174 p. ISBN:978-963-08-5016-2
10. BALOGH P. – MARCZIN ZS. – **POCSAI K.** (2013): Termelési integrációk, termelői csoportok a sertéstartásban. In: Balogh Péter, Novotniné Dankó Gabriella (szerk.) *Versenyképes sertéshizlalás*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház, 2013. pp. 141-156. (Profmax sorozat) (ISBN:978-615-5224-43-0)
11. BALOGH P. – **POCSAI K.** – SOLTÉSZ A. – SZŐLLŐSI L. (2013): A sertéshizlalás versenyképességét meghatározó tényezők hatásainak számszerűsítése, modell-kalkulációk In: Balogh Péter, Novotniné Dankó Gabriella (szerk.) *Versenyképes sertéshizlalás*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház, 2013. pp. 208-236. (Profmax sorozat) (ISBN:978-615-5224-43-0)
12. BALOGH P. – **POCSAI K.** – SOLTÉSZ A. – SZŐLLŐSI L. (2013): A kocatartás és malacnevelés versenyképességét meghatározó tényezők modellkalkulációi. In: Balogh Péter, Novotniné Dankó Gabriella (szerk.) *Versenyképes kocatartás és malacnevelés*. Budapest: Szaktudás Kiadó Zrt., 2013. pp. 239-282. (Profmax sorozat) (ISBN:978-615-5224-44-7)

Külföldön idegen nyelven teljes terjedelemben megjelent előadás

13. **POCSAI K.** – SZABÓ P. – BALOGH P. (2011): Concentration analysis of the Hungarian mangalica pig stock. In: Jan Hron (szerk.) *Agrarian Perspectives: Proceedings of the 20th International Conference*. Konferencia helye, ideje: Praha, Csehország, 2011.09.13-2011.09.14. Praha: Czech University of Agriculture in Prague, 2011. pp. 107-115. ISBN:978-80-213-2196-0

Magyar nyelven teljes terjedelemben megjelent előadás idegen nyelvű összefoglalóval

- 14.**POCSAI K.** – **BALOGH P.** (2011): A mangalicatenyésztés kockázati tényezőinek vizsgálata. In: Ferencz Á (szerk.) Erdei Ferenc VI. Tudományos Konferencia, I. kötet Konferencia helye, ideje: Kecskemét, Magyarország, 2011.08.25-2011.08.26. Kecskemét: Kecskeméti Főiskola Kertészeti Főiskolai Kar, 2011. pp. 92-96.1. ISBN:978-963-7294-99-0

Konferenciaelőadás idegen nyelvű összefoglalóval

- 15.**POCSAI K.** – **BALOGH P.** (2012): Preserve the Hungarian Mangalica Pig. In: IIIrd International Scientific Symposium for PhD Students and Students of Agricultural Colleges: Innovative researches in range of animal breeding and production. Konferencia helye, ideje: Torun, Lengyelország, 2012.09.20-2012.09.22. Bydgoszcz: pp. 208-209.
- 16.**POCSAI K.** – **SZABÓ P.** – **BALOGH P.** (2011): The impact of the global economic crisis on the concentration of Hungarian mangalica pig stock. In: Wim Heijman (szerk.) Second Agrimba-AVA Congress 2011 in Wageningen, The Netherlands. Konferencia helye, ideje: Wageningen, Hollandia, 2011.06.22-2011.06.24. Wageningen: p. 54.

