

VETŐMAGOT, DE KITŐL? VETŐMAGFORGALMAZÁS A GAZDÁK SZEMSZÖGÉBŐL

BUYING SEEDS... BUT FROM WHERE? SEED DISTRIBUTION FROM THE FARMERS' VIEW

URBÁNNÉ MALOMSOKI MÓNICA - ÁBRAHÁM MERCÉDESZ

Szent István Egyetem, Gödöllő, Magyarország

urbanne.monika@gtk.szie.hu, a.mercedesz94@gmail.com

Összefoglalás

A mezőgazdasági termelés alapvető szüksége a vetőmag. Nem mindegy azonban, hogy a gazdának milyen lehetőségek állnak rendelkezésére annak beszerzésére. A vetőmag forgalmazók egyre többen kínálják minősített termékeiket a vetőmag piacon, azonban lényeges, hogy hogyan választjuk ki a beszállítónkat, milyen információkat osztunk meg velük a gazdaságunkról, az üzletkötők mennyire megbízhatóak stb. A kutatás fő célkitűzése a vetőmagpiac keresleti oldalán résztvevő gazdák véleményének megismerése a vetőmag-forgalmazókról. A primer kutatást Magyarország két déli megyéjében, Bács-Kiskun megyében és Baranya megyében valósítottuk meg. Célunk rávilágítani a gazdák és forgalmazók közti kapcsolatra, a gazdák szemszögéből.

Kulcsszavak: vetőmag, agrárium, Bács-Kiskun megye, Baranya megye

JEL kód: Q1

Bevezetés

A mezőgazdasági termelés egyik legfontosabb alapanyaga a vetőmag. A vetőmaghoz különböző módon tudunk hozzájutni. Megvásárolhatjuk, vagy akár magunk is előállíthatjuk. A vetőmag alapvetően meghatározza – de nem kizárólagosan – az előállított terményünk tulajdonságait, hozamát, minőségét. Ezért nagy hangsúlyt kell fektetni annak kiválasztására, beszerzésére.

A szakirodalmakat tanulmányozva gyakran olvashatunk a vetőmagokról mint növényi szaporító anyagról, mint alapanyagról, annak anatómiájáról, a termesztés technológiájáról, az értékesítési formáiról, folyamatiról, export-import nagyságáról és arról, hogy egyes cégek kínálatában milyen fajták, hibridek találhatók. Azonban sokkal kevesebb információ áll rendelkezésünkre arról, hogy azok a gazdák, akik ezeket a termékeket megvásárolják milyen szintű és minőségű kapcsolatban állnak

azokkal a cégekkel, amelyek el kívánják nekik adni a saját vetőmagfajtájukat, és/vagy az általuk forgalmazott vetőmagot, azt sem, hogy milyen információk áramlanak a vevőktől a cégek irányába. Ezért kutatásunk fő célja a vetőmagpiac keresleti oldalán megtalálható gazdák véleményének megismerése.

Módszertan

A kutatás elméleti megalapozását a vonatkozó szakirodalom tanulmányozásával és interjúk készítésével valósítottuk meg.

Kutatásunk kérdőíves felmérésre épül, mely keretében papír alapú és elektronikus kérdőívek kitöltése valósult meg. A kérdőívek célzottan 150 gazdálkodó személy/vállalkozás számára kerültek kiküldésre. Tekintettel arra, hogy országos felmérésre nem volt lehetőség, célcsoportként egy szűkebb területi egységen, a mezőgazdaságban gazdálkodó, azon belül is számtóföldi növénytermesztést végző gazdákra fókuszáltunk.

Ők elsősorban szántóföldi növénytermesztéssel foglalkozó emberek, gazdák, őstermelők és egyéni vállalkozók, de persze akadnak közöttük más és/vagy több mezőgazdasági tevékenységet folytatók is. A kérdőív kitöltésére 2016. március 01. és 2016. május 05. között került sor. Főként fajtabemutatókon, gépbemutatókon és gazda találkozókön történt a papír alapú kérdőívezés, de postai kiküldések is történtek. Ennek végeredményeképp a mintavételezés során 120 db kiküldött/kiadott kérdőívből 78 db kérdőív érkezett vissza, értékelhető adattartalommal, ami véleményünk szerint nagyon jó arányt jelentett egy ilyen típusú kutatásnál.

A területi lehatárolást tekintve olyan területet kerestünk, ahol a mezőgazdasági termelés jelentős és helyi kapcsolatokkal, ismeretekkel rendelkezünk. Vizsgálatunk Bács-Kiskun és Baranya megyére terjed ki, ahol az érintett gazdálkodási területek és a gazdálkodók lakhelye található.

Kutatásunkat kiegészítettük két interjú elkészítésével, ahol Kutas Attilát (Caussade Semences Hungary Kft. cégvezető), és Markó Csabát (KITE Zrt. bajai alközpont-vezető) kérdeztük az ágazat aktuális helyzetéről.

A vetőmag

„A mag a növényi élet hordozója, egy láncszem a folytonosan megújuló életfolyamatban. Élő egység, élő szervezetekre jellemző életfolyamatokkal...” (Papp et al., 1986) Vetőmagnak nevezzük az ivarosán szaporodó növények magjait vagy szemtermését. Szaporítóanyagnak nevezzük az ivartalanul szaporított növényeknek azt a részét, amelyet új növények előállítására használnak. (Szántosiné – Szántosi, 2003)

Pepó szerint van a mag, a vetőmag és a minősített vetőmag, melyek meghatározásait a következőképpen írta le: A mag generatív növényi rész, mely ivaros szaporodás során jön létre kettős megtermékenyítés eredménye. A vetőmag jó belső és külső értékmérő tulajdonságokkal rendelkező mag. A minősített vetőmag állami elismerésben részesített vagy ideiglenes szaporításra engedélyezett hazai vagy külföldi növényfajta szántóföldön, állami elismerésben részesített, és a szabvány szerint alkalmasnak minősített állományából származó, meghatározott szaporítási fokozatú, szabványban előírt minőségű, fémzárolt vetőmag. (Pepó, 2011)

Vetőmag jogi szabályozásáról

Magyarországon már közel másfél évszázada nagy hangsúlyt fektetnek a szaporítóanyagok minőségére és annak szabályozására. 1872-ben alakult meg a Királyi Vetőmagvizsgáló Állomás, majd 1875-ben fogadták el az első olyan törvényt, amiben már szerepel a vetőmag, mint kereskedelmi értékű cikk. 1875. évi VII. törvény, II. fejezetében a földbirtok tiszta jövedelmének kiszámítása során már kihangsúlyozták a vetőmag szerepét a termesztésben.

