

A Dél-alföldi régió hagyományos húskészítményeinek fogyasztási szokásai

A globalizálódó világban egyre többen ismerik fel a magas hozzáadott értéket képviselő, egyes régiókra jellemző, nagy múltra visszatekintő termékek piacra vitelének szükségességét. Egyre növekszik a hagyományos termékek iránti kereslet, és ez a tendencia már nem csak a fejlett nyugat-európai országokat jellemzi, hanem a hazai fogyasztásban is jelentkezik.

Azok a termékek, amelyek megfelelnek az eredetvédelemről vagy a hagyományosan különleges tulajdonság tanúsítási rendszeréről szóló rendeletek szigorú követelményeinek, az Európai Unió piacain liberálisabb szabályozásra számíthatnak.

A Dél-alföldi régió termékinálatában is kiemelkedő szerepet kell kapnia, hogy a tömegtermékek előállítására helyett nagyobb hangsúlyt fektessenek azokra az ágazatokra, melyek nagy múltra tekintenek vissza, és a magyar szakemberek nemzetközileg is elismert szakértelmével hozzájárul a kitűnő és egyedi minőségű termékek előállításához. Fontos cél tehát a régióban előállított hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek ismertségének és piaci forgalmának növelése, melyhez nagymértékben hozzájárul a termékek minőségi jelzéssel való ellátása. A minőségi megkülönböztetés az előállító számára jogi védelmet biztosít a tisztességtelen piaci eszközök alkalmazásával szemben, míg a fogyasztóknak minőségi garanciát jelent a termék hitelességéről. A megkülönböztető minőségjel hozzájárul a versenyképesség növeléséhez, a szabályozást leíró rendeletekhez kapcsolódó támogatási rendszer pedig a vidék fenntartható fejlesztésének hatékony eszköze.¹

A Dél-alföldi régió hagyományos és tájjellegű húskészítményeinek bemutatása

A Dél-alföldi régióban kilenc hagyományos és tájjellegű húskészítményt találunk, ezek közül a Szegedi téliszalámi közösségi oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel rendelkezik, míg közösségi oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel bír a Csabai vastagkolbász és a Gyulai (páros)kolbász. A Gyulai kolbász a HÍR-védjegy használati jogát is elnyerte. A következőkben röviden a kilenc termék legfőbb jellemzői kerülnek összegzésre.

A Bácskai hurka főzéssel, esetenként főzés utáni füstöléssel készül, rúd alakú, marhabélbe vagy újabban múbélbe töltött hurkaféleség. Általában hidegen fogyasztandó.

A Cigánka téglatest alakú, sertés hasártyába töltött húskészítmény, amely főtt sertésbelsősegekből (máj, tüdő, lép, szív, nyelv) készül abált vér, abált szalonna és nyesedékhúsok, vöröshagyma, fűszerek (só, bors, őrölt pirospaprika) és főtt rizs felhasználásával. A Cigánka a májtól és a vértől jellegzetesen sötétbarna színű, a véres és a májas hurkára jellemző ízű, illatú és állagú, sütni való készítmény.

A Csabai kolbász vörösesbarna színű, rúd alakú készítmény. A rudak mérete: átmérő 40–45 milliméter, hosszúság 45–50 centiméter. A párok mérete: átmérő 35–38 milliméter, hosszúság 25 centiméter. Szárítás, füstölés után a termék felülete száraz tapintású. Metszészlapja a paprikától piros, jól látható hús- és szalonnaszemcsékből áll. Íze jellemzően paprikás, fűszeres.

A Csabai vastagkolbász 25 centiméter hosszú, 45–50 milliméter átmérőjű, vörösesbarna színű, henger alakú, füstöléssel és szárítással tartósított húskészítmény. Metszészlapja a paprikától jellemzően piros színű, jól látható hús- és szalonnaszemcsékből áll. A szalámi felszíne zsíros tapintású, rugalmas állagú, könnyen szelhető, íze kissé csípős, fűszeres.

