

## A LIBAMÁJ ÉS A LIBAMÁJ ALAPÚ TERMÉKEK VÁSÁRLÁSI ÉS FOGYASZTÁSI PREFERENCIÁINAK VIZSGÁLATA

FAZEKAS ÁDÁM – VINCZE JUDIT – HERCZEG BÉLA –  
SZABÓNÉ BÉRES BEATRIX

### Összefoglalás

Magyarországon a hizott lúdarutermelésnek nemcsak gasztronómiai és kulturális jelentősége van, hanem nemzetgazdasági szempontból is nagyon fontos szerepet tölt be. Magyarország liba előállításban abszolút Európa élmezőnyébe tartozik. A hizott libából készített termékeket a világon igazi különlegességként tartják számon, hazánkban pedig a hizott libamáj hungaricum terméknek számít. Egy alapvető szezonális jellemző a liba termék keresletére, főként a májra és a húsrá, emellett drága mivolta miatt elsősorban a gasztronómiai szolgáltatók a végfelhasználói a hizott májféléknek (Internet 1). Az elmúlt időszak járványai (korona vírus, baromfi influenza), a szigorodó állatvédelmi szabályok és az állatvédő szervezetek kampányai miatt kialakult helyzetben az ágazat jövője bizonytalan, ezért fontos a hazai szokások ismerete az ágazat reális jövőképeinek kialakítása érdekében.

A munkánk során a libamáj alapú termékek vásárlási és fogyasztási preferenciái vonatkozásában végeztünk kérdőíves felmérést. Kutatási céljaink közé tartozott, annak feltérképezése, hogy a magyar emberek milyen vásárlási és fogyasztási szokásokat képviselnek a libamáj és libamáj alapú termékek vonatkozásában, ezen belül összehasonlító elemzést is végeztünk, továbbá feltártuk a termékek vásárlására és fogyasztására ösztönző tényezőket, paramétereket, valamint értékeltük a libamáj fogyasztásának gyakoriságát. Képet kaptunk arról, hogy a fogyasztók körében milyen mértékben számít gasztronómiai kurióznak a termék, illetve a hazai fogyasztásra abszolút jellemző, hogy valamilyen alkalomhoz kötik az emberek a libamáj fogyasztását. A vizsgálatunk kitért arra is, hogy a vizsgálatba vont személyek a magyar – vagy a külföldi libamáj termékek közül melyiket preferálják jobban.

**Kulcsszavak:** kérdőíves felmérés, vásárlói preferenciák, fogyasztói preferenciák, libamáj, libamáj alapú termékek

**JEL kód:** Q13

## AN ANALYSIS OF PURCHASING AND CONSUMPTION PREFERENCES FOR FOIE GRAS AND FOIE GRAS-BASED PRODUCTS

### Abstract

In Hungary, the production of fattened geese is not only of gastronomic and cultural importance, but also plays a very important role in the national economy. Hungary is among the absolute leaders in goose production in Europe. Products made from fattened geese are considered a real speciality in the world, and in Hungary fattened goose liver is a Hungaricum product. There is a basic seasonality in the demand for goose products, especially for liver and meat, and the end-users of fattened liver products are mainly catering service providers due to its high price (Internet 1). In the light of recent epidemics (COVID\_19, poultry flu), tightening

*animal welfare rules and campaigns by animal welfare organisations, the future of the sector is uncertain, and it is important to know domestic habits in order to develop a realistic vision of the sector.*

*In the course of our work, a questionnaire survey was carried out on the purchasing and consumption preferences of foie gras-based products. Our research objectives were to identify the purchasing and consumption habits of the Hungarian population in relation to foie gras and foie gras-based products, including a comparative analysis, to identify the factors and parameters that encourage the purchase and consumption of the products and to assess the frequency of consumption of foie gras. The extent to which consumers consider the product to be a gastronomic curiosity and the absolute characteristic of domestic consumption is that people associate the consumption of foie gras with a particular occasion. Our survey also asked which of the Hungarian or foreign foie gras products the respondents preferred.*

**Keywords:** *questionnaire survey, customer preferences, consumer preferences, foie gras, foie gras-based products*

**JEL code:** *Q13*

## **Bevezetés**

### ***A magyar hizott libamáj helyzete***

Az éves víziszárnyas-termelése a világon 4,5 millió tonna. Ez a mennyiség állatfajonként: 2 millió tonna liba, 2,5 millió tonna kacs, amely számok mindkét állatfaj esetében tartalmazzák a máj- és hústípusúakat egyaránt. A lúdteljesítés terén Magyarország a vezető európai viszonylatban, viszont világvizonylatban elhanyagolható a hazai volumen. Ez az állatfaj, mely speciális termékeit adja a magyar baromfi ágazatnak, a híres és ismert „hungaricum”-okat (BIRKÁS 2003).

A libamáj luxustermék, amelyből Magyarország globálisan piacvezető, a világ exportjának 80 százalékát adta, ám az elmúlt bő egy évben azonban a kibocsátása harmadával esett vissza (BAUMÜLLER 2021).

### ***Magyarország májtermelése***

Magyarország második a májtermelők sorában Franciaország után. Az exportáló és libamájtermelő országok közül viszont az első. A hizottmáj-termelésének a világon döntő hányadát Magyarország és Franciaország adja, azonban Franciaországban az elmúlt másfél évtizedben csökkent a libamájtermelés mennyisége, mintegy 20%-kal 1995-höz képest. A gazdasági válság hatására 2009-ben visszaesett a hizottmáj-termelés Franciaországban. A libamáj mennyisége Magyarországon ebben az időszakban 1600 és 2000 tonna között változott és 1800 tonna körül stabilizálódott az utóbbi években. A megtermelt kacs- és libamáj döntő hányada Magyarországon exportra kerül. A csatlakozást megelőző időszakban a Magyar Lúdszövetség 1350-1400 tonnában határozta meg a libamájexport mennyiségét. A kacsamáj és libamáj nagyrésze a legnagyobb piacra, Franciaországba kerül, így Magyarország a legnagyobb hizottmáj beszállítója Franciaországnak (KOZÁK 2011).

A hizottmáj-termelés történelmi visszaesést szenvedett el a járványok miatt 2020-ban, a világszinten is jelentősnek számító magyar termelés mintegy harmadával esett vissza 2019-hez képest (BAUMÜLLER 2021).

### ***Az intenzív libamájtermelés állatjóléti kihívásai***

A libamájtermelést állatjóléti szempontok támadják, elsősorban a kényszeretelési folyamatot tekintik állatkínzásnak. A májtermelés nagy hagyományaival rendelkező országokban, mint Franciaország, Magyarország, Bulgária, ezen ágazat nagyszámú munkaerőt foglalkoztat. Az állatjóléti szabályozások szigorodása és a különböző állatjogi mozgalmak nagy kihívások elé állítják az ágazatot. Az Európai Unióban számos országa tiltja a kényszeretetést, mint például Németország, Lengyelország, Dánia, Finnország, Észtország és Luxemburg. Az utóbb említett országok közül csak Lengyelországban van külön törvény a kényszeretetés tilalmáról, míg a többi országban a kényszeretetés általános tilalma van jelen. A „Négy Mancs” nevű szervezet egy bécsi székhelyű állatvédő szervezet, amely 2006 novemberében indított nemzetközi kampányt a kényszeretett libákból származó hús és máj ellen. A szervezet készített egy feketelistát, amelyen több magyar cég is szerepelt. A szervezet arra kérte az áruházláncokat, hogy ne vásároljanak olyan cégektől termékeket, amelyek a listájukon szerepelnek, mert ezen termékek kényszeretetés során keletkeztek. A szentesi Hungerit Kft. felfüggesztette a kényszeretetéses áruk gyártását, mivel elveszítették nagy jelentőségű osztrák és német piacukat (CZIBOLYA et al. 2015). A töméses hízlalással a magyar állatvédelmi törvény részletesen nem foglalkozik, összesen csak annyit fogalmaz meg, hogy kínzásnak nem minősül. A 32/199 FVM rendelet 4. mellékletében találjuk a töméses hízlalás konkrét jogszabályi előírásait, mely a hízott máj előállításának feltételeit 13 pontban írja elő. Szigorú minőségi előírások mellett piacképes a termék, ezért nagy hangsúlyt fektetnek a kutatók a máj-elzsírosodás technológiai és élettani, illetve állategészségügyi hátterének tisztázására.