Az utána következő években nagyobb mértékű haladást nem dokumentálhattak, viszont az 1895. XLVI törvénycikk már mást mutatott. Ez alapjaiban véve „a mezőgazdasági termények, termékek és cikkek hamisításának tilalmazásáról” szólt. A sok visszaélés következtében, kérték, hogy az előző bekezdésben írt, 1895. XLVI törvénycikket terjesszék ki, a nemesített növényfajták megvédeése érdekében. Az első állami növényfajta-elismeréséről szóló rendelet 1915-ben lépett érvénybe Magyarországon. Ezt követően megalkották a különböző törzskönyvezési eljárásokat, számba vételeket és a már meglévő vetőmagokra vonatkozó törvényeket és rendeleteket elkezdtek módosítani és kibővíteni. Az 1930-as évektől kezdődően már nem csak a minősítését és vizsgálatát, hanem a vetőmagtermesztést is törvénycikkekben és rendeletekben kezdték leszabályozni. (Danisska et al., 1965)

A XX. század változásai a vetőmagokkal kapcsolatosan is jelentős változásokat eszközöltek. Azzal kapcsolatban, hogy mi az a vetőmagfaj illetve fajta, ami hivatalosan elismert vetőmagnak számít és azt hogyan lehet előállítani és forgalmazni Magyarországon, az 1996. évi CXXXI. törvény írja le.

A jelenlegi szabályozást a 2003. LII. törvény, valamint ennek végrehajtásáról szóló 48/2004. (IV.21. FVM) vetőmag ellenőrzésére vonatkozó rendeletek határozzák meg. Eszerint: Szaporítóanyag a vetőmag, vegetatív szaporító alapanyag, valamint ültetési anyag. Vetőmag a generatív szaporítóanyag, ideértve a burgonya és a csicsóka vetőgumót is. Vegetatív szaporító alapanyag az új növények vegetatív úton

történő előállítására szolgáló növények, növényi részek, beleértve az alanycsemetét és a magoncot is (<http1>)

Vetőmagvizsgálat és vetőmag minősítés

Ahhoz, hogy a lehető legjobb eredményeket érjük el a növénytermesztésünkben elengedhetetlen feltétel a megkérdőjelezhetetlen termesztési értékű vetőmag. Viszont, hogy ezt teljes bizonyossággal tudjuk biztosítani, egy széles körű és részletes vizsgálatra van szükségünk, ugyanis szabad szemmel ez az érték nem látható. A vizsgálat a különböző és összetett tulajdonságok megállapításához szükséges.

A céltudatos vetőmagtermesztés jelentős múltra tekint vissza hazánkban, amihez mindig is szorosan kapcsolódott a vetőmag-ellenőrzés és minősítés folyamata. Mivel Magyarországon korán felismerése került, hogy a termelékenységet két fő tényező befolyásolja, a fajta és a termesztés- technológia ezért hamar megkezdődtek az erre irányuló javítási tevékenységek. A már meglévő Gazdasági Akadémia mellett 1878-ban alakult Mosonmagyaróváron az első hazai vetőmagvizsgáló állomás. (Danisska et al., 1965)

A vetőmag minőségét, termesztési és vetési értékét összetett tulajdonságok alapján határozzuk meg. A minőség behatárolásakor ezek a tulajdonságok kerülnek pontos és részletes meghatározásra. A vetőmagvak megjelenési formájukat nézve, élő szervezetek, amik a környezethez való alkalmazkodásukban és az életjeleik szerinti megnyilvánulásban hatalmas változatosságot mutatnak. Ezáltal a vetési értékük pontos és egységes elbírálása, széles körű szakmai tájékozottságot követel, ahol fontos a növényrendszertani, morfológiai, anatómiai, élettani, kórtani felkészültség. (Izsáki - Lázár, 2004)

Több nemzetközi szervezet is létrejött az elmúlt évszázadban. Pl. a Nemzetközi Vetőmagvizsgáló Szövetség, avagy International Seed Testing Association (ISTA), melynek Magyarország alapító tagja volt az 1924-es megalakulásakor, ami fő feladatának tekintette, hogy egységes elvekre alapozva létrehozzon egy nemzetközi vetőmagvizsgálati eljárást. Ehhez szorosan hozzátartozik, hogy elősegítsen és irányítson minden olyan tudományos tevékenységet, amely a kiváló vetőmaggal kapcsolatos összes szakterületet érinti. (Burián, 1983) Jelenleg 70 tagországgal rendelkezik. (<http://www.seedtest.org/en/home.html>)

A Vetőmagkereskedők Nemzetközi Szövetsége avagy International Trade in Agricultural Seeds egyesíti a vetőmagkereskedelemmel tevékenykedő vállalatokat és cégeket, miközben kölcsönösen együttműködik az ISTA-val. Működésének lényege,

hogy különböző szabályozások kidolgozásával zökkenőmentessé tegye a nemzetközi vetőmagforgalmat. (Burián, 1983)

Magyarországon a vetőmag vizsgálati módszertant a magyar szabványok (MSZ) tartalmazzák. (Magyar Szabványügyi Testület)

„Magyarországon csak a Nemzeti Fajtajegyzékben és a Közösségi Fajtajegyzékben felsorolt, növényfajok fajtáinak minősített vetőmagját lehet forgalomba hozatal céljára előállítani, forgalmazni, illetőleg árutermesztési célra felhasználni. Az előzőeknek nem megfelelő vetőmag eseti felhasználását a minisztérium – külön jogszabályokban foglaltak szerint – engedélyezheti.” (Izsáki - Lázár, 2004)

Piaci résztvevők alakulása

A vetőmag forgalomban szereplői piaci résztvevők számának gyarapodását sok tényező összejártsága segítette elő. Ilyen volt, a vetőmag-kereskedelem és -előállítás privatizációja, az állami tulajdonú vetőmag-kereskedő cégek megszűnte, a kisebb kereskedelmi egységek létrejötte, és az ezekhez hasonló folyamatok, változások lezajlása. Mint minden fejlődés, növekedéssel járt ez is, és eredményeként szervezetlenséget vont maga után, ami továbbra sem segítette elő az egészséges piaci versenyhelyzet működését. Ez a jelenség egy önszerveződő tevékenységet váltott ki Nyugat-Európában az 1900-as évek elején. A piaci résztvevők önszerveződése hazánkban az elmúlt 60 évben leállt és megszűnt. (Izsáki - Lázár, 2004)

„Ezt a hiányt próbálta egyrészt jogszabályi úton pótolni az 1993-ban megjelenő Agrárrendtartási törvény, másrészt a piaci résztvevők is különböző szövetségek alakításával, szerveződésével próbáltak lehetőséget teremteni az önszabályozásra. Az 1993-as Agrárrendtartási törvény létrehozta a Terméktanácsokat.” (Izsáki - Lázár, 2004) A Terméktanács célja, a vetőmag-előállító folyamat résztvevők érdekeinek és döntéseinek képviselete, egyeztetése. (Izsáki - Lázár, 2004)

Az 1996. évi CXXXI sz. „Vetőmagtörvény” (2004. V. 1-jétől a 2003. évi LII. sz. Vetőmagtörvény és ehhez kapcsolódó módosított jogszabályok) és ehhez kapcsolódó jogszabályok (89/1997. (XI. 28.) FM) Vetőmag Terméktanácsi tagsághoz kötik a vetőmag-előállítás és -forgalmazás folyamatában való részvételt. A kötelező Vetőmag Terméktanácsi tagság előírása az anarchikus piaci viszonyok felszámolását szolgálja.

