

Elméleti háttér

A globalizációnak köszönhetően az élelmiszer kereskedelemben is megnőtt az ellátási láncok hossza és ezzel egyidejűleg az élelmiszerekhez kapcsolódó botrányok, problémák is megnövekedtek, így szükségessé váltak az egységes szabályozási keretek meghatározása, amelyek legalább a termelés minimum feltételeit megszabják. Ezen felül a termelők közötti versenyben hátrányba kerülő, kis és helyi termelők védelme érdekében, pedig létrehozták a különböző fogyasztói rendszereket, amelyek a fogyasztók számára minőségi garanciát és eredet igazolást biztosítanak (Juhász et. al., 2010). Akerlof 1970-ben meghatározta az információs aszimmetria problémakörét, melyek a jelenkori élelmiszerpiacra kiemelkedően igazak. E szerint az élelmiszerek legtöbb tulajdonságát csak vásárlás után, bizonyos tulajdonságait pedig csak laboratóriumi ellenőrzés során lehet megtudni. Az ilyen tulajdonságok igazolására, például az elkészítési eljárás vagy a származási hely alkalmas tanúsítási lehetőség az Európai Unió földrajzi árujelzők rendszere. Az Európai Unió élelmiszer minőségpolitikájának kiemelt része a földrajzi árujelzők rendszere (Grunert és Aachmann, 2016), amelyet közösségi szinten már 1992-óta szabályoznak.