### ***A libamáj fogyasztás***

A termelt libamáj 70%-át fogyasztják el a franciák és a kilencvenes évek második felétől évente 10-15%-kal növekszik ez a szám. A hízott májból csaknem 30 dkg-ot fogyasztanak fejenként. Franciaország után Magyarország, Japán, a Benelux államok és Németország következnek fogyasztás szempontjából. A hazai fogyasztás alapja abból a libamájtermelésből származtatható, amely nem kerül exportra, tehát a megtermelt libamáj 10-25%-át fogyasztjuk (SZIGETI et al. 2008). A franciák egy főre jutó évenkénti hízott máj fogyasztása 1980 és 2000 között 53-ról 250 grammra nőtt, 2010-re elérte a 300 grammot. Ezután már tartósan csökkent, a 2019-es adatok szerint 223 gramm, de az erős politikai nyomás miatt a tendencia folytatódik. A francia kormány által is támogatottan elindult a termék laboratóriumi körülmények közötti előállítása (FÓRIÁN 2021).

### ***Hamisítási esetek Magyarországon 2015 és 2016 között***

Az ilyen prémium terméknel, mint a libamáj, számolni kell az élelmiszerhamisítás veszélyével. A feldolgozott termékeknel, mint a májkrémek vagy a pástétomok, a leggyakoribb, hogy csirke- vagy pulykamájjal keverik a libamájat, esetleg ezekkel helyettesítik, azzal a céllal, hogy gazdasági haszonra tegyen szert a gyártó. Különös gondot jelent a libamáj esetében, hogy a hűtött/fagyasztott vagy friss formájában a húsipari szakértők, gyakorlott állatorvosok számára is nehéz a kacsamájtól megkülönböztetni. Az feldolgozóknak, előállítóknak emiatt csábító lehetőséget nyújthat például olcsóbb kacsamáj értékesítése libamájként vagy egy csomagolt termék átcímkezése és hamisítása (BOGNÁR 2020).

## Anyag és módszer

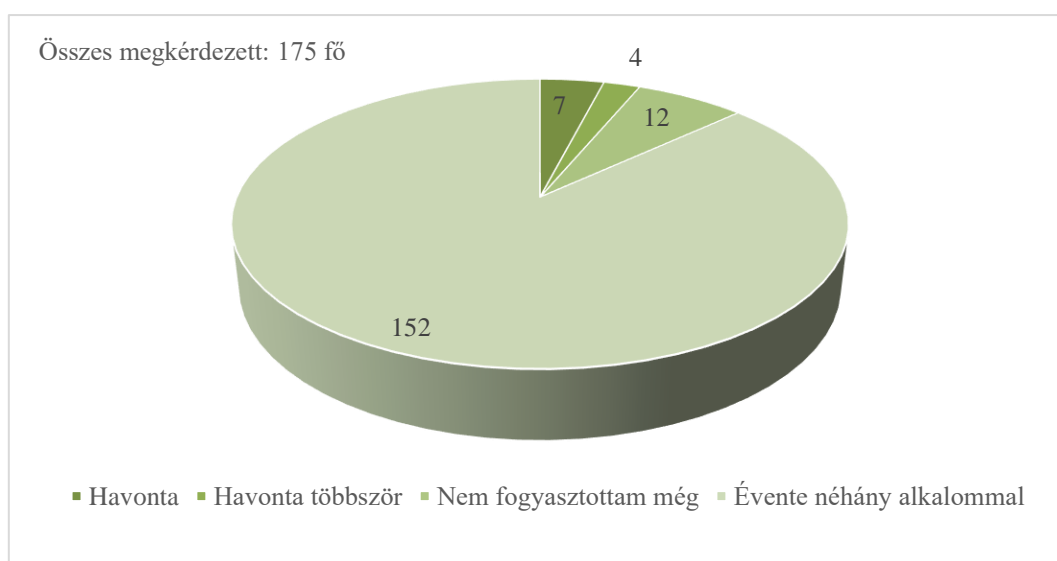
Kutatási módszerként kvantitatív kutatást folytattunk, amelynek keretében kérdőívet készítettünk. A kérdőívnel a fő cél az volt, hogy megvalósítsuk a célkitűzéseinket és választ kapjunk a megfogalmazott kutatási kérdéseinkre. 2021-ben a kérdőívet egy közösségi oldalon osztottuk meg, név szerint a Facebook-on keresztül, különböző csoportokban, amelyek a témánkhoz kapcsolódtak, valamint a saját profilunkon keresztül és az ismerőseink között. A kérdőív felépítéséhez a kutatási célkitűzéseinket és a hipotéziseinket vettük alapul. A lefolytatott kutatáshoz minimum 150 személy kitöltését terveztük. Külön szűrést nem alkalmaztunk, hogy kik kerülhetnek bele a mintába. A kérdőívet 175 személy (134 nő és 41 férfi) töltötte ki. A korok szerinti eloszlás pedig az alábbiak szerint alakult: 19-24 év között 19 fő, 25-34 év között 29 fő, 35-44 év között 63 fő, 45-54 év között 25 fő, 55-64 év között 23 fő, 65 év fölött 16 fő. A kérdőív egyaránt tartalmazott egyszerű feleletválasztós, valamint Likert-skálás kérdéseket is. Tanulmányunkkal sikerült megvalósítanunk az előre megfogalmazott céljainkat és betekintést tudunk adni a libamáj - és a libamáj alapú termékek vásárlási - és fogyasztási szokásaiba.

## Eredmények

A kutatás eredményeit a kérdőíves felmérés információi, adatai adták, a következőkben a lényegesebbnek vélt válaszadói vélemények kerülnek bemutatásra.

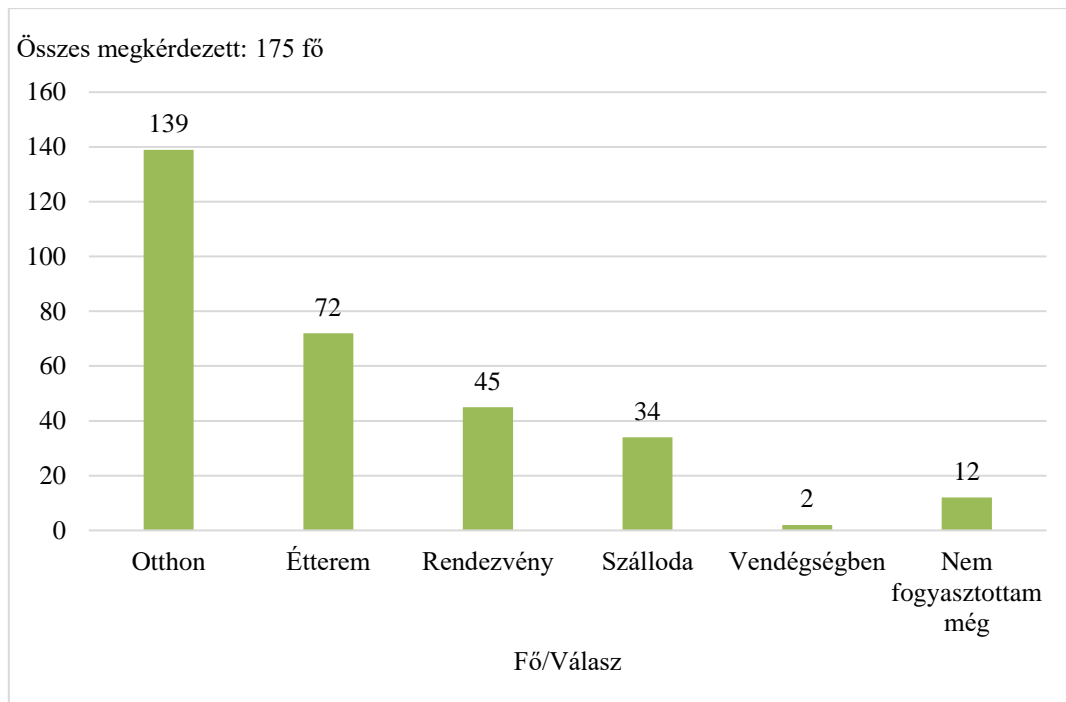
„Ön fogyasztott már libamájat?”