Tények és számok a hazai vetőmagiparról

A Magyar vetőmagpiac termelési értéke összesen 68 milliárd forint, amelyből a kalászosok 10 milliárd forintot, a hibrid növények 45 milliárd forintot, a zöldség-növények és virágmagok 4 milliárd forintot, a takarmánynövények és a hüvelyesek 9 milliárd forintot tesznek ki. (http2)

A KITE Zrt. bajai alközpontvezetőjével, Markó Csabával készített interjú során pontosításra kerültek a jelenlegi (2015) legfrissebb adatok a témában. Makó szerint a vetőmag előállítás mérete 120.000 ha, termelési értéke 190 milliárd forint, amelyből a hibrid növények 160 milliárd forintnyi, a kalászosok 10 milliárd forintnyi, a zöldség-növények 10 milliárd forintnyi, a takarmánynövények és a hüvelyesek 10 milliárd forintnyi részt képviselnek.

Export

Magyarországon évente több mint 100 különböző fajból csaknem 1500 fajta vetőmag kerül szaporításra és minősítésre. Az egyes növénycsoportokon belül ez eltérően alakul, viszont export orientáltak mondható, ha az ágazat egészét vesszük. (http2)

K+F

A vetőmagágazat kutatás intenzív – innovatív ágazat. A cégek prosperitását és versenyképességét kizárólag a megújulásra való képességük biztosítja. A számadatokból is jól kitűnik, hogy magas a K+F (Kutatás + Fejlesztés) területen foglalkoztatottak aránya illetve az európai vetőmagipar árbevételeinek 15%-át K+F tevékenységekre fordítja. (http2)

Külföldi cégek jelenléte

Magyarországon, a legtöbb szektorban fontos szerepet kapnak a nemzetközi cégek. A vetőmag-értékesítés mellett a K+F tevékenységeik egy részét is hazánkba hozták. Megszokottá vált, hogy az olyan környező országok, amelyek hasonló klimatikus viszonyokkal rendelkeznek, mint hazánk, az ott forgalmazott vetőmagok nagy részét hazai nemesítő műhelyekben fejlesztik ki. Ezek mellett regionális termelési és logisztikai központként működik hazánk számos multinacionális cég számára. A vetőmag export nagy részét is ezek a vállalatok bonyolítják. Összességében elmondható, hogy magas hozzáadott értékkel rendelkező termékeket állítanak elő hazai munkaerő ráfordítással. (http2)

Humán erőforrás a vetőmagpiacon

A mezőgazdasági szektor egy kiemelkedő irányzata a vetőmag előállítás és felszaporítás, amihez elengedhetetlenül szükséges a mezőgazdasági dolgozók keze munkája.

A szántóföldi és a vetőmagüzemi folyamatokat egyaránt jellemzi, hogy nagyszámú a képesítés nélküli időnyjellegű munkaerő, és itt találhatók a legmagasabban képzett agrárszakemberek is. Mindezt itthon azokban a régiókban lelhetjük fel, ahol a munkanélküliség jelentős társadalmi feszültségeket okoz. (http2)

A vetőmag előállító cégek által fő állásban foglalkoztatottak száma 13.443 fő, az üzletágban ez a szám 2.342 fő volt. Természetesen ebben a szakágban is találkozhatunk az időszakosan alkalmazott munkaerővel, az időnymunkásokkal és a kutatás-fejlesztésben foglalkoztatottakkal. Az utóbbiak száma – akik tudományos fokozattal rendelkeznek – 644 fő, az időszakosan alkalmazottak létszáma 2541 fő volt. (http2)

Vetőmag előállításban résztvevőkkel kapcsolatban interjúk készítésére került sor. Az interjúalanyok: Kutas Attila a Caussade Semences Hungary Kft. cégvezetője, illetve Markó Csaba a KITE Zrt. bajai alközpontvezetője. A velük készített interjúból az alábbi információkhoz jutottunk: Jelenleg Magyarországon vetőmag előállítással nem egyedül a gazdálkodók foglalkoznak. Mellettük számos külföldi vonatkozású cég is természet szántóföldi vetőmagot magyar területeken, hazai illetve külföldi vevők számára egyaránt. A magyarországi társaságok közül szinte mindenkinek van saját területe ilyen célokra, sőt akadnak kísérleti parcellák is. Természetesen a hazai agrártudományi egyetemek is foglalkoznak pár hektáros területeken vetőmag előállítással, sőt számos tudományos és gazdasági célú kísérleti parcelláik is vannak.

A vizsgált terület ökológiai adottságai

Magyarország területe 9,3 millió hektárnak felel meg, melynek majdnem 80%-a – 7,4 millió hektár – termőterület. A termőterületként meghatározott hektárszámból 5,3 millió hektár mezőgazdasági, a maradék pedig – 1,9 millió hektár – erdőterület, továbbá a szántóföldi területek nagysága a mezőgazdasági területekből 4,3 millió hektár. (KSH)

A vizsgált két megye – Baranya és Bács-Kiskun – két különböző területi közigazgatási régióban helyezkedik el, a Dél-Dunántúli illetve a Dél-Alföldi régióban.

Bács-Kiskun megye területe tekintélyes méretű, 844515 hektár, ebből 676,3 ezer hektár termőterület, amelyből 348,9 ezer hektár szántóföld. (KSH interaktív térképek)

Éghajlatát tekintve kontinentális, napsütéses óráinak száma meghaladhatja az évi 2000 órát. Másik fontos éghajlati jellemzője, hogy csapadékszegény terület, mennyiségét tekintve 500-580 mm, ez alacsony páratartalommal párosul, aminek következtében aszályosodásra hajlamos, ami a térség vízpótlási igényét jelenti a mezőgazdaságban. (http4)

Bács-Kiskun megye talajtani szempontból változatos adottságokkal rendelkezik. A két folyó (Duna, Tisza) mentén gyakori a meszes, vagy humuszos homok, de jellemzők a jó termőképességű öntéstalajok is. A középvídékeken találkozhatunk futóhomokkal és az ezek között lévő szikes talajokkal, a déli vidéken azonban kiváló mezőszéki talajok alakultak ki. (http4) Talajtani és éghajlati adottságai következtében a vetőmag igénye is különleges a megyének.

Baranya megye már jóval kisebb, viszont változatosabb mind éghajlatát, felszínét, talaji vagy talajtani adottságait tekintve. Területe 448650 hektár, ebből 367 ezer hektár termőterülettel rendelkezik, amelyből 225,6 ezer hektár szántóföld. (KSH)

Csapadékmennyiséget tekintve, egyenletes eloszlású, 1000 mm/év, ennek 75%-a tenyészidőben hull le, ezek mellett enyhe telek jellemzik, ami a mezőgazdaságra tekintve előnyös. Talajtípusait nézve, a folyók mentén réti öntéstalajok és nyers öntéstalajok alakultak ki, míg a dombvidékeken erdőtalajok jellemzők. Ezekből adódik, hogy termőterületi értéke alacsonyabb szinten alakul, mint az országos átlag. (http5)

Primer kutatás eredményeinek bemutatása

A 78 gazdálkodóval kitöltetett kérdőív 16 fő kérdéskörből és ezen belül 46 kérdéseségből állt. Tanulmányunkban – a terjedelmi korlátok miatt – csak a legfőbb eredményeket és megállapításokat mutatjuk be.

