

DOKTORI (PHD) ÉRTEKEZÉS

Nagy Zoltán

Gödöllő

2026



A vadhús helye a hazai gasztronómiai értékláncban – kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás szerepe a fogyasztás alakulásában

Nagy Zoltán

Gödöllő

2026

[DOI linkje]

A doktori iskola

megnevezése: Gazdaság- és Regionális Tudományok Doktori Iskola

tudományága: Regionális tudományok

Vezetője: Prof. Dr. Szente Viktória
egyetemi tanár
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

A doktori program

megnevezése: Gazdálkodás- és Szervezéstudományi Program

Témavezetők: Prof. Dr. Bujdosó Zoltán
egyetemi tanár
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

Dr. Kovács Gyöngyi
egyetemi docens
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

.....
A programvezető jóváhagyása

.....
A témavezető(k) jóváhagyása

Nyilatkozat

Alulírott Nagy Zoltán, A vadhús helye a hazai gasztronómiai értékláncban – kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás szerepe a fogyasztás alakulásában című dolgozat készítője, nyilatkozom, hogy a dolgozat készítése során az MTA hatályos Tudományetikai Kódexe alapján, a tématerületemen szükséges kutatási normák és engedélyek tudatában és birtokában jártam el. Ahol nem a saját gondolataim és a saját eredményeim jelennek meg az értekezésben, azt egyértelműen és azonosítható módon jeleztem az értekezésben.

Doktorjelölt

Tartalomjegyzék

RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE	1
1 BEVEZETÉS.....	2
2 CÉLKITŰZÉSEK ÉS KUTATÁSI HIPOTÉZISEK	4
2.1 Kutatási célkitűzések	4
2.2 Kutatási kérdések.....	4
2.3 Hipotézisek	5
3 IRODALMI ÁTTEKINTÉS.....	7
3.1 A vadhús jelentősége és sajátosságai.....	7
3.1.1 A vadhús és a háziasított húsok összehasonlítása	7
3.1.2 Vadon élő és zárt tartásban nevelt állatok	8
3.1.3 Fenntarthatóság és vadgazdálkodás kapcsolata.....	10
3.1.4 Táplálkozás-élettani értékek és egészségügyi előnyök	11
3.2 A vadhús gazdasági szerepe	12
3.2.1 A vadhúsfogyasztás alakulása Magyarországon	12
3.2.2 A vadhús piaci helyzete az Európai Unióban.....	14
3.2.3 Fogyasztói trendek a vadhúsfogyasztásban.....	15
3.2.4 A magyar vadhúsértékesítés jelenlegi helyzete és jövőbeli lehetőségei	16
3.3 Fogyasztói magatartás és trendek	19
3.3.1 Fogyasztói jellemzők és életkori sajátosságok.....	20
3.3.2 Nemzetközi trendek és fogyasztói attitűdök	21
3.3.3 Fogyasztói attitűdök, előítéletek és LOHAS-szegmens.....	22
3.3.4 A vadhús népszerűsítésének lehetőségei.....	23
3.4 Gasztronómia, turizmus és stratégiai lehetőségek.....	25
3.4.1 A vadhús helye a magyar gasztronómiai hagyományban	25
3.4.2 Gasztroturizmus és a vadhús vonzereje	26
3.4.3 Marketingkommunikáció és prémium termékpozicionálás	27
3.4.4 A vadhús minőségi jelentősége	29

3.5	A gasztronómiai szakoktatás és a vadhús-technológia kapcsolódási pontjai a hazai képzési rendszerben	31
4	ANYAG ÉS MÓDSZER	33
4.1	A kutatási feladat lehatárolása	33
4.2	A kutatás módszertani megközelítése.....	33
4.3	Vizsgálati minta és adatgyűjtés	34
4.3.1	Étlapelemzés (kvantitatív és kvalitatív)	34
4.3.2	Kérdőíves felmérés (kvantitatív).....	35
4.3.3	Mélyinterjúk (kvalitatív)	35
4.3.4	Statisztikai elemzések (SPSS, Microsoft Excel).....	36
4.4	A módszertani megközelítés indoklása és korlátai.....	36
4.4.1	Étlapelemzés kvantitatív felmérés.....	37
4.5	Vizsgálati minta és adatgyűjtés – kérdőíves kvantitatív felmérés.....	38
4.5.1	Statisztikai elemzési eljárások.....	39
4.5.2	Mélyinterjúk.....	41
4.6	Kutatási limitáció.....	43
5	EREDMÉNYEK.....	44
5.1	Piaci helyzet és fogyasztói trendek vizsgálata az adatbázisok elemzése alapján	44
5.1.1	Strukturált piaci elemzések	45
5.1.2	A vadhúspiac stratégiai értékelése SWOT-elemzés alapján	46
5.1.3	A vadhúspiac makrokörnyezeti elemzése STEEPLE – modell segítségével.....	48
	Társadalmi tényezők (Social)	48
	Technológiai tényezők (Technological)	48
	Gazdasági tényezők (Economic)	49
	Környezeti tényezők (Environmental).....	49
	Politikai tényezők (Political)	49
	Jogi tényezők (Legal)	49
	Etikai tényezők (Ethical)	49
5.1.4	A 7P marketingmix-modell alkalmazása a vadhús piacán.....	50

5.2	A vadételek éttermi kínálatának területi különbségei Magyarországon - étlapelemzés eredményei.....	53
5.2.1	A vadételek árkategóriáinak regionális eltérései Magyarországon.....	56
5.2.2	A vadételek éttermi kínálatának összegző értékelése	57
5.3	A vadhús fogyasztási szokások vizsgálatának eredményei.....	59
5.3.1	Statisztikai összefüggések.....	66
5.4	A vadhús gasztronómiai felhasználása: séfinterjúk kvalitatív elemzése.....	69
5.5	A vadhús szerepe a szakácsképzésben – kvalitatív elemzés	73
5.5.1	A vadhús tantervi megjelenése.....	74
6	KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK ÉS MODELLALKOTÁS.....	77
6.1	A kutatás főbb következtetései.....	77
6.2	Gyakorlati javaslatok.....	79
6.3	A vadhús értéklánc elméleti modellje	80
6.4	A vadhús fogyasztás növelésének integrált stratégiai modellje	84
6.4.1	A fenntarthatóság és a makrokörnyezeti tényezők integrált szerepe	88
6.5	Hipotézisvizsgálatok.....	90
6.6	A kutatás elméleti és gyakorlati hozzájárulásai.....	92
6.7	A kutatás korlátai és jövőbeli kutatási irányok.....	94
6.8	A vadhússzektor lehetséges fejlődési pályái	95
6.8.1	A fogyasztásösztonzés stratégiai fókuszpontjai	97
6.8.2	A modell szakpolitikai és gazdaságfejlesztési súlya	98
6.8.3	Fejlesztéspolitikai és szabályozási javaslatok	98
7	ÚJ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK.....	101
8	ÖSSZEFOGLALÁS	103
9	SUMMARY.....	106
10	MELLÉKLETEK.....	109
M1.	Irodalomjegyzék	109
M2.	Vadhús beszerzési forrásai - kérdőív.....	119
M3.	Séfek - interjúkérdések.....	126

M4. Iskolai interjúkérdések	128
M5 KSH válasz	130
Az értekezés témakörében megjelent közlemények listája	131
Függelékek	132
1. sz. függelék. Hallgatók, doktoranduszok nyilatkozata mesterséges intelligencia (MI) alkalmazásáról.....	132
2. sz. függelék. Az egyetem mindenkori mesterséges intelligencia szabályzata szerinti Mesterséges intelligencia (MI) prompt-napló kutatók, hallgatók, doktoranduszok részére....	135

RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE

ASP = Afrikai Sertéspestis

Brunft = Vadak párosodása (vadásznyelv)

DFD = Dark, Firm, Dry, azaz sötét, tömött, száraz

DGE = Német Táplálkozási Társaság

DJV = Német Vadászszövetség

ELÁBÉ = Eladott Áruk Beszerzési Értéke

KKK= Képzési és Kimeneti Követelmények

KSH = Központi Statisztikai Hivatal

NAK = Nemzeti Agrárgazdasági Kamara

NEBIH = Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal

OEE = Országos Erdészeti Egyesület

OMVK = Országos Magyar Vadászkamara

PSE (= Pale, Soft, Exudative, azaz) halvány, puha, vizenyős

RSzKF = Ragadós száj- és körömfájás

1 BEVEZETÉS

A gasztronómia több területet átfogó tudomány, amely a táplálkozási kultúra, az élelmiszergazdaság, valamint a turizmus - vendéglátás összefüggéseit vizsgálja. A vadhús hagyományosan fontos alapanyagának számított a magyar gasztronómiában és korábban jelentős szerepet töltött be a táplálkozásban. Mára már jóval kevesebb fogy belőle (*Tusor és Sahin-Tóth, 1999; Náhlik, 2023*). A statisztikai adatok alapján Magyarországon évente alig tíz dekagramm vadat fogyasztunk el átlagosan. Ez a mennyiség elképesztően csekély a kontinens más országaiban jellemző adatokhoz képest. (*Központi Statisztikai Hivatal, 2022; Sidlovits et al., 2023*). A hazai vadhús fogyasztás alacsony szintje ellenére a magyar vadhús minősége nemzetközi összehasonlításban is kiemelkedő, ugyanakkor a megtermelt mennyiség jelentős része exportpiacokra kerül és nem a belföldi fogyasztásban hasznosul (*Gyurcsó, 2026*). Nemzetközi összehasonlításban számottevő különbségek figyelhetők meg: míg egyes országokban a vadhús a gasztronómiai kultúra szerves része, addig Magyarországon fogyasztása marginálisnak tekinthető (*Ciobanu et al., 2023; Mesinger et al., 2023*). A csökkenő tendencia különösen a fiatalabb generációk körében figyelhető meg (*Sidlovits et al., 2023*). A vadhús alacsony fogyasztása mögött több, egymással összefüggő tényező áll (*Mesinger et al., 2023*).

Kínálati oldalról problémát jelent a nehézkes beszerzés, a feldolgozás speciális szaktudásigénye, valamint a vendéglátóipari kínálat korlátozottsága (*Gyurcsó et al., 2022*). Keresleti oldalról a fogyasztói attitűdök, az ismerethiány, az érzékenység és az étkezési szokások változása befolyásolják a vadhús iránti keresletet (*Ciobanu et al., 2023; Niewiadomska et al., 2021*). Az oktatás szerepe szintén meghatározó, mivel a vendéglátóipari képzésekben a vadhús feldolgozásával kapcsolatos ismeretek csak korlátozottan jelennek meg. Nemzetközi szinten ugyanakkor az elmúlt években növekvő érdeklődés tapasztalható, különösen a fenntartható és alternatív fehérjeforrások iránt (*Mesinger et al., 2023; Niewiadomska et al., 2021*). Több európai országban a vadhús a gasztronómiai kultúra szerves részét képezi és a prémium élelmiszerek piacán is jelentős szerepet tölt be (*Ciobanu et al., 2023*). Ezzel szemben Magyarországon a fogyasztás alacsony szintje arra utal, hogy a termék társadalmi és piaci beágyazottsága korlátozott. Bár a fenntarthatósági szempontok erősödésével a vadhús – mint természetes eredetű, alacsonyabb ökológiai lábnyomú élelmiszer – egyre nagyobb figyelmet kap, a hazai fogyasztás ezt a trendet egyelőre nem követi (*Nunes et al., 2021*).

Mindez indokoltá teszi a jelenség háttérében álló tényezők átfogó vizsgálatát. A szakirodalom számos aspektusból foglalkozik a vadhús szerepével, azonban a kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás összefüggéseinek együttes elemzése továbbra is hiányos.

Ennek megfelelően indokolt egy olyan komplex megközelítés, amely a vadhús gasztronómiai értékláncát több szempontból vizsgálja. A vadhús magyarországi gasztronómiai jelenléte a felszínes szemléletnél lényegesen rétegzettebb kérdéskörnek bizonyul. Ezen alapanyag relevanciája túlmutat a puszta konyhaművészetén, hiszen szociológiai, ökonómiai, valamint kulturális dimenziókat egyaránt érint. A jelen értekezés célkitűzése a vadhús hazai étkezési kultúrában betöltött funkciójának kimerítő elemzése.

A vizsgálat három alapvető tényezőre támaszkodik: a lakossági felhasználási tendenciákra, a kereskedelmi környezet sajátosságaira, továbbá az edukációs folyamatok meghatározó jellegére. Zárásként olyan gyakorlatias stratégiák kerülnek kidolgozásra, amelyek hatékonyan előmozdíthatják a belföldi vadhúsfelhasználás volumenének növekedését.

A kutatás előrehaladtával, valamint a primer és szekunder vizsgálatok eredményeinek szintetizálása során kirajzolódott egy olyan összefüggésrendszer, amely indokoltá tette egy integrált stratégiai modell kidolgozását. A dolgozat egyik kiemelet célja ezért egy olyan komplex modell megalkotása, amely a fogyasztói, gasztronómiai, oktatási és marketingtényezők együttes figyelembevételével értelmezi a vadhús hazai piaci helyzetét és fejlesztési lehetőségeit. A modell a későbbi fejezetekben bemutatott empirikus kutatási eredményekre és stratégiai elemzésekre épül.

A kutatás aktualitását tovább erősíti, hogy a fenntartható élelmiszerfogyasztás és a helyi alapanyagok szerepe napjainkban egyre nagyobb hangsúlyt kap mind a tudományos diskurzusban, mind a fogyasztói döntésekben. A vadhús ebből a szempontból olyan speciális terméknek tekinthető, amely egyszerre hordoz gazdasági, kulturális és fenntarthatósági értékeket. A dolgozat célja ezért nem csupán a jelenlegi helyzet feltárása, hanem olyan összefüggések azonosítása is, amelyek hozzájárulhatnak a hazai vadhúsfogyasztás hosszú távú fejlesztési lehetőségeinek meghatározásához.

2 CÉLKITŰZÉSEK ÉS KUTATÁSI HIPOTÉZISEK

A kutatás célrendszerének meghatározása (1.táblázat), kulcsfontosságú a vizsgálat logikai felépítésének és módszertani megalapozottságának biztosítása szempontjából. Ezen értekezés fókuszában a vadhús-szektor kulináris, gazdasági és társadalmi beágyazottságának átfogó elemzése áll, különös tekintettel a beszerzési láncokra, az edukációs keretrendszerekre, valamint a lakossági preferenciákra. A vizsgálat központi hipotézise értelmében a mérsékelt hazai reprezentáció nem egyetlen izolált tényező következménye, hanem a piaci kínálat, a fogyasztói attitűdök, továbbá a humán tőke fejlesztésének egymással szoros kölcsönhatásban lévő, rendszerszintű eredője. Ennek megfelelően a kutatás célrendszere több egymásra épülő vizsgálati irányt foglal magában.

2.1 Kutatási célkitűzések

A kutatás specifikus céljai az alábbiak:

C1. A vadhús hagyományos szerepének és kulturális jelentőségének feltárása, különös tekintettel a történeti fejlődésre és a gasztronómiai hagyományokra.

C2. A vadhús helyzetének vizsgálata a modern gasztronómiában, különös tekintettel a vendéglátóipari alkalmazásra és a szakmai gyakorlatra.

C3. A vadhús népszerűsítésének lehetőségeinek elemzése, különös tekintettel a marketing-, edukációs és vendéglátóipari eszközökre.

C4. A vadhús piaci lehetőségeinek és kihívásainak feltárása, különös tekintettel a fogyasztói attitűdökre, az árérzékenységre és az elérhetőség kérdésére.

2.2 Kutatási kérdések

A célkitűzésekhez kapcsolódóan az alábbi kutatási kérdések kerültek megfogalmazásra:

Q1. Hogyan alakult a vadhús fogyasztása a magyar gasztronómiában a történelmi időszakok során?

Q2. Milyen tényezők befolyásolják a vadhús jelenlegi gasztronómiai helyzetét Magyarországon?

Q3. Milyen stratégiai eszközökkel növelhető a vadhús ismertsége és elérhetősége a vendéglátásban és a kiskereskedelemben?

Q4. Milyen tényezők tehetik vonzóbbá a vadhúst a modern fogyasztók, különösen a fiatalabb generációk számára?

A kutatási kérdések lefedik a vadhús fogyasztás történeti, jelenlegi és jövőbeli dimenzióit, valamint biztosítják a vizsgálat komplex megközelítését.

2.3 Hipotézisek

A kutatás során az alábbi hipotézisek kerültek megfogalmazásra:

H1. A vadhús fogyasztás csökkenése szignifikáns kapcsolatban áll a fogyasztói ismeretek alacsony szintjével.

H2. A vadhús korlátozott elérhetősége negatívan befolyásolja a fogyasztás mértékét.

H3. A vadételek alacsony éttermi kínálati diverzitása csökkenti a fogyasztói keresletet.

H4. A fenntarthatósági szempontok hangsúlyozása pozitívan befolyásolja a vadhús elfogadottságát.

1. táblázat: A kutatás célrendszere, az alkalmazott módszerek és a felhasznált adatforrások köre

Kutatási cél	Kutatási kérdés	Hipotézis	Módszertan
C1. A vadhús hagyományos szerepének és kulturális jelentőségének feltárása.	Q1. Hogyan alakult a vadhús fogyasztása a magyar gasztronómiában a történelmi időszakok során?	H1. A vadhús fogyasztás csökkenése szignifikáns kapcsolatban áll a fogyasztói ismeretek alacsony szintjével.	Irodalomelemzés, történeti forráskutatás
C2. A vadhús helyzetének vizsgálata a modern gasztronómiában	Q2. Milyen tényezők befolyásolják a vadhús jelenlegi gasztronómiai helyzetét Magyarországon?	H2. A vadhús korlátozott elérhetősége negatívan befolyásolja a fogyasztás mértékét.	Szakértői mélyinterjúk (n=10), kvalitatív tartalomelemzés
C3. A vadhús népszerűsítésének lehetőségeinek elemzése	Q3. Milyen stratégiai eszközökkel növelhető a vadhús ismertsége és elérhetősége a vendéglátásban és a kiskereskedelemben?	H3. A vadételek alacsony éttermi kínálati diverzitása csökkenti a fogyasztói keresletet.	Kérdőíves kvantitatív felmérés (n=714), statisztikai elemzés (SPSS), étlapelemzés
C4. A vadhús piaci lehetőségeinek és kihívásainak feltárása.	Q4. Milyen tényezők tehetik vonzóbbá a vadhúst a modern fogyasztók, különösen a fiatalabb generációk számára?	H4. A fenntarthatósági szempontok hangsúlyozása pozitívan befolyásolja a vadhús elfogadottságát.	Kvantitatív adatfeldolgozás (SPSS), kvalitatív interjúelemzés

Forrás: Saját szerkesztés, 2025

3 IRODALMI ÁTTEKINTÉS

3.1 A vadhús jelentősége és sajátosságai

3.1.1 A vadhús és a háziasított húsok összehasonlítása

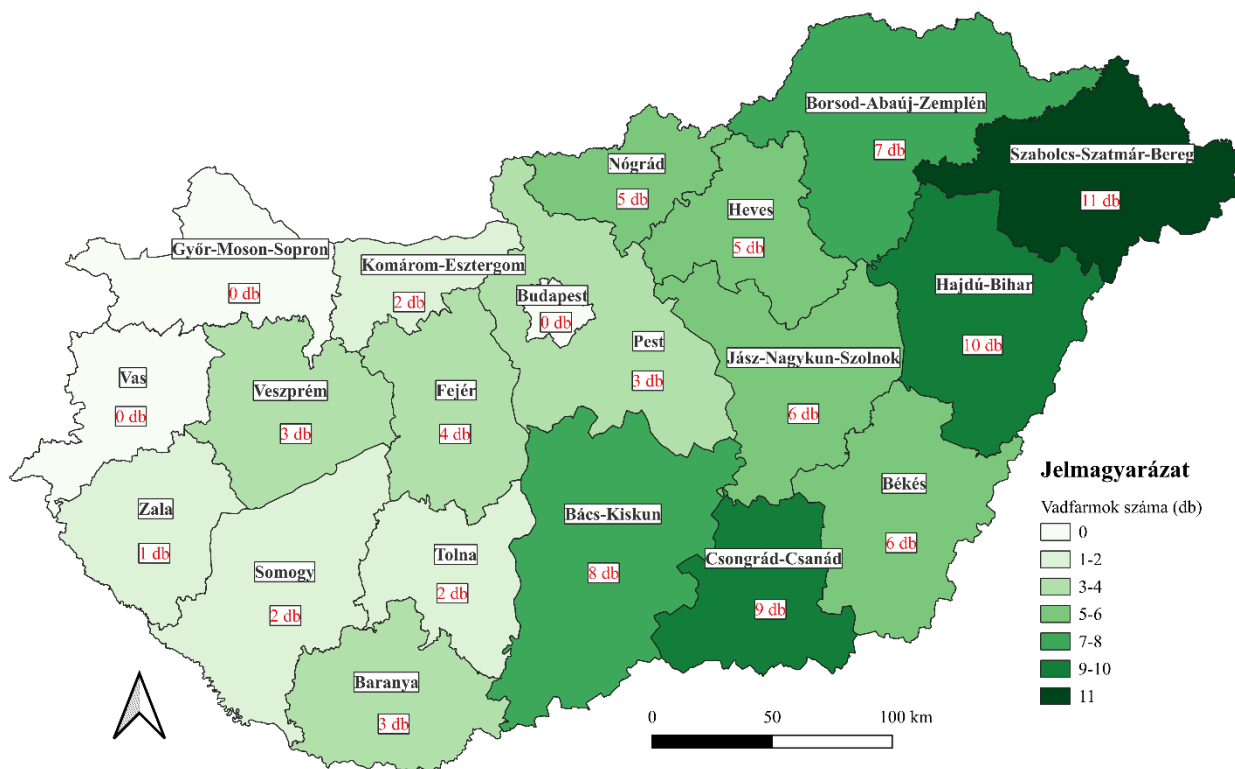
A vadhús a természetben szabadon élő, vadon élő állatokból származó hús, amelyet a vonatkozó jogszabályok vadként határoznak meg (1996. évi LV. törvény). Ezzel szemben a háziasított húsok haszonállatok – például szarvasmarha, sertés vagy baromfi – tenyésztéséből és vágóhídi feldolgozásából kerülnek ki. A vadon élő állatok természetes környezetükben, szezonális és változatos táplálékforrásokon nevelkednek: fűféléken, gyógynövényeken, leveleken, gyökereken élnek, azt és annyit fogyasztva, amennyit szükséges. Ezzel szemben a haszonállatok takarmánya korlátozottabb és mesterségesebb, gyakran kiegészítő tápokot is tartalmaz. A szabadban élő vadállatok élete jellemzően stresszmentesebb: nem éri őket a szállítás és zsúfolt tartás okozta folyamatos stressz, egészen az elejtésig szabadon mozognak. Így húsuk minősége is kedvezőbben alakul, mivel minimálisra csökken a stresszből fakadó minőségromlás, például a PSE – halvány, puha, vizenyős – és DFD – sötét, tömött, száraz – húshibák előfordulása (Ciobanu et al., 2023; Teubner és Wittman, 2007). Noha a vadgazdálkodási folyamatok során szembesülhetnek a szakemberek bizonyos anomáliákkal – ilyenek minősül például a sérült egyedek elnyújtott utókeresése is –, ezen események előfordulási valószínűsége elenyésző. Globális viszonylatban megállapítható, hogy a vadvilág állományának gyérítése lényegesen etikusabb és kíméletesebb eljárásrend keretében zajlik (Teubner és Wittman, 2007). Az erdei vadak húsának zamata és szerkezete élesen elüt a tenyésztett jószágokétól. Ez a markáns különbség ad alapot arra, hogy a laborban is könnyen szétválaszthassák a két kategóriát. Színe rendszerint mélyvörös vagy vörösesbarna, állaga tömörebb és szilárdabb, rostozata finomszálás (Ciobanu et al., 2023; Rimbach et al., 2015), míg a háziállatok húsa gyakran halványabb és lágyabb (Rimbach et al., 2015). Ízvilága jellegzetesen intenzív és „vad”, amelyet számos tényező befolyásol (Deutz, 2005; Mesinger et al., 2023): az állat faja, kora, valamint az elejtés időpontja és körülményei (Deutz, 2005). A fiatalabb vadak húsa általában porhanyósabb, míg az őszi-téli időszakban, a párzási időszakot (barcogás, üzekedés) megelőzően elejtett állatok húsa különösen aromás és intenzív ízű. A vadon élő állatok húsának legfőbb erénye ez a semmivel össze nem téveszthető, sajátos aroma. A nívós és üde vadhús alapvető ismérve, hogy mentes a furcsa szagoktól, nem tapadós a külseje, illetve a textúrája sem darabos. Amennyiben az áru nem mutatja ezeket a jegyeket, akkor nagy eséllyel megromlott, így az ilyen alapanyagot inkább ne használjuk fel a konyhában (Bandick, 1996). Az erdei állatok húsa messze lekörözi a tenyésztett jószágokét, hiszen rengeteg kedvező

tulajdonsága van. Alacsonyabb a zsírtartalma, ugyanakkor magas biológiai értékű fehérjét tartalmaz, gazdag mikrotápanyagokban (vas, cink, B-vitaminok) és nem tartalmaz növekedési hormonokat vagy antibiotikum-maradványokat (Mesinger és Ociecek, 2021). Élelmiszerbiztonsági szempontból a vadhús piacra kerülését szigorú szabályozás biztosítja. Az uniós előírások – különösen az Európai Parlament és a Tanács (2002; 2004a; 2004b) rendeletei – részletesen szabályozzák a vadászatból származó élelmiszerek kezelését. Magyarországon a 43/2011. (V. 26.) VM rendelet határozza meg az elejtett vad kezelésének szabályait, valamint a vadhúsvizsgálók feladatait (Kujawski, 2015; Országos Magyar Vadászkamara, 2022). A kereskedelmi forgalomban a vadhús többnyire fagyasztott vagy előhűtött formában, nyersen vagy félkész termékként jelenik meg, ellenőrzött vadfeldolgozó üzemekből. Otthoni felhasználásnál vagy kisebb mennyiségű eladásnál kötelező az elejtéssel kapcsolatos tisztasági előírások alkalmazása, mert csak így garantálható a hús forrása és fogyaszthatósága. A hatósági felügyeletnek köszönhető, hogy a vadon élő állatokból származó alapanyag, a természetes kockázatok dacára, bevizsgált és kockázatmentes állapotban érkezen meg a konyhádba.

3.1.2 Vadon élő és zárt tartásban nevelt állatok

A vadon élő és a zárttartásban (farmon) nevelt vadállatok közötti különbségtétel nemcsak jogi és definíciós szempontból fontos, hanem a hús minőségére és megítélésére is hatással van. A szabadon kószáló egyedek a természetben, felügyelet hiányában nevelkednek, puszkavégre kerülésükről pedig a jogszabályi keretek rendelkeznek (1996. évi LV. törvény). Más a helyzet a kertben tartott állománnyal, hiszen ők valakinek a vagyoniát képezik. Ezek az állatok elzárt részeken élnek, ahol az ember gondoskodik a táplálásukról (Hurlin és Schulze, 2007; Miko et al., 2009). A különbségek a tartási körülményekben és az életmódban is megmutatkoznak (Ciobanu et al., 2023; Hurlin és Schulze, 2007). A vadon élő állatok nagyobb mozgástérrel rendelkeznek és táplálkozásuk is változatosabb, míg a farmon nevelt egyedek mozgása korlátozottabb, étrendjük pedig gyakran standardizált. Ezek a különbségek a hús tulajdonságaira is hatással lehetnek, például a zsírtartalomra és az állomány szerkezetére. Az érzékszervi jellemzők alapján a vadon élő állatok húsa általában intenzívebb ízvilágú, míg a zárttartású állatoké enyhébb karakterű. A megfigyelhető eltérések elsősorban az eltérő tartási körülményekből és táplálkozási sajátosságokból fakadnak (Ciobanu et al., 2023; Hoffmann és Wiklund, 2006; Mesinger et al., 2023). A jogi és élelmiszerbiztonsági szabál vadászati és élelmiszerbiztonsági protokollokat kell alkalmazni. Magyarországon mindkét forma jelen van. Az elmúlt évtizedekben Magyarországon is létesültek vadfarmok és vadaskertek, ahol különböző vadfajokat tartanak zárt körülmények között,

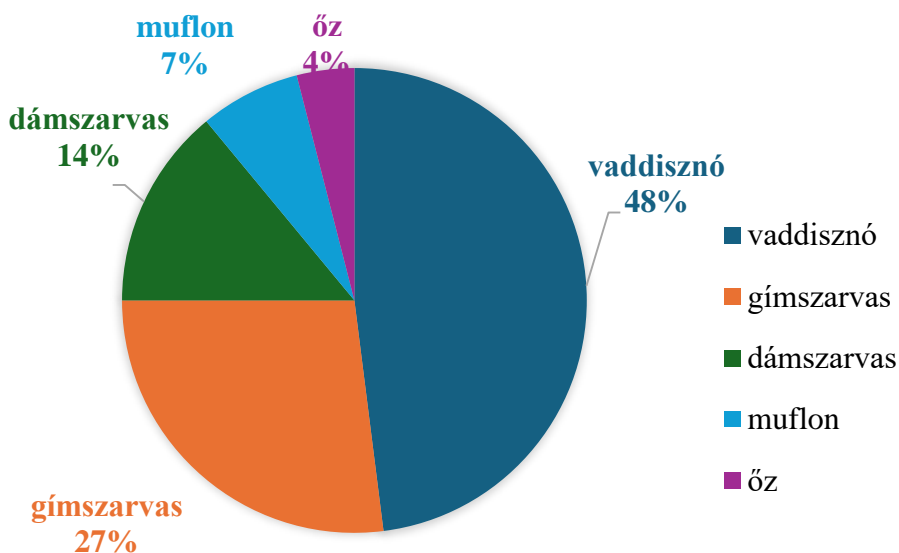
elsősorban vadhús-előállítás céljából. E létesítmények magyarországi eloszlását mutatja be az 1. ábra.



1. ábra: Vadfarmok földrajzi eloszlása Magyarországon (vármegyénként, 2014)

Forrás: saját szerkesztés Zsigmond (2014) alapján

A 1. ábrán látható térkép alapján a magyarországi vadfarmok földrajzi koncentrációja egyenlőtlen: A bekerített vadászterületek többségét a Dunántúlon és az Északi-középhegységben alakították ki. A rónaság déli és keleti részein viszont jóval ritkábban találkozni ilyen jellegű gazdálkodással. Zsigmond 2014-ben publikált számai alapján az érintett években 182 legális vadaskert üzemelt itthon. Az állomány összesen megközelítőleg 4200 példányból állt. Érdekes, hogy a telepek közül csupán 28 olyan akadt, ahol száznál több egyed gondoztak. A legtöbb farmon gímszarvast, dámszarvast, vaddisznót és muflont nevelnek, kisebb számban őzet és szikaszarvast. A zárttartás gazdasági célja jellemzően a vadhús folyamatos biztosítása a piacon, ugyanakkor kisebb léptékű, hobbi jellegű gazdaságok is előfordulnak. A zárttartású állomány fajösszetételét a 2. ábra szemlélteti.



2. ábra: Vadfarmok faj szerinti megoszlása (%)

Forrás: saját szerkesztés Zsigmond (2014) alapján

A 2. ábra alapján a farmokon tartott vadállomány jelentős részét a vaddisznó adja, ezt követi a gímszarvas és a dámszarvas, míg a muflon és az őz kisebb arányban van jelen (Zsigmond, 2014). A vadon élő és a zárttartású állatok közötti különbségek a tartási körülményekben, a hús minőségében és a piaci megítélésben egyaránt megjelennek, ami lényeges szempont a vadhús gasztronómiai és gazdasági szerepének értelmezésében (Mesinger et al., 2023; Ciobanu et al., 2023).

3.1.3 Fenntarthatóság és vadgazdálkodás kapcsolata

A modern vadgazdálkodás egyik meghatározó eleme a fenntarthatóság, amely az elmúlt években a nemzetközi szakirodalomban is kiemelt figyelmet kapott (Nunes et al., 2021). Magyarországon a vadállomány kezelése és a vadászat szabályozása olyan keretek között zajlik, amelyek célja a populációk hosszú távú fenntartása és az ökoszisztéma egyensúlyának megőrzése (Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal, 2021). A vadon élő állatok kordában tartásával megelőzhető a túlszaporodás, ami megvédi a termőföldeket és a faállományt a pusztulástól. Így a gazdálkodóknak sem kell hatalmas károkkal számolniuk az év végén. (Béguin et al., 2016; Nunes et al., 2021). Számos tényező nehezíti meg az élővilág fennmaradását. A klíma átalakulása, az idegenhonos élőlények elszaporodása, illetve a természet kincseinek kimerítése egyaránt súlyos terhet rónak a környezetre (Béguin et al., 2016; Nunes et al., 2021). A természetes környezet megóvása és a fajgazdagság fenntartása elképzelhetetlen az állomány létszámának tudatos szabályozása nélkül

(Thomas et al., 2020). Magyarország vadállománya az elmúlt évtizedekben növekedést mutatott: 2022-ben a gímszarvas állománya mintegy 122 ezer, a dámszarvasé 42 ezer, az őzé 379 ezer, a vaddisznóé 59 ezer, míg a mezei nyúlé közel 497 ezer egyed volt (Központi Statisztikai Hivatal, 2024; Csányi et al., 2024). A túlszaporodott nagyvadak miatti pusztítás súlyos anyagi veszteséget okoz a földeken és az erdőgazdaságokban egyaránt. Éppen ezért a szakmai munka messze túlmutat a pusztta létszámcsökkentésen. A valódi megoldáshoz szükség van a természetes környezet javítására, az állomány folyamatos ellenőrzésére, illetve a vadorzók elleni határozott fellépésre. A helyzetet tovább bonyolítja az éghajlat átalakulása, hiszen a hőség és a váratlan viharok alapjaiban zavarják meg az állatok életritmusát, mozgásterét és az utódok világra jöttét (Dobi és Holes, 2020; Béguin et al., 2016). Aki tudatosabban szeretne étkezni, annak érdemes az erdei húsok felé fordulnia. A bolygónk szempontjából ez egy kifejezetten előnyös döntés, mivel a vadon élő állatok feldolgozása alig hagy ökológiai lábnyomot. Ez a megoldás a szakmai alapokon nyugvó vadgazdálkodásra épít, így segít megőrizni a természetes egyensúlyt (Nunes et al., 2021; Ciobanu et al., 2023). Emellett gazdasági és társadalmi szempontból is jelentős szerepet tölthet be, különösen a vidéki térségekben (Schulz, 2008). Összességében a fenntartható vadgazdálkodás a vadállomány hosszú távú megőrzését, az élőhelyek védelmét és a gazdasági hasznosítás egyensúlyát célozza, amely meghatározó a vadhús szerepének értelmezésében a modern élelmiszerrendszerekben (Nunes et al., 2021).

3.1.4 Táplálkozás-élettani értékek és egészségügyi előnyök

A vadhús az emberiség egyik legősibb fehérjeforrása, amely napjainkban ismét egyre nagyobb figyelmet kap, mint egészséges és természetes alternatíva. Számos egészségügyi és ökológiai előnyt kínál a hagyományos húsfélékkel szemben. Ezen élelmiszer élettani mutatói rendkívül kedvezőek: a mérsékelt lipidszint mellett kimagasló fehérjekoncentráció jellemzi, kiegészülve az esszenciális mikroelemek számottevő jelenlétével. Százgrammos egységnyi vadhús elfogyasztása bőséges aminosav-utánpótlást szavatol, melynek mennyiségi paraméterei 22 és 24 gramm között alakulnak. Rendkívül csekély, mindössze 1–3 grammnyi zsírtartalma, valamint a megközelítőleg 110–130 kilokalóriás energiaértéke okán ezen alapanyag hatékonyan támogatja a testsúlycsökkentő étrendi rezsimeket. (Figler, 2012). Aki vadhúst eszik, az rengeteg vashoz, cinkhez és foszforhoz juthat. Ez a húsféle emellett a B12-vitamin egyik legjobb forrása. Ezek az összetevők mind kellenek a hatékony vérképzéshez, az idegek épségéhez és a szervezet ellenálló képességének megőrzéséhez. (Niewiadomska et al., 2021; Ciobanu et al., 2023). Az erdőben élő vadaknál nem kell attól tartanunk, hogy teletömték őket hormonokkal vagy gyógyszerekkel a gyorsabb növekedés miatt. Mivel nem mesterséges tápon élnek, a húsuk mentes a génmódosított

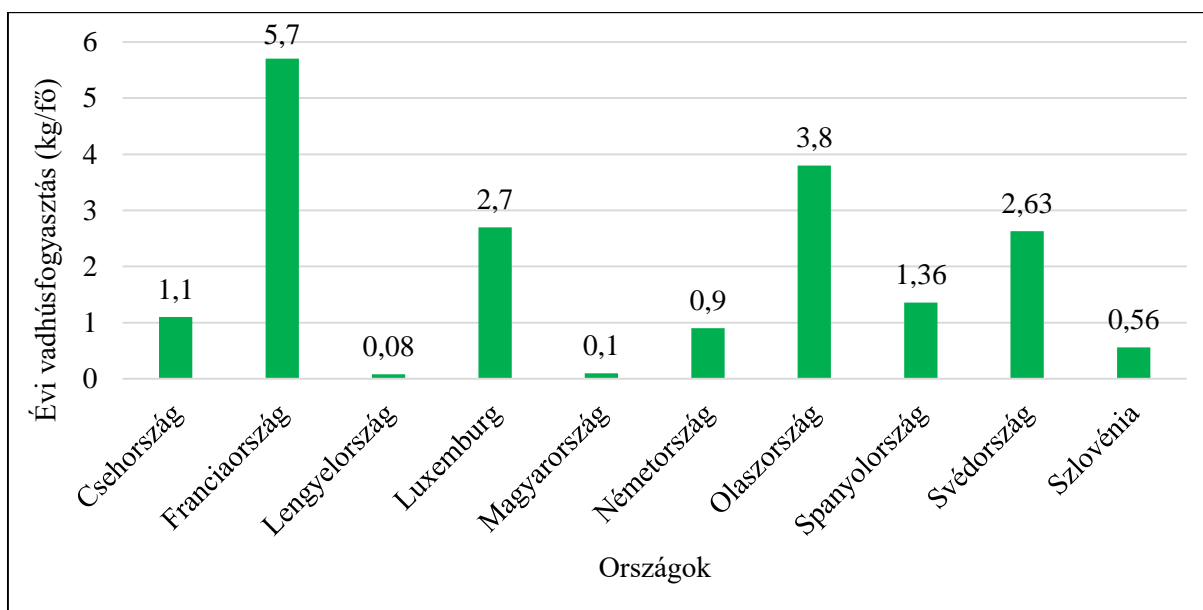
összetevőktől is. Ez komoly különbség a nagyüzemi tartásból származó árukhoz képest (*Mesinger és Ocieczek, 2021*). Ez különösen vonzóvá teszi a vadhúst az egészségtudatos fogyasztók számára. A szakirodalom is alátámasztja kedvező táplálkozás-élettani tulajdonságait. Egy 2006-os tanulmányban Hoffmann és Wiklund rámutatott, hogy a vadak, különösen a szarvasok húsa tökéletes alapanyag azoknak, akik egyszerre vágnak magas tápértékre és kevés kalóriára. A titok a rengeteg fehérjében és a minimális zsírtartalomban rejlik. A beltartalmi értékek is magukért beszélnek, hiszen a hagyományos vöröshúsokkal szemben a vadhúsban sokkal több a jótékony telítetlen zsírsav, miközben a koleszterinszintje kimondottan alacsony. Galló et al. (2014) szerint a vadhúsokban a biológiailag jól hasznosuló vas- és fehérjetartalom is magasabb, ami hozzájárulhat a szív- és érrendszeri megbetegedések kockázatának csökkentéséhez (*Niewiadomska et al., 2021*). Egyes vadfajok húsa különösen gazdag omega-3 zsírsavakban: például a mezei nyúl, az őz vagy a szarvas húsa akár 2–3-szor több többszörösen telítetlen zsírsavat tartalmazhat, mint a házi sertésé (*Beregi-Nagy, 2021; Pichler, 2004*). A vadhús fogyasztása környezeti szempontból is előnyös lehet, mivel előállításuk kisebb ökológiai terheléssel járhat és a fenntartható vadgazdálkodás részeként valósul meg (*Nunes et al., 2021*). Ez illeszkedik a modern ételmiszerfogyasztási trendekhez, amelyek előnyben részesítik a természetes és helyi eredetű termékeket (*Ciobanu et al., 2023*). A vadhús ezért egyre nagyobb érdeklődésre tart számot az egészségtudatos és környezettudatos fogyasztók körében (*Björk és Kauppinen-Räisänen, 2016b; Spiller és Schulze, 2008*). Bár gyakran „bio jellegű” termékként tekintenek rá, fontos megjegyezni, hogy az Európai Unió szabályozása szerint a vadon élő állatokból származó termékek nem minősülnek hivatalosan ökológiai terméknek (*Európai Parlament, 2015*). Összességében a vadhús nem csupán hagyományos gasztronómiai alapanyag, hanem a jövő fenntartható és egészségtudatos húspiacának is meghatározó szereplője lehet (*Nunes et al., 2021*).