A vizsgálatba vont személyek 93%-a, azaz 163 személy válaszolta, hogy fogyasztott már libamájat. Ezzel szemben csak 7%, számszerűen 12 személy felelte azt, hogy nem fogyasztott még libamájat. A megkérdezett személyek közül nem volt olyan válaszadó, aki a naponta, hetente, vagy hetente többször válasz lehetőségét jelölte volna meg. A válaszadók 4%-a, tehát 7 személy válaszolta, hogy havi szinten fogyaszt libamájat. A megkérdezett személyek 2%-a, eszerint 4 személy felelte, hogy havonta többször fogyaszt libamájat. A mintában szereplő személyek 7%-a, így 12 személy jelölte, hogy még nem fogyasztott libamájat. A mintában szereplő személyek 87%-a, vagyis 152 személy jelölte meg, hogy évente néhány alkalommal fogyaszt libamájat (1. ábra).



1. ábra: Libamáj fogyasztásának gyakorisága (saját kutatás alapján, 2021) /.  
Figure 1. Frequency of consumption of foie gras (based on own research, 2021)

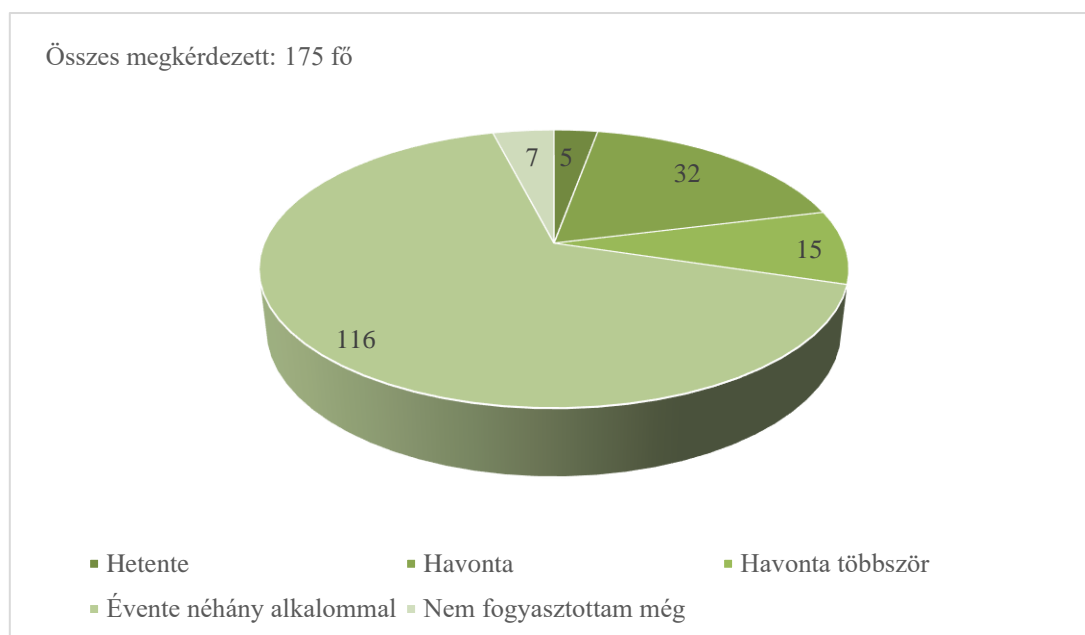
A megkérdezett személyek erre a kérdésre, hogy „Hol szokott Ön libamájat fogyasztani?”, több választ jelölhettek meg. Ezek alapján 7%-uk még nem fogyasztott libamájat. A kérdőív kitöltői közül 2 (1%) válasz érkezett a vendégségben történő libamáj fogyasztásra. A mintában szereplő személyek közül 34-en (19%) jelölték, hogy szállodában szoktak libamájat fogyasztani. A válaszadók voksai közül 45 (26%) érkezett arra, hogy rendezvény alkalmával fogyasztanak libamájat. A megkérdezett személyek közül 72-en (41%) választották azt az opciót, hogy étteremben fogyasztanak libamájat. A válaszadók 79%-a fogyaszt otthon libamájat (2. ábra).



**2. ábra: Hol szokott Ön libamájat fogyasztani? (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 2: Where do you usually consume foie gras? (based on own research, 2021)**

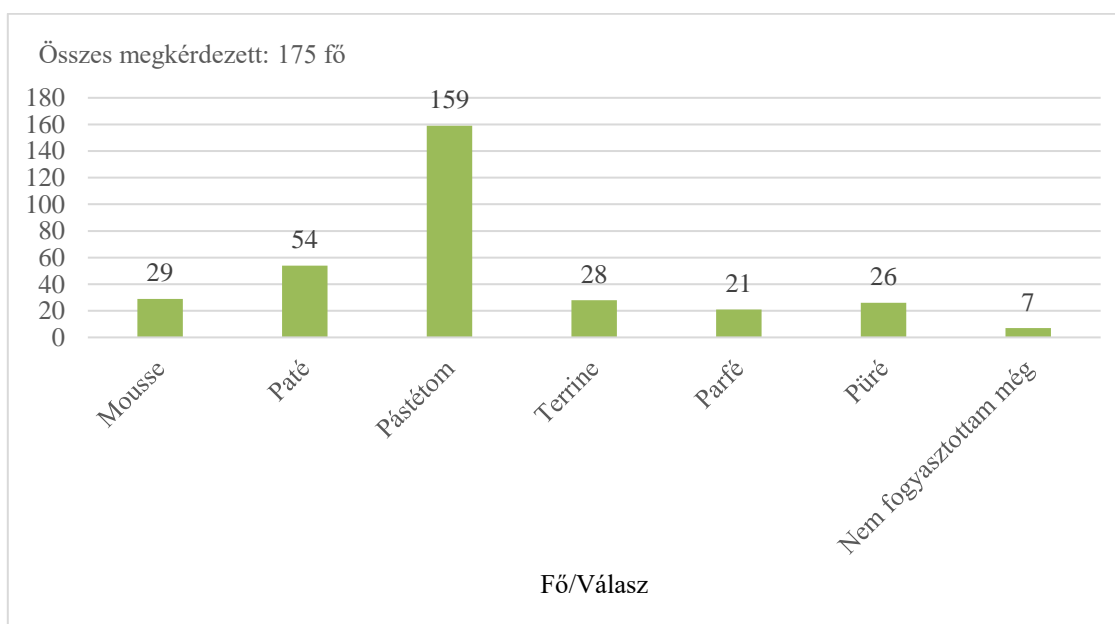
„Fogyasztott-e már libamáj alapú terméket?”