A disznósajtfélék maximálisan 3–3,5 kilogramm súlyú, a burkolóanyagától függően változó, kerekded, hengeres vagy szögletes formájú, vöröses-barnás színű készítmény. Összetételétől függően vöröses-barnás metszészlapján nagydarabos vagy nagyszemcsés, zsíros, pácolt húsrészek, bőrke és kocsonya láthatók. Állaga rugalmas, illata és íze jellegzetesen fűszeres. A készítmény alapfűszere a bors, az őrölt pirospaprika és a fokhagyma.

A Gyulai kolbász 32–36 milliméter átmérőjű, henger alakú, vöröses-barnás színű készítmény. Metszészlapján pirosas, nagy szemcsés hús és szalonna látható. A füstölt kolbász állománya kemény, ta-

¹PANYOR 2009.

pintása rugalmas, íze és illata jellegzetes. Sertéshúsból és ipari szalonnából, esetenként sertéshúsból, ipari szalonnából és 10–15%-ban marhahúsból készül fekete őrölt bors, édes és csípős paprika, kevés őrölt kömény és fokhagyma felhasználásával.

A libatepertő szabálytalan, változatos alakú, kívül barnáspiros, belül barnássárga színű, kívül ropogós, belül szivacsos állományú, jellegzetes ízű és illatú készítmény. A terméket a hízott liba feldolgozásakor, a libacomb és a libamell formázása során kapott szabálytalan alakú, hússal kissé átszótt, bőros libahájból, valamint a zsírszövetből olvasztással állítják elő.

A Pick téliszalámi hengeres alakú, a felületet szürkésfehér nemespenész réteg borítja. A vágásérett szalámi tömör, rugalmas, jól szeletelhető. A vágásfelület fényes, egyenletesen aprított és elkevert barnászörös hús- és világos szalonnaszemcsékből áll. Különleges ízét és illatát a füstölt, pácolt, érlelt hús, a fűszerek és a nemespenész harmonikus összehatása adja.

A Szegedi paprikás szalámi és paprikás kolbász sertés vastagbélbe vagy sertés vékonybélbe (kolbász) töltött száraz, füstölt húskészítmény. Hengeres, rúd alakú. Burkolata a füstöléstől enyhén barnás, könnyen lefejtethető. Metszéspapja a fűszerpaprikától élénkpiros, a szalonnadarabok miatt mozaikos megjelenésű. Jellegzetesen fűszeres illatú, mégpedig a fokhagymának, borsnak, köménymag-nak köszönhetően.²

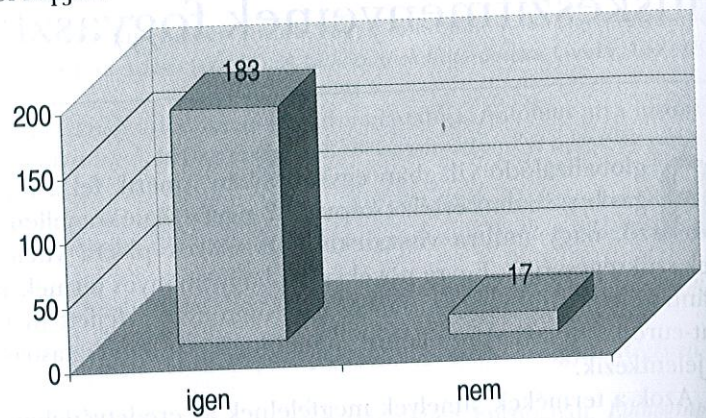
A hagyományos és tájjellegű húskészítmények fogyasztási szokásainak vizsgálata

A kutatás keretében kérdőíves megkérdezést alkalmazva, véletlenszerűen 200 embert kérdeztünk meg. A megkérdezettek köre jellemzően a fiatal (18–30 év) korosztály volt, és a lakóhelyük vonatkozásában a Dél-alföldi régióban élnek.