3.2 A vadhús gazdasági szerepe

3.2.1 A vadhús fogyasztás alakulása Magyarországon

A vadhús fogyasztás Magyarországon hosszú történeti múltra tekint vissza, szerepe azonban az idők során jelentősen átalakult. A régi időkben a nemesi lakomák elengedhetetlen részét képezték az erdei vadakból készült fogások. Az állatok elejtése messze túlmutatott a mindennapi betevő biztosításán, hiszen a vadon járása az uralkodó osztály hatalmát és tekintélyét jelképezte mindenki más előtt (*Csőre, 1994; Náhlik, 2023; Tusor és Sahin-Tóth, 1999*). A köznép számára a vadhús korlátozottan volt elérhető, inkább alkalmi fehérjeforrásként jelent meg. Az 1800-as években a vadhúsból készített fogások megtartották ugyan kiemelt helyüket az arisztokrácia étrendjében, de

közben a feltörekvő városi réteg konyháiban is mind gyakrabban felbukkantak. Az elkészítési módok finomodtak és a francia–osztrák konyha hatására a pácolás és a mártásos tálalás vált jellemzővé (Csiki, 2016; Zilahy, 1983). A 20. század során a társadalmi és gazdasági változások jelentősen csökkentették a vadhús szerepét a mindennapi táplálkozásban. Az iparosodás és urbanizáció következtében a városi lakosság étrendjéből fokozatosan kiszorult, míg a szocialista időszakban a vadhús elsősorban exportcikként vagy szervezett vadászati keretek között hasznosult (Csőre, 1994; Gyurcsó et al., 2022). Az 1970-es évektől a vendéglátás és a turizmus fejlődésével a vadhús iránti érdeklődés ismét növekedni kezdett. A rendszerváltást követően a gasztronómiai megújulás során a vadhús prémium terméként jelent meg, különösen a fine dining szegmensben (Fehér et al., 2010; Magyar, 2020). A vadból készült ételeket a legtöbben ma már csak ünnepi luxusként kezelik, így a megszokott hétköznapi étrendből szinte teljesen eltűntek. A vásárlási kedv látványosan megcsappant az elmúlt időszakban. Míg egy évtizede fejenként még húsz dekát ettünk évente, 2020-ra ez a mennyiség tíz dekára olvadt (Központi Statisztikai Hivatal, 2022; Sidlovits et al., 2023). Az adatok alapján kijelenthetjük, hogy a vadból készült húsok itthon még mindig csak egy egészen szűk réteg asztalára kerülnek oda rendszeresen. Különösen alacsony a fogyasztás a fiatalabb generáció körében, ahol a vadhús alig jelenik meg a mindennapi étkezésben (Sidlovits et al., 2023; Mesinger et al., 2023). Nemzetközi összehasonlításban jelentős különbségek figyelhetők meg (3. ábra). Míg egyes országokban a vadhús fogyasztás alacsony – például Lengyelországban körülbelül 0,08 kg/fő/év –, addig más országokban lényegesen magasabb értékek jellemzők, mint Franciaországban ($\approx 5,7$ kg), Olaszországban ($\approx 3,8$ kg) vagy Luxemburgban ($\approx 2,7$ kg) (Mesinger et al., 2023). Ezek az eltérések elsősorban az adott ország gasztronómiai hagyományaival, kulturális sajátosságaival és fogyasztási szokásaival magyarázhatók.



3. ábra: Európai országok egy főre jutó évi vadhús fogyasztása

Forrás: saját szerkesztés Mesinger et al. (2023) alapján

A vadhúsfogyasztás alacsony szintje több tényezővel magyarázható. A szakirodalom kiemeli a fogyasztási szokások átalakulását, a beszerzési nehézségeket, valamint a termék korlátozott piaci jelenlétét (Gyurcsó et al., 2022; Mesinger et al., 2023). Emellett a vadhús prémium jellegéből adódó magasabb ár is hozzájárul ahhoz, hogy fogyasztása inkább alkalmi jellegű maradjon. Összességében megállapítható, hogy a vadhús Magyarországon a történelmi jelentősége ellenére napjainkra réspiaci terméké vált, amelynek fogyasztását gazdasági, társadalmi és kulturális tényezők egyaránt befolyásolják.

3.2.2 A vadhús piaci helyzete az Európai Unióban

Az Európai Unió tagállamaiban a vadhús fogyasztása a teljes húsfogyasztáson belül alacsony arányt képvisel. A rendelkezésre álló adatok alapján a fogyasztás mértéke országonként jelentős eltéréseket mutat, amelyeket a vadászati hagyományok, a természeti adottságok és a fogyasztói szokások egyaránt befolyásolnak (Gamborg és Jensen, 2016; Mesinger et al., 2023). Egyes tagállamokban bizonyos vadhúsfajták esetében magasabb fogyasztási értékek figyelhetők meg, ugyanakkor az egységes és összehasonlítható statisztikai adatok korlátozottan állnak rendelkezésre. Összességében a legtöbb országban a vadhúsfogyasztás alacsony szinten marad és elsősorban szezonális jelleggel, valamint a vendéglátóipar kínálatában jelenik meg. Ennek megfelelően a vadhús piaci szerepe az Európai Unióban jellemzően réspiaci jellegű, amely főként a prémium fogyasztói szegmenshez kapcsolódik (Global Trade, 2020; Ciobanu et al., 2023). A

piaci helyzetet nemcsak a fogyasztási szokások, hanem az élelmiszerbiztonsági szabályozás is jelentősen befolyásolja. A szakirodalom rámutat arra, hogy míg a háziasztott állatok húására egységes határértékek vonatkoznak bizonyos szennyezőanyagokra – például az ólomra –, addig a vadhús esetében ezek a szabályozások nem minden esetben egységesek vagy teljes körűek (Thomas *et al.*, 2020). A vadászat során alkalmazott lőszerkekből származó ólom jelenléte potenciális élelmiszerbiztonsági kockázatot jelenthet, ami befolyásolhatja a vadhús piaci megítélését és szabályozását az Európai Unióban. A fenntarthatósági szempontok erősödésével a vadhús egyre inkább alternatív fehérjeforrásként jelenik meg, különösen a környezeti terhelés csökkentésének kontextusában (Nunes *et al.*, 2021). Ennek ellenére piaci térnyerése továbbra is korlátozott, amit a fogyasztói attitűdök, az ellátási lánc sajátosságai és a szabályozási környezet egyaránt befolyásolnak. Összességében a vadhús az Európai Unió piacán speciális, résziaci terméként van jelen, amelynek jelentősége növekvő, azonban fogyasztása és piaci súlya továbbra is korlátozott.

3.2.3 Fogyasztói trendek a vadhúsfogyasztásban

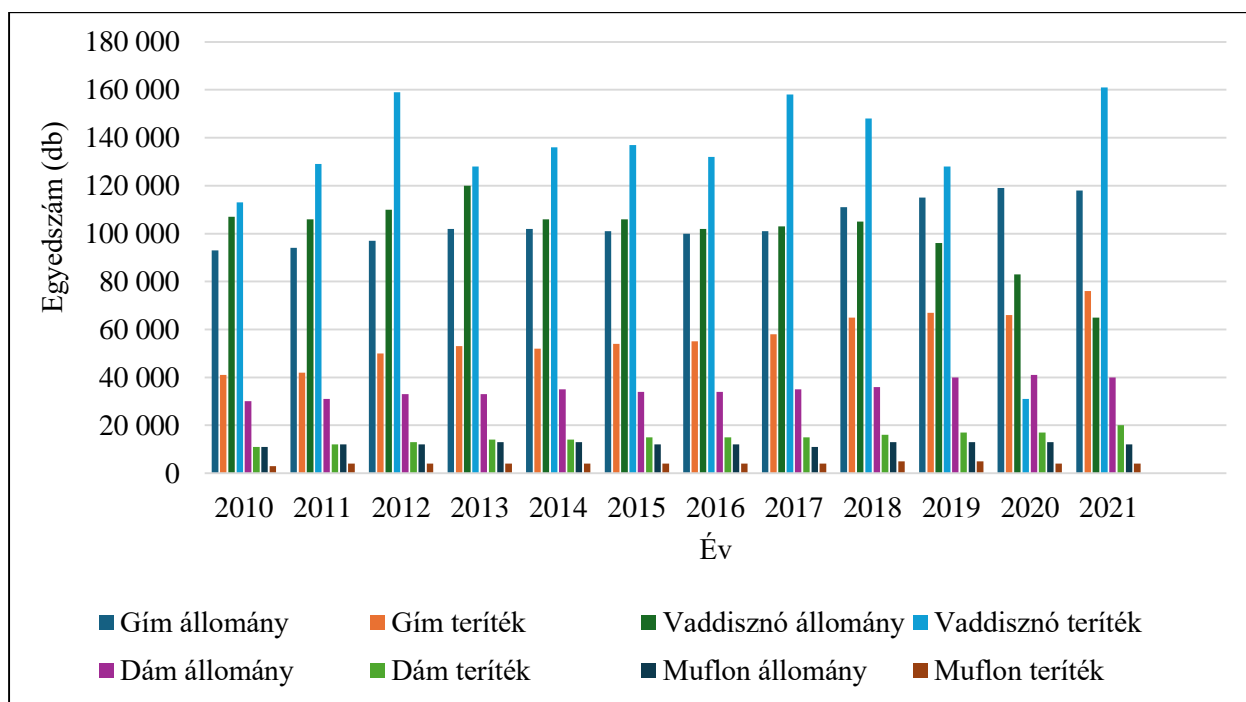
A modern élelmiszerfogyasztási szokásokat egyre inkább a tudatosság különböző formái határozzák meg. A szakirodalom szerint az egészségtudatosság és a környezettudatosság erősödése jelentős hatással van a fogyasztói döntésekre (Björk és Kauppinen-Räsänen, 2016a; Spiller és Schulze, 2008; Ciobanu *et al.*, 2023). Az egészségtudatos fogyasztók előnyben részesítik az alacsonyabb zsírtartalmú, magas tápértékű és természetes eredetű élelmiszereket, amelyeknek a vadhús tápanyag-összetétele és előállítás módja megfelelhet. A környezettudatosság szintén meghatározó trend, amely a fenntartható forrásból származó élelmiszerek iránti kereslet növekedésében jelenik meg. A helyi termékek és a rövid ellátási láncok iránti érdeklődés erősödése a vadhús iránti keresletet is befolyásolhatja, különösen a fenntartható élelmiszerfogyasztás térnyerésével (Nunes *et al.*, 2021). A vásárlók manapság már nem érik be az átlagossal, inkább az izgalmas újdonságokat keresik. Mivel az étkezés ma már sokkal több egy pusztán szükségletnél, bátrabban kísérletezünk a ritka alapanyagokkal. Ebbe a sorba illik bele tökéletesen a vadhús, ami pont azt az extra karaktert adja meg a vacsorának, amit annyian áhítanak (Mesinger *et al.*, 2023). Összességében a vadhúsfogyasztás alakulását gazdasági, társadalmi és kulturális tényezők egyaránt befolyásolják, amelyek közül az egészségtudatosság, a környezettudatosság és az élménykeresés kiemelt szerepet játszik a modern fogyasztói magatartásban.

3.2.4 *A magyar vadhúsértékesítés jelenlegi helyzete és jövőbeli lehetőségei*

Magyarország éghajlati és földrajzi adottságai, valamint gazdag vadállománya kedvező feltételeket biztosítanak a vadhús-előállításához. A szakirodalom szerint a változatos természetes táplálékforrások és a vadállomány minősége hozzájárulnak ahhoz, hogy a hazai vadhús kedvező beltartalmi tulajdonságokkal rendelkezzen (Komarek és Tóth, 2018; Ciobanu et al., 2023). A feldolgozás és értékesítés ugyanakkor csak szigorú állategészségügyi, higiéniai és élelmiszerbiztonsági feltételek mellett valósítható meg, ami többletköltséget jelent az ágazat szereplői számára. A feldolgozás hatékonyságát az alapanyag minősége is befolyásolja, ezért a minőségi osztályozás és a felvásárlási árak közötti kapcsolat a rendszer egyik fontos eleme lehet (Komarek és Tóth, 2018).

A hazai piacon a vadhús fogyasztás alacsony szintje a keresleti és árjellegű korlátokkal is összefügg. A belső piaci keresletet mérsékli a viszonylag magas fogyasztói ár, valamint az a tény, hogy a vadhús a legtöbb fogyasztó számára nem mindennapi, hanem alkalmi termék. Ezzel szemben a nyugat-európai piacokon a magyar vadhús prémium terméknek számít, ezért a hazai vadászati és feldolgozó ágazat jelentős mértékben exportorientált (Henderson és Moore, 2006; Nagy, 2023). A kereslet szezonális mintázatot mutat: az előhűtött termékek iránti kereslet elsősorban az őszi-téli időszakban növekszik, míg az év többi részében a fagyasztott termékek szerepe hangsúlyosabb. Emellett a feldolgozott termékek – például kolbászok és szalámik – iránti érdeklődés is növekszik, ami a kényelmi szempontokat előtérbe helyező fogyasztói magatartással áll összefüggésben (Komarek és Tóth, 2018; Mesinger et al., 2023).

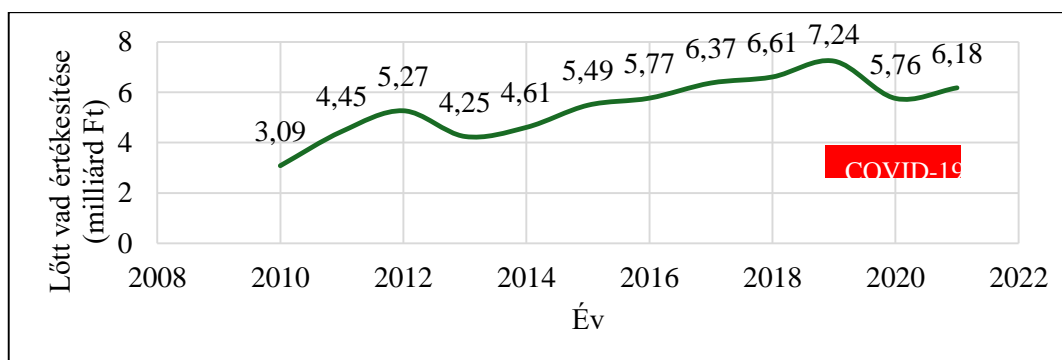
A magyar vadhúspiac egyik alapvető jellemzője az exportfüggőség. A rendelkezésre álló adatok szerint az évente feldolgozott vadhús jelentős része külföldi piacokra kerül, miközben a belföldi fogyasztás továbbra is alacsony marad (Fábián et al., 2006; Nagy, 2023). A hazai vadhúsexport fő felvevőpiacai a nyugat- és közép-európai országok, különösen Németország és Olaszország. Ez stabil bevételi forrást biztosít, ugyanakkor egyben piaci kitettséget is eredményez. A hazai vadállomány alakulása közvetlen hatással van a vadhúspiaci kínálatra. A nagyvadfajok állománydinamikája és a teríték változása eltérő tendenciákat mutat, amit a 4. ábra szemléltet: a gímszarvas és a dámszarvas esetében növekvő, míg a vaddisznónál – az afrikai sertéspestis következtében – csökkenő tendencia figyelhető meg (Csányi et al., 2022; Csányi et al., 2024).



**4. ábra: Vadállomány és teríték alakulása (őz kivételével) (db) Magyarországon
2010-2021 között**

Forrás: saját szerkesztés Csányi et al. 2022 alapján

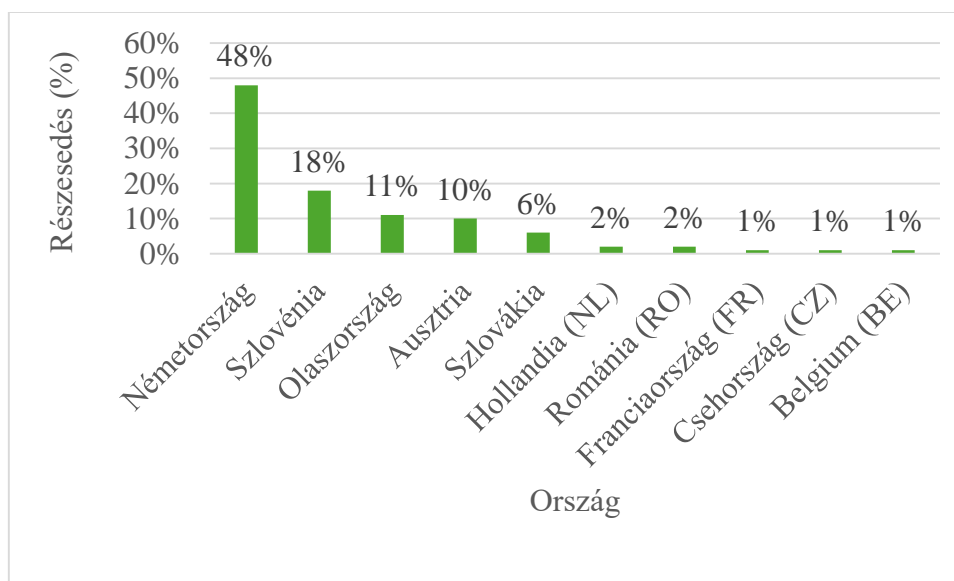
Megállapítható, hogy a hazai vadállomány és a teríték alakulása fajonként eltérő mintázatot követett. A gímszarvas és a dámszarvas állománya növekedést mutatott, míg a vaddisznóállomány és teríték 2019 után jelentősen visszaesett, amely az afrikai sertéspestis hatásával hozható összefüggésbe. Ezek a változások a vadhúspiaci kínálatot is közvetlenül befolyásolják (Csányi et al., 2022). A lőtt vad értékesítéséből származó bevételek az elmúlt évtizedben összességében növekedtek, ami a vadgazdálkodás gazdasági jelentőségének erősödését jelzi. Az 5. ábra alapján a növekedés ugyanakkor nem volt egyenletes: 2020-ban a COVID-19 világjárvány hatására visszaesés következett be, majd 2021-ben részleges korrekció volt megfigyelhető.



5. ábra: Lőtt vad értékesítéséből származó bevétel alakulása Magyarországon 2010-2021 között

Forrás: saját szerkesztés Csányi et al., 2022, alapján

Az utóbbi tíz évben látványosan megugrott a vadhús-kereskedelem haszna. Ebből is látszik, hogy a vadgazdálkodás mára megkerülhetetlen gazdasági ágazattá nőtte ki magát. (Csányi et al., 2022). A NAK (2023) adatai alapján a magyar vadhúsexport 2022-ben is jelentős maradt és a kivitel legfontosabb célországai továbbra is Németország, Szlovénia, Olaszország és Ausztria voltak. A 6. ábra export szerkezetére alapján a magyar vadhús elsősorban az európai prémium piacokra jut el.

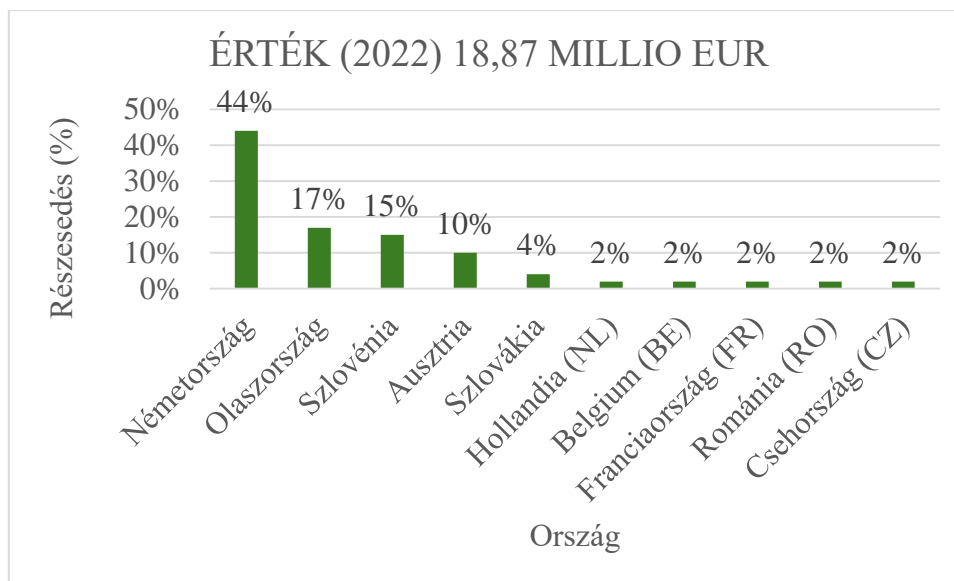


6. ábra: Magyarországi vadhús export mennyiségi megoszlása 2022-ben

Forrás: saját szerkesztés Sidlovits et al. 2023, tanulmány alapján

A 6. ábra alapján a magyar vadhús legfontosabb felvevőpiaca Németország, amely az export közel felét teszi ki. Ez a koncentráció stabil piaci pozícióra utal, ugyanakkor növeli az ágazat külső piaci

függőségét. Az exportérték alakulása hasonló koncentrációt mutat, bár az egyes célpiacok között eltérések figyelhetők meg a fizetett árak és a hozzáadott érték tekintetében.



7. ábra: A magyar vadhús export érték szerinti megoszlása 2022-ben

Forrás: saját szerkesztés Sidlovits et al. 2023, tanulmány alapján

A 7. ábra alapján Németország és Olaszország nemcsak mennyiségi, hanem értékbeli szempontból is meghatározó exportpiacnak tekinthető. Ez arra utal, hogy a magasabb feldolgozottsági fokú, értéknövelt termékek exportja kiemelt szerepet tölthet be a szektor jövedelmezőségében. A szakirodalom szerint a hazai vadhúspiac fejlődésének jövőbeli lehetőségei elsősorban az értékesítési csatornák diverzifikálásában, a feldolgozott és magasabb hozzáadott értékű termékek fejlesztésében, valamint a célzott piaci pozicionálásban rejlenek (Battay et al., 2017; Fábíán et al., 2006; Nunes et al., 2021). Az országon belüli forgalom felpezsdítését szolgálhatja a térségi sajátosságok kiemelése, a környékbeli árak támogatása és a beszerzési utak lerövidítése. Napjainkban a magyarországi vadkereskedelem helyzetét leginkább az exporttúlsúly, a lakosság mérsékelt étvágya, valamint az exkluzív besorolás határozza meg. Az előrelépés érdekében alapvető fontosságú a kínálat választékosabbá tétele, az alapanyagok magasabb szintű előkészítése és a vásárlók hatékonyabb megszólítása.

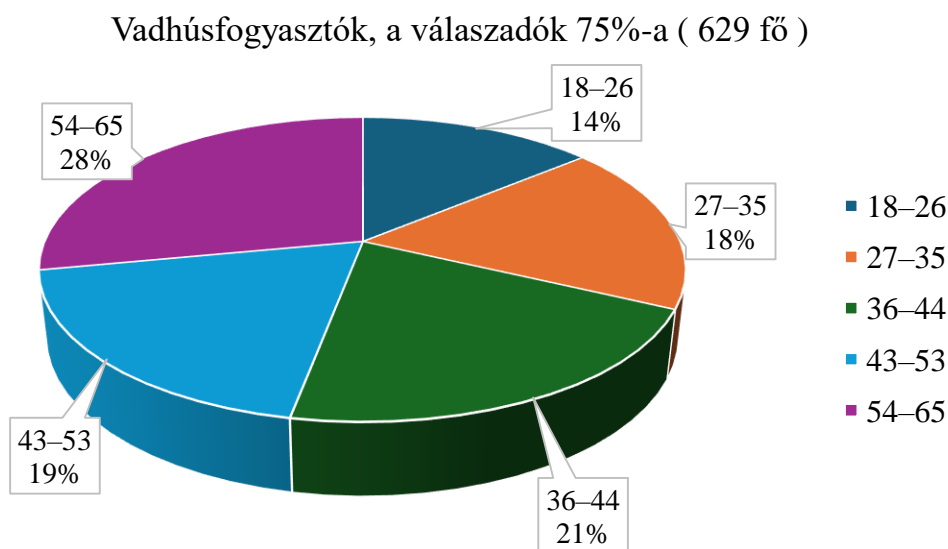
3.3 Fogyasztói magatartás és trendek

A vadhús a magyar gasztronómiai örökség egyik meghatározó, ugyanakkor napjainkban alulhasznosított eleme. Bár történelmi jelentősége és táplálkozás-élettani értéke kiemelkedő, a

modern fogyasztói társadalomban a vadhús fogyasztása elsősorban szezonális és ünnepi alkalmakhoz kötődik (Torma et al., 2014). Ugyanakkor az utóbbi években a fogyasztói magatartásban olyan változások figyelhetők meg, amelyek új lehetőségeket teremthetnek a vadhús szélesebb körű elterjedése számára. A fenntarthatóság, a természetesség és az egészségtudatosság iránti növekvő érdeklődés hozzájárulhat a vadhús újrapozicionálásához a modern táplálkozásban (Hoffmann és Wiklund, 2006; Vermeir és Verbeke, 2006; Ciobanu et al., 2023). Emellett a fogyasztói attitűdök változása – különösen az alternatív fehérjeforrások iránti nyitottság – szintén erősítheti a vadhús szerepét a jövő élelmiszerfogyasztásában (Nunes et al., 2021).

3.3.1 Fogyasztói jellemzők és életkori sajátosságok

A vadhús fogyasztás demográfiai megoszlása alapján jól látható, hogy a fogyasztói bázist elsősorban az idősebb korosztályok alkotják, amit a 8. ábra szemléltet.



8. ábra: Vadhúst fogyasztók életkor szerint

Forrás: saját szerkesztés Sidlovits et al. 2023 tanulmány, IPSOS felmérés 2021, adatai alapján

A felmérés szerint a válaszadók mintegy 75%-a fogyaszt legalább alkalmanként vadhúst. A legnagyobb arányban az 54–65 év közötti korosztály képviselteti magát (29%), ami a tradicionális gasztronómiai szokásokhoz való erősebb kötődést jelez. A középkorú fogyasztók szintén jelentős csoportot alkotnak: a 36–44 évesek aránya 21%, míg a 43–53 éveseké 19%. Ezzel szemben a fiatalabb generációk körében alacsonyabb a vadhús fogyasztás aránya: a 27–35 évesek 18%-ot, míg a 18–26 évesek mindössze 14%-ot képviselnek. Ez arra utal, hogy a fiatalabb korosztályok esetében a vadhús kevésbé integrálódott a mindennapi étrendbe, amely részben az ismerethiányra,

részben a hozzáférhetőség korlátaira vezethető vissza (Mesinger et al., 2023). Összességében megállapítható, hogy a vadhús fogyasztása jelenleg elsősorban a középkorú és idősebb fogyasztók körében jellemző, míg a fiatalabb generációk esetében korlátozottabb mértékben van jelen, ami a jövőbeli piaci bővülés egyik kulcskérdését jelenti.

3.3.2 Nemzetközi trendek és fogyasztói attitűdök

Nemzetközi szinten a vadhús fogyasztás hasonló mintázatot mutat, mint Magyarországon: általában nem tartozik az elsődleges fehérjeforrások közé, ugyanakkor egyre inkább prémium és alternatív élelmiszerként jelenik meg (Hoffmann és Wiklund, 2006; Ciobanu et al., 2023). A fejlett országokban megfigyelhető, hogy a vadhús iránti kereslet fokozatosan növekszik, különösen azokban a fogyasztói szegmensekben, amelyek nyitottak a fenntartható és természetes eredetű élelmiszerek iránt. A német piac jó példája ennek a változásnak. A Deutscher Jagdverband (2023) adatai szerint a 2021/2022-es vadászati évben több mint 30 ezer tonna vadhús került forgalomba, ami növekedést jelent az előző évekhez képest. Ez arra utal, hogy a vadhús egyre kevésbé kizárólag szezonális vagy ünnepi terméként jelenik meg, hanem fokozatosan a mindennapi fogyasztás részévé válik. Az emberek vásárlási kedvét és gondolkodásmódját nem egyetlen ok, hanem rengeteg különféle hatás alakítja át egyszerre. A fenntarthatóság és a környezettudatosság erősödése egyre nagyobb szerepet kap az élelmiszerválasztásban, ami a vadhúst kedvező alternatívává teszi az iparszerű állattenyésztésből származó húsokkal szemben (Nunes et al., 2021). Emellett az egészségtudatosság növekedése is hozzájárul a kereslet erősödéséhez, mivel a vadhús kedvező tápanyag-összetétele és természetes eredete egyre vonzóbb a fogyasztók számára (Ciobanu et al., 2023). A vadhús különlegességjellege szintén fontos motivációs tényező. A gasztronómiai élménykeresés – amely a modern fogyasztói magatartás egyik meghatározó eleme – hozzájárul ahhoz, hogy a fogyasztók nyitottabbá váljanak a kevésbé elterjedt, egyedi alapanyagok iránt. A mai huszonévesek közül rengetegen már lelkiismereti okokból választják az erdei vadat. Szerintük ez a forrás sokkal hitelesebb és tisztább, mint a nagyüzemi húsipar által kínált alternatívák (Higgins et al., 2023). Ugyanakkor a vadhús fogyasztását korlátozó tényezők is jelen vannak. A szakirodalom rámutat arra, hogy a hozzáférhetőség korlátozottsága, a magasabb ár, valamint az elkészítéshez szükséges speciális ismeretek hiánya visszatarthatja a fogyasztókat (Mesinger et al., 2023). Emellett egyes esetekben élelmiszerbiztonsági és etikai aggályok is befolyásolhatják a fogyasztói döntéseket (Smith et al., 2023). Összességében megállapítható, hogy a vadhús iránti kereslet nemzetközi szinten jelenleg mérsékelt, ugyanakkor a fenntarthatósági, egészségügyi és gasztronómiai trendek erősödésével jelentős növekedési potenciállal rendelkezik.

A fogyasztói attitűdök alapján a vadhús egyre inkább prémium, természetes és alternatív fehérjeforrásként jelenik meg a globális élelmiszerpiacon.

3.3.3 *Fogyasztói attitűdök, előítéletek és LOHAS-szegmens*

A vadhús hazai fogyasztásának visszaszorulása mögött nemcsak kínálati, hanem keresleti oldali tényezők is meghatározó szerepet játszanak. A magyar fogyasztók egy része idegenkedik a vadhústól, ami részben az ismeretek hiányára, részben pedig a beidegződött előítéletekre vezethető vissza. Gyakori percepció, hogy a vadhús kemény, rágós vagy nehezen elkészíthető, ami sok esetben korábbi negatív tapasztalatokból ered. A fiatalabb generációk körében ez a jelenség különösen erős, mivel otthoni környezetben ritkán találkoznak a vadhús feldolgozásának és elkészítésének gyakorlatával (Gyurcsó *et al.*, 2022; Mesinger *et al.*, 2023). További gátló tényező a viszonylag magasabb ár, ami miatt sok fogyasztó prémium- vagy luxustermékként tekint rá. Emellett a modern életmódhoz kapcsolódó fogyasztási szokások – különösen a gyorsan elkészíthető, kényelmi élelmiszerek iránti igény – szintén korlátozzák a vadhús mindennapi fogyasztását. A hozzáférhetőség korlátozottsága és az elkészítéshez szükséges speciális ismeretek hiánya tovább erősítik ezt a tendenciát (Ciobanu *et al.*, 2023). A fogyasztói attitűdök alakulásában az etikai és érzelmi tényezők is szerepet játszanak. Egyes fogyasztók számára a vadászat negatív megítélése visszatartó erő lehet, míg mások éppen a természetes eredet és az ipari állattartással szembeni alternatíva miatt fordulnak a vadhús felé (Higgins *et al.*, 2023). Ez a kettős hozzáállás pontosan megmutatja, mennyire nem egyszerű ma kiigazodni a vevőkön. Létezik viszont egy réteg, amelyik kifejezetten nyitott a vadhúsra. Ide tartoznak a különleges ízeket kereső ínyencek, illetve a LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) életmódot követők. Utóbbiak számára az egészség és a környezet védelme az elsődleges. Amikor vásárolnak, tudatosan a vegyszermentes, etikus és természetközeli élelmiszereket emelik le a polcról. (Szakály *et al.*, 2015). Magyarországon is kimutatható e szegmens jelenléte, amely egyre fontosabb célcsoportot jelent az élelmiszerpiacon (Lehota *et al.*, 2013; Szakály *et al.*, 2015). Aki tudatosan válogat az ételek között, annak ideális választás az erdők vadja, hiszen ez a húsféle mentes a nagyüzemi állattartás minden hátrányától. Az állatok érintetlen közegben, szabadon élnek, a feldolgozásukat pedig szigorú hatósági felügyelet biztosítja. Emellett magas tápértéke és kedvező környezeti megítélése tovább növeli vonzerejét ebben a szegmensben (Nunes *et al.*, 2021). Ennek a körnek nem a spórolás a fő szempontja. Sokkal lényegesebb számukra a gyártási háttér, a nívó, meg az, hogy mennyire kíméli az áru a természetet. Összességében megállapítható, hogy a magyar fogyasztói attitűdök kettősséget mutatnak: a fogyasztók egy része bizonytalan és tartózkodó a vadhússal

szemben, míg egy tudatosabb, értékorientált réteg nyitott annak fogyasztására, különösen egészségügyi, környezeti és etikai szempontok alapján. Ez a megosztottság egyben lehetőséget is jelent a célzott piaci és kommunikációs stratégiák számára.

3.3.4 A vadhús népszerűsítésének lehetőségei

A húsfogyasztási szokások vizsgálata alapján megállapítható, hogy a vadhús a hazai fogyasztói preferenciarendszerben továbbra is alacsony pozíciót foglal el. Ezt támasztja alá Szakály és munkatársai (2008) országos, reprezentatív kutatása is, amely 500 fős kérdőíves felmérésen, valamint több városban végzett személyes interjúkon alapult. Az eredmények a 2. táblázat szerint azt mutatják, hogy a baromfihús vezeti a kedveltségi listát, amelyet a sertés- és marhahús követ, míg a vadhús a legkevésbé preferált húsfélék közé tartozik. A vizsgálat során a vadhús átlagosan 3,44-es értéket kapott egy ötfokú skálán, ami az alacsonyabb fogyasztói elfogadottságra utal. A kedveltségi különbségek hátterében több tényező azonosítható. A vadhús fogyasztása alacsonyabb gyakoriságú, amit a válaszadók számának eltérései is tükröznek: míg a baromfi- és sertéshús esetében közel teljes mintaszám áll rendelkezésre, addig a vadhús esetében jóval kevesebb fogyasztói tapasztalat jelenik meg. Láthatóan csak elvétve választunk vadból készült fogásokat. Eszünkbe sem jutna a rendes, napi menü alapköveként tekinteni rájuk, inkább csak egy-egy ritka ünnepi ebédnél kerülnek elő ezek az alapanyagok (Szakály et al., 2008).