A mintában szereplő személyek 96%-a fogyasztott már libamáj alapú terméket és csupán 4%-a felelte azt, hogy nem fogyasztott még ilyen típusú terméket. A libamáj alapú termékek fogyasztásának gyakoriságát a 3. ábra szemlélteti. A mintában szereplő személyek a naponta és hetente többször válaszlehetőségeket nem választották. A kitöltők 3%-a, tehát 5 személy libamáj alapú termékeket heti rendszerességgel fogyaszt. A válaszadók 4%-a, így 7 fő nem fogyasztott még libamáj alapú termékeket. A megkérdezett személyek 9%-a, azaz 15 fő libamáj alapú termékeket havonta többször fogyaszt. A válaszadók 18%-a, vagyis 32 személy havi rendszerességgel fogyaszt libamáj alapú termékeket. A kitöltők 66%-a évente néhány alkalommal fogyaszt libamáj alapú termékeket.



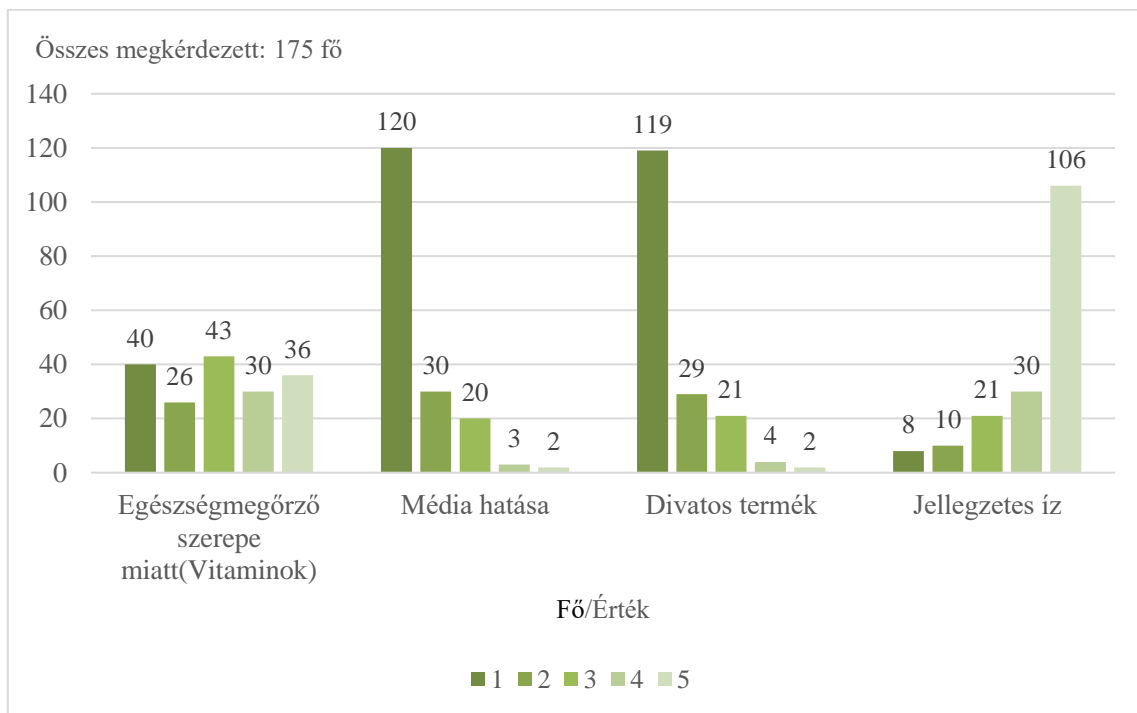
**3. ábra: Libamáj alapú termékek fogyasztásának gyakorisága (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 3: Prevalence of consumption of liver-based products (based on own research, 2021)**

A mintában szereplő személyek közül 29 (17%) szavazat érkezett arra, hogy fogyasztott már Mousse terméket. A válaszadók közül 54 (31%) voks érkezett arra, hogy Paté terméket fogyasztott már, valamint 159-en (91%) jelölték meg, hogy fogyasztottak már Pástétom terméket. A kitöltők közül 28-an (16%) fogyasztottak már Terrine terméket. A mintában szereplő személyek közül 21 (12%) válasz érkezett arra, hogy Parfé terméket fogyasztott már. A válaszadók közül 26-an (15%) jelölték meg, hogy fogyasztottak már Püré terméket. A megkérdezett személyek csupán 4%-a nem fogyasztott még egyik fajta terméket sem a felsorolt termékek közül (4. ábra).



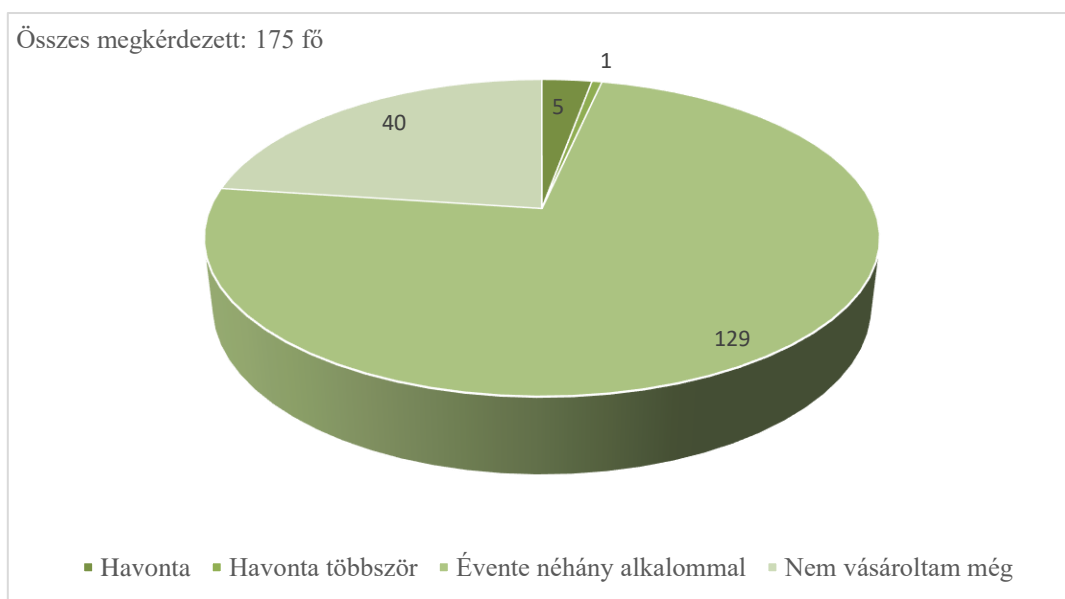
**4. ábra: Mely libamáj alapú termék/termékeket fogyasztotta már (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 4: Which foie gras-based product(s) have you consumed (based on own research, 2021)**

A mintában szereplő személyek arra adtak választ - különböző tényezőket figyelembe véve -, hogy milyen okok motiválják a libamáj termékek fogyasztására. Az 1-es érték a legkevésbé, az 5-ös érték a leginkább motiváló okot jelentette a libamáj termékek fogyasztásánál. A beérkezett válaszok alapján a következőképpen alakultak a különböző tényezők értékeinek átlagai. A megkérdezett személyek döntően a jellegzetes íz miatt fogyasztanak libamáj termékeket. Legkevésbé a média hatása motiválja a megkérdezett személyeket. Ezek alapján az egészségmegőrző szerepe miatt 2,97 -, a média hatásának 1,49 -, a divatos terméknek 1,52 - és a jellegzetes íznek pedig 4,23 átlageredmény született. Az átlagok alapján a döntő a jellegzetes íz, majd ezt követi az egészségmegőrző szerep, a divatos termék és végül a média hatása (5. ábra).