Elsőként arra kerestük a választ, hogy a megkérdezettek szoktak-e hagyományos, magyar húskészítményt vásárolni. A hagyományos magyar alatt azt értve (melyet a kérdőívben jeleztünk), hogy

nemzeti vagy tájjellegű, gyártása sok évtizedes múltra nyúlik vissza és kereskedelmi forgalomban is megvásárolható.

A megkérdezettek közül szinte mindenki (91,5%) szokott hagyományos húsipari termékeket vásárolni (1. ábra). Azok, akik nemleges választ adtak, az jellemzően annak tudható be, hogy saját maguknak állítják elő vagy rokonoktól, ismerősöktől kapják.

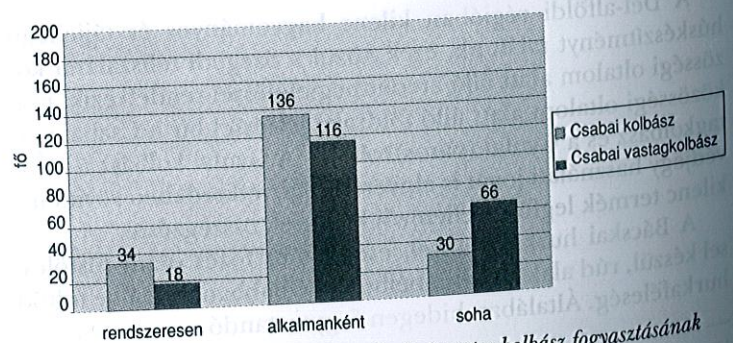


1. ábra: A hagyományos, magyar húskészítmények vásárlása

A második kérdés keretében arra kérdeztünk rá, hogy a megkérdezettek vásárláskor megnézik-e a terméken, hogy az adott termék, amit megvesz, gyorsérlelésű vagy hagyományos érlelésű. A válaszokból kitűnik, hogy 66% nem nézi meg, hogy az általa vásárolt termék milyen fajta érleléssel készült, és csak 34% figyeli ezt az információt. A kapott eredmények mögött többféle ok lehet, például nem ért hozzá az illető abban a vonatkozásban, hogy nem tudja melyik mit jelent; nem látja elolvasni az apró betűs részeket; vagy éppen nincs rá ideje.

A harmadik kérdéscsoportban a kilenc húskészítmény ismertségét és fogyasztási szokását vizsgáltuk. A Bácskai hurka és a Cigánka esetében alacsony ismertségi és fogyasztási szokásokat mértünk. A Bácskai hurkát a válaszadóknak csak 39%-a ismeri, 81% még soha nem fogyasztotta, az alkalmankénti fogyasztók aránya is mindössze 19%. A Cigánkát a megkérdezettek mindössze 15%-a ismeri, illetve hallott e húskészítményről. A válaszadók közül csak 7% fogyasztott vagy vásárolt ilyen jellegű húskészítményt, ők is csak alkalmanként.

A Csabai kolbász, illetve Csabai vastagkolbász ismertsége és fogyasztási gyakoriságuk szinte azonos (2. ábra). A Csabai típusú kolbászokat a válaszadók 95%-a ismeri és csak 5% nem.

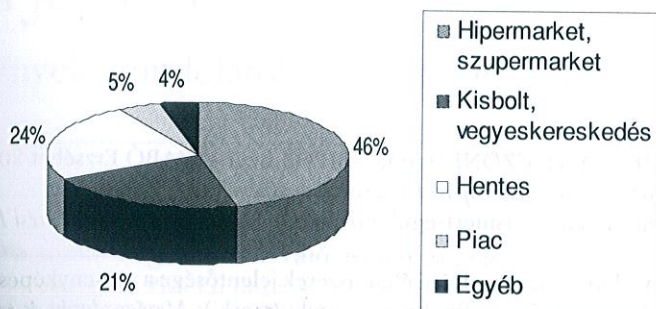


2. ábra: A Csabai kolbász, illetve Csabai vastagkolbász fogyasztásának gyakorisága