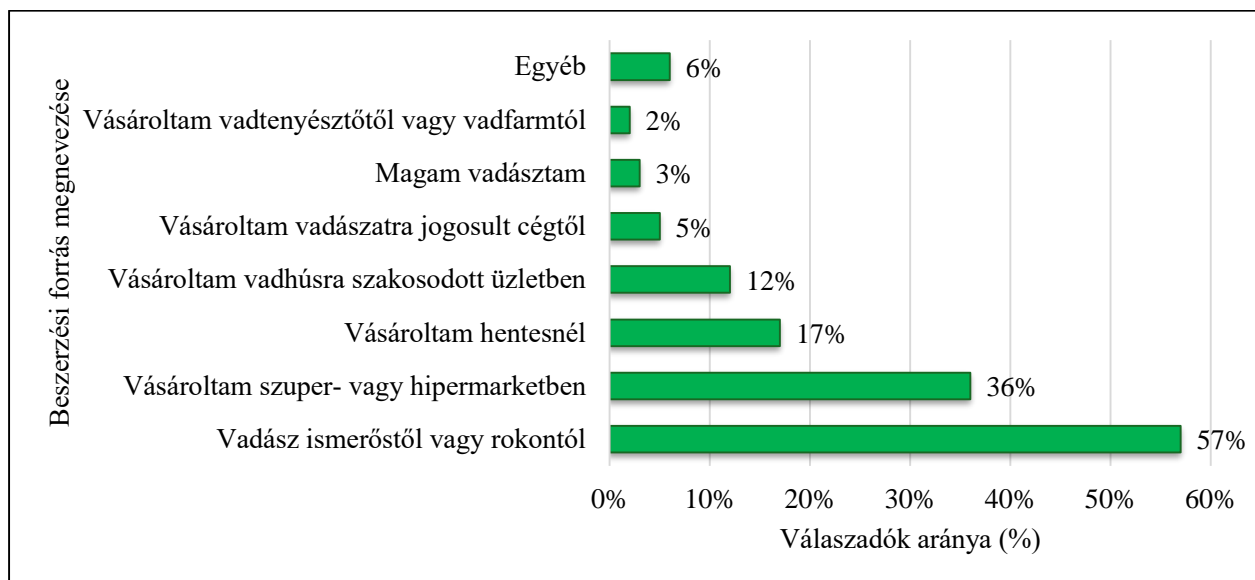
2. táblázat: Az egyes húsfélék kedveltsége (1: leginkább kedvelem, 5: legkevésbé kedvelem)

Hústípus	N	Átlag	Szórás
Baromfihús	492	1,61	0,809
Sertéshús	493	2,09	0,879
Marhahús	473	2,61	0,844
Hal	130	3,16	0,888
Nyúlhús	9	3,22	0,833
Báránhús	17	3,41	0,939
Vadhús	71	3,44	0,937

Forrás: saját szerkesztés Szakály et al., 2008 alapján (N=500)

A vadhús beszerzési csatornáinak vizsgálata szintén rámutat a piac sajátosságaira. Nálunk a legtöbben nem a rendes boltokban szerzik be a vadat, hanem inkább ismerősöktől, pult alól jutnak hozzá a statisztikák szerint, amit a 9. ábra szemléltet. A válaszadók többsége vadász ismerősön

vagy rokoni kapcsolaton keresztül jut hozzá a termékhez, míg a formális kiskereskedelmi csatornák – például szuper- és hipermarketek – kisebb arányban jelennek meg.



9. ábra: A vadhús magyarországi beszerzési csatornái

Forrás: saját szerkesztés Sidlovits et al. 2023 az IPSOS 2021 felmérése alapján

Az eredmények azt mutatják, hogy a vadhús értékesítése csak részben integrálódott a formális piaci struktúrákba. A hagyományos, bizalmi alapú beszerzési formák továbbra is dominánsak, ami a termék sajátos piaci jellegére utal. A kiskereskedelmi jelenlét ugyan növekvő tendenciát mutat, azonban a vadhús továbbra sem tekinthető széles körben elérhető tömegterméknek. A kutatások szerint azért vásárolnak belőle ilyen keveset, mert sokan nem tudják, pontosan mi is ez, vagy félnek a konyhai bakiktól. Ezt csak tetézi a borsos ár és az a tény, hogy a legtöbb üzletben alig kapható (Gyurcsó et al., 2022; Ciobanu et al., 2023). Ugyanakkor a fenntarthatóság, az egészségtudatosság és a természetes eredet iránti növekvő érdeklődés olyan tényezők, amelyek a vadhús újrapozicionálását is lehetővé tehetik a fogyasztói gondolkodásban (Nunes et al., 2021). A vadhús népszerűsítése szempontjából kulcsfontosságú lehet a fogyasztói ismeretek bővítése, különösen az elkészítési módok, a tápérték és a fenntarthatósági előnyök kommunikációja révén. Emellett a vendéglátóipar és a gasztronómiai innováció szerepe is kiemelt, mivel a modern, könnyen elkészíthető vagy feldolgozott vadhústermékek hozzájárulhatnak a fogyasztás növeléséhez. A rövid ellátási láncok és a helyi termékek hangsúlyozása szintén erősítheti a vadhús piaci pozícióját, különösen a tudatos fogyasztói szegmensek körében. Összefoglalva megállapítható, hogy a vadhús piaci elfogadottsága jelenleg korlátozott, ugyanakkor a fogyasztói

attitűdök alakulása és az értékalapú ételmszerfogyasztási trendek erősödése lehetőséget teremthet szerepének növekedésére a jövőben.

3.4 Gasztronómia, turizmus és stratégiai lehetőségek

3.4.1 A vadhús helye a magyar gasztronómiai hagyományban

A vadhús – ahogyan a történeti áttekintés is mutatja – szorosan kapcsolódik a magyar gasztronómiai örökséghez (Csőre, 1994; Kisbán, 1984). A középkori lakomák és az évszázados vadászati hagyományok maradandó nyomot hagytak a hazai konyhakultúrában. Számos klasszikus magyar étel alapja vagy inspirációja a vad: a szarvaspörkölt, a vaddisznópörkölt, a fácánleves vagy a nyúlpaprikás egyaránt a tradicionális fogások közé tartozik. Ezek az ételek mind a paraszti, mind a főúri konyhában megjelentek, eltérő szerepkörben. A paraszti konyhában a vad gyakran kiegészítő fehérjeforrásként szolgált, elsősorban ünnepi alkalmakkor vagy szűkösebb időszakokban, különösen a kisebb vadfajok esetében. Ezzel szemben a nemesi és főúri konyhában a vadételek elkészítése a gasztronómiai tudás egyik csúcsának számított, ahol a kifinomult technológiák és alapanyag-kezelési eljárások domináltak. A 19. század végétől a polgári konyha is integrálta a vadételeket, jelentős részben a nyugat-európai – különösen bécsi és francia – hatások eredményeként (Csiki, 2016; Zilahy, 1983). A modern európai konyhaművészet fejlődésében meghatározó szerepet játszott Auguste Escoffier munkássága, különösen a *Le Guide Culinaire* (1903) és annak angol nyelvű változata, az *A Guide to Modern Cookery* (1907), amelyek a vadételek elkészítésére vonatkozóan is standardizált technológiákat és szemléletet közvetítettek (Escoffier, 1907). A hazai gasztronómiában ugyanakkor sajátos, regionális változatok is kialakultak. Az erdélyi módra, áfonyalekvárral tálalt szarvasgerinc, a bakonyi módon készített gombás-tejfölös vadhúsételek, valamint a fűszeres vaddisznósültek a 20. század eleji éttermi kínálat meghatározó elemei voltak. A két világháború és a szocializmus időszaka azonban megszakította e gasztronómiai hagyomány folytonosságát. A vadhús fokozatosan a prémium vagy „luxus” kategóriába került és eltávolodott a mindennapi fogyasztástól. A múlt század utolsó évtizedében gyökeresen megváltozott a gasztronómia világa. Ekkor kezdtek újra divatba jönni a hagyományos alapanyagok, aminek köszönhetően a vadhúsok ismét megkerülhetlenné váltak a konyhákban (Fehér et al., 2010; Magyar, 2020). Alapjaiban változott meg a hozzáállásunk a természet kincseihez. A régi paraszti kultúra tudása és a mai konyhai kísérletezés találkozása egészen új szintre emelte ezeket az összetevőket. Manapság már nem csak a minőség számít, hanem az is, honnan származik az állat, hogyan dolgozták fel és milyen történet kapcsolódik hozzá. Segal Viktor és Vida József 2022-es közös munkájukban úgy mutatják be a vadhúst, mint egy

környezettudatos és különleges csemegét, amelyben a vadászmult tisztelete találkozik a legfrissebb konyhai irányzatokkal. A szerzők szerint a hús soványsága és markáns zamata teszi pótolhatatlanná ezt az alapanyagot, bár elkészítése komoly hozzáértést kíván. Vári Dávid 2019-es receptjei is sokat tettek azért, hogy a vad újra a prémium kategóriába kerüljön, bizonyítva a sokoldalú felhasználhatóságát. A csúcséttermekben pedig már nem egyszerű összetevőként kezelik, hanem egy komplex kulináris kaland részeként tálalják. Az étlapokon gyakran feltüntetik az alapanyag eredetét, a feldolgozás módját, vagy akár a vadász személyét is, ami hozzájárul a termék prémium pozicionálásához és a fogyasztói élmény erősítéséhez. A gasztronómiai marketingben egyre nagyobb szerepet kap az élményalapú megközelítés és a storytelling alkalmazása, amely lehetővé teszi a fogyasztók érzelmi bevonását és a termék értékének növelését (Könyves, 2015; Harrington és Ottenbacher, 2013). A magyar vadgasztronómiai hagyomány tehát rendkívül gazdag, ugyanakkor napjainkban részben újraértelmezésre és megerősítésre szorul. A történelmi örökség és a modern gasztronómiai irányzatok integrálása lehetőséget teremt arra, hogy a vadhús ismét hangsúlyosabb szerepet kapjon a hazai és nemzetközi gasztronómiában. A tradicionális receptek korszerű újraértelmezése, valamint a fenntarthatósági és élményalapú trendekbe való beillesztése hozzájárulhat ahhoz, hogy a vadhús a magyar kulináris identitás meghatározó elemévé váljon a jövőben is (Bodnár, 2024; Ciobanu et al., 2023).

3.4.2 Gasztroturizmus és a vadhús vonzereje

A gasztronómia a turizmusban, mint vonzerő és élményelem jelenik meg: a turisták jelentős része az autentikus helyi ízek és kulináris élmények miatt választ úti célt. Magyarországon a vadhús kínálta egyedi ízvilág és hagyomány fontos szerepet tölthet be a gasztroturizmus fejlesztésében (Nagy et al., 2025). A különböző tájegységek tradicionális vadételei – például a bakonyi vadgombás szarvas, a szatmári szilvalekváros vaddisznó vagy a göcseji őzraguleves – nemcsak kulináris élményt nyújtanak, hanem a helyi kultúrába is betekintést engednek. Az ízeken keresztül a turisták közvetlenebb kapcsolatba kerülnek a desztinációval, ami növeli az élmény mélységét és emlékezetességét (Hall et al., 2003; Richards, 2011). A vadhús a gasztroturizmusban egyszerre testesíti meg az autentikusságot és az exkluzivitást. Mivel nem tartozik a mindennapi fogyasztási cikkek közé, a turisták számára különleges élményt jelenthet, amely eltér a megszokott gasztronómiai kínálattól. Egy külföldi látogató számára például egy hagyományos magyar vadpörkölt vagy egy erdei alapanyagokból készült étel olyan élményt nyújthat, amely szorosan kötődik a helyi természeti és kulturális környezethez (Rátz és Füreder, 2016). A vadgasztronómia turisztikai szerepét hazai példák is alátámasztják. Magyarországon az elmúlt években egyre több olyan rendezvény és fesztivál jelent meg, amely a vadhúsra és a vadászati kultúrára épül. A Feol

(2021) beszámolója szerint ilyen például a Pákozdi Pagonyban megrendezett Nemzetközi Vadgasztronómiai Fesztivál, ahol a látogatók különböző vadételeket kóstolhatnak, valamint betekintést nyerhetnek a vadgazdálkodás és a vadászat hagyományaiba. Az ilyen események nemcsak a turisztikai vonzerőt növelik, hanem hozzájárulnak a vadhús társadalmi megítélésének javításához is. A nemzetközi szakirodalom is rámutat arra, hogy a gasztronómiai élmények iránti kereslet növekedésével párhuzamosan az olyan alternatív és fenntartható élelmiszerek, mint a vadhús, egyre nagyobb figyelmet kapnak a turizmusban. A fogyasztók egy része kifejezetten keresi az autentikus, természetes eredetű és etikai szempontból is elfogadható élelmiszereket, amelyek élményértéke túlmutat a pusztá fogyasztáson (Higgins et al., 2023; Ciobanu et al., 2023). Ez a tendencia különösen kedvez a vadhús turisztikai integrációjának, mivel egyszerre kapcsolódik a fenntarthatósághoz, a helyi identitáshoz és a gasztronómiai élményhez. A vadászati turizmus és a gasztronómia kapcsolata szintén egyre szorosabbá válik. A vadászati élmény ma már nem korlátozódik a trófeaszerezésre, hanem komplex élménycsomaggá alakul, amelynek része a helyi vadételek fogyasztása is. A vadászvendégek számára gyakori elvárás, hogy a vadászat során elejtett állat húsát gasztronómiai formában is megismerhessék, ami erősíti az élmény hitelességét és teljességét (Magyar, 2023). Ez a komplex élmény különösen vonzó a külföldi vadászok számára és versenyelőnyt jelenthet Magyarország számára a nemzetközi vadászati turizmus piacán. Összességében megállapítható, hogy a vadhús jelentős potenciállal rendelkezik a gasztroturizmusban. A helyi alapanyagokra épülő, autentikus gasztronómiai kínálat hozzájárulhat a turisztikai desztinációk versenyképességéhez, miközben erősíti a helyi identitást és a fenntartható erőforrás-használat szemléletét. A vadhús turisztikai integrációja tehát nemcsak gasztronómiai, hanem gazdasági és kulturális szempontból is kiemelt jelentőséggel bír.

3.4.3 Marketingkommunikáció és prémium termékpozicionálás

A storytelling, vagyis a történetmesélés a modern marketing és gasztronómia egyik meghatározó eszközévé vált, amely lehetővé teszi a termékek érzelmi és kulturális kontextusba helyezését (Fog et al., 2005). A vadhús esetében ez különösen releváns, mivel a termék nem csupán élelmiszerként értelmezhető, hanem szorosan kapcsolódik a természethez, a vadászati hagyományokhoz és a vidéki kultúrához. A prémium termékpozicionálás szempontjából a storytelling alkalmazása lehetőséget teremt arra, hogy a fogyasztók a vadhúst ne pusztán funkcionális termékként, hanem komplex élményként érzékeljék. A vadhús kommunikációjában gyakran megjelennek olyan narratív elemek, amelyek a termék eredetét és előállításának körülményeit hangsúlyozzák. Ilyen például a vad természetes élőhelye, a szabad mozgás, valamint a vadászat hagyományos és szabályozott jellege. Az ilyen típusú történetek hozzájárulnak ahhoz, hogy a fogyasztók a terméket

hitelesebbnek és értékesebbnek tekintésük, miközben erősítik az érzelmi kötődést is. A prémium szegmensben különösen fontos szerepet játszik ez a megközelítés, mivel a vásárlók nemcsak a termék fizikai tulajdonságait, hanem annak szimbolikus értékét is figyelembe veszik döntéseik során (Kotler és Keller, 2016). A nemzetközi szakirodalom is megerősíti, hogy a fogyasztók egyre inkább értékalapú döntéseket hoznak és előnyben részesítik azokat az élelmiszereket, amelyek mögött átlátható eredet, etikus előállítás és fenntarthatósági szempontok állnak (Higgins et al., 2023; Ciobanu et al., 2023). Ez a tendencia különösen kedvez a vadhús prémium pozicionálásának, mivel a termék természetes eredete és alacsony feldolgozottsága jól illeszkedik ezekhez az elvárásokhoz. A prémium pozicionálás egyik kulcseleme, hogy a vadhús olyan termékként jelenik meg, amely összekapcsolja az egészségtudatos és a környezettudatos fogyasztói értékeket. A szakirodalom szerint a vadhús kedvező tápértéke, természetes eredete és alacsony feldolgozottsági szintje mind hozzájárulnak ahhoz, hogy alternatívát kínáljon az iparszerű állattenyésztésből származó hússal szemben (Hoffmann és Wiklund, 2006). Ezt az értékpozíciót a storytelling eszközei tovább erősítik azáltal, hogy bemutatják a vadgazdálkodás működését, valamint az érintett szereplők – például vadászok és séfek – tevékenységét. A vizuális megjelenés és a csomagolás szintén fontos szerepet játszik a prémium pozicionálásban. A kutatások szerint a csomagolás nemcsak információhordozó, hanem kommunikációs eszköz is, amely jelentősen befolyásolja a fogyasztói percepciókat (Underwood és Klein, 2002). A vadhús esetében gyakran alkalmaznak természetközeli motívumokat, letisztult dizájnt és kiegészítő információkat, amelyek a termék eredetére és felhasználására utalnak. A gasztronómiai szolgáltatások területén a storytelling a vendégélmény részévé válik, például az éttermi kommunikáció vagy a felszolgálat során. A modern vendéglátásban egyre nagyobb szerepet kap az élményalapú értékteremtés, amelyben a termékhez kapcsolódó történetek és narratívák hozzájárulnak a fogyasztói elégedettség növeléséhez és a márkahűség kialakításához (Harrington és Ottenbacher, 2013). Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a storytelling hatékonysága szorosan összefügg a termék tényleges minőségével. A prémium pozicionálás csak akkor lehet fenntartható, ha a kommunikált értékek és a fogyasztói tapasztalatok összhangban állnak. A szakirodalom rámutat arra, hogy a hitelesség kulcsfontosságú tényező a prémium termékek esetében, különösen az olyan kategóriákban, ahol az etikai és fenntarthatósági szempontok is hangsúlyosak (Björk és Kauppinen-Räisänen, 2016a; Björk és Kauppinen-Räisänen, 2016b). Összességében megállapítható, hogy a storytelling a vadhús esetében nem csupán kiegészítő marketingeszköz, hanem a prémium termékpozicionálás egyik alapvető eleme. Alkalmazása lehetővé teszi, hogy a

vadhús a fogyasztók számára ne csupán élelmiszerként, hanem komplex, élményalapú és értékalapú terméként jelenjen meg a piacon.

3.4.4 A vadhús minőségi jelentősége

A minőség fogalma az élelmiszerek esetében összetett és többdimenziós kategória, amelynek értelmezése a szakirodalomban is eltérő lehet. A húsmínőség általában olyan mérhető paraméterekkel írható le, mint a zsírtartalom, a szín, az izomrostok szerkezete, valamint az érzékszervi tulajdonságok. Kiemelt jelentőséggel bír a táplálkozási minőség, amely a hús biológiai értékét, tápanyagtartalmát és egészségre gyakorolt hatását foglalja magában. Emellett alapvető elvárás, hogy a hús mentes legyen kórokozótól és káros maradványanyagoktól. A minőség része továbbá a technológiai alkalmasság – vagyis a feldolgozhatóság és eltarthatóság –, valamint az ökológiai dimenzió is, amely figyelembe veszi az előállítás környezeti hatásait (*Winkelmayer és Paulsen, 2008; Winkelmayer et al., 2013*). A vadhús minőségének egyik legfontosabb eleme a táplálkozás-élettani érték, amely szorosan összefügg a hús zsírsavösszetételével. A vadon élő állatok húására jellemző, hogy kedvezőbb zsírsavprofillal rendelkezik, mint a tenyésztett haszonállatoké. Ennek oka elsősorban a természetes táplálkozás és a nagyobb mozgásigény, amely hatással van a zsír mennyiségére és minőségére egyaránt. A különböző húsfajták zsírsavösszetételét a 3. táblázat szemlélteti (*Beregi-Nagy, 2021; Winkelmayer, 2014*).

3. táblázat: Különböző húsfajták zsírsav tartalma

Állatfaj	Telített zsírsavak (%)	Egyszeresen telítetlen zsírsavak (%)	Többszörösen telítetlen zsírsavak (%)	Omega-6 zsírsavak aránya (%)	Omega-3 zsírsavak aránya (%)	Omega-6 / Omega-3 arány
Szarvasmarha	29,7	34,9	34,5	25,2	8,9	4:1
Sertés	29,3	18,2	52,8	49,7	3,9	12,7:1
Kőszáli kecske	23,01	6,6	70,4	50,6	19,7	2,5:1
Őz	27,05	7,6	65,4	50,3	15,01	3,4:1
Dámvad	28,1	9,5	62,4	50,6	11,8	2:1
Gímszarvas	24,6	8,5	66,3	49,2	14,7	3,3:1
Nagy vadjuh	24,9	11,3	67,8	48,2	19,6	2,5:1
Zerge	24,4	12,9	62,7	44,2	18,1	2,4:1
Mezei nyúl	27,3	5,7	66,7	41,3	22,5	3,4:1
Nyúl	33,3	15,1	51,6	38,6	12,7	3:1

Forrás: Saját szerkesztés Winkelmayer, 2014 alapján

A telített zsírsavak aránya általában alacsonyabb a vadfajok esetében, ami kedvezőbb kardiovaszkuláris profilt eredményez a tenyésztett állatok húzához képest. Míg a szarvasmarha és a sertés esetében az arány megközelíti a 29%-ot, addig a gímszarvasnál és az őznel jellemzően 24–27% közötti értékek figyelhetők meg. Ezzel szemben a többszörösen telítetlen zsírsavak aránya a vadfajoknál gyakran meghaladja a 60%-ot. Ezek a zsírsavak jelentős szerepet játszanak az idegrendszer működésében, a látásban és az immunrendszer megfelelő működésében. Kiemelt jelentőséggel bír az omega-6 és omega-3 zsírsavak aránya, amely a modern táplálkozástudomány egyik kulcskérdése. Az ideális arány 2:1 és 4:1 közé esik, míg a sertéshús esetében ez az érték akár 12,7:1-re is eltolódhat az omega-6 javára, ami kedvezőtlen élettani hatásokkal hozható összefüggésbe (Beregi-Nagy, 2021; Winkelmayr, 2014). Ezzel szemben a nyers vadhús további fontos minőségi jellemzője a magas fehérjetartalom és az alacsony zsírtartalom. A különböző húsfélék tápértékének összehasonlítása alapján jól látható, hogy a vadon élő állatok húsa – például az őz, a szarvas vagy a mezei nyúl – kiemelkedő biológiai értékű fehérjeforrást jelent, miközben zsírtartalma lényegesen alacsonyabb a házasított állatokéhoz képest. A 4. táblázat ezt az összetételbeli különbséget mutatja be (Winkelmayr, 2014).

4. táblázat: A vadhús és a tenyésztett hús összetételének összehasonlítása

<i>Állatfaj</i>	<i>Fehérje (%)</i>	<i>Zsír (%)</i>	<i>Szénhidrát (%)</i>	<i>Energia (kJ/100 g)</i>	<i>Energia (kcal/100 g)</i>
<i>Borjú</i>	16–21	1–15	0,4–0,5	400–860	95–205
<i>Marha</i>	16–19	3–30	0,3–0,5	800–1425	200–350
<i>Sertés</i>	10–14	35–55	0,3–0,5	1675–2510	400–600
<i>Juh</i>	14–21	6–33	0,2–0,4	755–1885	180–450
<i>Kacsa</i>	14–16	6–29	0,2–0,4	630–1360	150–325
<i>Liba</i>	16–21	26–32	< 0,1	1300–1530	310–365
<i>Csirke</i>	14–16	5–25	< 0,1	610–1215	145–290
<i>Pulyka</i>	17–21	2–5	0,1–0,5	400–1150	105–280
<i>Galamb</i>	18–23	1–2	0,2–0,5	400–440	95–105
<i>Mezei nyúl</i>	20–23	0,9–5	0,1–0,5	480–560	115–130
<i>Szarvas</i>	18–22	1–5	0,2–0,5	440–525	105–125
<i>Őz</i>	21–23	0,7–6	0,2–0,5	440–560	105–130
<i>Vadhús (átl.)</i>	19–23	2–3	0,3	450–600	110–143
<i>Vaddisznó (átl.)</i>	22–22	2,4–9,3	0,2–0,5	460–600	110–162

Forrás: saját szerkesztés Winkelmayr, 2014 alapján

A vadon élő állatok húsának zsírtartalma jellemzően 1–5% között mozog, ami jelentősen alacsonyabb például a sertéshúsnál, ahol ez az érték akár 35–55% is lehet. Ennek következtében a vadhús energiatartalma is alacsonyabb, ami alkalmassá teszi különböző diéták – például kalóriaszegény vagy alacsony szénhidrát-tartalmú étrendek – alkalmazására. A szénhidrát-tartalom minden húsfajta esetében elenyésző, így ezen a téren nincs jelentős különbség a vadon élő és a tenyésztett állatok között. A vadhús minőségi értékét tovább növeli, hogy természetes körülmények között élő állatokból származik, így mentes az intenzív állattartás során alkalmazott antibiotikumoktól, hormonoktól és mesterséges takarmányozástól. Ez a tulajdonság különösen fontos a modern, egészségtudatos és környezettudatos fogyasztók számára. Emellett a vadhús előállítása rövidebb ellátási láncban történik, amely csökkenti a környezeti terhelést és hozzájárul a fenntartható élelmiszerfogyasztáshoz (*Hoffmann és Wiklund, 2006; Niewiadomska et al., 2021*). A legújabb kutatások szerint a vadhús nemcsak kedvező tápanyagprofilja miatt értékes, hanem a fogyasztói percepciók szempontjából is pozitív megítélés alá esik, különösen az egészségtudatos és fenntarthatóságra törekvő fogyasztók körében (*Ciobanu et al., 2023*). Ez a kettős – objektív és szubjektív – minőségi érték tovább erősíti a vadhús pozícióját a prémium élelmiszerek piacán. Összességében megállapítható, hogy a vadhús kedvezőbb tápanyag-összetétellel rendelkezik a legtöbb tenyésztett húsfajtához képest. Magas fehérjetartalma, alacsony zsír- és energiatartalma, valamint kedvező zsírsavprofilja révén jól illeszkedik a modern táplálkozási irányzatokhoz. A vadhús tehát nemcsak gasztronómiai különlegességként, hanem táplálkozás-élettani és fenntarthatósági szempontból is értékes élelmiszerként értelmezhető.

3.5 A gasztronómiai szakoktatás és a vadhús-technológia kapcsolódási pontjai a hazai képzési rendszerben

A vadhús gasztronómiai integrációja nem csupán marketing- vagy piaci kérdés, hanem alapvetően humán erőforrás-függő folyamat. A nemzetközi kutatások rámutatnak arra, hogy az alternatív és fenntartható fehérjeforrások piaci térnyerése szoros összefüggésben áll a konyhatechnológiai kompetenciák szintjével (*Harrington és Ottenbacher, 2013; Reynolds, 2020*). A fogyasztói bizalom kialakulásában meghatározó szerepet játszik a professzionális alapanyag-kezelés és a megfelelő technológiai tudás, amelyet elsősorban a képzési rendszerek biztosítanak. A fenntartható élelmiszerrendszerek fejlesztését célzó európai stratégiai dokumentumok (*Európai Bizottság, 2020*), valamint a fogyasztói attitűdöket vizsgáló kutatások (*Hartmann és Siegrist, 2017*) egyaránt hangsúlyozzák az edukáció szerepét az új típusú élelmiszerek elfogadottságában. A magyar szakképzési rendszer 2020-as átalakítása – a Szakmajegyzék bevezetése és a 2019. évi LXXX. törvény a szakképzésről – új alapokra helyezte a szakácsképzést. A jelenleg érvényes Képzési és Kimeneti

Követelmények (*Innovációs és Technológiai Minisztérium, 2026*) elméleti szinten rögzítik a vadfajták csoportosítását és a húsrészek technológiai felhasználását. Ugyanakkor több szakmai elemzés rámutat arra, hogy az oktatási segédanyagok jelentős része továbbra is a klasszikus, hosszú hőkezelést igénylő eljárásokat – például tűzdelés, pácolás, vadas készítése – részesíti előnyben. Ezt támasztja alá Nagy et al. (2025) elemzése is, amely szerint a szakácsképzésben jelentős tudástranszfer-problémák figyelhetők meg: a tananyagok nehezen követik a modern gasztronómiai trendeket és a kíméletesebb technológiák, például a sous-vide eljárás térnyerését. A szakképző intézmények tanműhelyeiben a vadhús feldolgozása ritkán válik rutinszerűvé. Ennek oka egyrészt a magas alapanyagköltség (ELÁBÉ), másrészt a központosított beszerzési rendszerek kötöttsége, amely korlátozza a vadhús közvetlen forrásból történő beszerzésének lehetőségét az állami intézmények számára (Nagy et al., 2025). A duális képzési modellben, ahol a tanulók jelentős része vendéglátóhelyeken szerzi gyakorlati tapasztalatait, a vadhús megjelenése jellemzően eseti jellegű. Amennyiben a képzőhely profiljában nem szerepel a vadételek készítése, a tanulók kompetenciái ezen a területen hiányosak maradnak, ami hosszabb távon befolyásolja a szakmai gyakorlatot és az étlapi kínálat alakulását (Kenderfi et al., 2022). A nemzetközi gyakorlat ezzel szemben integráltabb megközelítést alkalmaz. A németországi és ausztriai szakács-mesterképzésben a vadhús feldolgozása strukturált módon jelenik meg, gyakran kötelező vizsgakövetelményként. A képzések során a vadászati alapismeretek, a húsfeldolgozási technológiák és az élelmiszerbiztonsági előírások – különösen az Európai Parlament és a Tanács 852/2004/EK rendelete (*Európai Parlament és a Tanács, 2004*) – egységes rendszerben jelennek meg (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband, 2022). A kompetenciaalapú megközelítés célja, hogy a szakácsok ne csupán receptszinten, hanem technológiai és élelmiszerbiztonsági összefüggésekben is képesek legyenek értelmezni a vadhús feldolgozását. A hazai gyakorlatban e komplex szemlélet hiánya hozzájárul ahhoz a módszertani konzervativizmushoz, amely a vadhúst továbbra is nehéz, ünnepi alapanyagként kezeli. Ez a megközelítés korlátozza a vadhús mindennapi gasztronómiába való integrációját és közvetve hozzájárul alacsony fogyasztási szintjéhez. A legújabb kutatások szerint az oktatás kulcsszerepet játszik az élelmiszerfogyasztási innovációk elfogadásában, különösen az új vagy kevésbé ismert alapanyagok esetében (Kerins et al., 2020). A szakirodalmi áttekintés alapján megállapítható, hogy a vadhús gasztronómiai integrációja szoros összefüggésben áll a szakácsképzés tartalmi és módszertani sajátosságaival. A nemzetközi példák kompetenciaalapú, technológia-központú megközelítést alkalmaznak, míg a hazai képzési rendszerben a vadhús feldolgozása elsősorban elméleti szinten jelenik meg és korlátozott gyakorlati lehetőségekkel párosul. A szakirodalom rámutat arra, hogy a képzési hiányosságok hozzájárulhatnak a vadhús alacsony gasztronómiai jelenlétéhez, ugyanakkor ezen összefüggések empirikus vizsgálata a hazai környezetben még nem kellően feltárt. Ennek megfelelően indokolt a kérdés további vizsgálata primer kutatási módszerek alkalmazásával.

4 ANYAG ÉS MÓDSZER

4.1 A kutatási feladat lehatárolása

A kutatás középpontjában a vadhús gasztronómiai, piaci és társadalmi szerepének komplex vizsgálata áll. A vizsgálat célja a magyar fogyasztók vadhúshoz való viszonyának feltárása, valamint annak elemzése, hogy milyen tényezők befolyásolják a termék hozzáférhetőségét, fogyasztói megítélését és népszerűségét. Emellett kiemelt cél volt annak vizsgálata is, hogy a vadhús milyen potenciállal rendelkezik a hazai gasztronómiai kínálat bővítésében, illetve hogyan járulhat hozzá a fenntartható élelmiszerfogyasztás előmozdításához.

A kutatás során a vadhús fogyasztásának kérdésköre több szempontból került vizsgálatra, figyelembe véve a kulturális hagyományokat, a jelenlegi piaci környezetet és a fogyasztói magatartást. Ennek megfelelően a vizsgálat az alábbi fő kutatási területekre irányult:

- a vadhús történeti és kulturális jelentőségének feltárása;
- a vadhús szerepének vizsgálata a modern gasztronómiában;
- a fogyasztói attitűdök, preferenciák és árérzékenység elemzése;
- a piaci lehetőségek és korlátozó tényezők azonosítása;
- valamint a fogyasztás ösztönzésének lehetséges eszközei, különös tekintettel a fiatalabb generációk elérésére.

A kutatási célok ilyen jellegű lehatárolása lehetővé teszi, hogy a vizsgálat egyszerre nyújtson elméleti és gyakorlati szempontból is releváns eredményeket.

4.2 A kutatás módszertani megközelítése

A kutatás célkitűzéseinek megvalósítása érdekében több módszer együttes alkalmazására került sor. A vizsgálat kvantitatív és kvalitatív elemeket egyaránt tartalmazott, amely lehetővé tette a vadhús fogyasztás többdimenziós értelmezését. A kutatás fő módszertani pillérei az alábbiak voltak:

- étlapelemzés a vendéglátóipari kínálat vizsgálatára;
- kérdőíves felmérés a fogyasztói attitűdök és szokások feltárására;
- kvalitatív mélyinterjúk a szakmai tapasztalatok elemzésére;
- statisztikai elemzések a kvantitatív adatok feldolgozására;
- valamint szekunder adatok feldolgozása a piaci trendek vizsgálatához.

A különböző módszerek kombinációja lehetővé tette, hogy a vadhús fogyasztás jelensége ne kizárólag egyetlen nézőpontból, hanem integrált módon kerüljön vizsgálatra.

4.3 Vizsgálati minta és adatgyűjtés

4.3.1 Étlapelemzés (kvantitatív és kvalitatív)

A kutatás egyik meghatározó eleme az éttermi kínálat vizsgálata volt, különös tekintettel a vadhúsos ételek jelenlétére. Az étlapelemzés módszere alkalmas a vendéglátóhelyek kínálatának objektív feltárására, mivel közvetlenül a piaci kínálatot elemzi.

Az adatgyűjtés során összesen 1360 magyarországi étterem online elérhető étlapja került feldolgozásra. A mintába minden olyan vendéglátóegység bekerült, amely rendelkezett nyilvánosan hozzáférhető étlappal.

Az elemzés során két fő dimenzió került vizsgálatra:

- kvantitatív szempontból a vadhúsos fogások előfordulási gyakorisága;
- kvalitatív szempontból az ételmegnevezések, leírások és árképzés jellemzői.

A módszer előnye, hogy valós piaci kínálaton alapul, ugyanakkor korlátozza, hogy nem nyújt közvetlen információt a fogyasztói döntésekről.

A módszertani megközelítés egyik fontos sajátossága, hogy az étlapelemzés egyszerre biztosít széleskörű és mélyreható vizsgálati lehetőséget. A vizsgálat szélességét a nagy elemszám (N=1360) és az országos lefedettség adja, amely lehetővé teszi a hazai vendéglátóipari kínálat átfogó feltérképezését, valamint a területi különbségek azonosítását. Ezzel párhuzamosan az elemzés mélységét az jelenti, hogy a vizsgálat nem korlátozódott kizárólag a vadhúsos ételek jelenlétének számszerűsítésére, hanem kiterjedt azok típusaira, megnevezéseire, nyelvi megjelenítésére és árképzési sajátosságaira is. Ez lehetővé tette a kínálati struktúra kvalitatív értelmezését, valamint a gasztronómiai trendek mélyebb feltárását. A szélesség és mélység együttes alkalmazása hozzájárult ahhoz, hogy az étlapelemzés ne csupán leíró jellegű eredményeket szolgáltatson, hanem értelmezhető képet adjon a vadhús hazai gasztronómiai pozíciójáról is.

4.3.2 Kérdőíves felmérés (kvantitatív)

A kvantitatív kutatás másik fő pillére egy online kérdőív volt, amely a vadhús fogyasztási szokásait, hozzáférhetőségét és attitűdjeit vizsgálta. Az adatfelvétel 2025 januárja és májusa között zajlott. A kérdőívet összesen 714 fő töltötte ki. A mintavétel kényelmi jellegű volt, így nem tekinthető reprezentatívnak, ugyanakkor alkalmas a főbb tendenciák feltárására. A kérdőív zárt és részben nyitott kérdéseket tartalmazott, amelyek lehetővé tették a statisztikai elemzést és az attitűdök vizsgálatát.

A kérdőíves felmérés módszertani sajátossága, hogy elsősorban a vizsgálat szélességét biztosítja. A viszonylag nagy elemszám (N=714) lehetővé tette a fogyasztói attitűdök, szokások és preferenciák széles körű feltérképezését, valamint a különböző társadalmi csoportok közötti összehasonlítást. A módszer mélysége ugyanakkor korlátozottabb, mivel a strukturált kérdések elsősorban előre definiált válaszkategóriák mentén rögzítik a fogyasztói véleményeket. Ennek ellenére a statisztikai elemzések – különösen az összefüggésvizsgálatok – lehetővé tették a háttérben meghúzódó mintázatok és kapcsolatok feltárását, amelyek hozzájárultak a vadhúsfogyasztás komplexebb értelmezéséhez.

4.3.3 Mélyinterjúk (kvalitatív)

A kvalitatív kutatás során 20 interjú készült két célcsoporttal: 10 séffel és 10 szakácsképzésben oktató szakemberrel.

Az interjúk félig strukturált formában zajlottak, személyesen és online módon. Az anonimitás biztosítása érdekében a résztvevők kódolva szerepelnek (I1–I20). Az adatok feldolgozása tematikus elemzéssel történt, amely lehetővé tette a visszatérő mintázatok és problémák azonosítását.

A kvalitatív mélyinterjúk módszertani szempontból elsősorban a vizsgálat mélységét biztosítják. Az interjúk lehetővé tették a vadhús feldolgozásával, vendéglátóipari alkalmazásával és oktatásával kapcsolatos tapasztalatok részletes feltárását, valamint a szakmai attitűdök és döntési mechanizmusok mélyebb megértését. A módszer szélessége ugyanakkor korlátozottabb, mivel a kisebb elemszám (N=20) nem teszi lehetővé az eredmények statisztikai általánosítását. Ugyanakkor a célzott mintavétel révén biztosított volt a releváns szakmai tapasztalatok bevonása, amely hozzájárult a kvantitatív eredmények értelmezéséhez és árnyalásához.