Kutatási kérdések

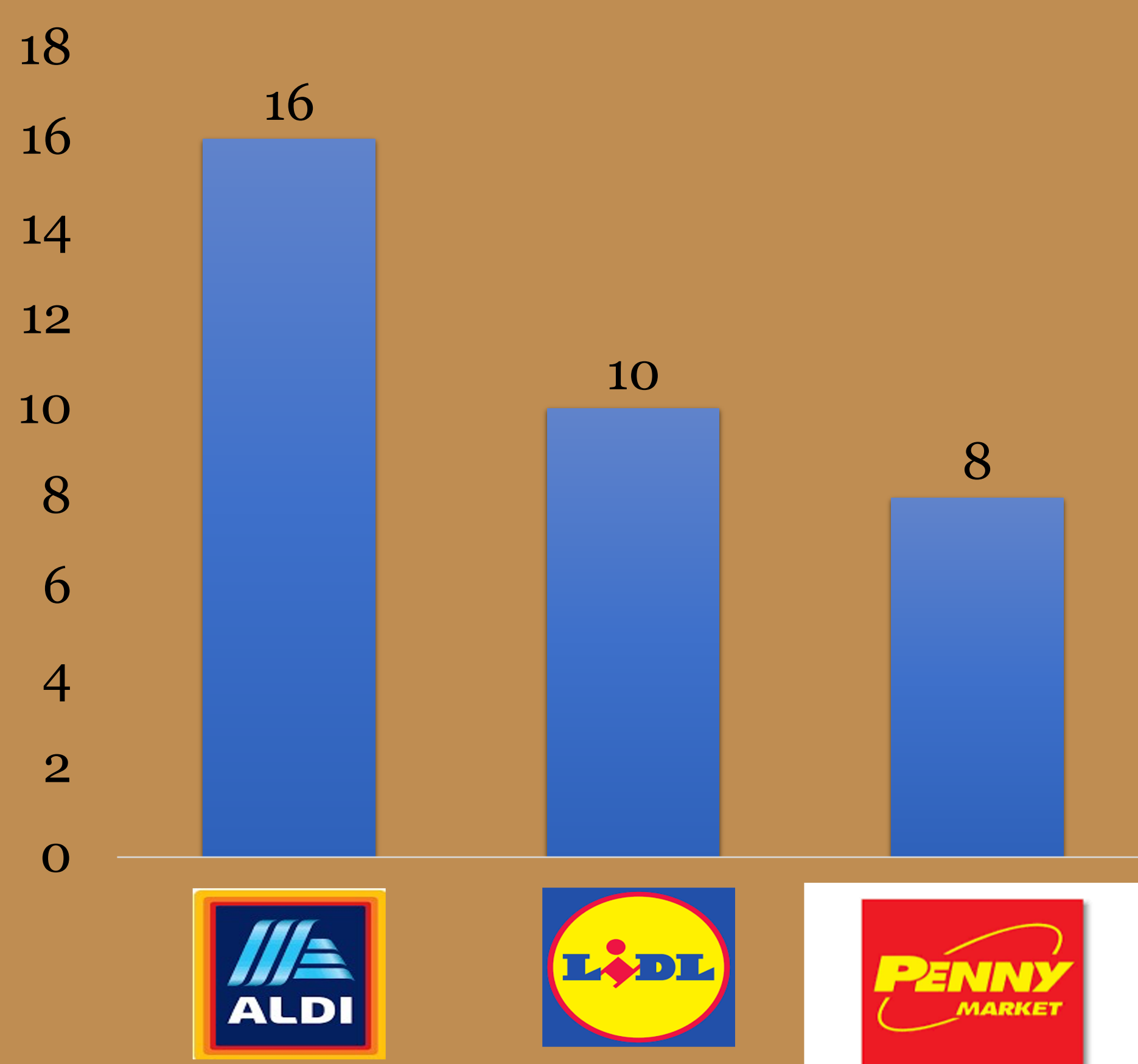
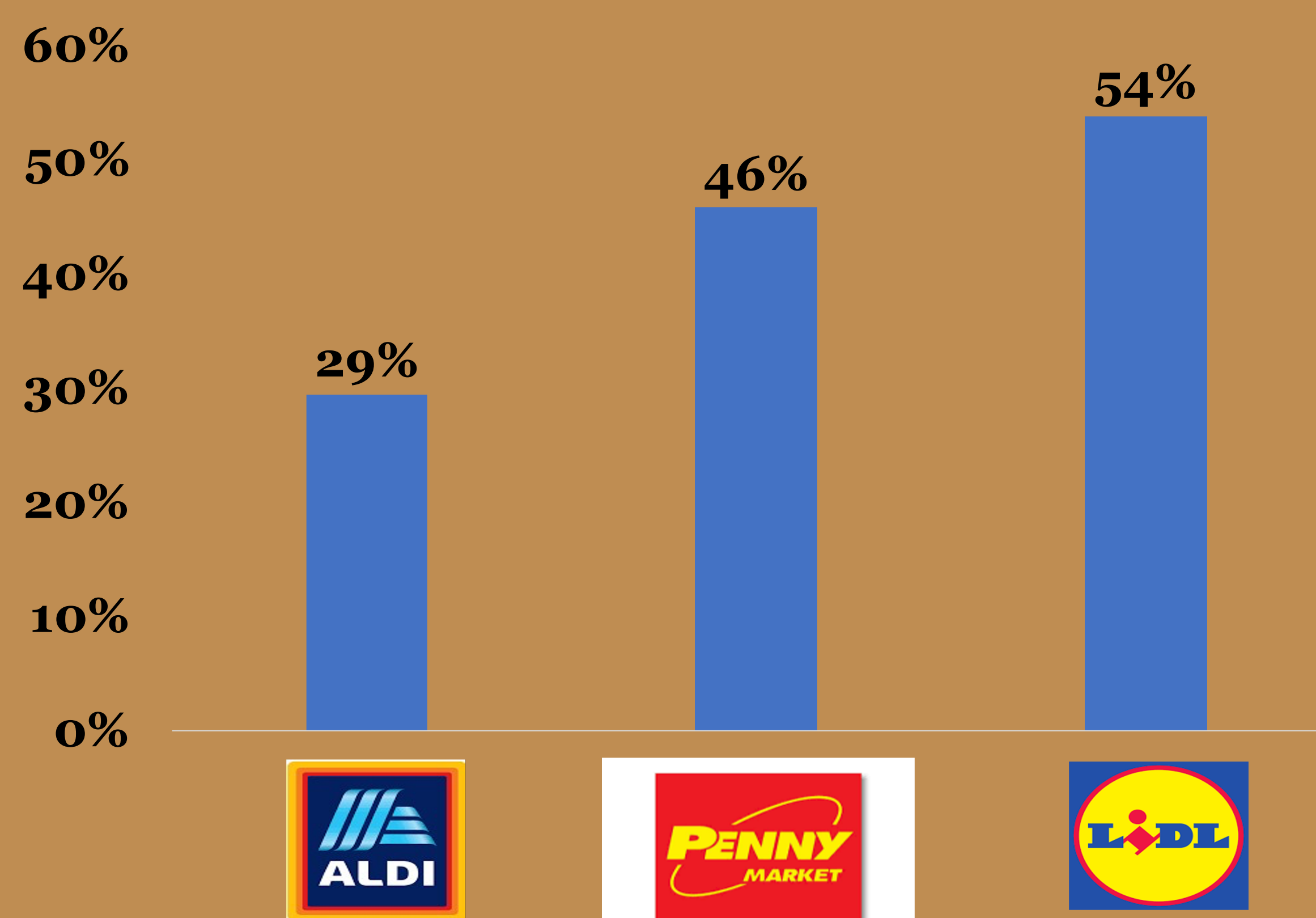
- Mekkora a földrajzi árujelzős termékek piacmérete a magyarországi diszkont áruházakban?
- Mekkora a földrajzi árujelzős termékek árprémiuma a magyarországi diszkont áruházakban?