A megkérdezettek életkorát tekintve a legtöbben (32%) az 56-65 éves korosztályból kerültek ki, míg a többi korcsoport (24 év alattiak, 25-35 év, 36-45 év, 46-55 és a 65 év feletti) 12-14%-al részesült a mintából. Nemenként az átlag korosztály a nők esetében 40-55 év között, míg a férfiak esetében 45-60 év között alakult. Nők aránya az összes kitöltőből 5,7 %, míg a férfiak aránya 94,3% volt.

A megkérdezett gazdák 61%-a foglalkozik csak és kizárólag növénytermesztéssel – amihez hozzá vettük a kertészetet és a szőlő-gyümölcs termesztést is –, a maradék 39% állattenyésztéssel is foglalkozik, mint fő bevételi forrás az előző tevékenység mellett, habár 4 fő kivételt képez, akiknek a növénytermesztés csak a kiegészítő szakmája. Ők állattenyésztéssel, azon belül is halászáttal, szarvasmarha- és sertésenyésztéssel foglalkoznak főtevékenységként.

Vizsgáltuk a növénytermesztésen belüli alágazatok megoszlását. A megkérdezettek közül senki sem érdekelt dísznövény-, virág-, és faiskolai kertészet illetve csemetenevelésben, sőt gyógynövénytermesztésben sem. Azonban mindenki más vagy kizárólagos szántóföldi-növénytermesztő vagy e mellett van másik kiegészítő növénytermesztési vonatkozása. Ezek között az emberek között vannak bionövénytermesztők, zöldségtermesztők és szőlő- gyümölcs termeszto'k.

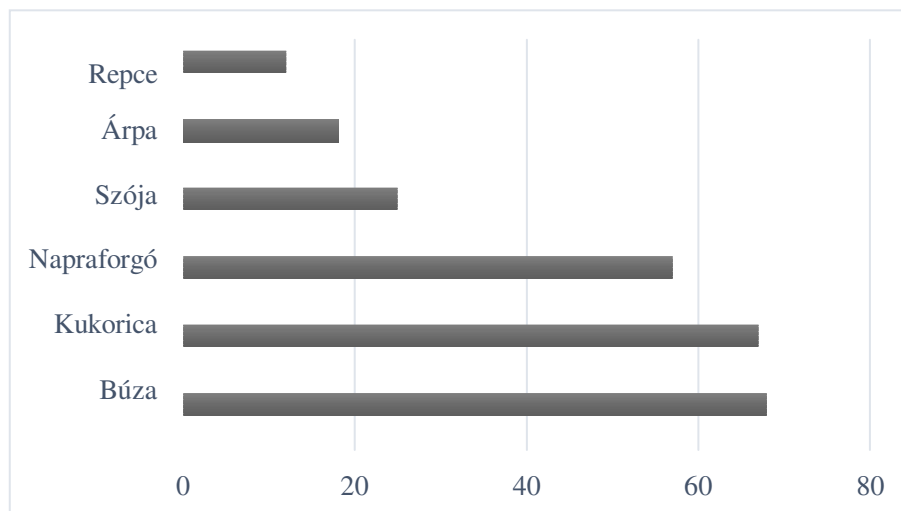
Fontos, hogy ismerjük a célcsoport földtulajdoni és -bérleti viszonyait, ugyanis abból derül ki, hogy mennyire lehetnek fontos célszemélyek egy-egy üzlet szempontjából a vetőmag forgalmazó és/vagy értékesítő cégeknek. Minél kisebb területen gazdálkodnak, tapasztalatunk szerint annál inkább nem szakítanak időt a nagy volumenű cégek a felkeresésükre, a meggyőzésükre, hogy az általuk kínált vetőmagot vásárolja meg, mivel ilyen esetekben a gazdálkodó saját maga megy el és vásárol a kereskedőtől. Ez a vásárlói csoport a kisebb piaci részesedéssel rendelkező, fejlődő, saját genetikával rendelkező fajtatulajdonos cégeknek lehet potenciális ügyfélköre.

Az összesített válaszok alapján átlagosan 230 hektár földterülettel rendelkeznek a megkérdezett gazdálkodók, de persze ez a szám nem tudja a legmegfelelőbb mértékben megmutatni az átlagot, mivel az alig pár hektáros területektől a több ezer hektáros területig mindenki kitölthette a kérdőívet, nem volt ilyen típusú lekorlátozás, mivel minden kitöltő válasza fontos és lényeges az adathalmaz szempontjából. A gazdálkodók jellemzően saját földterületen (61%) gazdálkodnak. A gazdasági területnagyság megoszlását az 1. táblázat szemlélteti.

**1. táblázat: Gazdálkodási területnagyság megoszlás
méret-kategóriánkénti bontásban (ha)**

	<i>Hektár</i>									
	0-10	11-25	26-55	56-75	76-100	101-200	201-500	500-1000	1001-1300	1301-
<i>db</i>	4	14	7	5	8	12	12	5	3	3

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016



1. számú ábra: Leggyakrabban termesztett növények (gazdaság db)

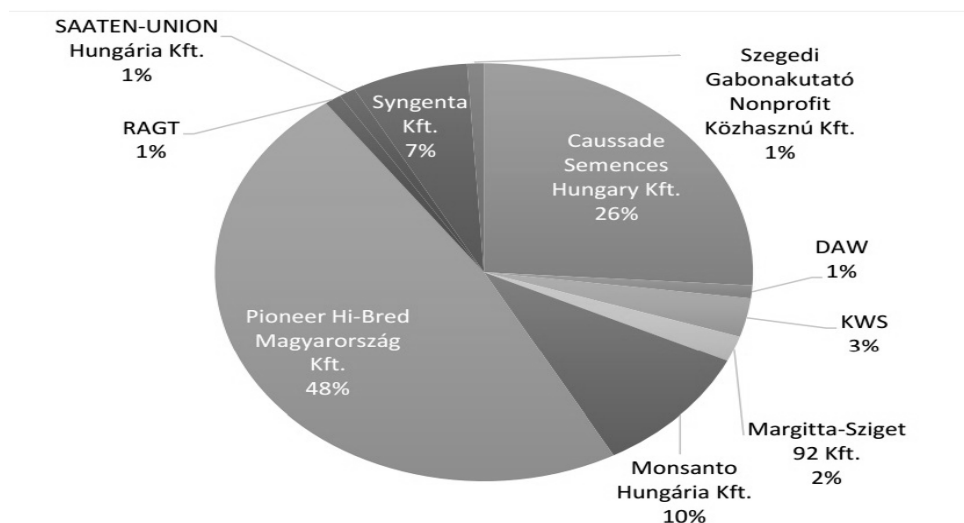
Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

Az 1. számú ábrán látható, hogy a gazdák jellemzően búzát, kukoricát, napraforgót, közepes gyakorisággal szóját, árpát és repcét tesztenek. De a kérdőívől kiderült, hogy szemes cirkot és lucernát (6-6 gazda), zöldborsót (5 gazda), mákot és triticales-t (3-3 gazda) valamint egy-két gazda cukorrépát, zabot, csemegekukoricát, mustárt stb. is előállít.