4.3.4 Statisztikai elemzések (SPSS, Microsoft Excel)

Az adatok feldolgozása SPSS és Microsoft Excel programok segítségével történt.

Az alkalmazott módszerek:

- leíró statisztika a minta jellemzésére;
- keresztábla-elemzés az összefüggések feltárására;
- Kruskal–Wallis próba csoportok összehasonlítására;
- Spearman-féle rangkorreláció a változók közötti kapcsolat vizsgálatára.

A statisztikai elemzések lehetővé tették a hipotézisek megbízható tesztelését.

4.4 A módszertani megközelítés indoklása és korlátai

Az értekezés módszertani keretének kialakítása során alapvető szempont volt a vadhús gasztronómiai, piaci és társadalmi szerepének komplex, rendszerszintű vizsgálata. Ennek megfelelően a kutatás vegyes módszertani megközelítésre épült, amely a kvantitatív és kvalitatív eljárások kombinációját alkalmazta. Ez a megközelítés lehetővé tette, hogy a vadhúsfogyasztás jelensége ne kizárólag számszerűsíthető adatok mentén, hanem a mögöttes motivációk, szakmai tapasztalatok és intézményi gyakorlatok figyelembevételével kerüljön értelmezésre.

A kvantitatív adatgyűjtési szakasz – különösen a kérdőíves felmérés – a fogyasztói attitűdök, preferenciák és beszerzési szokások feltárását szolgálta. A nagy elemszám lehetővé tette a főbb tendenciák és összefüggések azonosítását, valamint a hipotézisek statisztikai módszerekkel történő vizsgálatát. Ugyanakkor fontos kiemelni, hogy a kvantitatív módszerek elsősorban általános mintázatok feltárására alkalmasak és korlátozottan képesek a jelenségek mélyebb, kontextuális értelmezésére.

Ezzel párhuzamosan a kvalitatív módszerek – különösen a mélyinterjúk – alkalmazása lehetőséget biztosított a vadhús feldolgozásával, vendéglátóipari alkalmazásával és oktatásával kapcsolatos szakmai tapasztalatok részletes feltárására. A séfekkel és oktatókkal készített interjúk olyan gyakorlati ismereteket és problématerületeket tártak fel, amelyek kvantitatív eszközökkel nehezebben vizsgálhatók. A kvalitatív megközelítés különösen alkalmasnak bizonyult a szakmai attitűdök, döntési mechanizmusok és strukturális hiányosságok azonosítására.

A kutatás során alkalmazott módszertani trianguláció – vagyis a különböző adatforrások és elemzési módszerek együttes alkalmazása – jelentősen növelte az eredmények érvényességét és megbízhatóságát. A kvantitatív és kvalitatív eredmények összevetése lehetővé tette az egyes megállapítások megerősítését, valamint a különböző nézőpontok integrált értelmezését. Ez a

megközelítés különösen indokolt egy olyan komplex terület vizsgálata esetében, ahol a keresleti és kínálati tényezők, valamint az oktatási rendszer szerepe szoros kölcsönhatásban áll egymással.

Mindazonáltal a választott módszertani keret bizonyos korlátokkal is rendelkezik. A kérdőíves felmérés nem reprezentatív jellege korlátozza az eredmények teljes körű általánosíthatóságát, míg a kvalitatív interjúk kisebb elemszáma és a célzott mintavétel szintén befolyásolhatja az eredmények értelmezését. Emellett az étlapelemzés szezonális és időbeli sajátosságai is hatással lehetnek a vizsgált kínálati struktúrára.

Összességében megállapítható, hogy a módszertani megközelítés erőssége a komplexitásban és az integrált szemléletben rejlik. A különböző módszerek együttes alkalmazása lehetővé tette a vadhús fogyasztás többdimenziós vizsgálatát, hozzájárulva a jelenség mélyebb és árnyaltabb értelmezéséhez.

4.4.1 *Étlapelemzés kvantitatív felmérés*

A kutatás egyik fő iránya az éttermi kínálat vizsgálata volt, különös tekintettel a vadhúsos ételek jelenlétére. Az étlapelemzés megfelelő módszernek bizonyult, mivel az éttermi kínálat jól tükrözi az adott vendéglátóhely gasztronómiai irányvonalát, valamint az alkalmazott alapanyagok és ételtípusok preferenciáit. Az étlapok elemzése a vendéglátás kutatásában bevett módszer, amely lehetővé teszi a kínálati struktúrák és termékösszetétel vizsgálatát (Taylor 2007). Az étlapelemzés módszertani szempontból azért indokolt, mert lehetőséget biztosít a kínálati oldal objektív vizsgálatára, ugyanakkor a tartalmi elemek értelmezésén keresztül kvalitatív következtetések levonását is lehetővé teszi. Ezáltal a módszer egyszerre alkalmas számszerűsíthető adatok gyűjtésére és a gasztronómiai kommunikáció mélyebb elemzésére. Az elemzés során azok a magyarországi éttermek kerültek be a mintába, amelyek esetében elérhető volt az online étlap. Összesen 1360 étterem adatainak feldolgozása történt meg, amely országos szinten megfelelő alapot biztosított a következtetések levonásához.

A vizsgálat során két fő elemzési dimenzió került alkalmazásra:

- kvantitatív oldalról a vadhúsos fogások előfordulási gyakorisága és aránya az étlap egészéhez viszonyítva,
- kvalitatív oldalról az ételmegnevezések nyelvi jellemzői, a leírások stílusa, valamint az árképzési megoldások vizsgálata.

A tartalomelemzés módszere strukturált keretet biztosít a szöveges elemek rendszerezett és összehasonlítható vizsgálatához, amely lehetővé teszi a mintázatok és jelentéstartalmak feltárását (Columbia University Mailman School of Public Health é.n.). Az étlapelemzés módszerének előnye, hogy valós piaci kínálaton alapul, így torzításmentes képet ad a vendéglátóhelyek gyakorlatáról. Ugyanakkor korlátja, hogy nem nyújt közvetlen információt a fogyasztói döntésekről, ezért a keresleti oldal vizsgálatához további módszerek alkalmazása szükséges.

A kutatás egyik célja a vadhúsból készült ételek hazai éttermi kínálatban való megjelenési mértékének és formáinak feltérképezése volt. Az elemzés során a magyarországi éttermek online elérhető étlapjai kerültek vizsgálatra, különös tekintettel a vadhúsos ételek előfordulására, típusaira és árfekvésére. Az adatgyűjtés az éttermek nyilvánosan elérhető étlapjai alapján történt és összesen 1360 étterem került bevonásra a vizsgálatba. A mintába minden olyan vendéglátóegység bekerült (pl. étterem, csárda, bisztró), amely rendelkezett online elérhető étlappal. Az elemzés során rögzítésre került, hogy az adott étterem kínál-e vadételt, valamint ezek száma, típusa és árfekvése.

Az adatok feldolgozása lehetővé tette a területi különbségek feltárását és a vadgasztronómiai kínálat összehasonlító vizsgálatát. A mintavétel során alkalmazott online elérhetőségi szempont bizonyos fokú szelektivitást jelent, ugyanakkor a vizsgált 1360 étterem volumene már alkalmas a területi tendenciák reprezentatív jellegű felvázolására a hazai vendéglátóipiacon.

4.5 Vizsgálati minta és adatgyűjtés – kérdőíves kvantitatív felmérés

A kvantitatív kutatás másik fő pillére egy online kérdőív volt, amely a vadhús fogyasztási gyakoriságát, hozzáférhetőségét, attitűdjeit és az érzékenységet vizsgálta. A kérdőíves adatfelvétel online formában, önkitöltős módszerrel valósult meg. A kérdőív terjesztése közösségi médiafelületeken (pl. Facebook csoportok), valamint személyes és szakmai kapcsolati hálón keresztül valósult meg, így a minta kényelmi mintavételnek tekinthető. Az adatgyűjtés 2025. január és május között zajlott. A válaszadás önkéntes és anonim módon történt, amely hozzájárult az őszinte vélemények megfogalmazásához. A kérdőívet összesen 714 fő töltötte ki. A kérdések zárt, illetve részben nyitott formátumban kerültek kialakításra. A válaszadók széles társadalmi és demográfiai háttérrel rendelkeztek, ami lehetőséget teremtett különböző szempontok összehasonlítására is. A minta főbb demográfiai jellemzőit az 5. táblázat szemlélteti.

5. táblázat: Demográfiai jellemzők

Nemek aránya	Lakóhely szerint	Életkor szerint
72,2% nő	49,6% kisváros	2,2% (18 év alatt)
27,5% férfi	25,2% nagyváros	12,0% (18-30 év)
0,3% nem adta meg	25,2% község	43,8% (31-50 év)
		42,0% (51 év felett)

Forrás: Saját szerkesztés, 2025 (n=714)

A válaszadók önkéntes alapon vettek részt a kutatásban, ebből adódóan a minta nem tekinthető reprezentatívnak. Ugyanakkor a több mint 700 kitöltő megfelelő alapot nyújt a vadhús fogyasztási szokásaival kapcsolatos tendenciák és összefüggések azonosításához. A minta összetétele fontos értelmezési szempont: a válaszadók több mint kétharmada nő volt, ami a fogyasztói attitűdök értékelése során torzítást eredményezhet. Ez különösen releváns, mivel a korábbi kutatások szerint a nők élelmiszerfogyasztási szokásai sok esetben eltérnek a férfiakétól. Az életkor szerinti megoszlás alapján a 31–50 év közötti korosztály dominanciája figyelhető meg, amely valószínűsíthetően a munkaerőpiacon aktív, stabil jövedelemmel rendelkező fogyasztói réteget jelenti. Ezzel szemben a fiatalabb (18–30 év) korosztály alulreprezentált, ami korlátozhatja a generációs különbségekre vonatkozó következtetéseket. Összességében a kérdőív eredményei elsősorban irányadó tendenciákat jeleznek, ugyanakkor megbízható alapot biztosítanak a fogyasztói mintázatok és összefüggések feltárásához.

4.5.1 Statisztikai elemzési eljárások

A kérdőív zárt kérdéseket tartalmazott, amelyek kvantitatív módszerekkel kerültek elemzésre. Az adatok feldolgozása SPSS és Microsoft Excel szoftverek alkalmazásával történt. Az SPSS a statisztikai elemzések egyik legelterjedtebb eszköze, amely biztosította a komplex összefüggésvizsgálatok precizitását. Az adatok elemzése során többféle statisztikai módszer került alkalmazásra. A leíró statisztikai módszerek lehetővé tették a demográfiai adatok eloszlásának, valamint a válaszok százalékos megoszlásának meghatározását, amely alapul szolgált a további összefüggésvizsgálatokhoz.

Az összefüggések vizsgálata hipotézisek tesztelésével történt:

Kruskal–Wallis próba segítségével az életkor és a fogyasztási szokások, valamint a prémium ár fizetési hajlandóság közötti különbségeket elemeztem. Ez a nem paraméteres eljárás alkalmas több csoport összehasonlítására olyan esetekben, amikor az adatok mérési skálája vagy eloszlása nem teszi lehetővé a paraméteres próbák alkalmazását.

Spearman-féle rangkorrelációt alkalmazásra került a vadhús hozzáférhetősége és a fogyasztási gyakoriság közötti kapcsolat vizsgálatára, amely lehetővé teszi a monoton összefüggések feltárását rangsorolt (ordinális) változók esetében.

A statisztikai eredmények szemléltetésére vizuális elemzések (diagramok, táblázatok) is készültek, amelyek hozzájárultak az adatok közérthető bemutatásához és a tendenciák azonosításához. Az alábbi táblázat (6. táblázat) összefoglalja a kutatás során alkalmazott főbb statisztikai eljárásokat, a vizsgált változókat, valamint az ezekhez kapcsolódó kutatási célkitűzéseket és hipotéziseket.

6. táblázat: Alkalmazott statisztikai módszerek és kapcsolódó kutatási kérdések

Statisztikai módszer	Vizsgált változók	Indoklás	Kapcsolódó célkitűzés/hipotézis
Leíró statisztika és keresztábla-elemzés	Demográfiai jellemzők, lakóhely, fogyasztási gyakoriság, beszerzési források	Az alapsokaság jellemzőinek és a válaszok megoszlásának bemutatása	Alap a további elemzésekhez, a fogyasztói bázis leírása
Kruskal–Wallis teszt	Életkor × fogyasztási szokások	Nem paraméteres próba több csoport összehasonlítására	C2, H3: generációs különbségek a fogyasztásban
Spearman-korreláció	Hozzáférhetőség × fogyasztási gyakoriság	Monoton kapcsolat vizsgálata rangsorolt változóknál	C3, H2: elérhetőség hatása a fogyasztásra
Kruskal–Wallis próba	Életkor × prémium ár fizetési hajlandóság	Csoportok közötti különbségek vizsgálata nem paraméteres módszerrel	C4, H4: fenntarthatóság és prémium árhoz való viszony

Forrás: Saját szerkesztés, 2025

4.5.2 *Mélyinterjúk*

A kvalitatív kutatás során az az interjúalanyok két különböző szakmai csoportból kerültek kiválasztásra. Az interjúk készítése személyes és online formában történt. A válaszadók kérésének megfelelően az interjúalanyok anonimitása biztosítva volt, ezért nevüket és azonosításra alkalmas adataikat a dolgozatban nem kerülnek közlésre. Az anonimitás biztosítása érdekében a résztvevők kódokkal lettek jelölésre (I1–I20), így személyazonosításra alkalmas adat nem kerül közlésre (7. táblázat). Az interjúk során gyűjtött információk kizárólag kutatási célokat szolgálnak. Az interjúalanyokat célzott mintavétellel kerültek kiválasztásra.

Az első csoportot tíz séf alkotta (N=10), akik olyan éttermekben dolgoznak, ahol a vadhús már jelen van a kínálatban, vagy ahol a vezetés nyitott a jövőbeni bevezetésének lehetőségére. Az éttermek kiválasztása során cél volt, hogy különböző gasztronómiai irányvonalat képviselő egységek kerüljenek a mintába, ezáltal biztosítva a sokszínű szakmai rálátást.

A második csoportot tíz szakácsképzésben részt vevő oktató alkotta (N=10). Ide olyan pedagógusok tartoztak, akik a hazánkban 2020 óta megújított szakképzési rendszer keretében működő középfokú szakácsiskolákban, illetve technikumokban tanítanak. Mivel ezek az intézmények kulcsszerepet játszanak a jövő vendéglátó szakembereinek képzésében, az itt oktató tanárok véleménye fontos információkat nyújtott a vadhús gasztronómiai szerepének oktatási aspektusairól.

Az interjúk során rögzített válaszokat tematikus elemzés segítségével kerültek feldolgozásra. A válaszok főbb témakörök szerint kerültek kategorizálásra, majd az elemzés során azonosításra kerültek a leggyakrabban említett problémák, kihívások és lehetőségek. Az induktív kódolás módszerével az adatokból kiindulva azonosításra kerültek a visszatérő témákat és motívumokat. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy az elemzés során a kutató ne előre meghatározott kategóriák szerint dolgozzon, hanem az adatokban rejlő mintázatokból építse fel a kódstruktúrát (Braun és Clarke 2006; Saldaña 2013).

A kvalitatív adatok elemzéséhez emellett tartalomelemzés is alkalmazásra került, amely során a leggyakrabban előforduló kifejezések és szóhasználat lett vizsgálva. Az elemzés hozzájárult a séfek és oktatók szakmai nyelvhasználatának és attitűdjeinek feltérképezéséhez. A válaszok tematikus csoportosítása révén feltárhatók voltak a különböző összefüggések, amelyek mélyebb betekintést nyújtottak a vadhús fogyasztásával és oktatásával kapcsolatos szakmai diskurzusokba.

Az interjúk lehetőséget biztosítottak arra, hogy a kutatás ne csupán statisztikai adatokra, hanem a résztvevők gyakorlati tapasztalataira és személyes szakmai megállapításaira is épüljön. A válaszok alapján jól kirajzolódtak azok a tényezők, amelyek a vadhús gasztronómiai megítélését, felhasználását és oktatási szerepét jelenleg leginkább befolyásolják. Emellett az interjúk során több olyan szempont és vélemény is megjelent, amelyek árnyaltabb képet adtak a témával kapcsolatos szakmai gondolkodásról.

7. táblázat: Az interjúalanyok jellemzői

Kód	Beosztás	Intézménytípus	Interjú módja	Interjú időpontja
I1	séf	étterem	online	2025. január
I2	séf	étterem	online	2025. január
I3	séf	étterem	személyes	2025. február
I4	séf	étterem	online	2025. január
I5	séf	étterem	személyes	2025. március
I6	séf	étterem	online	2025. február
I7	séf	étterem	személyes	2025. március
I8	séf	étterem	online	2025. január
I9	séf	étterem	személyes	2025. április
I10	séf	étterem	online	2025. január
I11	oktató	szakképzés	személyes	2025. január
I12	oktató	szakképzés	személyes	2025. március
I13	oktató	szakképzés	személyes	2025. április
I14	oktató	szakképzés	online	2025. május
I15	oktató	szakképzés	személyes	2025. május
I16	oktató	szakképzés	online	2025. április
I17	oktató	szakképzés	személyes	2025. május
I18	oktató	szakképzés	online	2025. február
I19	oktató	szakképzés	személyes	2025. február
I20	oktató	szakképzés	online	2025. március

Forrás: Saját szerkesztés, 2026

4.6 Kutatási limitáció

A kutatás során több olyan korlátozó tényező merült fel, amelyek befolyásolták az adatgyűjtés lehetőségeit és az eredmények értelmezését. A vadhús kiskereskedelmi értékesítésének pontos feltérképezése érdekében több szervezet felé is adatigénylés történt, azonban ezek jelentős része elutasításra került. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) nem rendelkezik a vadhús kiskereskedelmi forgalmára vonatkozó részletes adatokkal, míg egyes piaci szereplők – például húsfeldolgozó és kereskedelmi vállalatok – üzletpolitikai okokra hivatkozva nem biztosítottak információt. Ez az adathiány korlátozta a vadhús hazai piaci pozíciójának pontos meghatározását, különösen a kiskereskedelmi értékesítési arányok, a fogyasztói hozzáférhetőség és a keresleti trendek vizsgálata szempontjából. Ennek következtében a fogyasztói oldalon tapasztalt akadályok – például az érzékenység vagy a hozzáférhetőség hiánya – és a piaci kínálati korlátok közötti összefüggések pontos megítélése is korlátozottá vált. Az adathiány részleges kezelésére egy kiskereskedelmi vállalat aggregált adatokat biztosított a vadhús forgalmazásáról, azonban ezek nem tartalmaztak részletes bontást az egyes értékesítési csatornák között, ami tovább korlátozta a piac mélyebb elemzését. Összességében a kutatás eredményei elsősorban tendenciák feltárására alkalmasak, a piaci viszonyok teljes körű értelmezéséhez azonban további, részletesebb adatok bevonása szükséges.

5 EREDMÉNYEK

5.1 Piaci helyzet és fogyasztói trendek vizsgálata az adatbázisok elemzése alapján

A vadhús gasztronómiai és piaci szerepének mélyebb megértéséhez elengedhetetlen a keresleti és kínálati viszonyok, valamint a fogyasztói trendek alakulásának vizsgálata. A piac működését meghatározó tényezők – így különösen az ár, az elérhetőség, a fogyasztói preferenciák és az értékesítési csatornák – dinamikusan változnak és együttesen határozzák meg a vadhús piaci pozícióját (*Borgogno et al. 2015*). A hazai piacon a vadhús iránti kereslet továbbra is elmarad a hagyományos húsfélékhez képest. A szakirodalmi és empirikus eredmények egyaránt arra utalnak, hogy a vásárlási döntéseket elsősorban az ár, a fizikai és percepcióhoz hozzáférhetőség, valamint a termékkel kapcsolatos ismeretek hiánya befolyásolja (*Gyurcsó et al. 2022*). Ezzel szemben nemzetközi szinten – különösen az ökotudatos és egészségtudatos fogyasztói szegmensekben – a vadhús iránti érdeklődés növekvő tendenciát mutat (*Leroy és Praet 2015*), ami arra utal, hogy a termékben jelentős, jelenleg kiaknázatlan piaci potenciál rejlik. A magyar piacon elérhető főbb vadhúsfajták közé tartozik a vaddisznó, a szarvas, az őz, a dämvad, a muflon és a fácán, amelyek különböző formákban – frissen, fagyasztva vagy feldolgozott termékként – jelennek meg. A kínálat azonban strukturálisan korlátozott és a fogyasztók számára nem minden termék egyformán ismert vagy hozzáférhető, ami hozzájárul a fogyasztás alacsony szintjéhez. A piaci akadályok feltérképezése érdekében a kutatás során elemzésre kerültek a hazai vadhús felvásárlási trendek is az Országos Vadgazdálkodási Adattár adatai alapján (8. táblázat). Az adatok alapján megfigyelhető, hogy a COVID-19 világjárvány jelentős visszaesést eredményezett a piaci volumenekben, különösen a 2020-as és 2021-es időszakban.

8. táblázat: Országos felvásárolt mennyiség

2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024
10 891 226 kg	7 997 898 kg	10 644 932 kg	10 002 415 kg	10 414 806 kg

Forrás: saját szerkesztés Országos Vadgazdálkodási Adattár, Gödöllő, 2025 alapján

A járványhelyzetet követően a piac fokozatos stabilizálódása figyelhető meg, azonban a legfrissebb adatok alapján a pandémia előtti szint teljes visszaállása még nem történt meg. Ez arra utal, hogy a vadhúspiac regenerációja lassabb ütemű, mint más élelmiszerpiaci szegmenseké. A kereslet csökkenése mögött nem kizárólag gazdasági tényezők állnak, hanem a fogyasztói szokások átalakulása is szerepet játszik. A vendéglátóipari forgalom visszaesése, a háztartási

fogyasztás szerkezetének változása, valamint az érzékenység erősödése egyaránt hozzájárultak a piac átalakulásához. A piaci folyamatok részletesebb feltárása érdekében egy hazai forgalmazó, a Kedvenc Kereskedőház Zrt. adatai is elemzésre kerültek, amely esettanulmány jelleggel egészíti ki az ágazati szintű statisztikákat. A 2019–2024 közötti időszak vizsgálata jelentős ingadozást mutat a forgalomban, amely jól követi a makrogazdasági és ágazati változásokat. A 2020–2021-es visszaesés a vendéglátóipari korlátozásokkal magyarázható, míg a 2022-es növekedés a piac részleges helyreállítását jelzi. A későbbi időszakban tapasztalható enyhe csökkenés arra utal, hogy a piac stabilizálódása még nem tekinthető lezártnak.

Összességében megállapítható, hogy a vadhúspiac alakulását több, egymással kölcsönhatásban álló tényező határozza meg. Az árak emelkedése, a fogyasztói preferenciák változása, a logisztikai kihívások és a kínálati korlátok egyaránt befolyásolják a kereslet alakulását. Emellett a vadhús szezonális jellege és korlátozott elérhetősége további strukturális akadályt jelent a piac bővülésében. A bemutatott tendenciák egyértelműen alátámasztják, hogy a vadhús piaci fejlesztése csak komplex, a keresleti és kínálati tényezőket egyaránt figyelembe vevő megközelítés mentén valósítható meg.

5.1.1 Strukturált piaci elemzések

A vadhúspiac értékelésére a szakirodalomban gyakran alkalmazott módszer a SWOT-elemzés, amely a belső (erősségek, gyengeségek) és külső (lehetőségek, veszélyek) tényezők rendszerezett áttekintését teszi lehetővé. Komarek és Tóth (2018) tanulmányában a magyar vadhúspiacra vonatkozóan egy ilyen strukturált elemzés is megjelenik, amely jól szemlélteti az ágazat jelenlegi helyzetét. Az elemzés alapján az ágazat erősségei közé tartozik a széles körű termelési háttér, amely biztosítja a vadhúsellátás alapját, továbbá a kiépített műszaki infrastruktúra és a feldolgozásban részt vevő szakemberek szakmai felkészültsége. Jelentős tényező a működő felvásárlói hálózat, valamint a kialakult élelmiszerbiztonsági rendszer, amely garantálja a termékek minőségét és nyomon követhetőségét. A gyengeségek között megjelenik a technológiai fejlettség területi egyenlőtlensége, a kapacitások nem optimális kihasználása, valamint a forráshiány, amely korlátozza a fejlesztési lehetőségeket. További problémát jelent a magas logisztikai költségszint és a koordinált marketingtevékenység hiánya, ami akadályozza a vadhús szélesebb körű hazai elterjedését. A lehetőségek között kiemelhető a fenntartható és egészségtudatos táplálkozás iránti növekvő kereslet, amely kedvező feltételeket teremthet a vadhús piaci pozíciójának erősítéséhez. Emellett a támogatási rendszerek, fejlesztési pályázatok,

valamint a tudatos fogyasztói attitűdök erősödése is új növekedési irányokat nyithat meg az ágazat számára. A veszélyek között a nemzetközi piacokon tapasztalható túlkínálat és az árverseny emelhető ki, amely nyomást gyakorolhat a hazai termelőkre. További kihívást jelent a kereslet ingadozása, valamint a farmon nevelt, alacsonyabb árkategóriájú vadhús importjának növekedése. Emellett a hazai fogyasztók árérzékenysége is korlátozhatja a prémium termékek – köztük a vadhús – piaci térnyerését.

5.1.2 A vadhúspiacek stratégiai értékelése SWOT-elemzés alapján

A kutatás során feltárt eredmények, valamint a feldolgozott hazai és nemzetközi szakirodalom alapján a magyar vadhúspiacek helyzete SWOT-elemzés segítségével jól rendszerezhető. Az elemzésem célja a piacek belső adottságainak és külső környezeti tényezőinek áttekintése, valamint a lehetséges fejlesztési irányok megalapozása. A vadhús piacek pozícióját több jelentős erősség támogatja. Ide tartozik a termék mélyen gyökerező gasztronómiai hagyománya, valamint kedvező táplálkozás-élettani tulajdonságai, különösen az alacsony zsírtartalom és a magas biológiai értékű fehérjetartalom. Magyarország kedvező vadállománya stabil alapot biztosít az ellátáshoz, miközben a vadhús fenntarthatóbb alternatívát jelent az intenzív állattenyésztéssel szemben. A termék prémium kategóriába sorolható, ami elsősorban a magas színvonalú vendéglátásban és a nemzetközi piacokon jelenik meg növekvő kereslettel. A gyengeségek között kiemelhető a vadhús viszonylag magas ára, amely részben a feldolgozási és logisztikai sajátosságokból fakad.

A fogyasztók körében alacsony az ismertség és gyakran előítéletek kapcsolódnak a termékhez, különösen az elkészítés nehézségével és ízvilágával kapcsolatban. További problémát jelent a korlátozott kiskereskedelmi elérhetőség, valamint az éttermi kínálat viszonylagos egyhangúsága. A szakmai utánpótlás szempontjából hiányosságként jelenik meg, hogy a vadhús feldolgozásának és elkészítésének oktatása kevésbé hangsúlyos. A lehetőségek között meghatározó a fenntartható és egészségtudatos táplálkozási trendek erősödése, amelyek kedvező piacek környezetet teremtenek a vadhús számára. A gasztroturizmus fejlődése és a tematikus rendezvények növekvő népszerűsége szintén hozzájárulhat a termék ismertségének növeléséhez. A nemzetközi prémium piacek bővülése, valamint a célzott marketingkommunikáció és az edukáció további fejlődési lehetőségeket kínálnak. Emellett az innovatív termékfejlesztés és a kiskereskedelmi jelenlét erősítése is hozzájárulhat a fogyasztói kör bővítéséhez. A veszélyek között az ipari húsok alacsonyabb ára és szélesebb körű elérhetősége emelhető ki, amely jelentős versenyhátrányt okozhat. A vadászat társadalmi megítélése, valamint az ezzel kapcsolatos etikai kérdések szintén

befolyásolhatják a fogyasztói attitűdöket. További kockázatot jelenthetnek a szabályozási környezet változásai, valamint a gasztronómiai trendek átalakulása. A vendéglátóipar gazdasági bizonytalansága és a fiatalabb generációk eltávolodása a hagyományos vadételektől hosszabb távon szintén hatással lehet a kereslet alakulására (9. táblázat).

9. táblázat: A magyar vadhús piac SWOT elemzése

Erősségek (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> - Hagyomány és gasztronómiai érték - Egészségesebb, alacsony zsírtartalom - Megfelelő vadállomány - Fenntartható húsforrás - Prémium kategória, fine dining lehetőség - Növekvő nemzetközi kereslet
Gyengeségek (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> - Magas ár - Alacsony ismertség, előítéletek - Korlátozott elérhetőség - Kevés innováció az éttermekben - Oktatás hiánya - Szabályozási és szezonális nehézségek
Lehetőségek (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> - Fenntartható táplálkozási trend - Gasztroturizmus és fesztiválok - Nemzetközi prémium kereslet - Marketing és edukáció - Innovatív vadételek - Kiskereskedelmi terjeszkedés
Veszélyek (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> - Ipari húsok alacsonyabb ára - Vadászat megítélése - Szigorúbb szabályozás - Gasztronómiai trendek változása - Vendéglátóipar bizonytalansága - Fiatal generáció eltávolodása

Forrás: saját szerkesztés a feldolgozott szakirodalom alapján, 2025

A SWOT-elemzés alapján megállapítottam, hogy a magyar vadhúspiac jelentős fejlődési potenciállal rendelkezik, ugyanakkor a bővülés feltétele a fogyasztói tudatosság növelése, a hozzáférhetőség javítása és a piaci szereplők közötti együttműködés erősítése. A kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a vadhús szélesebb körű elterjedése elsősorban célzott marketingkommunikációs eszközökkel, edukációval és a gasztronómiai innováció támogatásával érhető el.

5.1.3 A vadhúspiac makrokörnyezeti elemzése STEEPLE – modell segítségével

A SWOT-elemzés alapján megállapítható, hogy a magyar vadhúspiac jelentős fejlődési potenciállal rendelkezik, ugyanakkor a bővülés feltétele a fogyasztói tudatosság növelése, a hozzáférhetőség javítása és a piaci szereplők közötti együttműködés erősítése. A kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a vadhús szélesebb körű elterjedése elsősorban célzott marketingkommunikációval, edukációval és a gasztronómiai innováció támogatásával érhető el.

A vadhúspiac makrokörnyezeti tényezői a STEEPLE-modell segítségével rendszerezhetők. Az elemzés célja azon külső hatások azonosítása, amelyek befolyásolják a vadhús iránti keresletet, a feldolgozást és a piaci lehetőségeket.

Társadalmi tényezők (Social)

A tudatos táplálkozás és az egészséges életmód iránti növekvő igény kedvező környezetet teremt a vadhús számára, amely alacsony zsírtartalmú és magas tápértékű élelmiszernek tekinthető. Emellett a fenntartható és etikus húsfogyasztás iránti érdeklődés erősödése is támogatja a vadhús pozícióját. Ugyanakkor Magyarországon az egy főre jutó vadhúsfogyasztás alacsony, ami jelentős növekedési potenciált jelez. A hagyományos vadételek jelenléte gasztronómiai előnyt jelent, azonban a fiatalabb generációk körében ezek ismertsége korlátozott.

Technológiai tényezők (Technological)

A modern feldolgozási technológiák, valamint a fejlett csomagolási és logisztikai megoldások hozzájárulnak a vadhús minőségének megőrzéséhez és eltarthatóságának növeléséhez. A digitális marketing és az e-kereskedelem fejlődése új értékesítési csatornákat nyit meg, lehetővé téve a célzott fogyasztói megszólítást és a piac bővítését.

Gazdasági tényezők (Economic)

A magyar vadhústermelés jelentős része exportpiacokra irányul, ami stabil keresletet biztosít, ugyanakkor a hazai fogyasztás alacsony szinten marad. A vadhús prémium árpozicionálása korlátozhatja a belföldi keresletet, különösen gazdasági bizonytalanság és inflációs környezet esetén.

Környezeti tényezők (Environmental)

A vadhús előállítása kedvezőbb környezeti hatásokkal jár, mivel természetes körülmények között élő állatokból származik. A vadgazdálkodás hozzájárul a biodiverzitás fenntartásához és az ökológiai egyensúly megőrzéséhez. Ugyanakkor a klímaváltozás hatással lehet a vadállomány összetételére és elérhetőségére.

Politikai tényezők (Political)

Az Európai Unió és a hazai szabályozási környezet jelentős hatást gyakorol a vadhúspiactól működésére. A vadgazdálkodási és élelmiszerbiztonsági előírások biztosítják a minőséget, ugyanakkor korlátozhatják a piac rugalmasságát. Az exportpiacokhoz való hozzáférést a nemzetközi kereskedelmi szabályozások is befolyásolják.

Jogi tényezők (Legal)

A vadhús feldolgozására és forgalmazására vonatkozó szigorú élelmiszerbiztonsági előírások biztosítják a termék minőségét és nyomon követhetőségét, ugyanakkor növelik a működési költségeket, valamint belépési korlátot jelentenek a piaci szereplők számára.

Etikai tényezők (Ethical)

A vadászat társadalmi megítélése és az állatjóléti szempontok egyre meghatározóbb szerepet játszanak a fogyasztói döntésekben. A vadhús elfogadottságát jelentős mértékben befolyásolja, hogy a fogyasztók mennyire tekintik a vadászatot etikus és fenntartható tevékenységnek.

A SWOT- és STEEPLE-elemzések rámutatnak arra, hogy a vadhúspiactól fejlődését egyaránt befolyásolják belső (pl. feldolgozási kapacitás, szakmai tudás) és külső tényezők (pl. fogyasztói attitűdök, szabályozási környezet). E tényezők empirikus vizsgálata indokolja a kutatás következő fejezetében bemutatott kérdőíves és kvalitatív elemzések alkalmazását.

A makrokörnyezeti tényezők integrált értelmezése

A STEEPLE-elemzés eredményei rámutatnak arra, hogy a vadhúspiac működését nem egyetlen domináns tényező határozza meg, hanem a makrokörnyezeti elemek komplex kölcsönhatása. A jogi és szabályozási környezet stabilitása alapvető feltételt biztosít a piac működéséhez, ugyanakkor a szigorú élelmiszerbiztonsági előírások növelik a belépési korlátokat. A gazdasági tényezők – különösen az infláció és a fogyasztói jövedelmek alakulása – közvetlen hatással vannak a prémium termékek, így a vadhús keresletére is. A társadalmi és környezeti tényezők ugyanakkor kedvező irányba mutatnak: az egészségtudatosság és a fenntarthatóság iránti növekvő igény potenciális növekedési lehetőséget jelent. A technológiai tényezők szerepe elsősorban a feldolgozás és az ellátási lánc hatékonyságának javításában jelenik meg, míg az etikai szempontok a fogyasztói percepciók alakulásában játszanak egyre fontosabb szerepet.

Összességében megállapítható, hogy a vadhúspiac fejlődési lehetőségei elsősorban azon múlnak, hogy a szereplők milyen mértékben képesek alkalmazkodni a makrokörnyezeti kihívásokhoz, valamint kihasználni a fenntarthatósági és egészségtudatossági trendekben rejlő lehetőségeket.

5.1.4 A 7P marketingmix-modell alkalmazása a vadhús piacán

A marketingstratégia gyakorlati megvalósításának egyik kulcsfontosságú eszköze a 7P marketingmix-modell, amely lehetővé teszi a vadhús komplex piaci pozicionálását. A modell különösen alkalmas a vadhús piaci sajátosságainak strukturált értelmezésére, mivel a fogyasztói döntéshozatal nem csupán racionális, hanem érzelmi, etikai és életmódbeli tényezőkön is alapul.

A 7P modell az élelmiszeripari sajátosságokra adaptálva alkalmas arra, hogy a vadhús marketingjét átfogó módon értelmezzük. Az egyes elemek lehetőséget biztosítanak a differenciálásra, az értékkommunikációra és a fogyasztói bizalom építésére, ami különösen fontos egy olyan termék esetében, amely nem része a mindennapi fogyasztási rutinoknak.

Termék (Product): A vadhús egyedi értékjavaslattal rendelkezik. Természetes eredete, a szabadon élő állatokból származó hús, az antibiotikum-mentesség, valamint a magas fehérje- és alacsony zsírtartalom mind olyan tulajdonságok, amelyek versenyelőnyt jelentenek a hagyományos húsfélékkel szemben. Ezek különösen a tudatos és egészségorientált fogyasztók számára bírnak kiemelt jelentőséggel.

Ár (Price): A vadhús prémium terméknek tekinthető, amely magasabb árszinten jelenik meg a piacon. A marketingkommunikáció feladata az ár mögötti érték hangsúlyozása, különös tekintettel a minőségre, az eredetre és a fenntarthatóságra. Ez az értékalapú árképzés hozzájárulhat a prémium pozíció elfogadtatásához.

Értékesítési csatornák (Place): A vadhús gyakran közvetlen értékesítésen keresztül jut el a fogyasztókhoz, például vadásztársaságokon, hentesüzleteken vagy online felületeken keresztül. Ez lehetőséget teremt az eredettörténet és a nyomon követhetőség hatékony kommunikálására.

Promóció (Promotion): Kiemelt szerepet kap a storytelling és az élményalapú kommunikáció. A termék mögötti történetek, a természetes élőhely bemutatása, valamint a feldolgozás folyamata hozzájárulhatnak a fogyasztói bizalom erősítéséhez.

Személyek (People): A vadhús esetében a hitelesség kulcsfontosságú, amelyet a vadászok, séfek, hentesmesterek vagy szakértők jelenléte erősíthet.

Folyamatok (Process): A transzparencia kiemelt jelentőségű. A vad elejtésének körülményei, a feldolgozás módja és a termék útja mind befolyásolják a fogyasztói bizalom kialakulását.

Fizikai bizonyíték (Physical Evidence): A termék megjelenése, csomagolása és az értékesítési környezet egyaránt hozzájárul a prémium pozicionálás erősítéséhez.

A modell alkalmazása lehetővé teszi egy komplex, értékalapú vadhús-marketingstratégia kialakítását, amely támogatja a fogyasztói bizalom erősítését és a kereslet növekedését. Az integrált megközelítés hozzájárul a hazai vadhúsfogyasztás bővüléséhez és a termék piaci pozíciójának erősödéséhez.

A vadhús sikeres piaci pozicionálásához elengedhetetlen a fogyasztók megfelelő tájékoztatása és edukálása, mivel sok esetben a termékkel kapcsolatos ismereteik hiánya bizonytalanságot eredményezhet a vásárlási döntések során. A marketingtevékenységeknek ezért nemcsak az értékesítés ösztönzésére, hanem a fogyasztói szemléletformálásra is ki kell terjedniük. Különösen fontos szerepet kapnak azok a kommunikációs eszközök, amelyek képesek közelebb hozni a fogyasztókhoz a vadhús eredetét, elkészítési lehetőségeit és egészségügyi előnyeit.

A modern digitális platformok és közösségi médiafelületek lehetőséget teremtenek arra, hogy a vadhús új fogyasztói rétegekhez is eljusson, különösen a fiatalabb, tudatos vásárlók körében.

Emellett a gasztronómiai rendezvények, kóstolók és szakmai együttműködések hozzájárulhatnak a termék ismertségének növeléséhez és a fogyasztói bizalom erősítéséhez. A 7P modell elemeinek összehangolt alkalmazása hosszú távon támogatja a vadhús stabilabb piaci jelenlétét és kedvezőbb társadalmi megítélését is. A bemutatott stratégiai elemzési keretek – a SWOT- és STEEPLE-elemzés, valamint a marketingmix modell – a dolgozat későbbi fejezeteiben az empirikus kutatási eredmények értelmezésének, valamint a 6. fejezetben bemutatott integrált stratégiai modell kidolgozásának alapjául szolgálnak.

A prémium vizuális megjelenés és a természetközeli dizájn hozzájárulhat a vadhús értékének érzékeltetéséhez. A 7P modell élelmiszeripari alkalmazását a 10. táblázat szemlélteti.

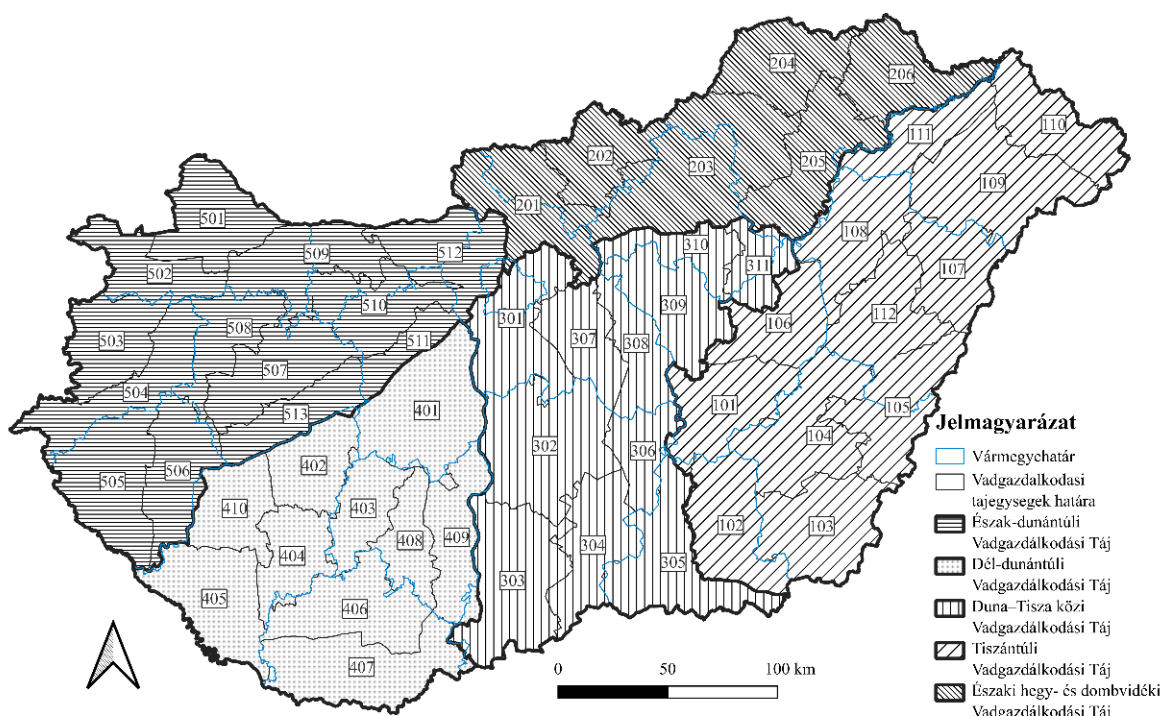
10. táblázat: A 7P marketingmix-modell alkalmazása a vadhús piacon

Marketing P	Alkalmazás az élelmiszermarketingben / vadhús esetén
Product (Termék)	Természetes eredet, fenntartható forrás, minőségi vágás, ízvilág – vadhús, mint egészséges prémium termék
Price (Ár)	Prémium árpozíció, amely tükrözi a ritkaságot és minőséget – ugyanakkor figyelembe veszi a megfizethetőséget
Place (Értékesítési csatorna)	Közvetlen termelőtől, vadásztársaságoktól, hentesüzletből, online – helyi és etikus forrás hangsúlyozása
Promotion (Promóció)	Storytelling, edukáció, rendezvények, egészségtudatosság, fenntarthatóság hangsúlyozása
People (Személyek)	Eladók, márkanyagkövetek, séfek, szakértők szerepe a bizalomépítésben
Process (Folyamat)	Nyomon követhetőség, eredetigazolás, feldolgozás folyamata bemutatható online és a csomagoláson
Physical Evidence (Fizikai bizonyíték)	Csomagolás, címke, bolt arculata, bemutatóstand – prémium élmény kialakítása

Forrás: saját szerkesztés (2025)

5.2 A vadételek éttermi kínálatának területi különbségei Magyarországon - étlapelemzés eredményei

A vizsgálat eredményei markáns területi különbségeket tártak fel a vadételek éttermi kínálatában Magyarországon. A legmagasabb arány Heves (92,9%) és Somogy (82,1%) vármegyében figyelhető meg, ahol az éttermek döntő többsége kínál vadételeket. Ezt követi Békés (45,5%) és Nógrád (43,1%), amelyek szintén jelentős vadgasztronómiai jelenléttel rendelkeznek. Ezekben a térségekben nemcsak a kínálat aránya magas, hanem az étlapokon megjelenő választék is szélesebb, jellemzően 3–6 különböző vadattal. A kiemelkedő értékek háttérben elsősorban a kedvező természeti adottságok és a vadgazdálkodási potenciál játszanak meghatározó szerepet. Az erdős, vadban gazdag térségekben – különösen Észak-Magyarországon és a Dunántúl egyes részein – a vadhús könnyebben hozzáférhető, ami elősegíti annak gasztronómiai hasznosítását. Emellett a vadászati hagyományok erősebb jelenléte is hozzájárul a vadételek éttermi kínálatban való megjelenéséhez. A vadgazdálkodási adottságok térbeli különbségeit a 10. ábra szemlélteti.



10. ábra: Magyarország vadgazdálkodási tájegységei

Forrás: saját szerkesztés az Országos Vadgazdálkodási Adattár (Gödöllő) és a vármegyei térképek alapján (2025)

A 10. ábra a vadgazdálkodási tájegységek eloszlását mutatja Magyarországon. Fontos kiemelni, hogy ezek a tájegységek nem esnek egybe a közigazgatási határokkal, mivel lehatárolásuk ökológiai és élőhelyi szempontok alapján történik. Ennek ellenére jól érzékeltetik a vadállomány területi koncentrációját és rávilágítanak arra, hogy a vadhús kínálatának alapja térben meghatározott. A gasztronómiai hasznosulás azonban nem követi automatikusan ezt az eloszlást, ami arra utal, hogy a földrajzi adottságok mellett egyéb tényezők – például a vendégkör összetétele vagy a helyi gasztronómiai kultúra – is befolyásolják a kínálatot. A közepes arányú vármegyék közé sorolható Budapest (36,8%), Baranya (35,4%), Veszprém (33,3%), Vas (31,6%) és Komárom-Esztergom (30,4%). Ezekben a térségekben a vadételek jellemzően kiegészítő jelleggel jelennek meg az étlapokon, általában 1–3 fogás formájában, többnyire hagyományos elkészítési módokkal. Budapest sajátos helyzetet képvisel: bár az éttermek több mint egyharmada kínál vadételeket, a fővárosi gasztronómiai kínálat sokszínűsége miatt ezek nem tekinthetők meghatározó elemnek. Ugyanakkor minőségi szempontból eltérés figyelhető meg a vidéki mintákhoz képest, mivel gyakrabban jelennek meg innovatív, prémium kategóriájú vadételek. Az alacsony arányú térségek közé tartozik többek között Zala (15,0%), Pest (16,5%), Tolna (16,7%), Jász-Nagykun-Szolnok (17,9%), Csongrád-Csanád (20,0%), valamint Borsod-Abaúj-Zemplén (12,0%) és Szabolcs-Szatmár-Bereg (11,6%). Ezekben a vármegyékben a vadhúsos ételek ritkán jelennek meg az éttermek kínálatában és jellemzően mindössze 1–2 fogásra korlátozódnak. A vadételeket kínáló éttermek arányának részletes, vármegyei bontását a 11. táblázat tartalmazza. A 11. táblázat egyértelműen rámutat a vadételeket kínáló éttermek arányának jelentős területi különbségeire. A legmagasabb arányokkal rendelkező vármegyék jellemzően erdős, vadban gazdag térségekhez kapcsolódnak, míg az alacsonyabb értékek inkább az alföldi és urbanizáltabb régiókban jelennek meg. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a vadételek éttermi jelenléte szoros összefüggést mutat a vadászati adottságokkal, a vadhús elérhetőségével, valamint a helyi gasztronómiai hagyományokkal. Az erdős térségekben a vadgasztronómia a vendéglátás szerves részét képezi, míg más régiókban inkább kiegészítő vagy marginális szerepet tölt be. Az adatok arra is rámutatnak, hogy a magas arány nem minden esetben jár együtt magas abszolút esetszámmal, ami a mintanagyság és a regionális kínálati struktúra különbségeiből adódik. Összességében megállapítható, hogy a vadhús gasztronómiai jelenléte Magyarországon térben koncentrált és nem egyenletesen oszlik meg, ami célzott gasztronómiai fejlesztések és marketingbeavatkozások szükségességét indokolja.

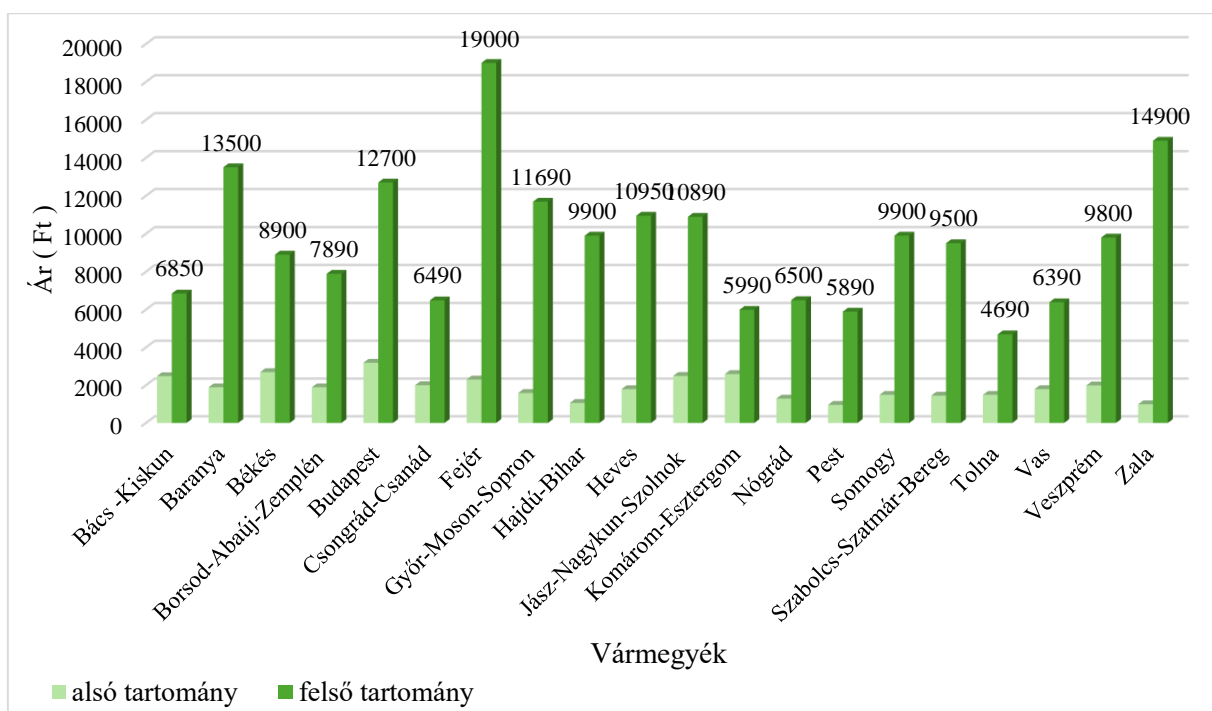
11. táblázat: A vadételeket kínáló éttermek aránya és a kínálat mélysége vármegyei bontásban, a kínálati arány szerinti csökkenő sorrendben (N=1360)

Vármegye	Összes vizsgált étterem (db)	Vadételt kínáló étterem (db)	Vadételek aránya (%)	Átlagos kínálat (db étel/étlap)
Heves	56	52	92,90%	4-6
Somogy	84	69	82,10%	4-6
Békés	22	10	45,50%	2-3
Nógrád	65	28	43,10%	3-5
Budapest	68	25	36,80%	3-5
Baranya	82	29	35,40%	1-3
Veszprém	114	38	33,30%	2-3
Vas	38	12	31,60%	2-3
Komárom-Esztergom	23	7	30,40%	1-2
Fejér	48	12	25,00%	2-3
Győr-Moson-Sopron	142	34	23,90%	2-3
Hajdú-Bihar	92	22	23,90%	1-2
Bács-Kiskun	39	8	20,50%	1-2
Csongrád-Csanád	30	6	20,00%	1-2
Jász-Nagykun-Szolnok	78	14	17,90%	1-2
Tolna	66	11	16,70%	1-2
Pest	79	13	16,50%	1-2
Zala	100	15	15,00%	1-2
Borsod-Abaúj-Zemplén	108	13	12,00%	1-2
Szabolcs-Szatmár-Bereg	86	10	11,60%	1
ÖSSZESEN	1360	418	30,70%	

Forrás: Saját szerkesztés, online étlapelemzés alapján (2025)

5.2.1 A vadételek árkategóriáinak regionális eltérései Magyarországon

A vizsgálat során elemzésre került a vadételek árszintjét Magyarország egyes vármegyéiben, különös figyelmet fordítva az alsó és felső ártartományok közötti különbségekre, valamint az ezek mögött meghúzódó piaci és regionális sajátosságokra. A cél annak feltárása volt, hogy az ország különböző régióiban milyen árszinteken érhetőek el a vadételek és ezek az eltérések milyen összefüggésben állnak a gasztronómiai és gazdasági sajátosságokkal. A begyűjtött adatok alapján az alsó árkategóriák jelentős eltéréseket mutatnak. A legalacsonyabb áron kínált vadétel Pest vármegyében volt elérhető, ahol egy fogás már 960 forintért megjelent a kínálatban. Ezzel szemben Fejér vármegyében a legalacsonyabb árszint is jóval magasabb, minimum 2300 forint volt, ami azt jelzi, hogy már a belépő árkategória is magasabb szintről indul. A felső árszintek tekintetében még jelentősebb különbségek figyelhetők meg. A legmagasabb ár Fejér vármegyében került regisztrálásra (19 000 Ft), míg Tolna vármegyében a legmagasabb érték mindössze 4690 Ft volt. Ez rámutat arra, hogy az alsó és felső árszintek közötti különbség nemcsak vármegyei, hanem országos viszonylatban is jelentős. Az árkategóriák közötti eltérések szemléletesen megjelennek a 11. ábrán.



11. ábra: A vadételek alsó és felső árkategóriáinak alakulása Magyarország vármegyéiben (Ft)

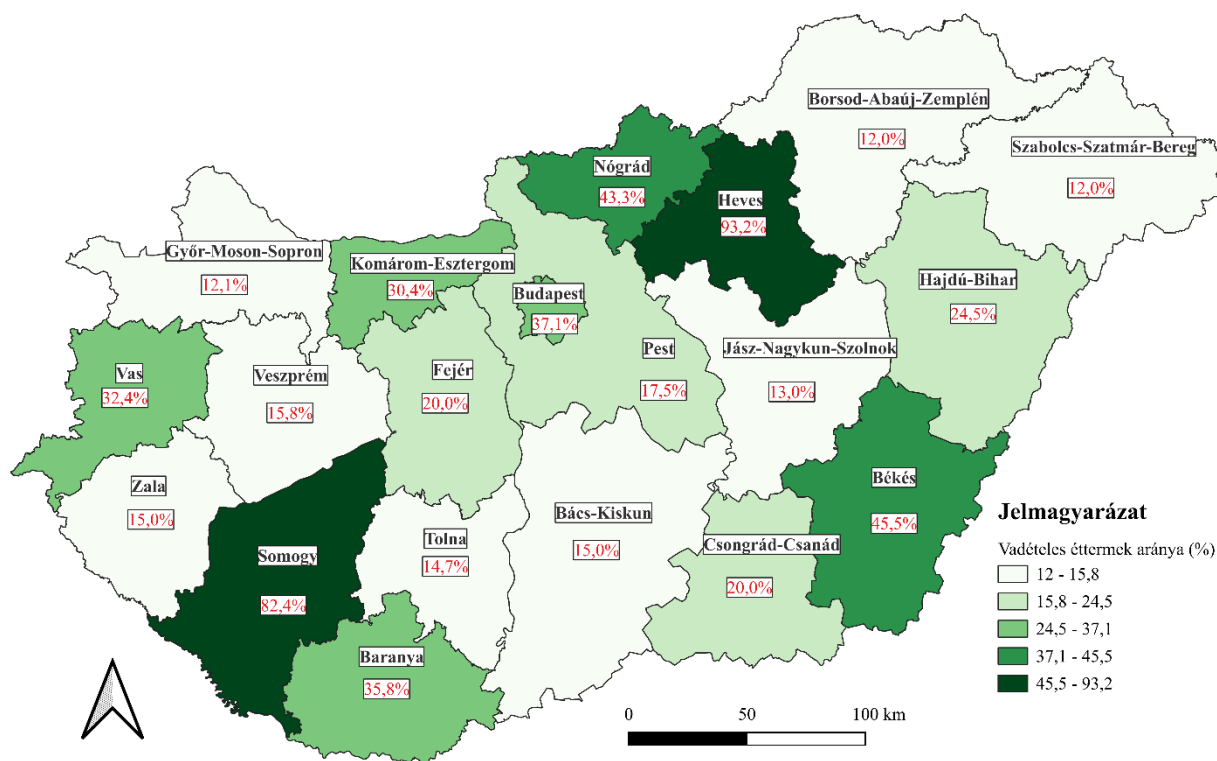
Forrás: Saját szerkesztés, online étlapelemzés alapján (2025)

A 11. ábra alapján jól elkülöníthető regionális árprofilok rajzolódnak ki. Pest vármegye alacsony belépő árakat és viszonylag szűk ártartományt mutat (960–5890 Ft), ami arra utal, hogy a vendéglátóhelyek elsősorban árérzékeny fogyasztói réteget céloznak meg. Ezzel szemben Fejér vármegyében mind az alsó, mind a felső árszint kiemelkedően magas (2300–19 000 Ft), ami a prémium kategóriájú vendéglátás erőteljes jelenlétére utal. Hasonlóan magas felső árkatagóriák figyelhetők meg Budapesten (12 700 Ft) és Zala vármegyében (14 900 Ft), amelyek a prémium gasztronómiai kínálat jelenlétével hozhatók összefüggésbe. Ezekben a térségekben a magasabb árak nemcsak a vadhús alapanyag értékét, hanem a komplexebb ételkészítési technológiákat és az élményalapú vendéglátás színvonalát is tükrözik. Ezzel szemben több vármegyében – például Vas, Somogy és Szabolcs-Szatmár-Bereg esetében – kisebb eltérés mutatható ki az alsó és felső árak között. Ez homogénebb kínálatot jelez, ahol a középkeletű árszint dominál és a prémium szegmens kevésbé jelenik meg. Az árkülönbségek alapján jól azonosítható a prémium vendéglátóhelyek területi koncentrációja. Fejér és Zala vármegyékben ez a szegmens hangsúlyosabban jelenik meg, amit a kiemelkedően magas felső árak is alátámasztanak. Ezzel szemben Pest, Bács-Kiskun és Nógrád vármegyék inkább az alacsonyabb árkatagóriákhoz sorolhatók, ami a fogyasztók nagyobb árérzékenységére és az alacsonyabb vásárlóerőre utal. Az árkatagóriák közötti különbségek a fogyasztói rétegződésben is tükröződnek: a magasabb árszintek a prémium élményt kereső vendégekhez kapcsolódnak, míg az alacsonyabb árszintek szélesebb fogyasztói csoport számára biztosítanak elérhető alternatívát. Összességében megállapítható, hogy a vadételek áraiban mutatkozó területi eltérések szoros összefüggést mutatnak a vármegyék gasztronómiai profiljával és gazdasági sajátosságaival. A magasabb árszintek jellemzően azokban a térségekben jelennek meg, ahol a prémium vendéglátás és a nagyobb vásárlóerő koncentráltabban van jelen, míg az alacsonyabb árszintek a korlátozottabb fizetőképességű régiókhoz és az egyszerűbb vendéglátási kínálatához kapcsolódnak.

5.2.2 A vadételek éttermi kínálatának összegző értékelése

Az elemzés 1360 magyarországi étterem online elérhető étlapjának vizsgálatán alapul. Fontos hangsúlyozni, hogy a minta nem specifikusan a vadhúsra szakosodott helyeket, hanem a magyarországi vendéglátóhelyek teljes, online jelenléttel bíró spektrumát reprezentálja (típustól és profiltól függetlenül). Ennek tükrében értelmezendő, hogy a vadételeket kínáló éttermek aránya országos szinten 30,7%. Ez azt jelenti, hogy a vizsgált összes általános profilú étteremhez viszonyítva minden harmadik egység tart vadhúst az étlapján. Ez az arány – bár elmarad a tömeghúsok (sertés, szárnyas) szinte teljes körű jelenlététől – a vadhús rendkívül alacsony (0,1

kg/fő alatti) lakossági fogyasztási adataihoz viszonyítva jelentős kínálati aktivitást mutat a vendéglátó szektor részéről. A vadételek területi megoszlása az országos 30,7%-os átlaghoz viszonyítva mutatja meg a valódi strukturális különbségeket (12. ábra).



12. ábra: A vadételeket kínáló éttermek aránya vármegyei bontásban (%)

Forrás: saját szerkesztés, online étlapelemzés alapján 2025

A 12. ábra alapján jól látható, hogy a vadételek kínálata térben koncentrált. Heves és Somogy vármegyében a vadételeket kínáló éttermek aránya kiemelkedően magas (80% feletti), ami a térségek kedvező vadgazdálkodási adottságaival és erős gasztronómiai hagyományaival magyarázható. Ezzel szemben több keleti és nyugat-magyarországi vármegyében – például Szabolcs-Szatmár-Beregen (11,6%), Borsod-Abaúj-Zemplénben (12,0%) vagy Zala vármegyében (15,0%) – az arány jóval alacsonyabb, ami a vadgasztronómia kisebb mértékű beágyazottságára utal. Budapest sajátos helyzetet képvisel: bár az éttermek 36,8%-a kínál vadételeket, a fővárosi kínálat sokszínűsége miatt ezek nem tekinthetők meghatározó elemnek. Ugyanakkor a vadételek minőségi szempontból eltérnek a vidéki mintáktól, mivel gyakrabban fordulnak elő innovatív, prémium kategóriájú fogások.

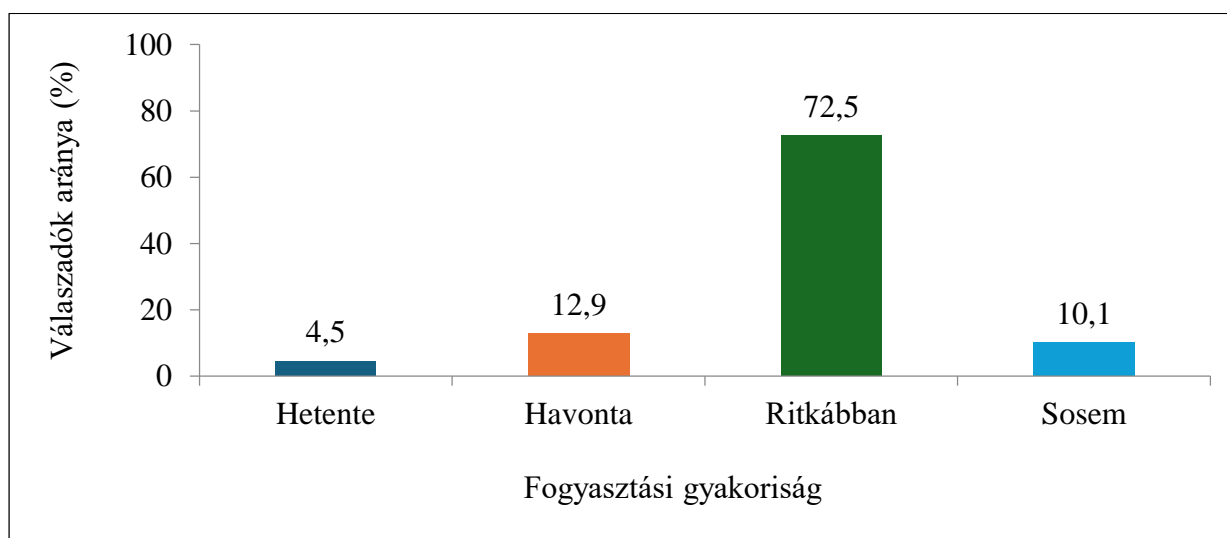
Az árkategóriák elemzése további különbségeket tár fel, amelyeket a 11. ábra mutat be. Egyes vármegyékben – például Fejér (19 000 Ft) és Zala (14 900 Ft) – a vadételek egyértelműen a

prémium szegmenshez tartoznak, míg más térségekben – például Pest (960–5890 Ft) vagy Bács-Kiskun vármegyében – az alacsonyabb árszintek dominálnak. Az árak eloszlása szoros összefüggést mutat a vendéglátás színvonalával és a helyi vásárlóerővel. Minőségi szempontból megállapítható, hogy a vizsgált éttermek többsége a vadételek esetében tradicionális recepteket alkalmaz. Gyakran szerepelnek klasszikus fogások, mint a vaddisznó vagy szarvaspörkölt, vadraguleves vagy őzből készült raguételek. Az innovatív, újragondolt fogások ritkábban fordulnak elő, ami arra utal, hogy a vadételek sok esetben kiegészítő jelleggel szerepelnek az étlapokon. Azokban a térségekben, ahol nagyobb arányban működnek prémium kategóriájú vendéglátóhelyek, gyakoribb az egyedi és kreatív vadételek megjelenése. Ugyanakkor a vadhús feldolgozása speciális szaktudást és stabil alapanyag-ellátást igényel, ami nem minden régióban biztosított, így ez korlátozza a vadételek szélesebb körű elterjedését. Összességében megállapítható, hogy a vadételek éttermi jelenléte Magyarországon erősen területi alapon differenciált. A kínálat mennyisége, minősége és árszintje szoros kapcsolatban áll a vadászati adottságokkal, a vendéglátási infrastruktúrával és a helyi fogyasztói jellemzőkkel. Az eredmények arra utalnak, hogy a vadgasztronómia fejlesztése regionálisan eltérő megközelítést igényel, különösen a hozzáférhetőség és a fogyasztói tudatosság növelése érdekében.

5.3 A vadhús fogyasztási szokások vizsgálatának eredményei

Az elemzés egy online kérdőíves adatfelvételen alapul, amelyben összesen 714 fő vett részt (n = 714). A minta összetétele – különösen az aktív korú és magasabb iskolai végzettségű válaszadók magas aránya – arra utal, hogy az eredmények elsősorban egy tudatosabb, informáltabb fogyasztói réteg attitűdjeit tükrözik. Ez a sajátosság ugyanakkor lehetőséget biztosít arra, hogy a vadhús iránt potenciálisan nyitott célcsoport fogyasztási mintázatai részletesebben is értelmezhetők legyenek. A kérdőív a vadhús fogyasztás gyakoriságára, a beszerzési forrásokra, az elérhetőség megítélésére, valamint a vásárlási szempontokra és attitűdökre irányult. Az adatok feldolgozása SPSS és Microsoft Excel szoftverek segítségével történt. A minta jelentős részét a 31–50 év közötti korosztály alkotta, amely a gazdaságilag aktív, stabil jövedelemmel rendelkező fogyasztói csoportot reprezentálja. A magasabb iskolai végzettségűek aránya (47,9%) kiemelkedő, ami a szakirodalmi adatokkal összhangban az egészségtudatosabb és informáltabb ételválasztással mutathat összefüggést. A vadhús fogyasztás gyakorisága (5. kérdés) alapján megállapítható, hogy a termék nem része a mindennapi étrendnek. A magyarországi táplálkozási mintázatok elemzése rávilágít arra, hogy a vadhúsok nem képezik a lakossági ételmezés tartóoszlopait, sokkal inkább csupán járulékos komponensként jelennek meg a közösségi

fogyasztásban. Ezen állapot háttérében összetett okok húzódnak meg: egyfelől a beszerzési csatornák szűkössége a tömegtermékekhez viszonyítva, másfelől a speciális ismereteket igénylő konyhatechnológiai eljárások visszatartó ereje. Ebből adódóan a fogyasztói magatartásból hiányzik a kiszámítható folytonosság, így a vásárlási preferenciák kizárólag unikális eseményekhez vagy időszakos ciklusokhoz rendelődnek. Ebből kifolyólag a piacon tapasztalható igények markáns fluktuációt mutatnak. Ez az eredmény arra utal, hogy a vadhús fogyasztása Magyarországon jelenleg nem tekinthető rutinszerűnek, hanem inkább alkalmi, speciális döntési helyzetekhez kapcsolódik. A fogyasztási gyakoriság alacsony szintje összefüggésbe hozható a termékhez kapcsolódó bizonytalansággal, valamint azzal, hogy a vadhús nem jelenik meg folyamatosan a mindennapi beszerzési lehetőségek között. A válaszadók 72,5%-a ritkábban, mint havonta fogyaszt vadhúst, míg havi rendszerességgel 12,9% él ezzel a lehetőséggel. Heti fogyasztás mindössze 4,5%-nál figyelhető meg, míg a válaszadók 10,1%-a egyáltalán nem fogyasztott még vadhúst (13. ábra).

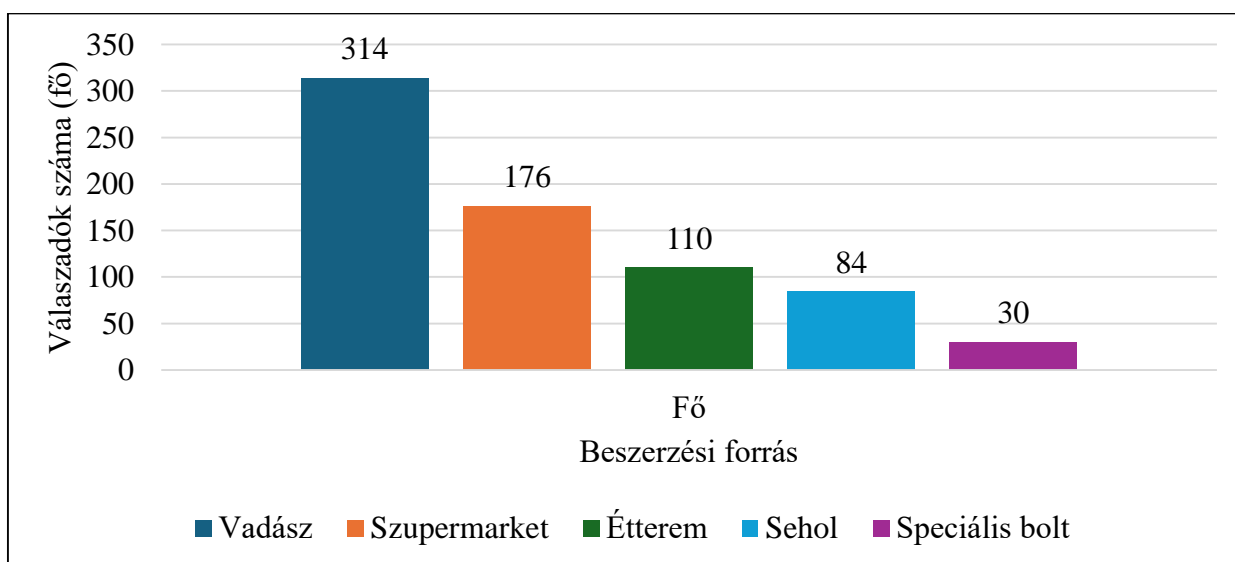


13. ábra: A vadhúsfogyasztás gyakorisága (%)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján, 2025 (n=714)

A beszerzési források feltérképezése (7. kérdés) során kiderült, hogy a legfontosabb csatorna a közvetlenül vadásztól történő vásárlás (314 fő). Ezt követik a szupermarketek és hipermarketek (176 fő), valamint az éttermi fogyasztás (110 fő). A válaszadók egy része (84 fő) jelezte, hogy egyáltalán nem vásárol vadhúst, míg 30 fő speciális vadhúskereskedést jelölt meg. Az adatok elemzése során megállapítható, hogy a vadhúsfogyasztás egyfajta rituális-ünnepi funkciót tölt be: a termék beszerzése és elkészítése jellemzően speciális alkalmakhoz kötődik, ami gátolja a rutinszerű fogyasztási minták kialakulását. Ez az alkalmi jelleg szorosan összefügg a beszerzési

csatornák szerkezetével (14. ábra). A beszerzési csatornák szerkezete egyben azt is jelzi, hogy a vadhús piaca nem illeszkedik teljes mértékben a modern élelmiszer-kereskedelmi rendszerekhez. A fogyasztók számára a hozzáférés gyakran személyes kapcsolatokon keresztül valósul meg, ami korlátozza a spontán vásárlási döntések lehetőségét. Ez a sajátosság hozzájárul ahhoz, hogy a vadhús nem válik a mindennapi fogyasztási kosár részévé. Az akvizíciós útvonalak sajátosság berendezkedése rávilágít arra a tendenciára, miszerint e termékkategória kereskedelmi forgalma nem tagozódik be maradéktalanul a korszerű élelmiszer-értékesítési struktúrákba. A közvetlen partneri relációkra épülő tranzakciók túlsúlya a szubjektív megbízhatóság jelentőségét igazolja, ugyanakkor akadályozza a kínálat széles spektrumú expanzióját. Ezen sajátosságok folyamányaként a vadhús nem generál ösztönös vásárlói válaszokat, tekintettel arra, hogy a termékhez jutás szigorú operatív tervezést igényel. Ebből adódóan a felhasználás szinte kizárólag megfontolt elhatározások mentén valósul meg, ami meghatározó módon hozzájárul a fogyasztási intenzitás alacsony szintjéhez.

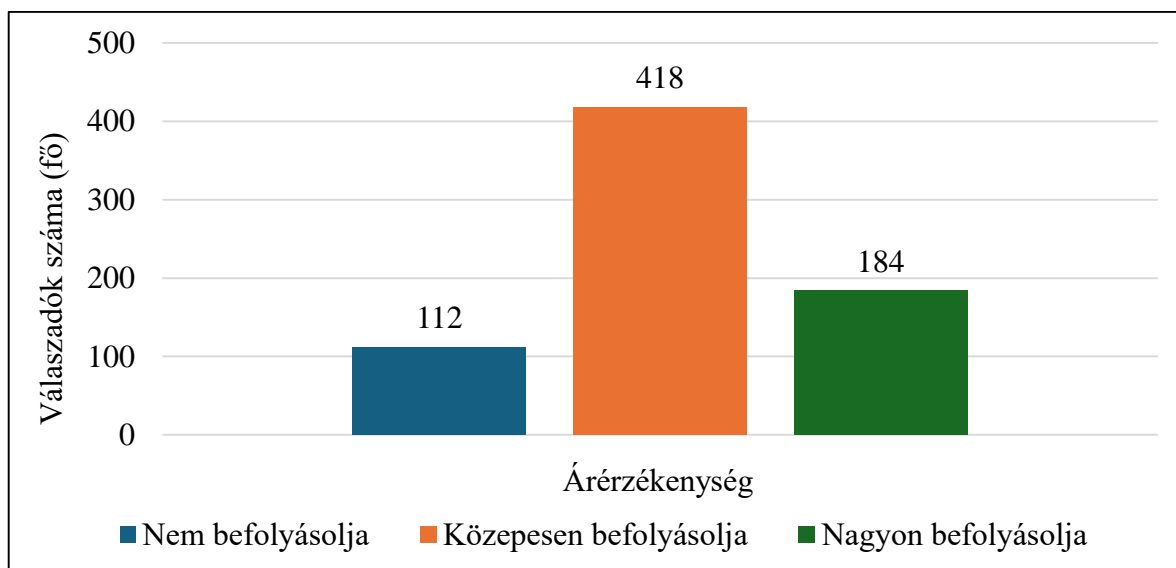


14. ábra: A vadhús beszerzési forrásai (fő)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján, 2025 (n=714)

Az eredmények alapján a leggyakoribb beszerzési forrás a közvetlenül vadásztól történő vásárlás (314 fő), ami arra utal, hogy a vadhús-kereskedelemben továbbra is meghatározó szerepet töltenek be a bizalmi alapú, informális értékesítési csatornák. Ezzel szemben a modern kiskereskedelem (176 fő) és a speciális szaküzletek (30 fő) szerepe korlátozottabb. Ez a struktúra egyfajta strukturális akadályt képez: a fogyasztó kényszer-informalitásba szorul, hiszen a kényelmi szempontokat kiszolgáló, állandó kínálattal rendelkező legális csatornák hozzáférhetősége

alacsony. Az árérzékenység vizsgálata (14. kérdés) rávilágított, hogy a vadhús-vásárlási döntést 184 válaszadó (25,8%) esetében nagy mértékben, míg 418 fő (58,5%) esetében közepesen befolyásolja az ár. Mindössze 112 fő (15,7%) nyilatkozott úgy, hogy az ár nem befolyásolja a döntését (15. ábra). Az eredmények alapján megállapítható, hogy az árérzékenység meghatározó tényező, ugyanakkor nem kizárólagos. A fogyasztók egy része hajlandó magasabb árat fizetni a vadhúsért, amennyiben annak minősége és eredete egyértelműen igazolt és megfelelően kommunikált. Ugyanakkor az árérzékeny fogyasztók jelenléte azt jelzi, hogy a termék szélesebb körű elterjedéséhez szükséges lehet differenciált termékstruktúra kialakítása, például feldolgozott vagy kisebb kiszerelésű termékek bevezetése. Ez arra utal, hogy a vadhús esetében az ár és az értékérzet szorosan összekapcsolódik és a vásárlási döntések nem pusztán költségalapon, hanem komplex értékelési folyamat eredményeként születnek meg.