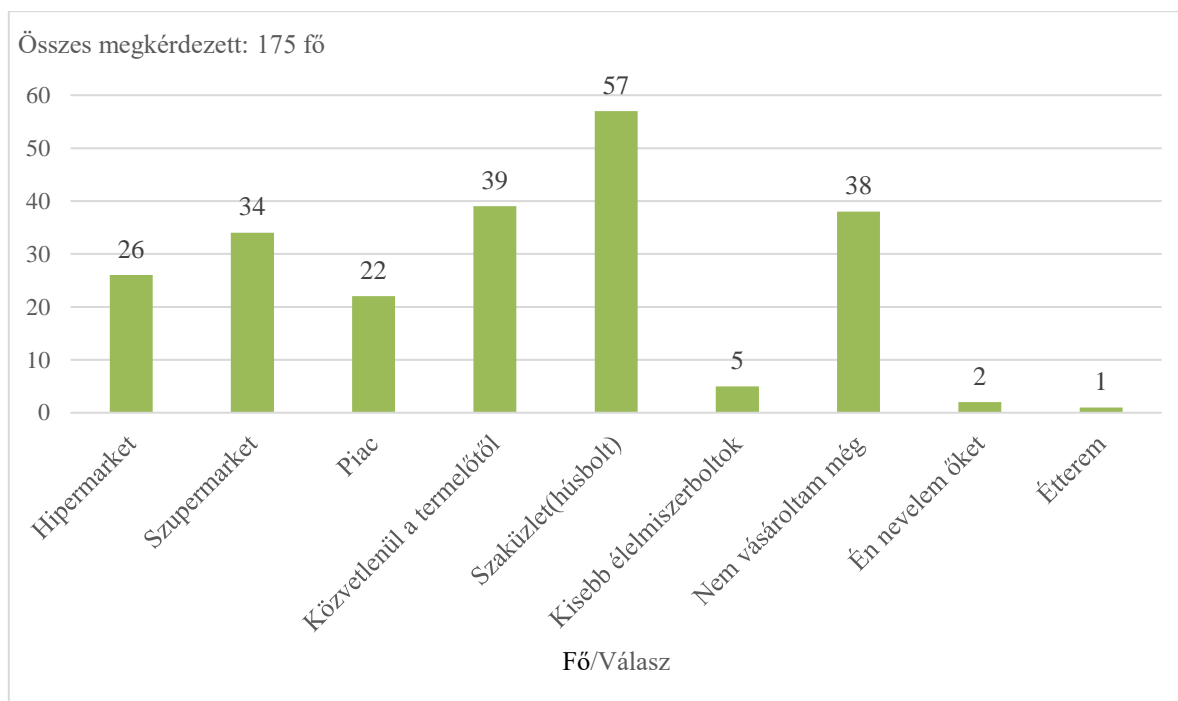
**5. ábra: Milyen okok motiválják libamáj termékek fogyasztására (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 5: Reasons for consuming foie gras products (based on own research, 2021)**

A mintában szereplő személyek közül nem volt olyan válaszadó, aki a naponta, hetente, vagy hetente többször válasz lehetőséget jelölte volna meg. A vizsgálatba vont személyek közül mindössze 1 fő válaszolta, hogy havonta többször vásárol libamájat. A válaszadó személyek közül 29 3%-a, vagyis 5 fő jelölte be, hogy havonta vásárol libamájat. A megkérdezett személyek 23%-a, eszerint 40 fő még nem vásárolt libamájat. A mintában szereplő személyek 74%-a, számszerűen 129 fő felelte azt, hogy évente néhány alkalommal vásárol libamájat. A kérdésre érkezett visszajelzések alapján a legtöbb válasz az évente néhány alkalommal lehetőségre érkezett (6. ábra).



**6. ábra: Libamáj vásárlásának gyakorisága (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 6: Frequency of buying foie gras (based on own research, 2021)**

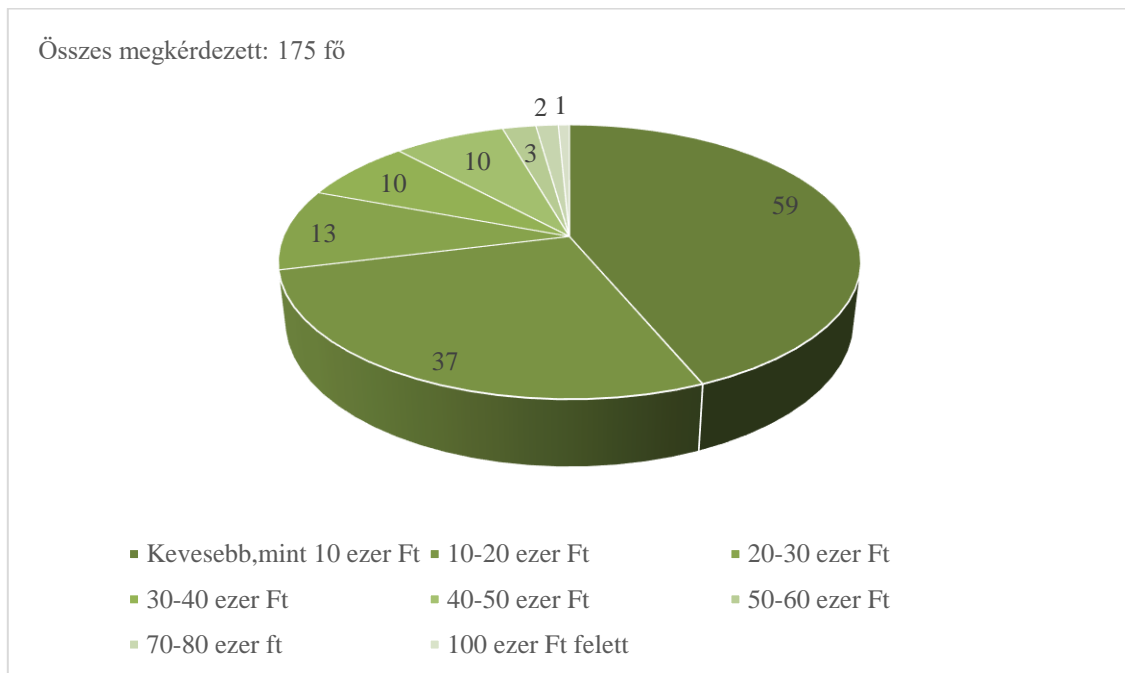
A megkérdezett személyek arra a kérdésre, hogy jellemzően hol szerzi be a libamáját, 26 (15%) szavazat érkezett a hipermarketre, 34 (19%) a szupermarketre, 22 (13%) a piacra, 39 (22%) szavazat arra, hogy közvetlenül a termelőtől, 57 (33%) a szaküzletre, 5 (3%) a kisebb élelmiszerboltokra, 2 (1%) szavazat arra, hogy a válaszadó neveli őket, 1 (1%) jelölés az étteremre és 38 (22%) felelet érkezett arra, hogy nem vásárolt még libamáját. A mintában szereplő személyek a válaszok alapján főként szaküzletből vásárolják a libamáját (7. ábra).



**7. ábra: Libamáj vásárlás helyszíneinek eloszlása (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 7: Distribution of where to buy foie gras (based on own research, 2021)**



A mintában szereplő személyek 34%-a, 59 személy megközelítőleg egy évben kevesebb, mint 10 ezer Ft-ot fordít libamáj vásárlására. A megkérdezett személyek 23%-a, azaz 40 személy nem vásárol libamáját. A válaszadók 21%-a, ezáltal 37 fő hozzávetőlegesen 10-20 ezer Ft-ot költ egy évben libamáj vásárlására. A megkérdezett személyek 7%-a, vagyis 13 személy egy évben megközelítőleg 20-30 ezer Ft-ot fordít libamáj vásárlására egy évben. A mintában szereplő személyek 6%-a, azaz 10 személy megközelítőleg egy évben 30-40 ezer Ft-ot fordít libamáj vásárlására egy évben. A válaszadók 6%-a, ennek értelmében 10 személy egy évben hozzávetőlegesen 40-50 ezer Ft-ot fordít libamáj vásárlására. A megkérdezett személyek 2%-a (3 fő) egy évben megközelítőleg 50-60 ezer Ft-ot fordít libamáj vásárlására. A válaszadók 1%-a, azaz 2 fő megközelítőleg 70-80 ezer Ft-ot fordít egy évben libamáj vásárlására. A megkérdezett személyek csupán 1%-a, vagyis 1 fő egy évben több, mint 100 000 Ft-ot fordít libamáj vásárlására (8. ábra).