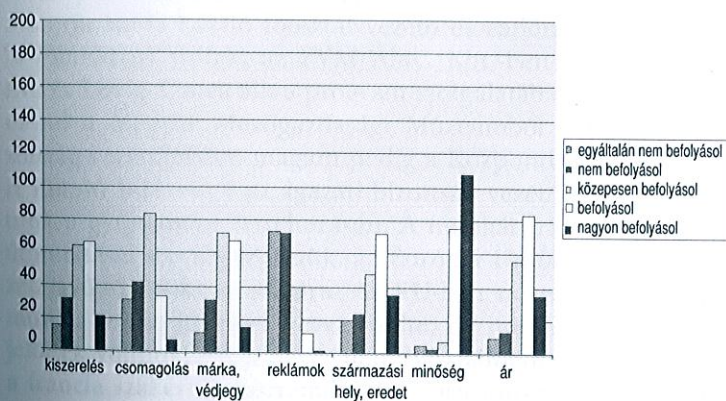
² CSERHALMI – CSOMA – NÉMETHYÉNYÉ UZONI – SIPOS – SZABÓ 2001.

A 2. ábrából megállapítható, hogy a Csabai kolbászt többen fogyasztják a Csabai vastagkolbászhoz képest. Átlagosan a válaszadók 17%-a rendszeres fogyasztó, továbbá a mintában az alkalmankénti Csabai kolbászfogyasztók aránya 68%, soha pedig még nem fogyasztott 15%.

A disznósajtféléket a válaszadók 95%-a ismeri. A fogyasztás gyakoriságát vizsgálva kiderült, hogy rendszeresen a válaszadók mindössze 9%-a fogyaszt disznósajtféléket, az alkalmankénti fogyasztók aránya 54%, soha nem fogyasztott 37%.



3. ábra: A hagyományos és tájjellegű húsipari termékek beszerzési helyei



4. ábra: A hagyományos húsipari készítmények vásárlását befolyásoló tényezők

A Gyulai kolbászt érdekes módon a válaszadók 2%-a még mindig nem ismeri, de a döntő többség, azaz 98%, igen. A válaszadók leginkább alkalmanként fogyasztanak Gyulai kolbászt, ez a vizsgált minta 62%-át teszi ki, rendszeresen 22% fogyaszt, soha pedig 16%.

A libatepertőt a megkérdezettek 85%-a ismeri, ennek ellenére a válaszadók fele még soha nem fogyasztotta, és az alkalmankénti fogyasztók aránya is csak 44%-ot tesz ki a mintában. A rendszeres fogyasztók 6%-ot képviselnek a megkérdezettek körében.

A Pick téliszalámit, Szeged hírességét, egytől egyig minden válaszadó ismeri, melyre nagyon büszkék lehetünk. A válaszadók legjelentősebb hányada alkalmanként fogyasztja a téliszalámit (57%), rendszeresen 33%, soha pedig csak 10%.

A Szegedi paprikás szalámit és paprikás kolbászt a válaszadók 95%-a ismeri. A válaszból kiderült, hogy a megkérdezettek 30%-a fogyasztja rendszeresen, 54%-a alkalmanként, és soha nem eszik a válaszadók 16%-a.

A termékek ismertségének és fogyasztási gyakoriságának vizsgálatát követően arra kerestük a választ, hogy a hagyományos és tájjellegű termékeket általában hol vásárolják meg.

A kapott eredményeket a 3. ábra szemlélteti.

Ennél a kérdésnél a megkérdezettek több választ is megjelölhettek. Legjellemzőbb vásárlási helyként a hiper- és szupermarketeket adták meg (46%), ezt követi a hentes, majd a kisbolt és a vegyeskereskedés. Néhányan a piacon is beszereznek ilyen készítményeket, a válaszadók 4%-a pedig egyéb helyeken, mint például vágóhídon, vásárokon, háztól vagy esetleg márkaboltból.