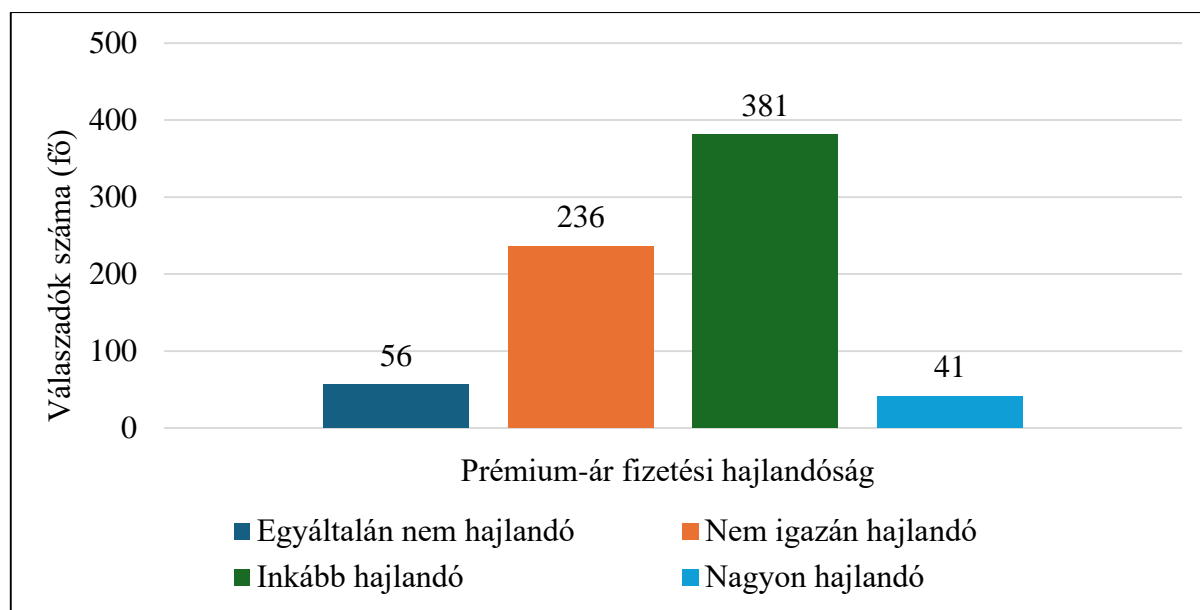


15. ábra: A vadhús vásárlásával kapcsolatos árérzékenység (fő)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján 2025 (n=714)

A fenntarthatóság iránti elkötelezettséget mutatja a prémium-ár fizetési hajlandóság (24. kérdés). A válaszadók többsége, 381 fő „inkább hajlandó” magasabb árat fizetni a helyi, fenntartható forrásból származó termékért, 56 fő pedig kifejezetten nyitott erre a prémiumra. Ezzel szemben 236 fő nem igazán, 41 fő pedig egyáltalán nem hajlandó többet fizetni (16. ábra). A prémiumár fizetési hajlandóság megoszlása egyértelműen kirajzolja a fogyasztói szegmensek közötti különbségeket. Megfigyelhető egy olyan réteg, amely számára a fenntarthatóság és a termék eredete kiemelt értéket képvisel, ugyanakkor jelen van egy árérzékenyebb csoport is, amely

számára ezek a tényezők másodlagos szerepet töltenek be. Ez a kettősség a piaci stratégiák kialakításában is meghatározó jelentőségű.

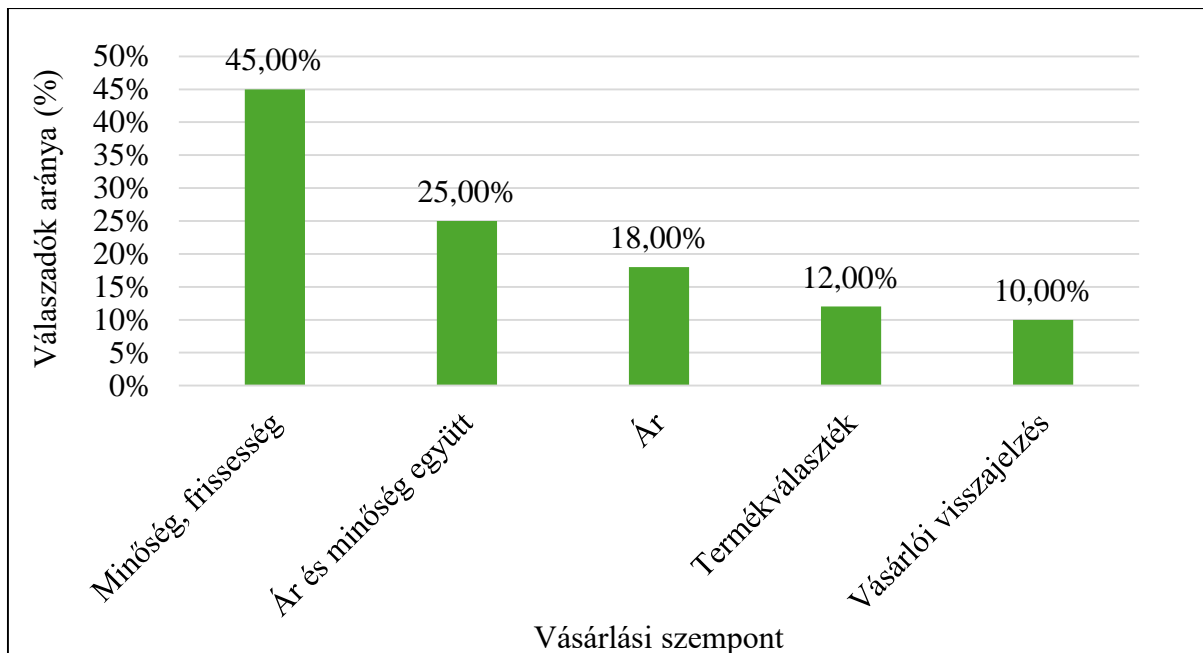


16. ábra: Prémium-ár fizetési hajlandóság a vadhús esetében (fő)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján 2025 (n=714)

A vásárlási szempontok rangsorolásánál (11. kérdés) – ahol a kitöltők több választ is megjelölhettek – a minőség és frissesség bizonyult a legmeghatározóbb tényezőnek (45,0%). Ezt követte az ár és a minőség együttes szerepe (25,0%), valamint az ár önálló hatása (18,0%). A termékválasztékot a válaszadók 12,0%-a, a vásárlói visszajelzéseket pedig 10,0%-a említette (17. ábra). Mivel a kérdés több válaszlehetőséget tartalmazott, az egyes kategóriák összege meghaladja a 100%-ot. A feltárt összefüggések alapján a vadhús fogyasztás jövőbeli alakulása nem kizárólag egyetlen tényező változásától függ, hanem a kínálati és keresleti oldalon egyaránt szükséges beavatkozások eredményeként várható. A hozzáférhetőség javítása, a fogyasztói ismeretek bővítése, valamint a gasztronómiai kínálat fejlesztése együttesen járulhatnak hozzá ahhoz, hogy a vadhús hosszabb távon a mindennapi fogyasztás részévé váljon. Az eredmények arra utalnak, hogy a fogyasztók döntéseiben továbbra is kiemelt szerepet játszanak a bizalmi tényezők, különösen az élelmiszerek minőségével és eredetével kapcsolatban. A vadhús esetében ez különösen fontos, mivel a termék sok fogyasztó számára még mindig kevésbé ismert vagy ritkábban vásárolt élelmiszernek számít. A megfelelő minőségérzet kialakításában jelentős szerepe lehet az átlátható eredetkommunikációnak, a megbízható értékesítési csatornáknak és a pozitív fogyasztói tapasztalatoknak. Emellett az árérzékenység jelenléte arra is rámutat, hogy a prémium pozicionálás mellett fontos szempont lehet a különböző fogyasztói csoportok eltérő fizetőképességének

figyelembevétele. A kutatás eredményei alapján a fogyasztói attitűdök kedvező irányba formálhatók, amennyiben a marketingkommunikáció és a gasztronómiai kínálat képes egyszerre hangsúlyozni a minőséget, az élményeket és az elérhetőséget.



17. ábra: **Vásárlási szempontok a vadhús esetében (%)**, (több válasz adható)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján 2025 (n=714)

A 17. ábrán bemutatott eredmények alapján a vadhús fogyasztók döntési mechanizmusa komplexnek tekinthető, amelyben a minőségi elvárások és a gazdasági megfontolások együttesen formálják a vásárlási döntéseket. A válaszadók közel fele, 45,0%-a (321 fő) a minőséget és a frissességet jelölte meg elsődleges szempontként. Ez az eredmény alátámasztja a vadhús prémium jellegét: a fogyasztók a magasabb árért cserébe garantált élvezeti értéket és megbízhatóságot várnak el. Ugyanakkor az árérzékenység sem elhanyagolható tényező, hiszen az ár és a minőség együttes mérlegelése a kitöltők 25,0%-ánál (179 fő) jelent meg döntési faktorként. Az ár önálló súlya (18,0%, 129 fő) pedig azt jelzi, hogy a fogyasztók egy jelentős rétege számára a vadhús továbbra is árérzékeny termék, amelynek beszerzését a háztartási költségvetés korlátai határozzák meg. A termékválaszték bőségét (12,0%) és a vásárlói visszajelzéseket (10,0%) bár kevesebben jelölték meg, ezek szerepe a bizalomépítésben és a visszatérő vásárlói kör kialakításában kulcsfontosságú. Mivel a kérdés több válaszlehetőséget tartalmazott, az egyes kategóriák összesített aránya meghaladja a 100%-ot, ami jól szemlélteti a fogyasztói igények többbretűségét. A vadhús fogyasztása nem csupán egyéni táplálkozási preferenciaként értelmezhető, hanem társas és családi kontextusban is megjelenik. A kérdőív kvalitatív válaszai alapján megállapítható, hogy

a vadhús elkészítése gyakran rituális jellegű és családi vagy közösségi eseményekhez kapcsolódik. Az eredmények arra is rámutatnak, hogy a feldolgozás és a főzés folyamata a háztartásokon belül gyakran egy-egy kiemelt szereplőhöz köthető, aki mélyebb ismeretekkel rendelkezik az alapanyag sajátosságairól. Számos esetben ez a személy közvetlen vagy közvetett kapcsolatban áll a vadászattal, ami tovább erősíti a vadhús fogyasztásának kulturális és közösségi beágyazottságát. A fogyasztási alkalmak tekintetében a válaszok megerősítik a korábbi statisztikákat: a vadhús Magyarországon továbbra is ünnepi vagy szezonális ételként van jelen. Ezt igazolja, hogy a válaszadók döntő többsége, 72,5%-a csupán havi rendszerességnél ritkábban fogyasztja. A gyermekek vadhús fogyasztásának alacsonyabb aránya feltehetően az ízlésbeli különbségekkel és a speciális elkészítési módokkal magyarázható, ami a jövőbeni edukáció fontosságára irányítja a figyelmet. A termék egészségügyi és táplálkozási megítélése ugyanakkor kifejezetten pozitív. A válaszadók nagyra értékelik a vadhús természetes eredetét és kedvező élettani hatásait, ami szorosan összefügg a fenntarthatóság iránti igénnyel. Ezt bizonyítja, hogy a mintában szereplők 65,5%-a (468 fő) tartja elengedhetetlennek a fenntartható forrásból származó alapanyagot. A jövőbeli piaci fejlődés záloga a fogyasztói észrevételek alapján a hozzáférhetőség radikális javítása. A válaszadók javaslatai alapján (12. táblázat) a kiskereskedelmi kínálat állandósítása és az online beszerzési csatornák fejlesztése jelentheti az áttörést a vadhús mindennapi étrendbe való integrálásában.

12. táblázat: Fogyasztói észrevételek a vadhús elérhetőségével kapcsolatban

Főbb észrevételek	Rövid leírás
Kiskereskedelmi kínálat bővítése	Szupermarketekben szélesebb, állandó kínálat igénye
Állandó elérhetőség	Szezonális jelleg csökkentése
Online vásárlás	Kényelmesebb hozzáférés iránti igény
Helyi piacok szerepe	Megbízható, közvetlen beszerzés fontossága
Választék bővítése	Többféle vadfaj és terméktípus iránti igény

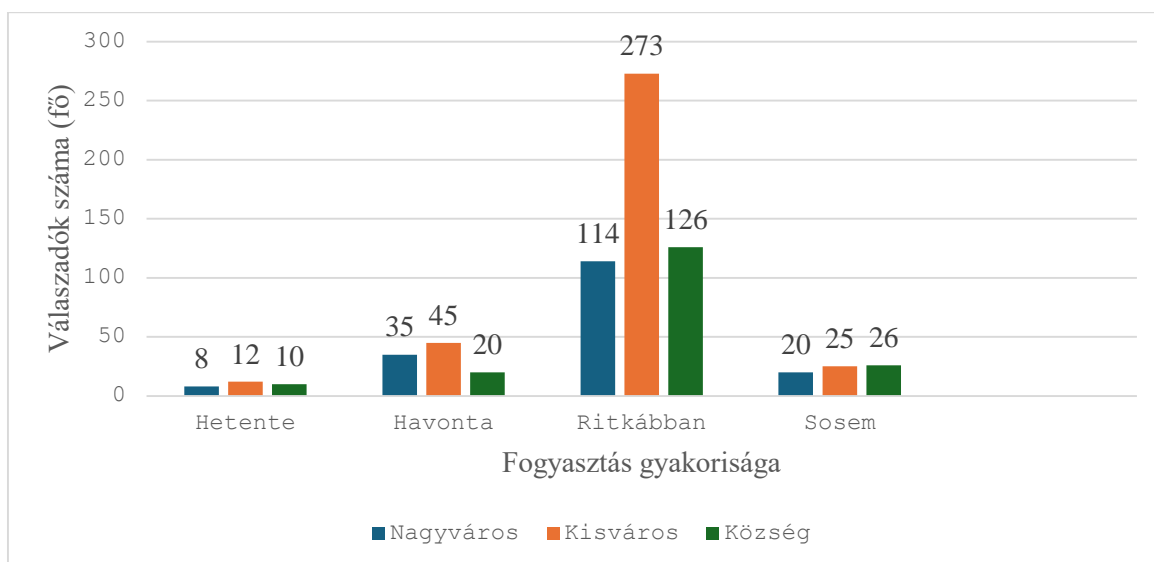
Forrás: saját szerkesztés, 2025

A kérdőíves vizsgálat eredményei alapján a válaszadók a prémium-ár fizetési hajlandóság tekintetében két jól elkülöníthető szegmensbe sorolhatók. Az egyik csoport kifejezetten nyitott a magasabb árszint elfogadására, amennyiben a termék kiváló minősége és fenntartható eredete transzparens módon igazolt. Ezzel szemben a másik, árérzékenyebb csoport a jelenlegi piaci árakat is magasnak ítéli, ami esetükben a vadhús fogyasztást a ritka, alkalmi kategóriába sorolja. Az

elemzés azt is mutatja, hogy a fogyasztói döntéseket az ár mellett legalább ilyen mértékben befolyásolja a logisztikai hozzáférhetőség. A válaszadók visszajelzései alapján a beszerzési nehézségek jelentik a fogyasztás növelésének egyik legfontosabb akadályát. Bár a beszerzési preferenciákban továbbra is a bizalmi alapú, közvetlen források dominálnak, egyre erőteljesebben jelenik meg az igény a modern kiskereskedelmi csatornák és az online vásárlási lehetőségek iránt. Ezek a kényelmi szempontok erősítésével hozzájárulhatnak a vadhús „elérhetetlenségének” percepciójának csökkentéséhez. Összességében megállapítható, hogy a vadhús fogyasztás Magyarországon jelenleg elsősorban speciális, ünnepi vagy közösségi alkalmakhoz kötődik és csak marginálisan része a mindennapi étrendnek. A fogyasztási szokások jövőbeni alakulását alapvetően az árstabilitás, az ellátási láncok hatékonysága és a beszerzési csatornák diverzifikálása határozhatja meg. A primer adatgyűjtés konklúziói rámutatnak, hogy bár a vadon élő állatok húsának preferenciája Magyarországon jelenleg elmarad a tömeges mértéktől, a vásárlói rétegekben markánsan azonosítható egyfajta rejtett affinitás. A kereslet volumenét alapvetően a disztribúciós csatornák szűkössége, a vételár, továbbá a célcsoport edukáltságának foka határozza meg. Ezen megállapítások validálják a minőségi elemzések azon tételét, mely szerint a kínálati hiányosságok és a szakismereti hiányok egyaránt gátolják az intenzívebb piaci jelenlétet. Az empirikus és a leíró jellegű bizonyítékok kölcsönhatása alátámasztja, hogy a szektor nivójának emelése kizárólag egy összetett, rendszerszintű beavatkozási terv révén eszközölhető.

5.3.1 Statisztikai összefüggések

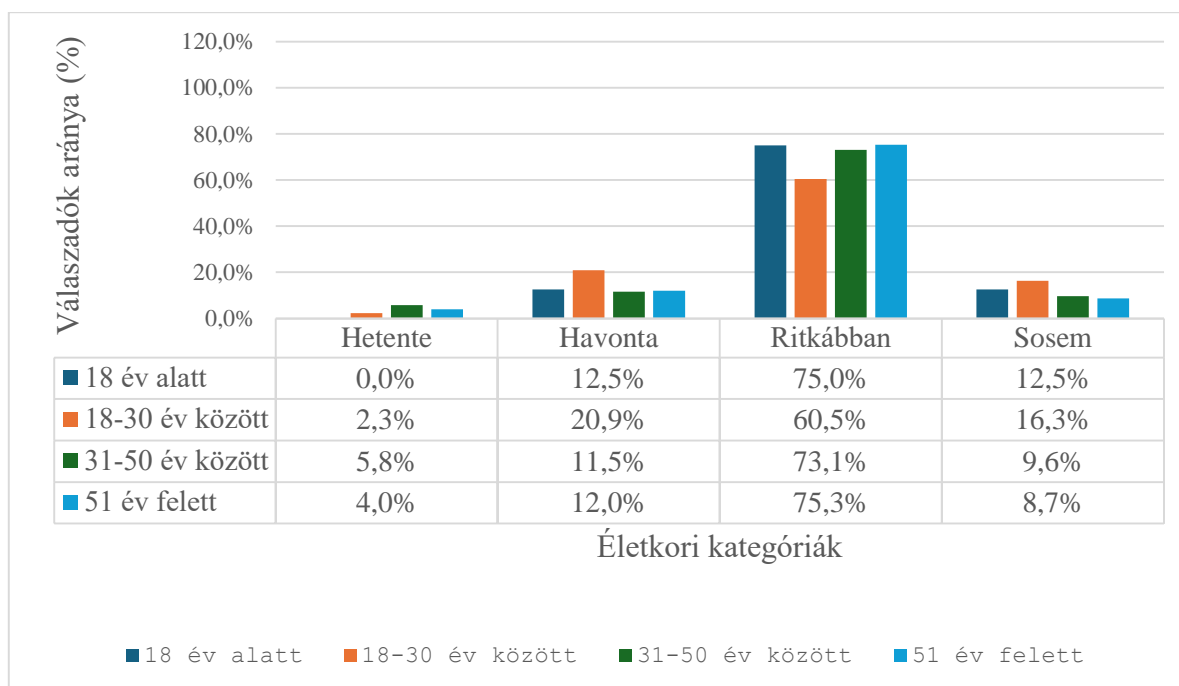
A lakóhely szerinti elemzés (18. ábra) alapján megállapítható, hogy a vadhús fogyasztás gyakorisága eltérő mintázatot mutat a különböző településtípusokon élők körében. A keresztábra-elemzés eredményei szerint a „ritkábban” válaszkategória minden településtípus esetében domináns: nagyvárosokban 114 fő, kisvárosokban 273 fő, községekben pedig 126 fő jelölte ezt az opciót. A heti rendszerességű fogyasztás minden csoportban alacsony értéket mutat (nagyváros: 8 fő, kisváros: 12 fő, község: 10 fő). A havi fogyasztás mérsékelt arányban jelent meg (nagyváros: 35 fő, kisváros: 45 fő, község: 20 fő). A „sosem” válaszkategória legmagasabb értéke a községekben (26 fő) volt megfigyelhető, ami a városi lakóhelyhez képest eltérő beszerzési lehetőségekre vagy fogyasztási preferenciákra utalhat.



18. ábra: Vadhús fogyasztás gyakorisága lakóhely szerint ($n=714$)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján (2025)

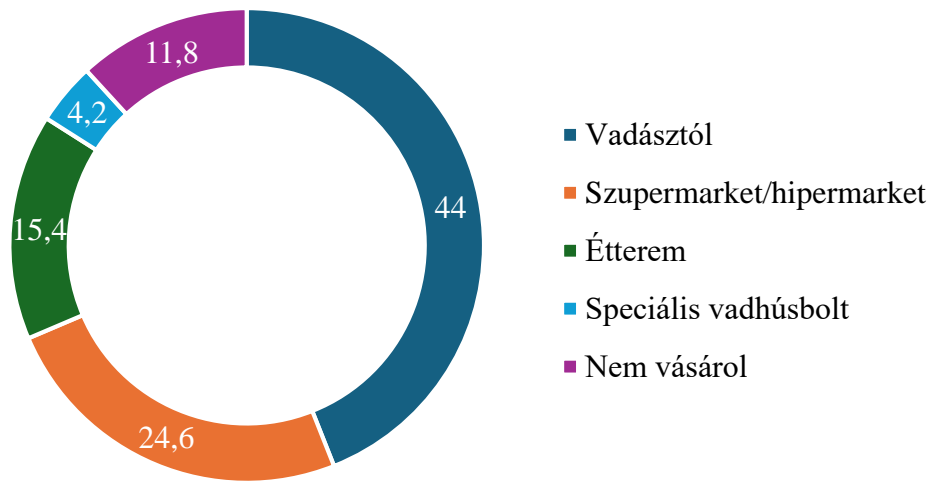
A 18. ábra szemlélteti a különböző településtípusok közötti eltéréseket. Megfigyelhető, hogy a „ritkábban” válaszkategória minden esetben domináns, ugyanakkor a kisebb településeken valamivel magasabb a rendszeresebb fogyasztás aránya. A vadhús fogyasztási gyakoriságát életkor szerinti bontásban vizsgáltam. A mintavételezett adathalmaz eloszlási sajátosságai indokoltá tették a Kruskal-Wallis teszt alkalmazását a csoportok közötti különbségek feltárására. A keresztábra-elemzés alapján minden életkori csoportban a „ritka” fogyasztás a legjellemzőbb (pl. a 31-50 éveseknél 228 fő, az 51 év felettiéknél 226 fő). A Kruskal-Wallis teszt eredménye ($H = 0,43$; $p = 0,93$) alapján nincs statisztikailag szignifikáns különbség az életkorcsoportok között. Ez azt jelenti, hogy az életkor önmagában nem befolyásolja a vadhús fogyasztásának gyakoriságát, a fogyasztói szokások e tekintetben homogének. A 19. ábra vizuálisan is megerősíti, hogy valamennyi korosztály esetében a „ritkábban” válaszkategória dominál és az eltérések mértéke nem mutat lényeges különbséget az életkori csoportok között.



19. ábra: Vadhús fogyasztási gyakorisága életkor szerint (%) (Kruskal – Wallis próbával)

Forrás: saját szerkesztés, 2025

Hasonló következtetés vonható le a prémium ár fizetésére vonatkozó hajlandóság és az életkor kapcsolatáról is. A prémium ár fizetésére vonatkozó hajlandóság életkor szerinti eltéréseinek vizsgálata szintén Kruskal-Wallis próba alkalmazásával történt. A statisztikai próba során a p -érték 0,061 volt, amely meghaladja a 0,05-ös szignifikanciaszintet. Az eredmények alapján nem igazolható szignifikáns eltérés a korcsoportok között, ami arra utal, hogy a minőségi vadhúsért való többletfizetési hajlandóság nem életkorfüggő, hanem egyéb attitűdbeli vagy jövedelmi tényezőkre vezethető vissza. Az egyes korcsoportok medián értékei közel azonosak, ami megerősíti, hogy az életkor nem tekinthető meghatározó tényezőnek a fizetési hajlandóság alakulásában. A vadhús hozzáférhetősége és fogyasztási gyakorisága közötti kapcsolat vizsgálatához Spearman-féle rangkorrelációs elemzést tartottam szükségesnek. A nem paraméteres módszer alkalmazása indokolt volt, mivel az adatok ordinális skálán mérhetők. A számított Spearman-féle korrelációs együttható értéke 0,43, amely közepes erősségű, pozitív kapcsolatot jelez. A p -érték $<0,001$, így az összefüggés statisztikailag erősen szignifikánsnak tekinthető. Ez igazolja, hogy a könnyebb fizikai és logisztikai hozzáférhetőség magasabb fogyasztási gyakorisággal párosul. A beszerzési források megoszlását a 20. ábra szemlélteti. Az $n=714$ fős minta alapján a legjelentősebb csatorna a közvetlenül vadásztól történő vásárlás (44,0%), amelyet a szupermarketek és hipermarketek (24,6%), valamint az éttermi fogyasztás (15,4%) követ. A speciális szaküzletek szerepe (4,2%) jelenleg marginális, míg a válaszadók 11,8%-a egyáltalán nem vásárol vadhúst. Ez rávilágít arra, hogy a vadhús beszerzése még mindig jelentős részben informális vagy direkt csatornákon keresztül történik.



20. ábra: A vadhús beszerzési forrásainak megoszlása (%)

Forrás: saját szerkesztés, online kérdőív alapján 2025 (n=714)

5.4 A vadhús gasztronómiai felhasználása: séfinterjúk kvalitatív elemzése

A vadhús vendéglátásban betöltött szerepének feltárása a magyar gasztronómiai kutatásokban kevésbé vizsgált területnek tekinthető. A kvalitatív kutatás célja az volt, hogy feltárja a vadhús éttermi felhasználásának gyakorlati sajátosságait, a feldolgozási technológiákat, valamint a séfek attitűdjeit és tapasztalatait. Az adatfelvétel során tíz, eltérő szakmai háttérrel és régióból származó séf vett részt a vizsgálatban, akik félig strukturált interjúk keretében osztották meg tapasztalataikat (13. táblázat).

13. táblázat: Séf interjúalanyok jellemzői

Kód	Neme	Korcsoport	Beosztás	Régió
I1	férfi	40–49	Ügyvezető	Dél-Alföld
I2	férfi	30–39	Konyhafőnök	Észak-Magyarország
I3	férfi	30–39	Konyhafőnök	Közép-Dunántúl
I4	férfi	40–49	Konyhafőnök	Észak-Magyarország
I5	férfi	30–39	Konyhafőnök	Nyugat-Dunántúl
I6	férfi	30–39	Konyhafőnök	Észak-Magyarország
I7	férfi	50+	Séf	Pest
I8	férfi	40–49	Séf	Észak-Magyarország
I9	férfi	40–49	Séf, tulajdonos	Észak-Magyarország
I10	férfi	30–39	Konyhafőnök	Észak-Alföld

Forrás: saját szerkesztés, 2025

Az interjúk alapján a vadhús feldolgozása speciális szakmai felkészültséget igényel. A leggyakrabban említett kihívás a hús minőségének és állagának változékonysága volt, amelyet a vad életkörülményei, kora és táplálkozása egyaránt befolyásol. A séfek egybehangozóan kiemelték, hogy az alacsony zsírtartalom miatt a hús könnyen kiszáradhat, ezért a kíméletes konyhatechnológiai eljárások alkalmazása elengedhetetlen. A leggyakrabban alkalmazott technológiák közé tartozik a sous-vide, a pácolás, valamint a lassú főzési eljárások. Az éttermi kínálatban a szarvas és a vaddisznó dominál, amelyek egész évben viszonylag könnyebben beszerezhetők. Az őz, a fácán, a vadkacsa és a muflon ritkábban jelenik meg, elsősorban szezonális és beszállítói korlátok miatt. A leggyakrabban kínált fogások közé tartozik a vadpörkölt, a vadráguleves és a szarvasgerinc. Az interjúalanyok többsége jelezte, hogy a vadhús inkább szezonális ajánlatként jelenik meg az étlapokon, jellemzően az őszi-téli időszakban. A vendégkör tekintve a vadhús iránt elsősorban a prémium fogyasztók és a gasztroturisták mutatnak érdeklődést. A pozitív vendégélményt leginkább a borpárosítások, a személyes ajánlás és a hiteles kommunikáció erősíti. Ugyanakkor több séf szerint a vendégek egy része idegenkedik a vadhústól, amely összefügg az alapanyaggal kapcsolatos ismeretek hiányával és karakteres ízvilágával. A beszerzési gyakorlatban meghatározó szerepet töltenek be a helyi vadásztársaságok és kisebb beszállítók. A válaszadók minden esetben kiemelték a hús frissességének, minőségének és származásának fontosságát. Ugyanakkor a szezonális és az ellátás egyenetlensége több interjúban is problémaként jelent meg, különösen a ritkább vadfajok esetében. A fenntarthatóság szintén visszatérő elemként jelent meg az interjúkban. A vadhúst több séf természetes, adalékanyag-mentes alapanyagként értelmezte, amely rövid ellátási láncokon keresztül jut el a vendéglátásba. Emellett több interjúalany hangsúlyozta a zero waste szemlélet jelentőségét, amely a hús teljes körű felhasználására törekszik. A technológiai megközelítések között egyaránt megjelenik a hagyományos és a modern konyhatechnológiai elemek kombinációja. A klasszikus magyar ételek újraértelmezése, valamint a modern technológiák alkalmazása párhuzamosan van jelen a gyakorlatban. A válaszok alapján a vadhús feldolgozása és felhasználása nagymértékben a séfek egyéni tapasztalatán és kreativitásán alapul. A kvalitatív eredmények alapján megállapítható, hogy a vadhús a hazai vendéglátásban egyszerre jelent technológiai kihívást és gasztronómiai lehetőséget. Alkalmazása elsősorban szezonális jellegű és erősen függ a beszállítói háttértől, a szakmai tapasztalattól és a vendégkör nyitottságától. A főbb megállapításokat a 14. táblázat foglalja össze.

14. táblázat: A kvalitatív séfinterjúk főbb megállapításai

Témakör	Főbb megállapítások
Feldolgozás és technológia	A sous-vide, pácolás és lassú főzés a leggyakoribb eljárások
Étlapi jelenlét	Főételek és levesek dominálnak, szezonális megjelenéssel
Domináns alapanyagok	Szarvas és vaddisznó a leggyakoribb
Vendégélmény	Borpárosítás és személyes ajánlás meghatározó
Beszerezés	Helyi vadásztársaságok és kisebb beszállítók dominálnak
Fenntarthatóság	Természetes eredet és zero waste szemlélet jelen van
Szakmai tudás	Tapasztalati úton szerzett, képzésben korlátozottan jelenik meg

Forrás: saját szerkesztés, 2025

Az interjúk során hat fő témakör mentén 23 kérdés került megfogalmazásra. Az elemzés célja a vadhús éttermi felhasználásának gyakorlati sajátosságainak feltárása volt, különös tekintettel a feldolgozási technológiákra, az étlapi megjelenésre, a vendégélményre és a beszerzési gyakorlatokra. A séfek beszámolóai alapján a vadhús feldolgozása speciális szakmai felkészültséget igényel. A legnagyobb kihívást a hús minőségének és állagának változékonysága jelenti, amely a vad életkörülményeiből adódik. Az alacsony zsírtartalom miatt a hús könnyebben kiszárad, ezért a kíméletes hőkezelési eljárások alkalmazása elengedhetetlen. A leggyakrabban alkalmazott technológiák közé tartozik a sous-vide, a pácolás és a lassú főzés, amelyek lehetővé teszik a megfelelő állag és szaftosság megőrzését. Az interjúk alapján megállapítható, hogy e technikák elsajátítása elsősorban gyakorlati tapasztalaton alapul.

Az éttermi kínálatban a szarvas és a vaddisznó dominál, míg más vadfajok – például őz, fácán vagy vadvad – ritkábban jelennek meg, elsősorban szezonális elérhetőségük miatt. A vadhús leggyakrabban főételek és levesek formájában szerepel az étlapokon, jellemzően szezonális ajánlatként. A leggyakoribb fogások közé tartozik a vadvadpörkölt, a vadraguleves és a szarvasgerinc.

A vendégoldali tapasztalatok alapján a vadhús fogyasztása elsősorban a prémium vendégkörhöz és a gasztroturistákhoz köthető. A fogyasztói idegenkedés hátterében az alapanyaggal kapcsolatos ismeretek hiánya és annak karakteres ízvilága áll. A pozitív élményt leginkább a megfelelő kommunikáció, a borpárosítások és a hiteles éttermi környezet erősíti. A beszerzési gyakorlatban a helyi vadásztársaságok és kisebb beszállítók meghatározó szerepet töltenek be. A hús frissessége, minősége és ellenőrzött származása minden esetben kiemelt szempontként jelenik meg. Ugyanakkor a szezonális és az ellátás egyenetlensége több esetben korlátozó tényezőként

jelentkezik. A technológiai megközelítésekben a hagyományos és modern konyhatechnológiai elemek együttes alkalmazása figyelhető meg. A klasszikus magyar vadételek mellett egyre nagyobb szerepet kapnak a modern feldolgozási technikák és kreatív tálalási megoldások. A fine dining szegmensben hangsúlyosabb az innováció és az élményalapú megközelítés, míg más éttermekben inkább a tradicionális elkészítési módok dominálnak. Összességében megállapítható, hogy a vadhús gasztronómiai alkalmazása komplex, tudásintenzív folyamat, amelynek sikeressége a szakmai tapasztalat, a stabil beszállítói háttér és a fogyasztói nyitottság együttes meglététől függ. A kvalitatív eredmények alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy a vadhús vendéglátóipari alkalmazása nem tekinthető rutinszerű gyakorlatnak, hanem inkább speciális szakmai kompetenciákhoz kötődik. A séfek beszámolóí alapján a feldolgozás során jelentkező bizonytalanságok, valamint az alapanyag változékonysága olyan kockázati tényezőként jelennek meg, amelyek befolyásolják az étlapi döntéseket. Ez a megállapítás összhangban áll az étlapelemzés eredményeivel is, amelyek a vadételek korlátozott és jellemzően szezonális jelenlétét mutatták ki. A vendégoldali tapasztalatok alapján a vadhús iránti kereslet nem tekinthető homogénnek. Egyes fogyasztói csoportok kifejezetten keresik az ilyen jellegű ételt, míg mások bizonytalanok vagy elutasítók. Ez a kettősség visszahat a kínálatra, mivel a vendéglátóhelyek jellemzően a biztosan értékesíthető fogásokat részesítik előnyben. A séfek által jelzett fogyasztói bizonytalanság összhangban áll a kérdőíves kutatás eredményeivel, amelyek szerint a vadhús elkészítésével kapcsolatos ismerethiány jelentős visszatartó tényező. A beszerzési gyakorlatok elemzése rámutat arra, hogy a kínálati oldal korlátai szintén meghatározó szerepet játszanak a vadhús gasztronómiai alkalmazásában. A szezonális, az ellátás egyenetlensége, valamint a beszállítói hálózat korlátozott kiépítettsége olyan tényezők, amelyek közvetlen hatással vannak az éttermi kínálat stabilitására. Ez a jelenség párhuzamba állítható a kérdőíves vizsgálat eredményeivel, amelyek a hozzáférhetőség kulcsszerepét hangsúlyozták.

Összességében megállapítható, hogy a vadhús vendéglátóipari alkalmazása egy komplex, több tényező által meghatározott rendszerként értelmezhető, amelyben a szakmai tudás, a beszállítói háttér és a fogyasztói attitűdök együttesen alakítják a piaci jelenlétet. A kvalitatív eredmények rámutatnak arra, hogy a vadhús alkalmazásának korlátai nem kizárólag az alapanyag sajátosságaiból fakadnak, hanem jelentős mértékben a feldolgozáshoz kapcsolódó tudás és tapasztalat hiányából is erednek. Ez a megállapítás megerősíti a kutatás azon központi következtetését, hogy a vadhús gasztronómiai térnyerése nem önálló tényezők mentén értelmezhető, hanem a kínálati és keresleti oldal, valamint az oktatás közötti kölcsönhatások

eredményeként alakul. A kvalitatív elemzés így nemcsak kiegészíti, hanem rendszerszinten is értelmezi a kvantitatív vizsgálatok során feltárt összefüggéseket.

5.5 A vadhús szerepe a szakácsképzésben – kvalitatív elemzés

A kutatás kvalitatív interjúmódszerrel valósult meg, amely során tíz, eltérő földrajzi és intézményi háttérrel rendelkező szakképző intézmény képviselőivel készültek félig strukturált interjúk (15. táblázat). A megközelítés különösen indokolt a vadhús oktatásának vizsgálata esetében, mivel a témakör erősen függ az intézményi gyakorlatoktól, az oktatók egyéni tapasztalataitól és a rendelkezésre álló erőforrásoktól. A módszer lehetőséget biztosított arra, hogy az oktatás tényleges működése ne csupán formális szabályozási szinten, hanem a mindennapi gyakorlat perspektívájából is értelmezhetővé váljon. Az adatfelvétel hat témakör mentén, összesen tizennyolc kérdés felhasználásával történt. A kvalitatív megközelítés lehetővé tette a vadhús oktatásban betöltött szerepének mélyebb feltárását, valamint az intézményi gyakorlatok és korlátok azonosítását.