Ezen információk birtokában elmondható, hogy azok a vetőmag értékesítésben érdekelt cégek tehetnek szert előnyre, akik széles választékú növényi fajtákat, hibrideket tudnak felsorakoztatni a kínálati rendszerükben. A kisebb, kevesebb fajtát és hibridet kínálni tudó cégek viszont nagyobb eséllyel tudnak bejutni ajánlataikkal az olyan gazdaságokba, ahol jellemzően 1-2 növényi faj kerül csak termesztésbe, jellemzően nagyobb területen.

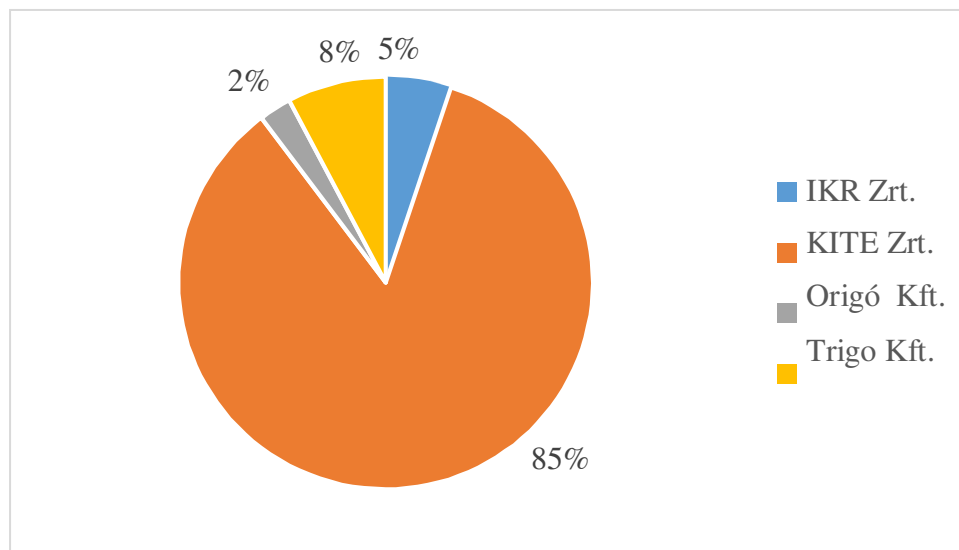
Érdekes kérdés, hogy állítanak-e elő saját használatra vetőmagot az eddig felsorolt növényi fajok közül. Meghatározó tényként kell kezelni, ugyanis akik állítanak elő saját felhasználásra, azoknak bizonyos fajok esetében nem kell kapcsolatot létesíteni a kereskedőkkel és értékesítőkkal. A megkérdezettek 36%-a állít elő valamely növényfajtából saját felhasználásra vetőmagot. A sajátfelhasználásra termesztett vetőmagok esetében több procedúrán kell átesni, mind a vetőmagokkal kapcsolatos vizsgálatok mind a papírmunkák terén, viszont költséghatékonyabb lehetőség a gazdák számára, mint a kereskedőtől való vásárlás.

A vizsgálatba bevont megkérdezettek 14 konkrét vetőmagforgalmazó-értékesítő céggel, valamint kereskedőházzal állnak kapcsolatban. A cégek és kereskedőházak százalékos megoszlását a 2. és 3. számú ábra mutatja.



2. sz. ábra: Vetőmagforgalmazó-értékesítő cégek, melyekkel kapcsolatban állnak a gazdák (%)

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016



3. ábra: Legfőbb kereskedő házak melyekkel a gazdák kapcsolatban állnak (%)

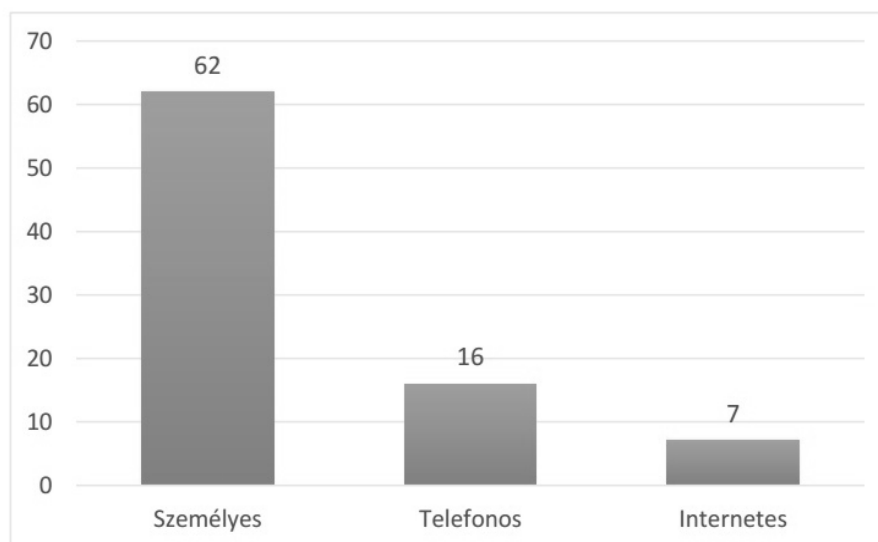
Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

Kutatásunk a vetőmagot vásárló gazdákra fókuszál, akiktől több olyan kérdésre kaptunk választ, mely a tématerület vizsgálata szempontjából sarkalatos.

A kapcsolatfelvétellel, információszerzéssel kapcsolatos vizsgálatunkból kiderült, hogy a gazdák túlnyomó többsége (77%) szokott érdeklődni, informálódni az adott mezőgazdasági cégekről mielőtt még létrejönne a tényleges érintkezés. Viszont azokról az emberekről, akik a 23%-ba tartoznak, általánosan elmondható, hogy kívárlják a személyes megkeresést a cégek részéről, nem kezdeményezők és nem túlzottan érdeklődő személyiségek.

A kapcsolati rendszer szerves részét képezik a különböző típusú kapcsolatfelvételi lehetőségek. Ezért úgy gondoltuk, hogy érdemes megvizsgálni az előzőekben említett típusokat preferencia szerint (5. sz. ábra). A válaszok alapján a személyes látogatást tartják számukra a legideálisabb és legkedveltebb kapcsolattartási típusnak (62 fő). Mint minden ember, a gazdálkodók számára is sokkal kézenfekvőbb és egyértelműbb a személyes kapcsolattartás. Ehhez szorosan hozzátartozik, hogy jóval nagyobb az esély a különböző félreértések elkerülésére illetve megelőzésére ezzel a módszerrel. A személyes találkozók, alkalmakon az adott cégtől jelenlévő illető személyiségevel a cég arculatát is képviseli, ami ösztönzően, de akár elbizonytalanítóan hathat a partnerre. Sok esetben a gazdálkodók a képviselő személyiségevel, viselkedésével és megjelenésével azonosítják az általa képviselt céget.