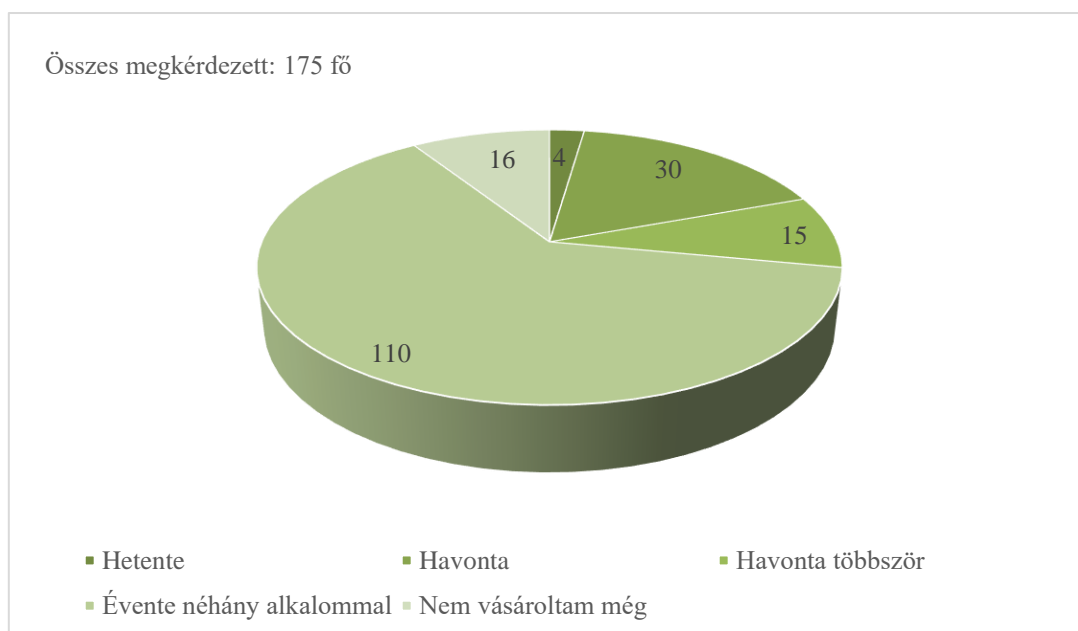


**8. ábra: Libamáj vásárlására fordított összeg egy évben (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 8: Amount spent to buy foie gras in a year (based on own research, 2021)**

„Hajlandó lenne-e magasabb árat kifizetni jobb minőségű termékért?”

A mintában szereplő személyek 66%-a válaszolta, hogy hajlandó lenne magasabb árat kifizetni jobb minőségű libamájért és 34%-uk jelölte azt, hogy nem fizetne magasabb árat érte.

A libamáj alapú termékek vásárlásának gyakoriságát a 9. ábra tartalmazza. A kérdőív kitöltői a naponta és hetente többször válaszlehetőséget nem választották. A megkérdezett személyek 2%-a, tehát 4 fő libamáj alapú termékeket heti rendszerességgel vásárol. A válaszadók 9%-a, számszerűen 15 személy havonta többször vásárol libamáj alapú termékeket. A megkérdezett személyek 9%-a, eszerint 16 fő nem vásárolt még libamáj alapú termékeket. A vizsgálatba vont személyek 17%-a, vagyis 30 személy libamáj alapú termékeket havi rendszerességgel vásárol. A megkérdezettek 63%-a, azaz 110 fő válaszolta, hogy évente néhány alkalommal vásárol libamáj alapú termékeket.

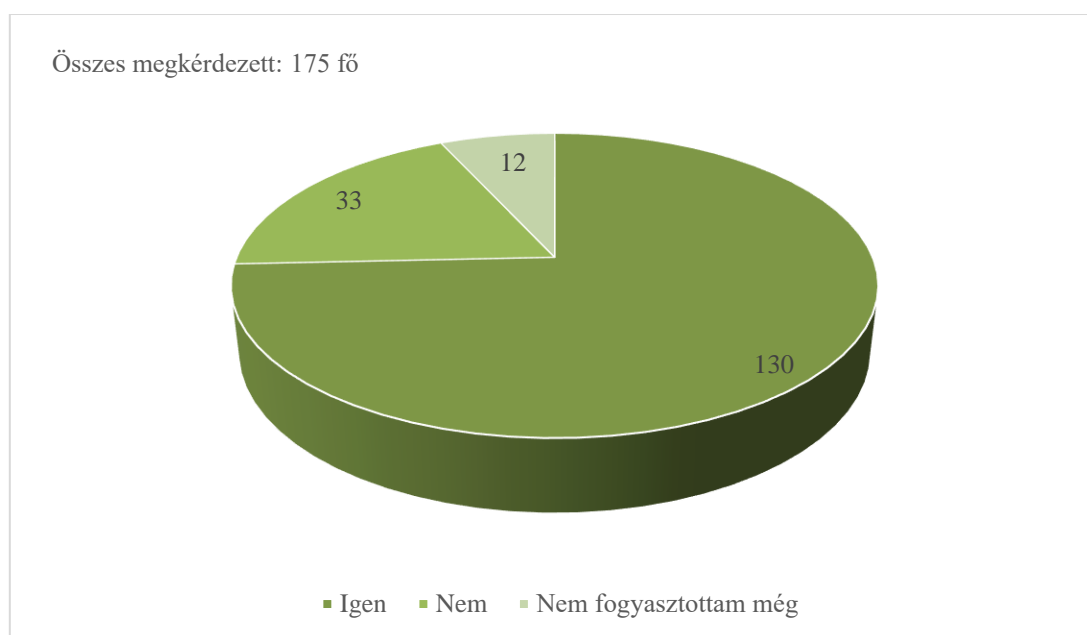


**9. ábra: Libamáj alapú termékek vásárlásának gyakorisága (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 9: Frequency of buying products based on foie gras (based on own research, 2021)**

„Előnyben részesíti-e a magyar libamáj termékeket?”