15. táblázat: Iskolai interjúalanyok jellemzői

Kód	Neme	Korcsoport	Beosztás	Régió
I11	Nő	50+	Intézményvezető	Dél-Alföld
I12	férfi	30–39	Szakoktató	Észak-Magyarország
I13	férfi	50+	Szakoktató	Közép-Dunántúl
I14	Nő	40–49	Szakoktató	Észak-Magyarország
I15	férfi	30–39	Szakoktató	Nyugat-Dunántúl
I16	férfi	30–39	Szakoktató	Észak-Magyarország
I17	férfi	50+	Intézményvezető	Pest
I18	férfi	40–49	Szakoktató	Észak-Magyarország
I19	férfi	40–49	Szakoktató	Észak-Alföld
I20	férfi	30–39	Szakmai igazgatóhelyettes	Észak-Magyarország

Forrás: saját szerkesztés (2025)

5.5.1 A vadhús tantervi megjelenése

Az interjúk eredményei szerint a vadhús a legtöbb intézményben nem jelenik meg önálló tantervi egységként. Ez a jelenség arra utal, hogy a vadhús oktatása jelenleg nem tekinthető prioritásnak a szakácsképzésben. A tantervi szabályozás hiánya miatt az intézmények között jelentős különbségek alakulnak ki, ami hosszabb távon a szakmai tudás egyenetlenségéhez vezethet. A rendszerszintű integráció hiánya azt eredményezi, hogy a tanulók gyakorlati felkészültsége nagymértékben esetleges marad. A témakör jellemzően a húsismeret, húsfeldolgozás vagy a magyar konyha tantárgyak részeként, kiegészítő jelleggel kerül elő. Az oktatás mélysége intézményenként jelentős eltérést mutat, amely elsősorban az oktatók szakmai tapasztalatától és érdeklődésétől függ. A központi tantervi szabályozás nem tartalmaz konkrét előírásokat a vadhúsoktatására vonatkozóan, így annak megjelenése nem egységes és gyakran esetleges. Ez a heterogenitás hozzájárulhat ahhoz, hogy a tanulók gyakorlati ismeretei hiányosak maradnak, ami hosszabb távon a vadhús gasztronómiai alkalmazásának korlátozottságában is megjelenhet.

Gyakorlati oktatás korlátai

A legtöbb esetben a vadhús feldolgozása csak elméleti szinten jelenik meg, míg gyakorlati alkalmazása korlátozott. A vadhús gyakorlati oktatásba történő integrációja korlátozott. A feldolgozás jellemzően eseti jelleggel, versenyfelkészítésekhez vagy egyedi oktatói kezdeményezésekhez kapcsolódik. Csak kevés intézményben biztosított a rendszeres gyakorlati feldolgozás lehetősége. Az intézmények technológiai felszereltsége eltérő. Egyes helyeken korszerű eszközök (pl. sous-vide, vákuumozás) állnak rendelkezésre, míg más intézményekben az alapvető konyhatechnológiai feltételek is korlátozottak. A gyakorlati oktatás korlátozottsága különösen problémás, mivel a vadhús feldolgozása speciális technológiai ismereteket igényel, amelyek elsajátítása elsősorban gyakorlati környezetben lehetséges. Az elméleti tudás önmagában nem elegendő a megfelelő kompetenciaszint eléréséhez, ami hozzájárulhat ahhoz, hogy a végzett szakemberek bizonytalanul viszonyulnak a vadhús felhasználásához. Ez jelentős különbségeket eredményez a tanulók gyakorlati kompetenciáiban.

Beszerezési és infrastrukturális feltételek

A külső gyakorlólhelyek szerepe meghatározó, azonban ezek nem minden esetben biztosítanak lehetőséget a vadhús feldolgozására, így a gyakorlati tapasztalatok megszerzése nem garantált. A

vadhús beszerzése az intézmények többségében rendszertelen és alkalmoszerű. A beszerzési nehézségek nemcsak az oktatás gyakorlati megvalósítását korlátozzák, hanem a tanulók élményszerű tanulását is befolyásolják. Az alapanyag hiánya miatt a vadhús feldolgozása sok esetben elméleti szinten marad, ami csökkenti a tanulók motivációját és gyakorlati tapasztalatszerzési lehetőségeit. Az alapanyag gyakran kapcsolati hálón keresztül, adomány vagy eseti együttműködés révén kerül az iskolákhoz. A magas beszerzési ár és a költségvetési korlátok jelentős akadályt jelentenek a rendszeres felhasználásban. A hozzáférhetőség regionális különbségeket is mutat: a vidéki intézmények nagyobb eséllyel jutnak vadhúshoz helyi kapcsolatok révén, míg a városi iskolák lehetőségei korlátozottabbak.

Az oktatók szerepe és a tanulói attitűdök

Az interjúk alapján az oktatók szerepe kulcsfontosságú a vadhús oktatásában. Azokban az intézményekben, ahol az oktatók rendelkeznek releváns szakmai tapasztalattal, a téma hangsúlyosabban jelenik meg. A tanulók kezdetben gyakran bizonytalanul viszonyulnak a vadhúshoz, azonban a gyakorlati tapasztalatok hatására nyitottabbá válnak. Ugyanakkor az oktatás jelenlegi formája korlátozott lehetőséget biztosít a mélyebb tapasztalatszerzésre. A vadhús feldolgozásához szükséges tudás átadása nem rendszerszintű.

Az oktatásban elsősorban elméleti elemek dominálnak, míg a gyakorlati bemutatók és tematikus alkalmak rendszertelenül jelennek meg. A szakmai továbbképzésekben a vadhús feldolgozása kevésbé hangsúlyos, ami hozzájárul az oktatói tudás heterogenitásához. Az oktatók szerepének kiemelkedő jelentősége arra utal, hogy a jelenlegi rendszerben a vadhús oktatása nem intézményi szinten szabályozott, hanem nagymértékben egyéni kezdeményezéseken alapul. Ez a megközelítés ugyan lehetőséget ad innovatív megoldások megjelenésére, ugyanakkor nem biztosít egységes képzési színvonalat.

A kvalitatív elemzés és a 16. táblázat alapján megállapítható, hogy a vadhús a szakácsképzésben alulreprezentált és jelenléte nagymértékben az intézményi adottságoktól, valamint az oktatók egyéni motivációjától függ. A gyakorlati oktatás korlátozott, amely elsősorban a beszerzési nehézségekből és az infrastrukturális különbségekből adódik. A vadhús oktatásának fejlesztése komplex, rendszerszintű beavatkozást igényel, amely a tantervi integráció, az oktatói felkészültség és az alapanyag-ellátás stabilitásának együttes erősítésén alapul.

A kvalitatív eredmények egyértelműen rámutatnak arra, hogy a vadhús oktatásának jelenlegi helyzete szoros összefüggésben áll a vendéglátóipari gyakorlat sajátosságaival. Az oktatásban

tapasztalható hiányosságok közvetlen hatással lehetnek a gasztronómiai kínálatra, mivel a szakmai kompetenciák korlátozottsága visszatartja a vadhús szélesebb körű alkalmazását. Ez a megállapítás összhangban áll a séfinterjúk eredményeivel, amelyek a feldolgozási bizonytalanságokat és a szakmai tapasztalat jelentőségét emelték ki. Összességében megállapítható, hogy a vadhús oktatásának fejlesztése kulcsszerepet játszhat a teljes értéklánc működésében, mivel az oktatás közvetlen kapcsolatot teremt a kínálati és a keresleti oldal között. A megfelelően képzett szakemberek hozzájárulhatnak a gasztronómiai kínálat bővítéséhez, amely hosszabb távon a fogyasztás növekedésében is megjelenhet.

6. táblázat: Kulcstémák és főbb megállapítások

Témakör	Főbb megállapítások
Tantervi szerep	A vadhúsok oktatása marginális, nem szerepel önálló tantárgyként. Az integráció nem egységes.
Gyakorlati oktatás	A vadhús feldolgozása eseti és nem rendszeres, az iskolák eszközkészlete és alapanyag-elérhetősége korlátozott.
Beszerezési lehetőségek	A vadhús beszerzése rendszertelen, helyi vadásztársaságokkal való kapcsolat segíthetne.
Oktatók motivációja és tudása	Az oktatók személyes érdeklődése és tapasztalata döntő, továbbképzésre van szükség.
Tanulói attitűdök	A tanulók kezdetben vonakodnak a vadhúsoktól, de megfelelő pedagógiai eszközökkel és gyakorlati tapasztalatokkal nyitottá válnak.
Fejlesztési irányok	Tantervi integráció, oktatói továbbképzés, eszközkészlet bővítése, rendszeres alapanyag-beszerzés szükséges.

Forrás: saját szerkesztés, 2025

6 KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK ÉS MODELLALKOTÁS

6.1 A kutatás főbb következtetései

A kutatás célja a vadhús fogyasztás hazai helyzetének feltárása, valamint a fogyasztás növelését befolyásoló tényezők azonosítása volt. A vizsgálat során alkalmazott módszertani eszköztár – a szakirodalmi elemzés, a kérdőíves felmérés (n=714), a statisztikai vizsgálatok, az étlapelemzés (n=1360), valamint a kvalitatív interjúk – lehetővé tette a jelenség többdimenziós, integrált értelmezését. A különböző módszerekkel nyert eredmények összevetése és szintézise alapján megállapítható, hogy a vadhús fogyasztás alacsony gyakorisága nem egyetlen tényezőre vezethető vissza, hanem egymással összefüggő kínálati és keresleti hatások együttes eredményeként értelmezhető. A kutatás eredményei azt is alátámasztják, hogy a vadhús fogyasztás nem pusztán gazdasági kérdésként kezelhető, hanem olyan komplex jelenségként, amelyben a hozzáférhetőség, az ismeretek szintje, a gasztronómiai kínálat és a fogyasztói attitűdök egyaránt meghatározó szerepet játszanak.

A kvantitatív kutatás eredményei egyértelműen jelzik, hogy a vadhús nem része a mindennapi fogyasztási gyakorlatnak. A válaszadók közel kétharmada (69%) havonta egyszer vagy annál ritkábban fogyaszt vadhúst, míg a teljes minta 10%-a egyáltalán nem él ezzel a lehetőséggel. Ez az alacsony fogyasztási gyakoriság összhangban áll a hazai és nemzetközi szakirodalomban megfogalmazott megállapításokkal, ugyanakkor a jelen kutatás eredményei részletesebben is feltárják az e mögött húzódó okokat. Az alacsony fogyasztási gyakoriság mögött meghúzódó okok értelmezése során megállapítható, hogy a vadhús esetében nem alakult ki stabil, rutinszerű fogyasztási minta. A termék fogyasztása jellemzően alkalmi döntésekhez, különleges eseményekhez vagy szezonális időszakokhoz kapcsolódik, ami eltér a mindennapi étel- és ital-fogyasztási struktúrától. Ez a sajátosság részben a hozzáférhetőség korlátozottságával, részben pedig a felhasználással kapcsolatos bizonytalanságokkal magyarázható. A fogyasztók jelentős része nem rendelkezik megfelelő gyakorlati ismeretekkel a vadhús elkészítésére vonatkozóan, ami növeli a kockázatterzetet és visszatartja a gyakori fogyasztástól.

Az étlapelemzés eredményei megerősítették, hogy a vadhús a vendéglátóipari kínálatban elsősorban szezonális és prémium termékként jelenik meg. A vizsgált étlapok alapján a vadételek kínálata korlátozott és döntően hagyományos fogásokra épül, ami szűkíti a potenciális fogyasztói

elérést. A kínálat szerkezeti sajátosságai hozzájárulnak ahhoz, hogy a vadhús nem válik a mindennapi éttermi választás részévé, hanem inkább alkalmi fogyasztási döntésekhez kapcsolódik. Az éttermi kínálat nemcsak leképezi, hanem formálja is a fogyasztói keresletet. A vadhús korlátozott és kevésbé innovatív megjelenése azt eredményezi, hogy a fogyasztók ritkábban találkoznak olyan formában a termékkel, amely könnyebben beépíthető lenne mindennapi étkezési szokásaikba. Ez különösen fontos a fiatalabb fogyasztói csoportok esetében, akik nyitottabbak lehetnek az új gasztronómiai élményekre, ugyanakkor a jelenlegi kínálat nem minden esetben szólítja meg őket. A kvalitatív interjúk eredményei rámutattak arra, hogy a vadhús feldolgozása és elkészítése a vendéglátásban speciális szaktudást igényel. A séfek tapasztalatai szerint a technológiai bizonytalanság, valamint az alapanyag feldolgozásával kapcsolatos ismeretek hiánya visszatartó tényezőt jelent a szélesebb körű felhasználásban. Ez a tényező szoros összefüggésben áll az oktatás szerepével, amely a vadhús gasztronómiai alkalmazásának egyik kulcselemének tekinthető. A kvalitatív eredmények alapján megállapítható, hogy a szükséges szakmai tudás hiánya nem csupán egyéni, hanem rendszerszintű problémaként jelenik meg. Az oktatás, a vendéglátás és a fogyasztás egymással kölcsönhatásban működő elemekként értelmezhetők, amelyek együttesen határozzák meg a vadhús piaci jelenlétét.

A statisztikai elemzések eredményei alapján szignifikáns, közepes erősségű kapcsolat mutatható ki a vadhús hozzáférhetősége és a fogyasztási gyakoriság között ($\rho = 0,43$; $p < 0,001$). Ez az eredmény alátámasztja azt a feltételezést, hogy az ellátási rendszer fejlesztése közvetlen hatással lehet a fogyasztás növekedésére. Ezzel szemben az életkor nem bizonyult meghatározó tényezőnek sem a fogyasztási gyakoriság, sem a prémiumár fizetési hajlandóság tekintetében, ami arra utal, hogy a vadhús fogyasztása nem kizárólag demográfiai sajátosságok mentén értelmezhető. A fogyasztói attitűdök vizsgálata egyértelműen kirajzolta a piac kettősségét. Egyrészt jelen van egy tudatosabb, értékorientált fogyasztói réteg, amely nyitott a fenntartható és prémium élelmiszerek iránt és hajlandó magasabb árat fizetni ezekért. Másrészt jelentős az árérzékeny fogyasztók aránya, akik számára a vadhús elsősorban alkalmi, nem mindennapi termékként jelenik meg. Ez a kettősség azt jelzi, hogy a vadhús piacán differenciált megközelítés szükséges, amely képes kezelni az eltérő fogyasztói igényeket és fizetési hajlandóságot.

A beszerzési források elemzése rámutatott arra, hogy a vadhús jelentős része informális csatornákon keresztül jut el a fogyasztókhoz. A közvetlen vadászati kapcsolatok szerepe meghatározó, miközben a formális, szervezett értékesítési csatornák – például a kiskereskedelem – szerepe korlátozott. Ez a struktúra gátolja a piac átlátható és szélesebb körű fejlődését.

Összességében megállapítható, hogy a vadhús alacsony fogyasztási szintje mögött komplex, egymással kölcsönhatásban álló tényezők rendszere áll. A hozzáférhetőség korlátai, a gasztronómiai kínálat szűkössége, a feldolgozási nehézségek, valamint a fogyasztói ismeretek hiánya együttesen határozzák meg a vadhús jelenlegi piaci pozícióját. E tényezők együttes kezelése nélkül a fogyasztás érdemi növekedése nem várható.

6.2 Gyakorlati javaslatok

A kutatás eredményei alapján a vadhús fogyasztás növelése négy fő beavatkozási terület mentén értelmezhető (17. táblázat). Ezen területek közül kiemelten fontos az elérhetőség javítása. A jelenlegi beszerzési struktúra nagymértékben informális kapcsolatokra épül, ami korlátozza a piac bővülését, amelyet a kérdőíves felmérés és a kvalitatív interjúk eredményei egyaránt megerősítettek. A kutatási eredmények alapján javasolt a vadhús termékek szélesebb körű megjelenítése a kiskereskedelmi láncokban, külön polcfelületek kialakításával és jól látható termékkommunikációval. Emellett indokolt az online értékesítési csatornák fejlesztése, amelyek különösen a vidéki térségekben élő fogyasztók számára jelenthetnek alternatív beszerzési lehetőséget. Az árképzés területén differenciált stratégia alkalmazása szükséges, amely összhangba áll a feltárt fogyasztói attitűdök kettősségével. A prémium fogyasztók számára a minőség, a fenntarthatóság és a termék eredete jelent hozzáadott értéket, míg az árérzékeny csoportok esetében a kisebb kiszerelek, feldolgozott termékek és promóciók kínálhatnak megoldást. A vendéglátóipar szerepének erősítése szintén kulcsfontosságú, amit az étlapelemzés eredményei is alátámasztanak.

Javasolt a vadételek gyakoribb megjelenítése az étlapokon, különösen szezonális ajánlatok, tematikus rendezvények és gasztronómiai fesztiválok keretében. A pozitív első fogyasztási élmény meghatározó szerepet játszik a későbbi fogyasztói döntések alakulásában. Az oktatás fejlesztése elengedhetetlen a vadhús feldolgozásának és gasztronómiai alkalmazásának szélesebb körű elterjesztéséhez, amit a szakértői interjúk során feltárt kompetenciahiányok is igazolnak. Indokolt a vadhús tematikus beépítése a szakácsképzésbe, valamint gyakorlati workshopok és továbbképzések szervezése. A fogyasztói edukáció szintén kiemelt jelentőségű, amely nemcsak az ismeretek bővítését, hanem a vendéglátóipari szakképzés technológiai megújítását is szolgálja. A kommunikáció során hangsúlyozni szükséges a vadhús egészségügyi, fenntarthatósági és gasztronómiai előnyeit. A receptek, elkészítési útmutatók és kóstoltatások hozzájárulhatnak a fogyasztói bizonytalanság csökkentéséhez és a termék elfogadottságának növeléséhez.

Összességében megállapítható, hogy a vadhús piaci térnyerése integrált megközelítést igényel, amely a kínálati lánc fejlesztését, a fogyasztói tudatosság erősítését és a gasztronómiai innováció ösztönzését egyaránt magában foglalja. A kutatás eredményei azt is jelzik, hogy a vadhús piaci fejlesztése nem rövid távú folyamat, hanem hosszabb időhorizonton érvényesülő strukturális átalakulást igényel. Ennek sikeressége nagymértékben függ attól, hogy a rendszer szereplői milyen mértékben képesek együttműködni, valamint attól, hogy a fogyasztói attitűdök változása milyen ütemben következik be.

17. táblázat: A vadhús fogyasztás növelésének fő beavatkozási területei

Terület	Konkrét javaslat
Elérhetőség	Szupermarket kínálat bővítése, online értékesítés
Ár	Differenciált árstratégia, kisebb kiszérések
Vendéglátás	Tematikus menük, vadgasztronómiai események
Oktatás	Szakácsképzés bővítése, workshopok
Kommunikáció	Edukációs kampányok, receptek, kóstoltatás

Forrás: saját szerkesztés, 2025

6.3 A vadhús értéklánc elméleti modellje

A vadhússzektor elemzése rámutat arra, hogy a hagyományos, egymást követő lépésekre épülő logisztikai sémák nem képesek hűen tükrözni a valós folyamatokat. Míg a korábbi elméleti keretek (*Christopher, 2016; Gereffi–Lee, 2016*) a termék útját egyirányú, a termelőtől a vásárlóig tartó szakaszként írták le, az élelmiszergazdaságban ennél sokkal rétegzettebb, több résztvevő aktivitásán alapuló hálózatok működnek. A hazai tudományos álláspont (*Lehota, 2001; Szűcs, 2012*) is azt hangsúlyozza, hogy a szektor szereplői nem elszigetelt fázisokban, hanem egy összefüggő, organikus rendszerben léteznek. Az egyenes vonalú modellek fő hibája, hogy a kapcsolatokat merevnek és alá-fölérendeltnek tekintik, figyelmen kívül hagyva azok változékony és életteli természetét.

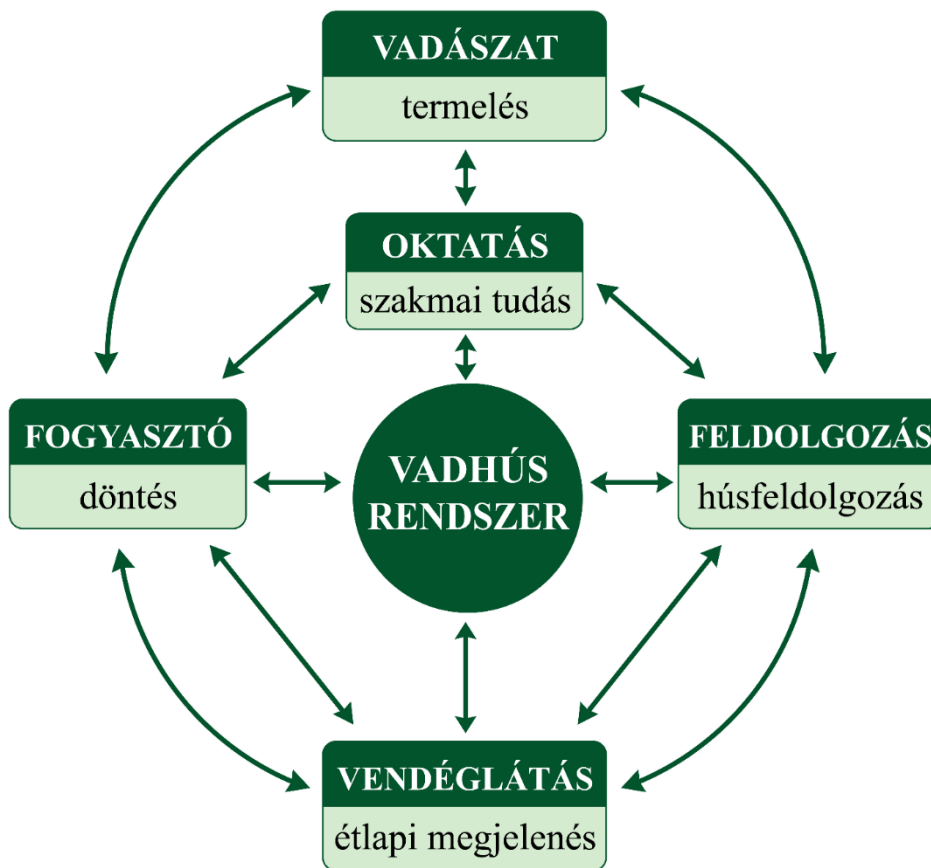
A modern agrárkutatásokban ezért kap központi szerepet a rendszerszemlélet, amely a visszacsatolásokat és a résztvevők közötti interakciókat tekinti elsődlegesnek (*Erickson, 2008; Trienekens, 2011*). Ez a megközelítés vallja, hogy a bonyolult struktúrák működése nem vezethető vissza egyszerű ok-okozati láncokra; ehelyett soktényezős befolyásolási övezetként (*Béné et al., 2019; Tendall et al., 2015*) értelmezhetők. Az élelmiszerláncokban a gyártás, az értékesítés és a

felhasználói oldal szorosan összefonódik, a vevői elvárások pedig folyamatosan alakítják a kínálati oldalt (*Szakály et al., 2012*). A vadhús esetében ez különösen szembeűnő, hiszen a forgalmat a piaci lehetőségeken túl a lakossági beállítódás, a tájékozottság és a beszerezhetőség is nagyban meghatározza. Ebben a speciális körforgásban a szokásos piaci szereplők mellett a szakképzésnek jut meghatározó szerep. A tudásátadás közvetlenül emeli a konyhatechnológiai és feldolgozási színvonalat, ami javítja a választékot és a minőséget. Ezzel egy időben az oktatás a fogyasztói szokásokra is hat: a nívósabb vendéglátóipari kínálat pozitív élményeken keresztül növeli a keresletet.

Fontos látni, hogy a vadhúsfogyasztás mértéke nem egyetlen okra vezethető vissza. A szakirodalmi adatok szerint a vásárlói döntéseket kulturális, gazdasági és szociális elemek bonyolult szövédéke irányítja (*Lehota, 2001; Szakály et al., 2012*). Magyarországon az alacsony népszerűség háttérében több, egymást erősítő akadály áll. A saját kutatások igazolták, hogy a ritka fogyasztásért a szűkös beszerezhetőség, a bonyolult elkészítési mód, az éttermek hiányos étlapjai, valamint a lakosság bizonytalansága együttesen felelős. A felmérésben részt vevők többsége ritkán jut vadhoz és tart a főzésétől, míg a séfek és oktatók a technikai nehézségeket és a képzési hiányosságokat emelték ki. Mindezek miatt elengedhetetlen egy olyan új elméleti keret, amely a vadhús útját nem sorfolyamatként, hanem kölcsönhatások hálózataként mutatja be.

A 19. ábra a rendszerszintű elemzést szemlélteti, ami összeköti a vadászatot, a feldolgozást, az éttermi szférát és a lakossági igényeket a tudásátadással, feltárva a piaci jelenléte mozgató belső mechanizmusokat. Ez a modell lehetőséget ad a kínálati és keresleti tényezők, valamint a szakképzés integrált kezelésére.

A következő fejezetben részletezett új értéklánc-struktúra a gyűjtött adatokra alapozva szemlélteti ezeket az összefüggéseket és hatásmechanizmusokat. A modell empirikus megalapozottságát a kutatás során alkalmazott kvantitatív és kvalitatív módszerek egyaránt alátámasztják. A kérdőíves felmérés, az étlapelemzés és az interjúk eredményei rámutattak arra, hogy a vadhús értékláncában a szereplők közötti kapcsolatok nem lineárisak, hanem kölcsönhatásokon alapulnak, ami indokolja a rendszerszemléletű megközelítés alkalmazását.



21. ábra: A vadhús integrált, kölcsönhatásokon alapuló értéklánc modellje

Forrás: saját szerkesztés, 2025

A bemutatott modell értelmezése során fontos hangsúlyozni, hogy a vadhús értéklánca nem csupán a hagyományos termelési és értékesítési folyamatok mentén szerveződik, hanem egy olyan komplex, dinamikus rendszerként működik, amelyben a szereplők közötti kapcsolatok kölcsönös függőségi viszonyokra épülnek. A modell egyik legfontosabb sajátossága, hogy a különböző szintek – a termelés, a feldolgozás, a vendéglátás és a fogyasztás – nem egymást követő, elkülönülő fázisokként jelennek meg, hanem egymással folyamatos interakcióban álló elemekként.

A vadászat, mint a vadhús előállításának elsődleges forrása, nem tekinthető hagyományos értelemben vett termelési tevékenységnek, hiszen az alapanyag mennyisége és minősége jelentős mértékben függ természeti és ökológiai tényezőktől. Ez a sajátosság már a lánc kezdeti pontján bizonytalanságot visz a rendszerbe, amely végig kíséri az egész értéklánc működését. A feldolgozási szakaszban ez a bizonytalanság a hús minőségének változékonyságában és a speciális

technológiai igényekben jelenik meg, amelyeket a kvalitatív interjúk során a szakemberek is hangsúlyoztak.

A vendéglátóipari szféra a modell egyik kulcsfontosságú elemeként értelmezhető, mivel közvetítő szerepet tölt be a kínálati és a keresleti oldal között. Az éttermek nemcsak felhasználják a vadhúst, hanem aktívan alakítják is a fogyasztói attitűdöket azáltal, hogy milyen formában, milyen minőségben és milyen kommunikációval jelenítik meg azt. A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a vadhús jelenlegi éttermi megjelenése korlátozott, ami visszahat a fogyasztói keresletre is. A fogyasztói oldal szintén nem passzív eleme a rendszernek, hanem aktív formálója az értékláncnak. A fogyasztói attitűdök, preferenciák és ismeretek közvetlen hatással vannak a kínálati oldal döntéseire.

A kérdőíves felmérés eredményei alapján a vadhús iránti keresletet jelentős mértékben befolyásolja a hozzáférhetőség és az elkészítéssel kapcsolatos bizonytalanság. Ez azt jelenti, hogy a keresleti oldal visszacsatolási mechanizmusokon keresztül folyamatosan alakítja a kínálati struktúrákat. A modell egyik kiemelt eleme a szakképzés szerepe, amely horizontális módon kapcsolódik az értéklánc minden szintjéhez. Az oktatás nemcsak a vendéglátóipari szakemberek kompetenciáit fejleszti, hanem közvetve hatással van a feldolgozási gyakorlatokra és a fogyasztói élmények minőségére is. A kvalitatív kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a vadhús oktatásának jelenlegi hiányosságai közvetlenül befolyásolják a gasztronómiai alkalmazás színvonalát. A modell további fontos sajátossága, hogy a szereplők közötti kapcsolatok nem statikusak, hanem folyamatosan változnak a piaci, gazdasági és társadalmi környezet hatására.

A vadhús értéklánca különösen érzékeny az olyan tényezőkre, mint a szabályozási környezet, a fogyasztói trendek vagy a gazdasági feltételek változása. Ez a dinamikus jelleg indokolja a rendszerszemlélet alkalmazását, amely képes kezelni a komplex kölcsönhatásokat és a visszacsatolási folyamatokat. Az integrált értéklánc-modell egyik legfontosabb következtetése, hogy a vadhús piaci jelenléte nem javítható egyetlen beavatkozási ponton keresztül. A fogyasztás növelése csak akkor érhető el, ha a rendszer több elemében egyidejűleg történnek fejlesztések. A hozzáférhetőség javítása, a gasztronómiai kínálat bővítése, a szakmai tudás fejlesztése és a fogyasztói edukáció együttesen képesek olyan hatást kiváltani, amely a vadhús szélesebb körű elterjedéséhez vezethet.

Összességében megállapítható, hogy a bemutatott modell nem csupán leíró jellegű, hanem értelmezési keretet is biztosít a vadhús értékláncának vizsgálatához. A rendszerszemléletű

megközelítés lehetőséget ad arra, hogy a jövőbeni fejlesztések ne izolált intézkedések formájában jelenjenek meg, hanem egy koherens, egymással összhangban álló stratégiai rendszer részeként.

6.4 A vadhús fogyasztás növelésének integrált stratégiai modellje

A javaslatok és a kialakított integrált modell nemcsak az empirikus kutatások eredményein alapulnak, hanem a szakirodalomban bemutatott stratégiai elemzési keretek – SWOT-, STEEPLE-elemzés és marketingmix – logikájára is épülnek. A kutatási eredmények szintézise alapján egy integrált stratégiai modell került kialakításra, amely a vadhús fogyasztás növelésének fő befolyásoló tényezőit rendszerezi. A 20. ábrán bemutatott modell a kvantitatív (kérdőíves felmérés, statisztikai elemzések), valamint a kvalitatív (interjúk) kutatási eredmények és a szakirodalmi megállapítások összevetésén alapul.

A modell központi eleme a **fogyasztói attitűd és bizalom**, amely meghatározza a vadhús iránti kereslet alakulását. A kérdőíves kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a fogyasztói bizalom szintje szoros összefüggésben áll a termékkel kapcsolatos ismeretekkel és korábbi fogyasztási tapasztalatokkal. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a fogyasztási döntéseket nem kizárólag gazdasági tényezők befolyásolják, hanem jelentős szerepet játszik a termékhez kapcsolódó bizalom, az ismeretek szintje, valamint a korábbi fogyasztási tapasztalatok is.

A központi elemet négy, egymással kölcsönhatásban álló pillér veszi körül. Az első pillér a **hozzáférhetőség**, amely magában foglalja az ellátási lánc fejlettségét, a kiskereskedelmi jelenlétet és az online értékesítési lehetőségeket. A statisztikai elemzések szignifikáns kapcsolatot mutattak ki a hozzáférhetőség és a fogyasztási gyakoriság között, ami alátámasztja ennek a tényezőnek a meghatározó szerepét.

A második pillér a **termékpozicionálás**, amely a vadhús piaci megjelenítésére vonatkozik. A kutatás rávilágított arra, hogy a vadhús egyszerre jelenik meg prémium, egészséges és fenntartható terméként, ugyanakkor a fogyasztók egy része továbbra is bizonytalan annak felhasználásával kapcsolatban. A megfelelő pozicionálás ezért kulcsfontosságú a célcsoportok elérésében.

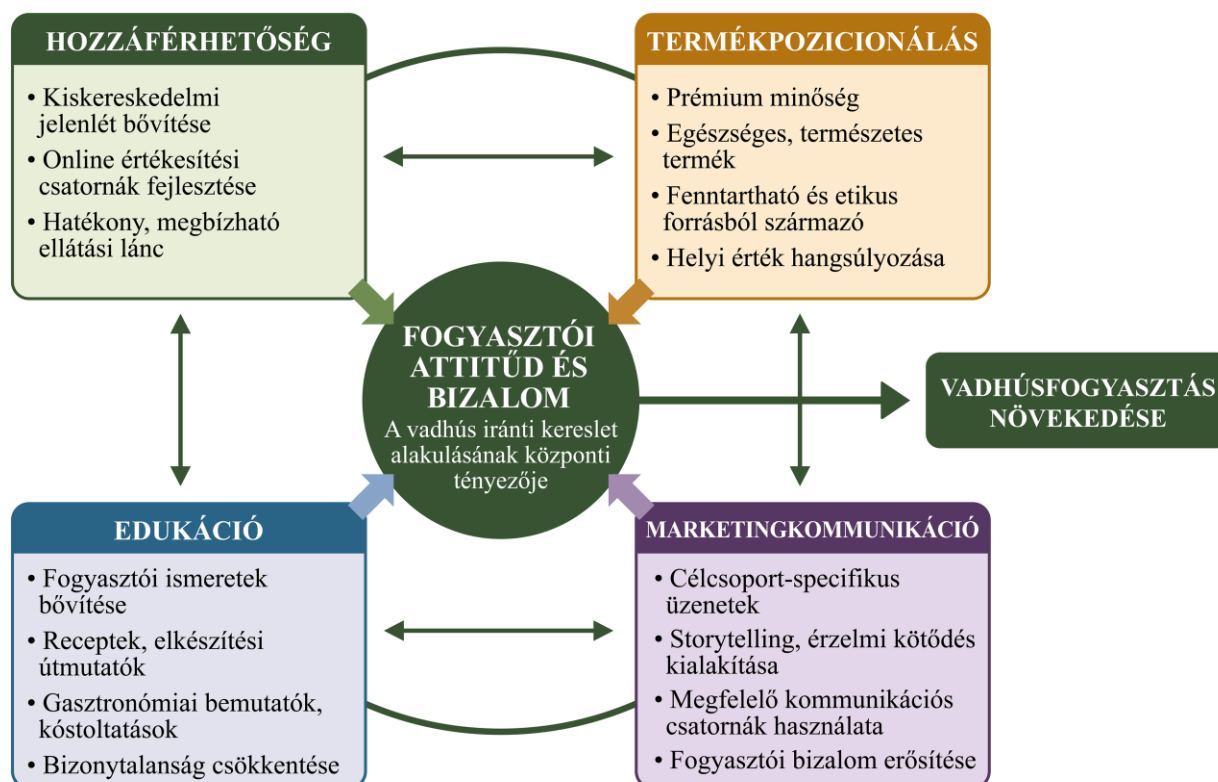
A harmadik pillér az **edukáció**, amely egyrészt a fogyasztói ismeretek bővítésére, másrészt a szakmai kompetenciahiány csökkentésére irányul. Mind a kérdőíves kutatás, mind az interjúk jelezték, hogy a vadhús elkészítésével kapcsolatos bizonytalanság jelentős visszatartó tényező. Az edukáció eszközei közé tartoznak a receptek, bemutatók, kóstoltatások és gasztronómiai tartalmak.

Amelyek a kutatás során feltárt fogyasztói bizonytalanság csökkentésének egyik lehetséges eszközei.

A negyedik pillér a **marketingkommunikáció**, amely célzott üzenetekkel és megfelelő kommunikációs csatornákon keresztül támogatja a fogyasztói bizalom kialakulását. A kommunikáció szerepe különösen fontos a kevésbé ismert termékek esetében, ahol a fogyasztói attitűd formálása kulcsfontosságú.

A modell lényege, hogy a négy pillér nem önállóan, hanem egymással kölcsönhatásban fejt ki hatását. A hozzáférhetőség javítása önmagában nem elegendő megfelelő kommunikáció és edukáció nélkül, míg a marketingtevékenység sem lehet hatékony stabil ellátási háttér hiányában.

Összességében megállapítható, hogy a vadhúsfogyasztás növelése csak komplex, integrált stratégiai megközelítés mentén valósítható meg, amely a fogyasztói bizalom erősítésére és a piaci rendszer egészének fejlesztésére egyaránt fókuszál. A modell egyes elemeinek relevanciáját a statisztikai elemzések és a kvalitatív eredmények egyaránt alátámasztják.



20. ábra: A vadhúsfogyasztás növelésének integrált stratégiai modellje

Forrás: saját szerkesztés, 2025

A modellben az edukáció és a marketingkommunikáció közötti kölcsönhatás kulcsfontosságú. Míg a marketing feladata az igény felkeltése és a vadhús előnyös tulajdonságainak (pl. egészségre gyakorolt hatás) közvetítése, az edukáció biztosítja a fogyasztó számára a gyakorlati tudást (pl. receptek, konyhatechnológiai útmutatók). Ez a kettős hatás hatékonyan csökkenti a vadhús elkészítésével kapcsolatos fogyasztói bizonytalanságot, ami közvetlenül erősíti a termék iránti bizalmat. A termékpozicionálás és a hozzáférhetőség közötti stratégiai kapcsolat (lásd a felső kétirányú nyíl) a modell egyik kulcseleme, amely a hitelesség biztosításában játszik meghatározó szerepet. A vadhús prémium jellege és fenntartható forrásból származó imázsa csak olyan értékesítési csatornákon keresztül tartható fenn, amelyek maguk is magas minőséget képviselnek. A vadhúsra specializálódott üzletek vagy a professzionálisan kialakított online értékesítési rendszerek nemcsak a termék elérhetőségét biztosítják, hanem vizuálisan és kommunikációs szinten is megerősítik annak különlegességét és helyi értékét.