A telefonos kapcsolattartás negyed annyira kedvelt módszer, mint a személyes találkozó. Ezeknél az eseteknél nem a hosszú, fontos tárgyalásokat bonyolítják le, hanem éppen előkerült problémát jelentik be, érdeklődni szeretnének, vagy személyes találkozót kérnek az esetek többségében, ha a gazdák részéről történik a kezdeményezés. A másik fél részéről a megkeresések fő indoka, az időpont egyeztetés személyes megbeszélésekhez illetőleg az elmaradt tények adatok utólagos, gyors letisztázása.



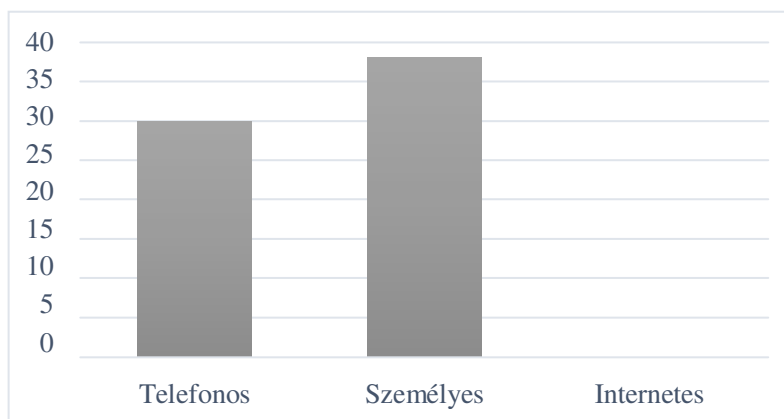
4. ábra: Kapcsolattartási formák preferencia szerint (fő)

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

Hiába éljük az internet és az okoskészülékek korát, az ezeken a felületeken történő kapcsolattartás nem alkalmas még mindenre. A korosztályos vizsgálattal való összefüggés értelmében a gazdák javarésze nem ismeri, nem használja ezeket a rendszereket, mert nem képezi szerves részét régóta a mindennapjaiknak. Ennek ellenére az idősebb korosztályból vannak feltörekvő, a jelen kor eszközeit használók, és a fiatalabb nemzedékek, akiknek ez már gyerekjáték. Viszont továbbra sem lehet elhanyagolható tényként kezelni azt, hogy semmivel sem lehet helyettesíteni egy-egy személyes megbeszélés alkalmával történő kommunikációt. Habár adódnak olyan helyzetek ahol fontos, hogy tudjon róla mindkét fél, de nincs lehetőség se a személyes, se a telefonos megbeszélésre. Ilyen esetben úgy gondolom, hogy hasznos az elektronikus levelezési opció.

Véleményünk szerint a kapcsolattartás mellett az első kapcsolatfelvétel szintén hangsúlyos a megfelelő viszony kialakításához a cégek és a gazdálkodó partnerek részéről egyaránt. Az első megkereséseknek jó benyomást, bizalmat kell sugározniuk és meg kell tudniuk győzni a partnert arról, hogy érdemes a későbbiekben a kapcsolatot fenntartani, ami mind a két fél részére előnyökkel járhat. Ha nem jár sikerrel az adott cég az első kapcsolatfelvétel során, legyen az személyes, telefonos, vagy akár internetes forma szerint, elveszítheti a jövőbeni, potenciális vevőjét, amit úgy gondoljuk, semelyik sem engedhet meg magának.

A fentiekben írtak alapján, a soron következő kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy mi az a módszer, amit a legelőnyösebbnek tartanak a gazdák a saját és a cégek részéről az első megkeresések alkalmával. Ahogyan az előzőekben, itt is ugyanabból a 3 válaszlehetőségből választhatták ki a számukra megfelelőt. De ahogyan 5. ábrában látható az internetes megkeresések szóba sem jöhettek a válaszaik alapján. A társadalmi réteg ezen szférája nem kedveli a virtuális, személytelen kapcsolatfelvételt, bizalmatlanságot és kételyeket kelt bennük.



5. ábra: Az előnyben részesített első kapcsolatfelvétel módja (fő)

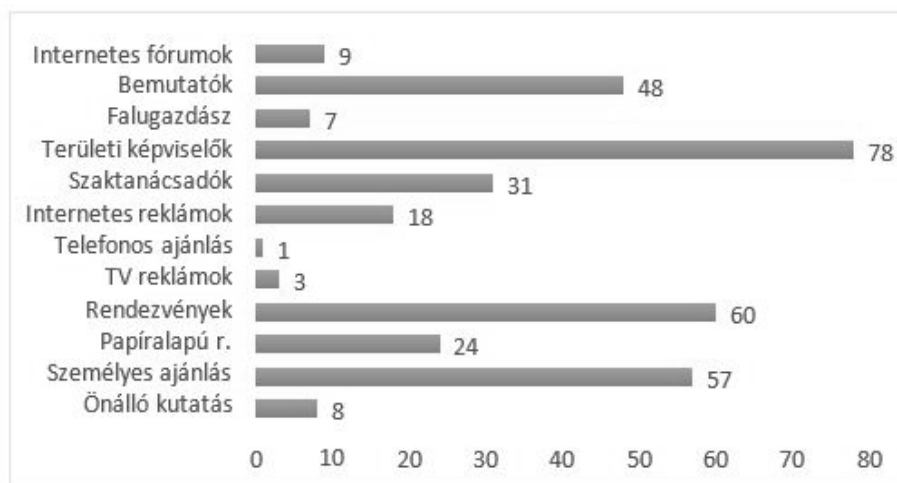
Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

Az előző kérdéshez hasonlóan a telefon, mint kapcsolatfelvételi módszer a második legelőnyösebbnek tartott lehetőség. Habár nem marad el olyan mértékben a személyes módszerhez képest, ahogyan az 5. ábrán is látszik. Ez abból adódik, hogy mindkét fél részéről a telefonos megkeresés könnyebben, költséghatékonyabban végezhető lehetőséget biztosít, az idő ideális kihasználásával együtt. De persze a személyes formát továbbra is előnyösebbnek tartják a gazdák.

Mind a kapcsolatfelvétel és mind a kapcsolattartást illetően igaznak bizonyult a felvetésünk, mi szerint a személyes kapcsolatfelvétel és –tartás még mindig sokkal kedveltebb a telefonos és az internetes lehetőségekkel szemben.

Következő tématerületünk a konkrét piaci kapcsolatokra irányult, hogy válaszszák ki, hogy hogyan ismerték meg a jelenleg is kapcsolatot tartó vetőmagforgalmazó cégeket, kereskedőházakat. Mátrix felhasználásával kértük a gazdák válaszait. A függőleges szempontok a választott cégeket jelölték, vízszintesen pedig 12 db szempontot adtunk meg, amiből választhattak az alanyok.