A kutatás utolsó részében arra kerestük a választ, hogy a megkérdezetteket hagyományos húsipari készítmények vásárlása során bizonyos (előre megadott) tényezők milyen módon befolyásolják. A válaszaikat ötfokozatú skálán mértük és hét tényezőt határoztunk meg.

A válaszadók számára legfontosabb befolyásoló tényezőnek bizonyult a húsipari termékek minősége, valamint azok fogyasztói ára. Közepesen fontosnak ítélték meg a termékek származási helyét, illetve eredetét, amely értékhez hasonló eredményeket mutat a márka és a védjegy fontossága. A megkérdezettek vásárlási szokásait legkevésbé befolyásolja a termékek csomagolása, valamint a reklámok is csekély hatással bírnak (4. ábra).

Összefoglalás

Primer kutatásunk eredményei jól tükrözik, hogy a régió legismertebb hagyományos termékei a Pick téliszalámi, a Csabai kolbász, a disznósajtok és a Szegedi szalámi, sokan viszont nem hallottak a Bácskai hurkáról és a Cigánkáról. A válaszadók közül rendszeresen legtöbben a Pick szalámit és a Csabai kolbászt fogyasztják, az alkalmi fogyasztás tekintetében a Csabai kolbász és a Gyulai kolbász a legnépszerűbb. A régió hagyományos húskészítményeinek fogyasztási szokásai még elmaradnak a kívánatos fogyasztási szinttől, melynek növelésében fokozódó szerepe lehet a HÍR-védjegynek, illetve a közösségi oltalommal rendelkező megkülönböztető minőségi jelzésnek.

A Dél-alföldi régió hagyományos és tájjellegű élelmiszereinek piaci helyzetét tovább javíthatja, hogy a tradicionális, speciális termékek köre tovább bővíthető, hiszen a gazdálkodás évszázados tapasztalatai kitermelték a tájegység nem-

zeti értéket képviselő, kiváló minőségű hungarikumait. Ehhez szükséges a vertikum minden szereplőjének magas szintű szakértelme, szakképzettsége és rugalmas marketingtevékenysége.

A különleges minőségű magyar árut megfelelő termékinformációval kell ellátni. Tudatosítani szükséges a fogyasztók fejében, hogy a termékkör egy korszerű, megbízható forrásból származó,

kiváló minőségű, de megfizethető, egészséges, ugyanakkor tradicionálisan magyar élelmiszer.³ Szükséges a fogyasztói kör bővítése, melynek egyik lehetséges eszköze új piaci rések feltárása, ahol a termékek különleges tulajdonságaik révén sikerrel megcélozhatnak egy speciális célközönséget. Ezek a fogyasztók hajlamosak többet áldozni a minőség érdekében és az ártöbbletet is képesek megfizetni. A marketing eszközeivel a különleges minőség hangsúlyozása kiemelt feladat, ahol hangsúlyozni kell a különlegességeket, a hagyományos feldolgozást.⁴

Irodalom

- CSERHALMI Zsuzsanna – CSOMA Zsigmond – NÉMETHYNE UZONI Hanna – SIPOS Béla – SZABÓ Erzsébet 2001: *Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye I.* Budapest.
- PANYOR Ágota 2008: A földrajzi árujelzők szerepe hazánkban és ismertségük növelésének lehetőségei. *Élelmezési Ipar* LXII/12. 378–382.
- PANYOR Ágota 2009: A védett eredet-megjelölésű és védett földrajzi jelzésű élelmiszerek jelentősége a versenyképesség szempontjából. In: Kacz Károly – Kalmárné Hollósi Erika – Teschner Gergely (szerk.): *Mezőgazdaság és vidék jövőképe. Az EU ismeretek oktatásának 10 éves jubileuma a kavon 1.* Mosonmagyaróvár. 58–65.
- SZAKÁLY Zoltán – PALLÓNÉ KISÉRDI Imola – NÁBRÁDI András 2010: *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán.* Kaposvár.

³ SZAKÁLY – PALLÓNÉ KISÉRDI – NÁBRÁDI 2010.
⁴ PANYOR 2008.