Módszertan

- Havonta próbavásárlást végeztünk egy éven keresztül (2018. január-december) 3 hazai élelmiszerdiszkont (Lidl, Aldi, Penny Market) egy-egy budapesti üzletében.
- Összehasonlítható eredmények érdekében, minden hónapban ugyanazon a napon látogattuk meg az adott lánc ugyanazon üzletét.
- Elsőként összegyűjtöttük az adott bolt kínálatában elérhető összes földrajzi árujelzővel ellátott termékét és azok legközelebbi helyettesítőit.
- Ezután figyelemmel kísértük a legfontosabb adataikat: az elérhetőségüket és áraik alakulását.

Eredmények

A földrajzi árujelzős termékek száma a magyar
diszkontokbanA földrajzi árujelzős termékek átlagos
árprémiuma száma a magyar diszkontokban

Következtetések

A földrajzi árujelzőkkel ellátott élelmiszereknek jelenleg korlátozott jelentőségük van a magyar élelmiszerpiacon, mind a termékek számát, mind pedig azok részarányát tekintve.

Csak kis számban kerülnek be az élelmiszerdiszkontok kínálatába, az egyes diszkontokban a földrajzi árujelzős termékek száma nem érte el az áruházak teljes állandó kínálatának 1%-át sem (a termékek darabszámát tekintve).

Annak a ténye, hogy a szűkös kínálatuk állandó azt jelzi, hogy azok a termékek, melyek bekerülnek a kínálatba, stabilan ott szerepelnek. Ez lehetőséget jelent azoknak a jelenlegi, illetve majdani magyar földrajzi árujelzős termékeknek is, amelyek tudják vállalni a diszkontok által megkövetelt beszállítási feltételeket.

A fogyasztói árakban realizálható prémiumot illeti, az árérzékeny fogyasztók elérésére nagy hangsúlyt fektető diszkontok esetében az átlagos árprémium figyelemre méltóan nagy (átlagosan 43%), ami azt jelzi, hogy a magyar piacon is létezik a földrajzi árujelzővel ellátott termékek esetében egy érzékelhető árprémium.

Irodalomjegyzék

- Akerlof, G. A. (1970): The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism, Quarterly Journal of Economics 84. pp. 488-500.
- Grunert G. K. – Aachmann K. (2016): Consumer reactions to the use of EU quality labels on food products: A review of the literature, Food Control 59 pp. 178-187
- Juhász A. – Darvasné Ördög E. – Jankuné Kürthy Gy. (2010): Minőségi rendszerek szerepe a hazai élelmiszergazdaságban, Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest