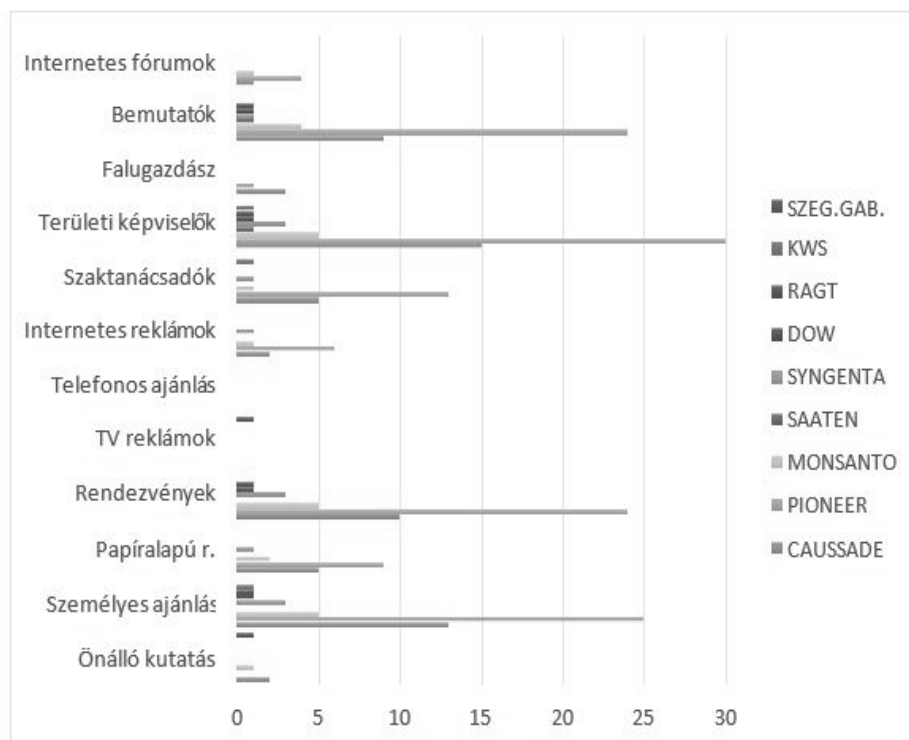
Először általánosan értékeltük a megismerési szempontok gyakoriságát a válaszok alapján. 12 különböző szempontot hoztunk létre. A lentebb található 6. ábrán a jobb szemléltetés érdekében néhány szempontot rövidítve használtunk. A legnagyobb értékkel a területi képviselők állnak az első helyen, akik a megismerkedés érdekében személyes találkozót kérve a gazdáktól veszik fel velük a kapcsolatot, ahol bármelyik tevékenységi körbe tartozó képviselő beszámít. Viszonylag kevés válasszal eltérve a különböző rendezvények foglalják el a második helyet. Ezeken az eseményeknek nem kell feltétlenül a mezőgazdasághoz kapcsolódniuk ahhoz, hogy a vetőmaggal foglalkozó cégek képviseltetni tudják magukat, ugyanis ilyenkor promóciós standok, támogatói plakátok formájában vannak általában jelen a cégek. Tehát bármilyen rendezvényen találkozhatnak velük. Szorosan követi a személyes ajánlás lehetősége 57 fővel, ahol más, akár környékbeli, akár távoli, ismerős gazdákat, barátokat és rokonokat értünk. A középmezőnybe került a „Bemutatók” szempont 48 fővel, a „Szaktanácsadók” 31 fővel és a „Papír alapú reklámok és hirdetések” 24 fővel. A bemutatók alatt a szántóföldi növény bemutatókat, gépbemutatókat és a téli gazdaszteket értjük.



6. ábra: Kérdőívben előforduló cégek megismerési variációi (fő)

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

A megismerési gyakoriság mikéntje után elkészítésre került a 7. ábra, a forgalmazó cégek és a szempontok metszéspontjából, amelyből kiolvashatóvá vált a hozzájuk tartozó válaszok száma. (Az ábra nem tartalmazza azokat a cégeket, akikhez nem érkezett válasz illetve a vetőmagkereskedő házakat). A kereskedőházak megismerését a 8. ábra mutatja hasonló metodika alapján.



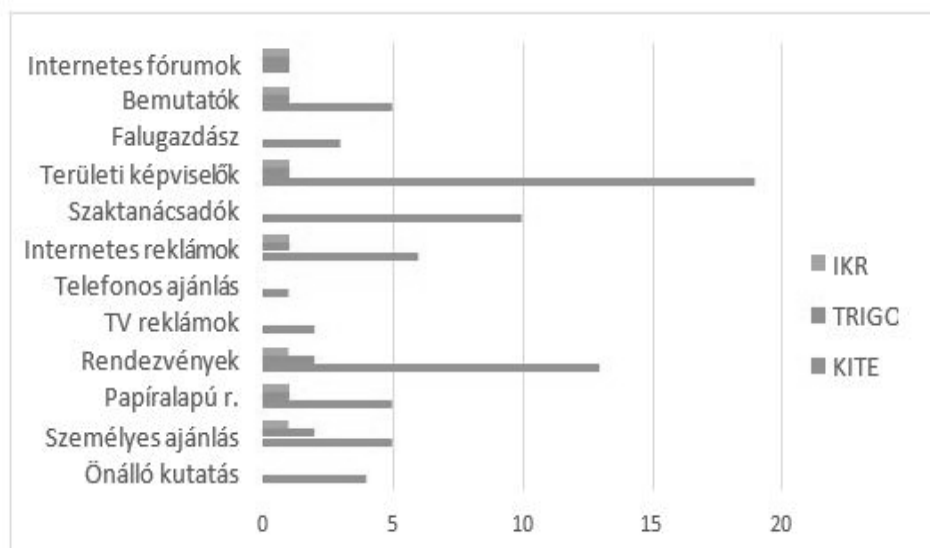
7. ábra: Értékesítők és forgalmazók megismerési formáinak gyakorisága (db)

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

A kutatás előtt feltételeztük, hogy a gazdák több energiát és időt töltenek el önálló kutatásokkal a vetőmagvásárlási szándékuk kapcsán, de ez a kapott eredményekből is látszik, nem túl gyakori.

A 7. ábránál jól látható, hogy a Pioneer Hi-Bred Magyarország Kft.-t a területi képviselők által ismerik a legtöbben, sőt a személyes ajánlások, rendezvények és bemutatók alkalmával szintén kimagasló válaszszámmal zárt. Továbbá a szaktanácsadók által és az internetes reklámok, fórumokon keresztül is sokan ismerik, szinte mind a 12 megismerési szempontnál tettek jelölést erre a cégre. Hasonlóan alakul a Caussade Semences Hungary Kft. megismerési módszere, viszont ezt a Kft.-t az önálló kutatások alkalmával is felkeresték a gazdák, ellentétben az előző Kft.-vel A dobogó 3. helyén a Monsanto Hungária Kft. végzett, a fentebb említettekhez képest már lényegesen kevesebb válasszal, de a legtöbb jelölést kapott szempontoknál szerepel. A 7. ábrában található cégekről telefonos ajánlás okán senki sem hallott. A Szegedi Gabonakutató Nonprofit Közhasznú Kft. képviselteti magát egyedül a

televíziós reklámokkal és hirdetésekkel a gazdálkodók irányába, de bemutatók során is találkoztak már vele. A többi cég a különböző lehetőségek közül csak 1-1 megjelölés kapott, amit a sávós diagram is jól bemutat.



**8. ábra: Kereskedői irányvonalú cégek megoszlása
megismerkedési szempontok szerint (db)**

Forrás: saját kérdőív adataiból saját szerkesztés, 2016

A 8. ábráról leolvasható, hogy a rajta ábrázolt 3 cég közül a KITE Zrt. uralja az ismertségi sokszínűséget, ezen felül ez az egyetlen olyan cég, amely telefonos ajánlason és televíziós reklámon keresztül is eljutott a vizsgált térségben élő gazdákhoz. Az IKR Kft. valamint a Trigo Kft. közel hasonló mennyiségű választ kapott szempontként, egy-két eltérés látható csak, azonkívül egyiket sem ismerik falugazdászok, szaktanácsadók, telefonos ajánlások, televíziós hirdetések által és önálló kutatások folyamán sem találkoztak velük.

Kutatási eredmények

Kutatásainkból kiderül, hogy az általunk vizsgált Bács-Kiskun megyei és Baranya megyei vetőmag piacot 10 vetőmag forgalmazó és étékesítő cég, valamint 4 kereskedőház uralja.

A gazdáktól kapott információk alapján a keresleti piacon jellemzően a személyes kapcsolattartás igénye az uralkodó. A gazdák a kapcsolatot legszívesebben a területi képviselőkkel tartják, de szívesen informálódnak a cégekről és termékeikről

rendezvényeken, bemutatókon. Ugyanezen tevékenységek alkalmával nyitottak új termékek, új cégek megismerésére, de a megismerésnél jelentős területet képvisel az ismerősök által történő személyes ajánlás is. Érdekes módon a telefonos ajánlás és a televíziós reklám (költségessége miatt) nem jellemző, de az önálló kutatás, a falugazdász ajánlása és az internetes fórumokon történő megismerés is háttérbe szorul.

Vizsgálatunkból kiderül, hogy a PIONEER és a KITE, amely az általunk meghatározott 12 megismerési lehetőség közül minden formában megjelenik, így megismertette magát a gazdálkodókkal. A CAUSSADE és az IKR egyes területeken kevésbé jelenik meg (pl. telefonos ajánlás, televíziós reklám), de jelentős erőfeszítéseket tesz a piacszerzésre.

Elmondható tehát, hogy a jelentős vetőmag forgalmazók lehetőségeikhez mérten és a piaci viszonyokat ismerve fordulnak a gazdálkodókhoz, azonban a reklámtevékenységben a modern technikát (főként internetet) használó cégek nem tudnak jelentős kapcsolatot építeni a vásárlói körrel. Ennek oka a személyes kapcsolatban rejlő bizalom, mely a mezőgazdaságban tevékenykedő humánerőforrás számára a mai napig fenntartja létjogosultságát.

Összegzés

Hazánk mezőgazdasági tevékenységének egyik alappillére a szántóföldi növénytermesztés. Ahhoz, hogy folyamatosan megfelelő növényállomány legyen, szükséges – ha nem a legfontosabb – a kiváló minőségű vetőmag. Vizsgálatunkban az elméleti kutatás mellett a primer kutatásra fektettük a hangsúlyt, mely segítségével új aspektusból tudtuk megvilágítani a vetőmag piacot, szereplőinek véleményét, kapcsolatát.

Eredményeinkből látható, hogy annak ellenére, hogy a világ az infokommunikáció elterjedése felé tart, a magyar mezőgazdaságban a vetőmag forgalmazás, értékesítés alapja a személyes kapcsolatokban rejlik. A megkérdezett gazdálkodók nagytöbbsége hisz a mai napig a személyes kapcsolatfelvételben és kapcsolattartásban, mely a bizalomra épül. A kialakult üzleti kapcsolat a személyi kapcsolatokkal erősítve tartósság válik, így erősítve a hosszútávú üzleti együttműködést.

Irodalomjegyzék

- Burián B.: (1983): A vetőmag termesztés fejlődése és magyarországi története, Mezőgazdasági Kiadó, Budapest, 245 p.
- Danisska J. – Bagi J. – Antal J.: (1965): Vetőmagismeret, vetőmagminősítés, Mezőgazdasági Kiadó, Budapest, 65 p.

- Izsáki Z. - Lázár L.: (2004): Szántóföldi növények vetőmagtermesztése és kereskedelme, Mezőgazda Kiadó, Budapest, 614 p.
- Pepó P.: (2011): Növénynevelés, Kiadók: Debreceni Egyetem, Nyugat-Magyarországi Egyetem, Pannon Egyetem, Debrecen- Veszprém-Sopron, 92 p.
- Szántosi Antalné – Szántosi A.:(2003/3) Biokultúra http://www.biokontroll.hu/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=1194%3Aoeologiai-vetmag-es-szaporitoanyag&catid=401%3Avetomagtermesztes&Itemid=127&lang=en, [Letöltve: 2015.11.10]
- KSH, 2014: www.ksh.hu
- <http://www.seedtest.org/en/home.html>
- http1: Vetőmagexport <http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/szantofoldi-novenyek/ch03s02.html>, [Letöltve: 2015.11.14]
- http2: KSH (2014): Interaktív térkép adatbázis, <http://www.ksh.hu/interaktiv/terkepek/mo/mezogazd.html?mapid=OMF007>, [Letöltve: 2015.11.13]
- http3: Wikipedia-Bács-Kiskun megye éghajlata (2006), https://hu.wikipedia.org/wiki/B%C3%A1cs-Kiskun_megye#.C3.89ghajlat, [Letöltve: 2015.11.15]
- http4: Bács-Kiskun megye bemutatása (2015), <http://web.axelero.hu/tuobacs/Bacsbemutatasa.htm>, [Letöltve: 2015.11.15]
- http5: Általános adatok Baranya megyéről, <http://www.infocus.hu/rotofo/21.htm>, [Letöltve: 2015.11.28]

Abstract

Seeds are one of the basic requirements of agriculture. It is of great importance, however, to choose the best sources of seeds. There is an increasing number of seed distributors on the market to choose from, but there are other important factors as well: finding the most suitable suppliers, the sort of information we share with them about our business activities, the trustworthiness of middlemen, etc. The main objective of this research was to learn more about the farmers' opinion about seed distribution. We conducted primary research in two Southern-Hungarian counties, Bács-Kiskun and Baranya counties. Our aim was to shed light on the interrelations between farmers and distributors, concentrating on the farmers' side.

Keywords: seed, agriculture, Bács-Kiskun county, Baranya county