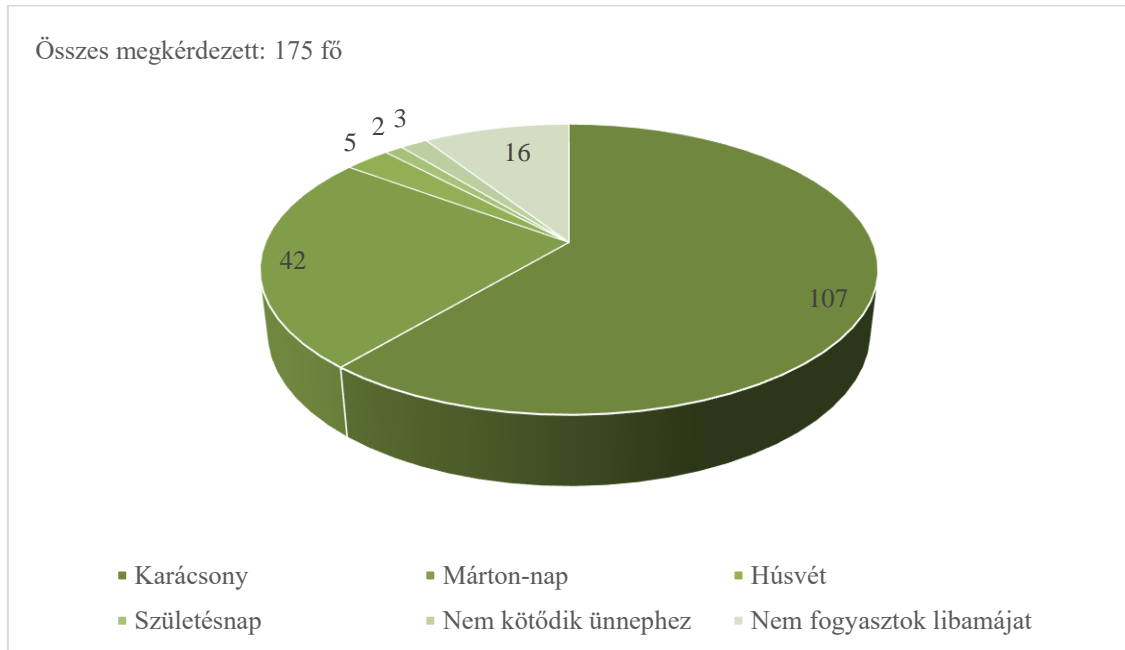
A válaszadók 91%-a válaszolta, hogy előnyben részesíti a magyar libamáj termékeket és ezzel ellentétben 16 személy (9%) felelte, hogy nem releváns számára.

A mintában szereplő személyek 74%-a, vagyis 130 fő ünnepek alkalmával gyakrabban fogyaszt libamájat. A megkérdezett személyek 19%-a, tehát 33 személy nem fogyaszt gyakrabban libamájat ünnepek alkalmával. A válaszadó személyek 7%-a, azaz 12 személy nem fogyasztott még libamájat (10. ábra).



**10. ábra: Libamáj fogyasztásának gyakorisága ünnepek alkalmával (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 10: Frequency of consumption of foie gras during holidays (based on own research, 2021)**

A mintában szereplő személyek arra a kérdésre, hogy melyik ünnepen fogyasztanak a legtöbb libamájat, a következő válaszokat adták. A megkérdezettek 61%-a karácsony alkalmával fogyaszt a legtöbb libamájat. A válaszadók 24%-a, azaz 42 fő Márton-nap alkalmával -, míg 3%-a (5 fő) a húsvéti ünnepekben fogyaszt a legtöbb libamájat. A válaszadók 1%-a, eszerint 2 fő a legtöbb libamájat születésnap alkalmával fogyaszt. A mintában szereplő személyek 2%-a, vagyis 3 főnél a libamáj fogyasztása nem kötődik ünnephez. A megkérdezett személyek 9%-a nem fogyaszt libamájat (11. ábra).



**11. ábra: Libamáj fogyasztásának eloszlása a különböző ünnepeken (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 11: Distribution of consumption of foie gras on different holidays (based on own research, 2021)**

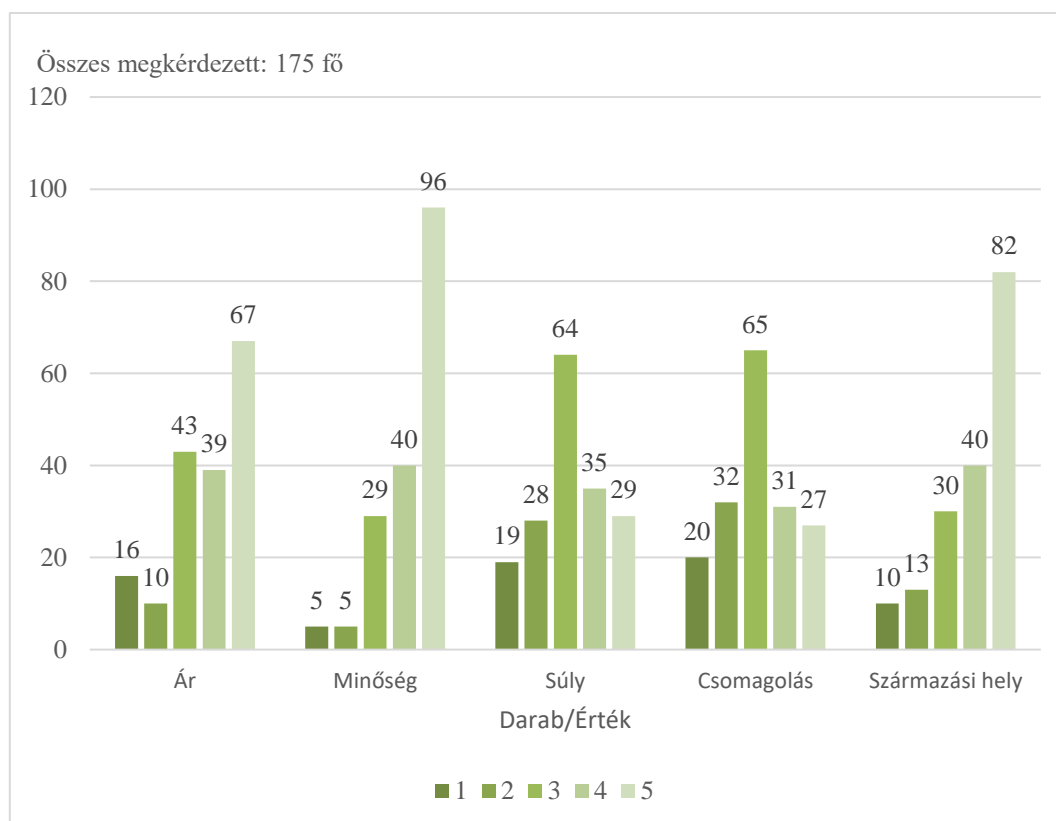
„Ön tudja, hogy mit jelent, hogy egy termék hungaricum?”

A mintában szereplő személyek 98%-a válaszolta, hogy tudja mitől hungaricum egy termék és csak 2%-a felelte azt, hogy nem tudja mitől hungaricum egy termék.

„Ön tudja-e, hogy a libamáj hungaricum?”

A válaszadók 75%-a tisztában van vele, hogy a libamáj hungaricum, ugyanakkor 44 főnek (25%) nincs tudomása róla.

A kérdőívet kitöltő személyek arra adtak választ, hogy mennyire befolyásolják a következő szempontok a libamáj vásárlásánál. Az 1-es érték a legkevésbé-, az 5-ös érték a leginkább befolyásoló tényezőt jelentette a libamáj vásárlásánál. A beérkezett válaszok alapján a következőképpen alakultak a különböző tényezők értékeinek átlaga. Az ár 3,74 -, a minőség 4,24 -, a súly 3,15 -, a csomagolás 3,07 - és a származási hely 3,97-es átlagot ért el. Az átlagok alapján megállapítható, hogy a libamáj vásárlásánál a minőség befolyásolja leginkább a vizsgálatba vont személyeket. A legkevésbé a csomagolás befolyásolja a válaszadókat. Az átlagok alapján az első és legmeghatározóbb tényező a minőség. Ezt követi a származási hely, az ár, a súly és a csomagolás (12. ábra).



**12. ábra: Libamáj vásárlásának befolyásoló tényezői (saját kutatás alapján, 2021) / Figure 12: Factors influencing the purchase of foie gras (based on own research, 2021)**

## Következtetések

A libamáj – és a libamáj alapú termékek vásárlási - és fogyasztási preferenciájának vizsgálata alapján az alábbi megállapítások tehetők:

A libamáj fogyasztási szokások feltérképezése alapján az a következtetés vonható le, hogy a megkérdezett személyek közül jelentősen nagyobb arányban vannak azok (93%), akik már fogyasztottak libamájat, mint akik még nem, illetve az is megállapítható, hogy a legtöbben évente csupán néhány alkalommal fogyasztják (87%), akkor is legfőképpen otthonukban. A libamáj alapú termékeknel is hasonlóan alakultak ezek az arányok, miszerint az ilyen típusú termékeket a válaszadók jelentős része fogyasztott már (96%), ezeket is legtöbben évente csak néhány alkalommal teszik (66%), viszont ilyen termékeket már havi rendszerességgel is jelentősebb arányban fogyasztanak. A libamáj alapú termékek közül a fogyasztás szempontjából a pástétom bizonyult a legnépszerűbbnek (91%). A libamáj -, illetve a libamáj alapú termékek fogyasztására leginkább a libamáj jellegzetes íze motiválja a válaszadókat.

A vásárlási szokások eredményei alapján megállapítható, hogy a libamájat a vizsgálatba vont személyek legnagyobb arányban évente néhányszor vásárolnak (74%), amelyet leginkább szaküzletből, illetve közvetlenül a termelőtől szerzik be. Az összesített válaszok eredményei alapján az a következtetés is levonható, hogy a megkérdezett személyek közül a legtöbben évente kevesebb, mint 10 ezer forintot költenek libamájra (34%), de hajlandóak lennének magasabb árat kifizetni jobb a minőségű termékért (66%). Libamáj alapú termékeket is a legtöbben évente néhány alkalommal vásárolnak a fogyasztók (63%), de itt is nagyobb a havonta vásárlók aránya a libamájéval összehasonlítva (17%). A kérdőívre érkezett válaszokból az is egyértelműen kiderült, hogy a megkérdezett személyek előnyben részesítik a magyar libamáj termékeket (91%).

Az ünnepi alkalmakkor történő libamájfogyasztás vonatkozásában megállapítható, hogy a válaszadók az ünnepek alkalmával gyakrabban fogyasztanak libamájat (74%), mivel legtöbben ezt az opciót jelölték kérdőívben. Az ünnepek közül a legtöbben a Karácsonyt választották (61%), hogy ez alkalomból fogyasztanak a több libamájat, de a Márton-nap alkalma is népszerű választási alternatíva volt (24%).

A válaszadók döntő többsége tudta (98%), hogy mit jelent, hogy egy termék hungaricum, illetve azzal is tisztában volt, majdnem háromnegyedük (75%), hogy a libamáj is a hungaricumok közé tartozik.

A megkérdezett személyeket a libamáj vásárlásánál leginkább a minőség (4,24) és a származási hely (3,97) befolyásolja, valamint még az árat (3,74) is fontosnak tartották. A súly és a csomagolás közepesen befolyásolja a megkérdezetteket a libamáj vásárlása esetén.

A baromfitermékek, így a libamáj alapú termékek fogyasztási szokásainak vizsgálata azért is olyan fontos, mert jó alapot adhat a gazdálkodóknak az innovációk kialakításához, esetleges gondozási, takarmányozási technológia változtatásához, átalakításához. A termékek előállításának minősége abban rejlik, hogy milyen sikeres a termékpálya szereplői között a kommunikáció.

A korona vírus és a baromfiinfluenza járvány jelentős visszaesést okozott a májtermelésben és a fogyasztásban egyaránt. Az éttermekben Európa szerte, különösen a tradicionálisan májfogyasztó országokban, minimálisra csökkent a forgalom. A vizsgálatunkban feldolgozott kérdőívek még a járványok előtt születtek. Célszerű megvizsgálni azt is a közeljövőben, hogy a jelenlegi helyzet mennyiben változott a járványok után, változtak-e a magyar májfogyasztási szokások ezeknek a hatásoknak a következtében.

## Hivatkozott források

BAUMÜLLER L. (2021): Az egész világon kapkodtak ezért a magyar luxusélelmiszerért: most már alig veszik. Agrárszektor (2021.07.29.), 1–6.

BIRKÁS E. (2003): Magyarország piacvezető-pozíciója megőrzésének lehetőségei és feltételei a világ libamáj piacán. Doktori értekezés. Nyugat-magyarországi Egyetem Mezőgazdaság – és Élelmiszertudományi Kar, Mosonmagyaróvár. p: 38

BOGNÁR L. (2020): Illegális vagy vitatható kereskedelmi gyakorlatok fogyasztói megítélése. Doktori értekezés. Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár, p: 44–45.

CZIBOLYA A. – LENDVAI E. (2015): Examination of foie gras consumption habits. Review of faculty of engineering: analecta technica Szegedinensia, (9) 1. pp. 18–24. DOI: <http://dx.doi.org/10.14232/analecta.2015.1.18-24>

FÓRIÁN Z. (2021): Mélyrepülésben a francia hízott máj piac. Agrotrend (2021.09.09.), 1–13.

KOZÁK J. (2011): A hízott liba- és kacsamáj termelése, valamint piaci kihívásai. Gazdálkodás című agrárökonómiai tudományos folyóirat 55. évfolyam, 3. szám, p: 312. DOI: <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.119913>

SZIGETI O. – SZENTE V. – SZAKÁLY Z. (2008): A libamáj és libamáj készítmények fogyasztói szokásainak vizsgálata kvantitatív kutatási módszerrel. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing folyóirat, Kaposvári Egyetem, Kaposvár: 5(1):13–21.

Mezőgazdasági Kézikönyv 8. TANULMÁNYOK A KETRECES ÁLLATTARTÁSRÓL II. A ketreces tartás Európai Unióban való esetleges jövőbeni betiltásának magyar állattermék-előállításra gyakorolt várható következményei Hízott lúd ágazat 2020., p: 17.

Internet 1: Kiből lehet hosszú távú nyertes a víziszárnyas ágazatban? <https://www.agrarszektor.hu/allat/gyakorlati-temak-gazdalkodoknak-kikbol-lehet-hosszu-tavu-nyertes-a-viziszarnyas-agazatban.25000.html>. Lekérdezés dátuma: 2022.06.08.

Internet 2: Hízott libából előállított termékek <http://www.hungarikum.hu/hu/h%C3%ADzott-lib%C3%A1b%C3%B3l-el%C5%91%C3%A1ll%C3%ADtott-term%C3%A9kek> Lekérdezés dátuma: 2021.04.

## Szerzők

### **FAZEKAS Ádám**

Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem, Gyöngyös, Károly Róbert Campus  
Környezettudományi Intézet, Agroökológiai Csoport  
fazekasadam18@gmail.com

### **Dr. VINCZE Judit, PhD**

egyetemi docens  
Eszterházy Károly Katolikus Egyetem  
Természettudományi Kar  
Szőlészeti és Borászati Intézet  
vincze.judit@uni-eszterhazy.hu

### **Dr. HERCZEG Béla, CSc**

főiskolai tanár  
Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem, Gyöngyös, Károly Róbert Campus  
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet  
E-mail: herczeg.bela@uni-mate.hu  
Iroda: Gyöngyös, "A"épület, 1.409  
Mellék: 443  
herczeg.bela@uni-mate.hu

### **SZABÓNÉ Dr. BÉRES Beatrix, PhD (levelező szerző – corresponding author)**

egyetemi adjunktus  
Magyar Agrár-és Élettudományi Egyetem, Gyöngyös, Károly Róbert Campus  
Környezettudományi Intézet, Agroökológiai Csoport  
E-mail: Szabone.Beres.Beatrix@uni-mate.hu  
Iroda: Gyöngyös, "A"épület, 1.406  
Mellék: 402  
szabone.beres.beatrix@uni-mate.hu

A műre a Creative Commons 4.0 standard licenc alábbi típusa vonatkozik: [CC-BY-NC-ND-4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).