A modell alapján megállapítható, hogy az egyes elemek egy koherens rendszert alkotnak, amelyben a technikai feltételek (hozzáférhetőség) és az érzelmi–tudati tényezők (edukáció, marketingkommunikáció) egymást erősítve hatnak a fogyasztóra. A stratégia sikeressége azon múlik, hogy e pillérek képesek-e stabil és pozitív fogyasztói bizalmat kialakítani, mivel hosszú távon ez az attitűdváltozás a vadhús fogyasztás fenntartható növekedésének meghatározó hajtóereje. A bemutatott integrált stratégiai modell értelmezése során fontos hangsúlyozni, hogy az egyes pillérek nem azonos súllyal és nem azonos időhorizonton fejtik ki hatásukat. A hozzáférhetőség és a termékpozicionálás elsősorban rövid és középtávon képesek befolyásolni a piaci jelenlétet, míg az edukáció és a marketingkommunikáció hatása inkább hosszabb távon érvényesül. Ez a különbség arra utal, hogy a vadhús fogyasztás növelésére irányuló stratégiai beavatkozások tervezése során időben eltérő eszközök összehangolt alkalmazására van szükség.

A hozzáférhetőség fejlesztése a modell egyik leggyorsabban ható elemeként értelmezhető. A kutatás eredményei alapján egyértelműen megállapítható, hogy a fogyasztók számára a vadhús elérhetősége nem csupán fizikai, hanem percepciók kérdése is. A korlátozott kiskereskedelmi jelenlét és az informális beszerzési csatornák dominanciája azt az érzetet kelti, hogy a vadhús „nehezen hozzáférhető” termék, még abban az esetben is, ha bizonyos régiókban ténylegesen rendelkezésre áll. A hozzáférhetőség javítása ezért nem kizárólag logisztikai fejlesztést jelent, hanem a fogyasztói percepciók tudatos alakítását is magában foglalja.

A termékpozicionálás stratégiai szerepe különösen abban mutatkozik meg, hogy a vadhús több, egymással párhuzamosan létező jelentéstartalommal bír. Egyszerre jelenik meg prémium

termékként, hagyományos magyar alapanyagként, valamint fenntartható és természetes élelmiszerként. Ez a sokrétűség lehetőséget teremt a differenciált piaci megszólításra, ugyanakkor kihívást is jelent, mivel a nem egyértelmű pozicionálás bizonytalanságot okozhat a fogyasztókban. A stratégiai modell alapján indokolt olyan kommunikációs irányok kialakítása, amelyek képesek egyszerre több értékdimenziót is közvetíteni, miközben világos és következetes üzenetet adnak a termék szerepéről.

Az edukáció szerepe a modellben túlmutat a hagyományos ismeretátadáson. A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a vadhús elkészítésével kapcsolatos bizonytalanság nem pusztán információhiányból fakad, hanem gyakorlati tapasztalatok hiányából is. Ez azt jelenti, hogy az edukáció hatékony formái elsősorban az élményalapú, interaktív megközelítések lehetnek, mint például a főzőbemutatók, workshopok vagy gasztronómiai rendezvények. Az ilyen típusú beavatkozások nemcsak a tudásszint növeléséhez járulnak hozzá, hanem közvetlenül befolyásolják a fogyasztói attitűdöket is.

A marketingkommunikáció a modellben integráló szerepet tölt be, mivel összekapcsolja a többi pillért a fogyasztói percepciókkal. A vadhús esetében különösen fontos a hitelesség, mivel a termék megítélése szorosan kapcsolódik annak eredetéhez és előállítás módjához. A kommunikáció hatékonysága nagymértékben függ attól, hogy mennyire képes a valós termékjellemzőket közérthető és meggyőző formában közvetíteni. A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a személyes ajánlások, a séfek szerepe és a közvetlen tapasztalatszerzés kiemelt jelentőséggel bír a bizalomépítésben.

A modell rendszerszintű értelmezése során kiemelendő, hogy az egyes pillérek közötti kölcsönhatások multiplikátor hatást eredményezhetnek. Például a hozzáférhetőség javítása önmagában korlátozott hatást vált ki, azonban megfelelő kommunikációval és edukációval kiegészítve jelentősen növelheti a fogyasztási hajlandóságot. Hasonló módon az edukáció hatékonysága is nagymértékben függ attól, hogy a megszerzett tudás milyen mértékben válik gyakorlati tapasztalattá a fogyasztók számára.

A stratégiai modell gyakorlati alkalmazhatósága szempontjából fontos megállapítás, hogy a beavatkozások nem valósíthatók meg izolált módon. A vadhús piaci fejlesztése koordinált együttműködést igényel a termelők, feldolgozók, vendéglátóipari szereplők, oktatási intézmények és kommunikációs szakemberek között. A rendszer szereplői közötti együttműködés hiánya jelentősen csökkentheti az egyes intézkedések hatékonyságát.

Összességében megállapítható, hogy az integrált stratégiai modell legfontosabb hozzájárulása abban rejlik, hogy a vadhúsfogyasztás növelését nem izolált problémaként, hanem egymással összefüggő tényezők rendszerében értelmezi. A kutatás empirikus eredményei egyértelműen rámutattak arra, hogy sem a hozzáférhetőség javítása, sem a kommunikáció erősítése, sem pedig az oktatás fejlesztése önmagában nem elegendő a fogyasztás érdemi növeléséhez.

A modell alapján a vadhús piaci pozíciójának erősítése csak akkor valósítható meg, ha a kínálati és keresleti oldal elemei párhuzamosan és egymást erősítve fejlődnek. A kérdőíves kutatás, az étlapelemzés és a kvalitatív interjúk eredményei egyaránt azt igazolták, hogy a jelenlegi alacsony fogyasztási szint mögött nem egyetlen domináns akadály áll, hanem több, egymással kölcsönhatásban működő tényező együttes hatása.

Ez a felismerés indokolja az integrált stratégiai megközelítés alkalmazását, amely képes kezelni a rendszer komplexitását és lehetőséget teremt arra, hogy a beavatkozások ne elszigetelten, hanem összehangolt módon valósuljanak meg. A modell így nemcsak elméleti keretként értelmezhető, hanem a gyakorlat számára is iránymutatást nyújt, különösen a vendéglátóipar, az oktatás és az élelmiszer-kereskedelem szereplői számára.

6.4.1 A fenntarthatóság és a makrokörnyezeti tényezők integrált szerepe

A bemutatott integrált stratégiai modell értelmezése kiterjeszhető a makrokörnyezeti tényezőkre, amely a PESTEL-megközelítés logikájához kapcsolható. A kutatási eredmények alapján megállapítható, hogy a vadhús piaci jelenléte nem kizárólag a kínálati és keresleti tényezők belső rendszerének függvénye, hanem azt a tágabb gazdasági, társadalmi és szabályozási környezet is jelentős mértékben befolyásolja.

A politikai és jogi tényezők elsősorban a vadgazdálkodás, az élelmiszerlánc-biztonság és az értékesítési szabályozások rendszerén keresztül hatnak a piac működésére, meghatározva a feldolgozás és forgalmazás kereteit. A gazdasági tényezők között kiemelendő a vadhús relatíve magas árszintje és korlátozott piaci elérhetősége, amelyek a kvantitatív elemzések eredményei alapján közvetlen kapcsolatban állnak a fogyasztási gyakorisággal.

A társadalmi tényezők szerepe különösen hangsúlyos, mivel a fogyasztói attitűdök, az ismerethiány és a gasztronómiai szokások közvetlenül alakítják a keresletet. A kutatás eredményei rámutattak arra, hogy a fogyasztói bizonytalanság és az elkészítéssel kapcsolatos ismeretek hiánya jelentős visszatartó tényezőt jelent. A technológiai dimenzió a modern konyhatechnológiai

eljárások – például a sous-vide vagy az alacsony hőmérsékletű hőkezelés – elterjedésében jelenik meg, amelyek hozzájárulhatnak a vadhús feldolgozásának kiszámíthatóságához és minőségének javításához.

A környezeti tényezők a vadhús fenntartható és természetes eredetű élelmiszerként való értelmezésében kapnak kiemelt szerepet. A vadhús – mint vadon élő állatokból származó, jellemzően rövid ellátási láncon keresztül forgalomba kerülő termék – alacsonyabb környezeti terheléssel rendelkezhet, mint az intenzív állattartásból származó húsfélék. Ugyanakkor a fenntarthatóság a kutatás eredményei alapján nem önálló elsődleges döntési tényezőként jelenik meg, hanem más értékekkel – különösen az egészségtudatossággal, a természetességgel és a prémium minőséggel – együtt fejt ki hatását a fogyasztói attitűdökre. Ennek megfelelően a fenntarthatóság a vadhús esetében komplex értékdimenzióként értelmezhető.

A vadhús – mint vadon élő állatokból származó, természetes körülmények között képződő élelmiszer – olyan alternatívát kínál, amely eltér az intenzív állattartáson alapuló húsfogyasztási modellektől. Ez a sajátosság nemcsak az ökológiai lábnyom szempontjából releváns, hanem a fogyasztói percepciókban is megjelenik, különösen az egészségtudatos és prémium termékeket kereső csoportok körében. Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság nem izolált kommunikációs elemként, hanem komplex értékajánlat részeként jelenhet meg hatékonyan a vadhús pozicionálásában.

Ennek megfelelően a fenntarthatóság a stratégiai modellben nem különálló pilléerként, hanem horizontális dimenzióként értelmezhető, amely valamennyi tényezőt – a termékpozicionálást, az edukációt és a marketingkommunikációt – áthatja. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy a vadhús ne csupán gasztronómiai különlegességként, hanem a fenntartható élelmiszerfogyasztás egyik potenciális alternatívájaként jelenjen meg a piacon.

A makrokörnyezeti tényezők ilyen jellegű értelmezése alátámasztja, hogy a vadhús fogyasztás növelésére irányuló stratégiai megközelítés csak komplex, több szintet integráló rendszerként értelmezhető. Ennek megfelelően az integrált stratégiai modell nemcsak a közvetlen piaci tényezők összehangolását teszi lehetővé, hanem hozzájárul a vadhús gazdasági, társadalmi és környezeti beágyazottságának átfogóbb értelmezéséhez is.

6.5 Hipotézisvizsgálatok

A kutatás során megfogalmazott hipotézisek értékelése a kvantitatív és kvalitatív eredmények összevetésével történt (18. táblázat). Az egyes hipotézisek vizsgálata lehetővé tette a vadhús fogyasztást befolyásoló tényezők komplex értelmezését.

A H1 hipotézis, amely szerint a vadhús fogyasztásának alacsony szintje összefügg a fogyasztói ismeretek hiányával, **igazolást nyert**. A kérdőíves kutatás eredményei rávilágítottak arra, hogy a válaszadók 41,4%-a bizonytalannak érzi magát a vadhús elkészítésével kapcsolatban. A kvalitatív interjúk megerősítették, hogy a fogyasztók jelentős része nem rendelkezik megfelelő információval sem a beszerzési lehetőségekről, sem a termék egészségügyi előnyeiről. Ez a tudáshiány közvetlenül hozzájárul az alacsony fogyasztási gyakorisághoz, mivel növeli a fogyasztói kockázatérzetet és bizonytalanságot. Ez az eredmény összhangban áll a nemzetközi szakirodalom megállapításaival.

A H2 hipotézis, amely a vadhús korlátozott elérhetőségét a fogyasztás egyik fő akadályaként azonosítja, szintén **igazolást nyert**. A statisztikai elemzések – különösen a Spearman-féle rangkorreláció ($\rho = 0,43$; $p < 0,001$) – szignifikáns, közepes erősségű pozitív kapcsolatot mutattak ki az elérhetőség és a fogyasztási gyakoriság között. Az interjúk során feltárt ellátási és logisztikai problémák tovább erősítették ezt az összefüggést. A kapott eredmény gyakorlati szempontból az ellátási rendszer fejlesztésének jelentőségét emeli ki

A H3 hipotézis, miszerint a vadhús éttermi kínálatának korlátozott változatossága csökkenti a keresletet, **részben igazolódott**. Az étlapelemzés (N = 1360) és az interjúk alapján megállapítható, hogy a kínálat szűk és 84%-ban hagyományos ételekre épül. Ugyanakkor a fogyasztói nyitottság – különösen a fiatalabb korosztály körében – magasabb (78%), mint amit a jelenlegi kínálat tükröz. Ez arra utal, hogy a kereslet bővítése nem kizárólag a választék növelésétől függ, hanem a kínálat szerkezeti megújításától és a modern fogyasztói igényekhez való alkalmazkodástól is. Ez arra utal, hogy a kínálat fejlesztése mellett a fogyasztói igényekhez való alkalmazkodás is szükséges.

A H4 hipotézis, amely a fenntarthatósági szempontok szerepét vizsgálta, szintén **részben megerősítést nyert**. A fenntarthatóság önmagában nem bizonyult elsődleges döntési tényezőnek a teljes mintában, ugyanakkor meghatározó kiegészítő motivációként jelent meg a válaszadók 65,5%-ánál. Az eredmények arra utalnak, hogy a fenntarthatóság akkor válhat erősebb ösztönzővé, ha más értékekkel – például az egészségtudatossággal és a prémium minőséggel – együtt jelenik

meg a kommunikációban. Ez a megállapítás alátámasztja a fenntarthatóság kommunikációs szerepének fontosságát. Az eredmények egyértelműen alátámasztják az integrált modell pilléreinek relevanciáját, különösen a termékpozicionálás és az edukáció szerepét.

48. táblázat: A kutatási hipotézisek értékelése és az alkalmazott módszerek

Hipotézis	Tartalom	Alkalmazott módszer	Eredmény
H1	A vadhús alacsony fogyasztása összefügg az ismeretek hiányával.	Kérdőíves kutatás (leíró), kvalitatív interjúk	Igazolt
H2	Az alacsony elérhetőség akadályozza a fogyasztást.	Spearman-korreláció, kvalitatív interjúk	Igazolt
H3	A kínálat alacsony változatossága csökkenti a keresletet.	Étlapelemzés, kvalitatív interjúk	Részben igazolt
H4	A fenntarthatóság növeli az elfogadottságot.	Kérdőíves kutatás (Kruskal-Wallis)	Részben igazolt

Forrás: saját készítés, 2025

A hipotézisvizsgálatok eredményei egyértelműen megerősítik, hogy a vadhúsfogyasztás alakulása nem egyetlen domináns tényező mentén értelmezhető, hanem több, egymással kölcsönhatásban álló hatás eredményeként. Az igazolt és részben igazolt hipotézisek együttesen azt jelzik, hogy a fogyasztás korlátai egyszerre jelennek meg a keresleti oldalon (ismerethiány, attitűdök), valamint a kínálati oldalon (elérhetőség, kínálati struktúra).

A H1 és H2 hipotézisek egyértelmű igazolása rámutat arra, hogy a vadhúsfogyasztás növelésének kulcsa elsősorban az edukáció és a hozzáférhetőség javítása. Ezzel szemben a részben igazolt

hipotézisek (H3, H4) azt jelzik, hogy a kínálat fejlesztése és a fenntarthatósági szempontok önmagukban nem elegendőek, hanem más tényezőkkel együtt fejtik ki hatásukat.

Az eredmények összhangban állnak a dolgozatban bemutatott integrált értéklánc- és stratégiai modellekkel, amelyek szintén a tényezők közötti kölcsönhatások jelentőségét hangsúlyozzák. A hipotézisvizsgálatok így nemcsak az egyes feltételezések igazolását szolgálják, hanem rendszerszintű megerősítést is adnak a kutatás fő következtetéseihez.

6.6 A kutatás elméleti és gyakorlati hozzájárulásai

A kutatás eredményei több szempontból is hozzájárulnak a vadhús gasztronómiai és piaci szerepének átfogóbb értelmezéséhez. Az alkalmazott módszertani megközelítés – amely a kvantitatív és kvalitatív eszközök együttes alkalmazásán alapult – lehetővé tette, hogy a vadhús fogyasztás jelensége ne elszigetelt tényezők mentén, hanem összefüggéseiben kerüljön értelmezésre. Elméleti szempontból a kutatás egyik legfontosabb eredménye, hogy a vadhúst nem önálló terméként, hanem egy komplex, több szereplőt összekapcsoló értéklánc részeként vizsgálja. A szakirodalomban gyakran külön jelennek meg a fogyasztói magatartás, a piaci struktúra vagy a gasztronómiai alkalmazás kérdései, azonban ezek integrált kezelése ritkábban jelenik meg.

A jelen kutatás eredményei rámutatnak arra, hogy a vadhús piaci helyzete csak akkor értelmezhető megfelelően, ha a kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás szerepe együttesen kerül vizsgálatra. A kérdőíves felmérés, az étlapelemzés és a kvalitatív interjúk eredményeinek összevetése alapján megállapítható, hogy a vadhús alacsony hazai fogyasztása mögött több, egymással kölcsönhatásban álló tényező húzódik meg. A hozzáférhetőség korlátai, a gasztronómiai kínálat szűkössége, a feldolgozási és elkészítési nehézségek, valamint a fogyasztói ismeretek hiánya együttesen alakítják a termék piaci pozícióját. Ez az összetett hatásrendszer alátámasztja a rendszerszemlélet alkalmazásának szükségességét, amely a dolgozatban bemutatott értéklánc- és stratégiai modellekben is megjelenik.

A kutatás elméleti hozzájárulása abban is megmutatkozik, hogy ráirányítja a figyelmet az oktatás szerepére, mint a vadhús értéklánc egyik meghatározó elemére. A szakirodalomban az oktatás jellemzően háttértényezőként jelenik meg, ugyanakkor a jelen vizsgálat eredményei alapján egyértelművé válik, hogy a szakácsképzés és a gyakorlati tudásátadás közvetlen hatással van a gasztronómiai kínálat alakulására és ezen keresztül a fogyasztásra is. Gyakorlati szempontból a

kutatás eredményei több szinten is hasznosíthatók. A vendéglátóipar számára releváns megállapítás, hogy a vadhús jelenlegi kínálata nem tükrözi teljes mértékben a fogyasztói nyitottságot. Az étlapelemzés és az interjúk eredményei alapján a kínálat bővítése és diverzifikálása – különösen a modern, könnyebben befogadható ételek irányába – hozzájárulhat a fogyasztói érdeklődés növeléséhez. A pozitív első fogyasztási élmény szerepe kiemelt jelentőségű, amely hosszabb távon befolyásolja a fogyasztói attitűdök alakulását. A piaci szereplők számára fontos következtetés, hogy a vadhús jelenlegi értékesítési struktúrája korlátozza a termék szélesebb körű elérhetőségét. A kutatás eredményei szerint a beszerzés jelentős része informális csatornákon keresztül történik, ami gátolja a piac átlátható működését és fejlődését.

Ennek alapján indokolt a szervezett értékesítési csatornák erősítése, valamint a kiskereskedelmi és online jelenlét fejlesztése. A fogyasztói oldal szempontjából a kutatás rámutat arra, hogy a vadhús elfogadottságát nem csupán az ár vagy az elérhetőség befolyásolja, hanem jelentős szerepet játszik a termékkel kapcsolatos ismeretek szintje is. A kérdőíves felmérés eredményei alapján a válaszadók jelentős része bizonytalan a vadhús elkészítésével kapcsolatban, ami visszatartó tényezőként jelenik meg. Ennek megfelelően a fogyasztói edukáció – például receptek, bemutatók és gasztronómiai tartalmak formájában – kulcsfontosságú szerepet tölthet be a fogyasztás növelésében. Az oktatás területén a kutatás eredményei egyértelműen jelzik, hogy a vadhús feldolgozásával és elkészítésével kapcsolatos ismeretek jelenlegi szintje nem elegendő a szélesebb körű gasztronómiai alkalmazáshoz. A kvalitatív interjúk során feltárt tapasztalatok alapján indokolt a szakácsképzés tananyagának fejlesztése, valamint a gyakorlati képzés erősítése, amely hozzájárulhat a technológiai bizonytalanság csökkentéséhez.

Összességében megállapítható, hogy a kutatás hozzájárul a vadhús komplex, többdimenziós értelmezéséhez és olyan eredményeket szolgáltat, amelyek mind elméleti, mind gyakorlati szempontból hasznosíthatók. A dolgozatban bemutatott megközelítés lehetőséget teremt arra, hogy a vadhús ne csupán gasztronómiai különlegességként, hanem egy fejlődési potenciállal rendelkező, integrált élelmiszergazdasági rendszer részeként kerüljön értelmezésre. A kutatás hozzájárulása abban is megmutatkozik, hogy hidat képez az elméleti modellek és a gyakorlati alkalmazhatóság között. Az eredmények nemcsak a vadhúsfogyasztás jelenlegi helyzetének leírására alkalmasak, hanem konkrét beavatkozási pontokat is azonosítanak a piaci szereplők számára. Ezáltal a dolgozat túlmutat a leíró jellegű elemzésen és olyan értelmezési keretet kínál, amely a jövőbeni fejlesztések megalapozására is alkalmas. A bemutatott eredmények és modellek együttesen hozzájárulnak ahhoz, hogy a vadhús a hazai élelmiszergazdaságban ne periférikus

termékként, hanem tudatosan fejleszthető és stratégiaileg pozicionálható szegmensként jelenjen meg.

6.7 A kutatás korlátai és jövőbeli kutatási irányok

A kutatás eredményeinek értelmezése során fontos figyelembe venni az alkalmazott módszertanból és az adatgyűjtés körülményeiből fakadó korlátokat. A vizsgálat több módszert egyesítő megközelítése ugyan lehetővé tette a vadhúsfogyasztás komplex értelmezését, ugyanakkor az egyes módszerek sajátosságai befolyásolják az eredmények általánosíthatóságát. A kérdőíves felmérés nem reprezentatív mintán alapult, így az eredmények nem általánosíthatók a teljes magyar lakosságra. Ugyanakkor a viszonylag magas elemszám ($n=714$) lehetővé tette a főbb tendenciák és összefüggések megbízható feltárását. A kapott eredmények elsősorban iránymutató jellegűek és jól használhatók a vadhúsfogyasztással kapcsolatos attitűdök és viselkedési mintázatok értelmezésében. A kvalitatív vizsgálat során alkalmazott mélyinterjúk korlátozott elemszáma szintén befolyásolja az eredmények általánosíthatóságát. Ugyanakkor a módszer lehetőséget biztosított a vadhús gasztronómiai felhasználásával és oktatásával kapcsolatos szakmai tapasztalatok mélyebb feltárására. Az interjúk különösen értékes információkat szolgáltatottak a feldolgozási nehézségekről, a vendéglátóipari gyakorlat sajátosságairól, valamint az oktatási hiányosságokról, amelyek kvantitatív módszerekkel nehezebben ragadhatók meg.

Az étlapelemzés szintén tartalmaz bizonyos korlátokat, mivel a vizsgálat elsősorban az adott időszakban elérhető kínálatra épült, amely szezonális hatásoknak is kitett. Ennek ellenére a nagy elemszám ($n=1360$) lehetővé tette a kínálati struktúra átfogó vizsgálatát és jól kirajzolta a vadételek éttermi megjelenésének főbb jellemzőit. További korlátként értelmezhető, hogy a kutatás elsősorban a hazai viszonyokra fókuszált, így a nemzetközi összehasonlítások csak korlátozott mértékben jelentek meg. Ez ugyanakkor összhangban áll a kutatás célkitűzéseivel, amelyek a magyarországi helyzet részletes feltárására irányultak.

A jövőbeli kutatások számára több irány is kijelölhető. Indokolt lenne reprezentatív mintán végzett kvantitatív vizsgálatok elvégzése, amelyek pontosabb képet adhatnak a vadhúsfogyasztás társadalmi mintázatairól, valamint lehetővé teszik az eredmények szélesebb körű általánosítását. Emellett célszerű lenne mélyebben vizsgálni a különböző fogyasztói szegmensek – különösen a fiatalabb generációk – attitűdjeit és motivációit, mivel a kutatás eredményei alapján ebben a csoportban jelentős növekedési potenciál mutatkozik. További kutatási lehetőséget jelenthet a vadhús gasztronómiai innovációban betöltött szerepének részletesebb elemzése, különös

tekintettel az új termékfejlesztési irányokra és a modern fogyasztói igényekhez való alkalmazkodásra. Emellett indokolt lehet a vendéglátóipari gyakorlat mélyebb vizsgálata, például esettanulmányok segítségével, amelyek részletesebb képet adhatnak a sikeres alkalmazási modellekről. A nemzetközi összehasonlító kutatások bővítése szintén fontos irányt jelenthet, különösen olyan országok esetében, ahol a vadhús fogyasztása magasabb szinten áll. Az ilyen jellegű vizsgálatok hozzájárulhatnak a hazai gyakorlat fejlesztéséhez, valamint a sikeres nemzetközi példák adaptációjához. A bemutatott korlátok és jövőbeli kutatási irányok alapján megállapítható, hogy a vadhúsfogyasztás vizsgálata egy dinamikusan fejlődő kutatási terület, amely további empirikus és elméleti vizsgálatokat igényel. A jelen kutatás eredményei ugyanakkor megfelelő alapot biztosítanak a további elemzések számára, mivel feltárták azokat a kulcstényezőket, amelyek a vadhús piaci és gasztronómiai szerepét meghatározzák. A kutatás korlátainak tudatos kezelése és a jövőbeli irányok kijelölése hozzájárul ahhoz, hogy a vadhús ne csupán aktuális kutatási témaként, hanem hosszabb távon is releváns vizsgálati területként jelenjen meg a gasztronómiai és élelmiszergazdasági kutatásokban.

6.8 A vadhússzektor lehetséges fejlődési pályái

Az elvégzett tudományos vizsgálat konklúziói nem csupán a jelenlegi piaci helyzet leírására alkalmasak, sokkal inkább egyfajta alapot biztosítanak a vadból származó élelmiszerek eljövendő évtizedeinek megtervezéséhez. A vadgasztronómia és a kapcsolódó kereskedelmi szektor fejlődése több, egymástól jól elkülöníthető fejlődési útvonalon indulhat el, attól függően, hogy a kínálati oldal, a szakoktatás és a fogyasztói igények hármassága milyen mértékben képes a megújulásra.

A jövőbeli kilátások szisztematikus elemzése során három eltérő fejlődési lehetőséget vázolhatunk fel.

1. A fejlődésképtelen, statikus modell – piaci megrekedés

Ebben a pesszimista jövőképben a szektor képtelen lesz kezelni a jelenleg is tapasztalható bürokratikus és strukturális korlátokat. Az alapanyaghoz való hozzáférés nehézkes marad, az éttermek étlapjain kizárólag a megszokott, nehézkes elkészítési módok szerepelnek, a szakképzés pedig továbbra is figyelmen kívül hagyja a modern konyhatechnológiai elvárásokat. Ennek az egyenes következménye az lesz, hogy a vadhús csupán egy marginális, leginkább a vadászati idényekhez vagy a speciális vidéki turizmushoz köthető kuriózum marad. A vásárlási kedv nem

mutat érdemi elmozdulást, így az erdei alapanyagok nem lesznek képesek integrálódni a mindennapi fogyasztási gyakorlatba.

2. A rugalmas alkalmazkodás modellje – fokozatos térnyerés

Ez a forgatókönyv egy olyan köztes állapotot ír le, ahol a piaci szereplők felismerik a modernizáció szükségességét és óvatos reformokba kezdenek. A termékpaletta elkezd színesedni: megjelennek a konyhakész, előre feldolgozott áruk és a kortárs gasztronómiai trendekhez illeszkedő innovációk. Bár az ellátási láncok – különösen a digitális platformok és a kiskereskedelmi láncok révén – hatékonyabbá válnak, a szemléletformálás és a széles körű társadalmi edukáció elmaradása miatt a növekedés gátolt marad. A vadhús fogyasztása ugyan mutat némi emelkedést, de továbbra sem válik a magyar étrend szerves, integrált részévé, csupán egy-egy ünnepi alkalom alternatívájává lép elő.

3. A rendszerszintű paradigmaváltás modellje – integrált fejlődési modell

A legkedvezőbb fejlődési lehetőség akkor várható, ha a kutatás során azonosított főbb problémák – úgy, mint a beszerezhetőség, a szakmai képzés, a márkaépítés és a tudatos marketing – egymást erősítve, egymással összehangoltan fejlődnek. Ezen az úton haladva:

- a vadhús a mindennapi bevásárlás természetes részévé válik,
- a vendéglátás túllép a pörkölt-vadas tengelyen és kreatív, könnyed fogásokat kínál,
- a vásárlók magabiztosan mozognak a konyhában a vadalapanyagokkal is,
- az ökológiai lábnyom és a fenntarthatóság pedig a kommunikáció központi pillérévé válik.

A vadhús fokozatosan stabilabb és szélesebb körben elérhető prémium termékként pozícionálható.

A felvázolt lehetőségek világosan rámutatnak arra, hogy a szektor sorsa nagymértékben függ a gazdasági és társadalmi döntéshozók tudatosságán. A tudományos adatok megerősítik: a siker záloga nem egyetlen részterület (például az árképzés) javítása, hanem egy összehangolt, az egész rendszert átfogó beavatkozási csomag. Ez a szemléletmód adja a dolgozatban kidolgozott komplex stratégiai keretrendszer gyakorlati alapját.

6.8.1 A fogyasztásösztönzés stratégiai fókuszpontjai

A jövőképek elemzése lehetőséget ad a szükséges lépések rendszerezésére is. A kutatás rávilágított, hogy a kereslet élénkítése nem egyetlen önálló intézkedéstől várható, hanem több, egymásra épülő szint együttes kezelésétől.

1. Infrastrukturális szint – a kínálati hálózat és a logisztika reformja

Ez a szint a fizikai elérhetőség megteremtéséről szól. Az adatok igazolták, hogy ha a fogyasztó nem találkozik rendszeresen a termékkel, nem is fogja keresni azt. A beavatkozás legfontosabb területei:

- a prémium hentesüzletek és szupermarketek kínálatának állandósítása,
- a közvetlen termelői webshopok és a házhozszállítási rendszerek kiépítése,
- a vágóhidaktól a tányérig tartó út lerövidítése és teljes transzparenciája.

Ezek a lépések láthatóvá teszik a piacot, amely hozzájárulhat a fogyasztók bizalmatlanságát és az ismeretlentől való tartózkodását.

2. Kognitív szint – a szaktudás és a kompetenciák pallérozása

A második lépcsőfok a fejekben történő változást célozza. A vizsgálat kiemelte, hogy a háziasszonyok és a profi szakácsok egy része is tart a vadhústól annak vélt nehéz kezelhetősége miatt. A cél itt:

- a lakossági főzőkurzusok és digitális recepttárak népszerűsítése,
- a közép- és felsőfokú vendéglátóipari képzés technológiai megújítása,
- valamint az interaktív kóstoltatásokon alapuló tudásátadás.

A tudás közvetlen módon számolja fel a kockázatérzetet és növeli a fogyasztói nyitottságot.

3. Attitűdbeli szint – az imázs és a narratíva megváltoztatása

A harmadik pillér a vadhúshoz kapcsolódó érzésekre és gondolatokra fókuszál. Bár az alapanyag megítélése alapvetően pozitív, hiányzik mögüle egy egységes piaci pozícionálás. A teendők:

- a vadhús, mint szuperfood (egészséges, vegyszermentes, etikus) bemutatása,

- hiteles véleményvezérek bevonása a népszerűsítésbe,
- az étkezés élményjellegének és a természettel való kapcsolatnak a kidomborítása.

A pozitív percepció hosszú távon hűséges vásárlói bázist és stabil piaci jelenlétet garantál.

A tanulmány egyik leglényegesebb konklúziója, hogy ez a három szint szerves egységet alkot: a logisztikai fejlesztés hatástalan, ha az emberek nem tudják, mit főzzenek a húsból; a receptek hiába jók, ha nincs hol megvenni az alapanyagot; és a marketing is korlátozott hatékonyságú marad, ha a termék nem elérhető vagy a minősége ingadozó. Ez a kölcsönös függés egyfajta egymást erősítő hatást hoz létre, amely a teljes ágazat sikerét meghatározza.

6.8.2 A modell szakpolitikai és gazdaságfejlesztési súlya

A kutatás tanulságai túlmutatnak a konyhaművészetben, hiszen szorosan érintik az agrárpolitika és a vidékfejlesztés legfontosabb kérdéseit. Szakpolitikai nézőpontból a vadhús:

- a rövid ellátási láncok egyik legfontosabb motorja lehet,
- segít a vidéki térségek gazdasági lábakon állásában és a helyi munkahelyek megőrzésében,
- mintaszerű alapanyaga a modern, környezettudatos ételkészítés-fogyasztási stratégiáknak.

Üzleti szempontból a kutatás egyértelművé teszi, hogy a vadhús nem a tömegtermelés, hanem a differenciált, magas hozzáadott értékű prémium piac szereplője. Ez az irányvonal tökéletesen illeszkedik a globális trendekhez, ahol a vásárlók egyre inkább a tiszta forrásból származó, fenntartható élelmiszereket keresik.

6.8.3 Fejlesztéspolitikai és szabályozási javaslatok

A vadhúsfogyasztás felvirágoztatása nem csupán kereskedelmi feladat, hanem egy komplex vidékstratégiai célkitűzés. Az erdei erőforrások, a helyi feldolgozóipar és a kulináris innováció összekapcsolása révén a következő beavatkozások javasoltak:

1. Az értékesítési csatornák kifejlesztése és professzionalizálása

Jelenleg a piac jelentős részét a szürkezónás, informális adásvételek uralják, ami gátolja a fejlődést. Szükség van a helyi vadhúsfeldolgozók támogatására, a nyomonkövethetőséget biztosító

digitális rendszerek bevezetésére és a kistermelői értékesítés jogi egyszerűsítésére, hogy a bizalom és a biztonság alapkövévé váljon a szektornak.

2. A gasztronómiai oktatási bázis modernizálása

A szakképzésben elengedhetetlen a modern vadhús-technológiák, bontási folyamatok bevezetése. Olyan partnerségeket kell ösztönözni, ahol a vadásztársaságok, a feldolgozók és a vendéglátóipari iskolák közösen dolgoznak ki gyakorlati modulokat.

3. Ökológiai fókuszú élelmiszerpolitika

A vadhúsnek központi helyet kell kapnia a nemzeti fenntarthatósági stratégiákban. Ösztönözni kell a helyi alapanyagok használatát a közétkeztetés bizonyos szegmenseiben és a turisztikai desztinációk kínálatában, hangsúlyozva a természetes eredetet.

4. Célzott piaci ösztönzők és promóció

A keresletet olyan eszközökkel kell élénkíteni, mint a tematikus Vadhús Hete fesztiválok, a gasztro-influenszerekkel való együttműködés, valamint a vendéglátóhelyek innovatív vadhús-fogásainak pályázati támogatása.

A vadhús integrálása a modern magyar gasztronómiába csak akkor lehet sikeres, ha a beavatkozások rendszerszinten, a fizikai hozzáférés, az oktatás és a kommunikáció frontján egyszerre valósulnak meg. A kutatás bizonyította, hogy ezen tényezők együttes kezelése az egyetlen út a szektor teljes megújulásához.

A kutatás eredményei alapján megállapítható, hogy a vadon élő állatok húsának kereskedelmi távlatai és konyhaművészeti presztízse nem tekinthető előre meghatározott folyamatnak. Ehelyett sokkal inkább az ágazati résztvevők – a vadgazdálkodóktól kezdve a feldolgozókon át a vendéglátókig – tudatos stratégiai lépései és az ágazati szereplők együttműködésének mértékétől függ, amelyen a szektor elindulhat. Ez a fejlődés tehát nem magától értetődő, hanem az ágazati szereplők együttműködésén alapuló folyamat, ahol a piaci siker a szereplők proaktivitásától függ.

A vizsgálat során gyűjtött adatok bizonyossága szerint a hosszú távon is életképes és stabil bővülés kizárólag egy hármas pillérrendszer összehangolt működtetése révén váltható valóra. Elengedhetetlen ugyanis, hogy a beszerzési lehetőségek kiszélesítése és a logisztikai gátak

lebontása kéz a kézben járjon a fogyasztói rétegek széles körű szemléletformálásával, vagyis a különféle húsfajták és a speciális konyhatechnológiai eljárások alaposabb megismertetésével.

Mindez azonban csak akkor hozhat érdemi eredményt, ha a háttérben egy professzionális, minden csatornát lefedő információs stratégia biztosítja a hiteles kommunikációt, létrehozva azt az egymást erősítő kölcsönhatást, amely nélkül az ágazat képtelen lenne meghaladni jelenlegi strukturális korlátait.

7 ÚJ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

Az értekezésben vázolt kutatási konklúziók, valamint az azokhoz kapcsolódó elméleti és tervezési struktúrák szilárd bázist teremtenek a munka nővumként értékelhető megállapításainak rögzítéséhez. Ezek a friss tudományos tézisek nem csupán érintőlegesen foglalkoznak a témával, hanem egyedülálló módon ötvözik a vadon élő állatok húsának felhasználásához kötődő pénzügyi mutatókat, a kulináris kultúra sajátosságait, illetve a közösségi attitűdök változásait. Mindezek fényében a dolgozat egy olyan komplex, több tudományágat átívelő elemzési modellt vázol fel, amely képes a vadhúsfogyasztás teljes vertikumát és annak társadalmi beágyazottságát egyetlen, összefüggő rendszerben láttatni és értelmezni. Ez az átfogó látásmód teszi lehetővé, hogy a gazdasági racionalitás, a konyhaművészeti szempontok és a társadalmi hatások ne elszigetelten, hanem egymást erősítő tényezőkként jelenjenek meg a tudományos diskurzusban.

A kutatás során elért eredményeket az alábbi tézisekben foglalhatók össze:

1. Integrált vadhús-értéklánc modell kidolgozása

Egy komplex modell került kidolgozásra, amely a fogyasztói attitűdöket, a vendéglátóipari kínálatot és az oktatási rendszert egyetlen interaktív keretben értelmezi. Empirikusan igazolást nyert, hogy a vadhús alacsony fogyasztási szintje nem izolált piaci jelenség, hanem egy többszintű információs blokk – az ismerethiány, az elérhetőségi korlátok és az oktatási hiányosságok – rendszerszintű következménye. A modell lehetővé teszi a keresleti, kínálati és oktatási dimenziók integrált értelmezését.

2. A kínálat és az oktatás közötti strukturális diszkrepancia feltárása

Kimutatásra került a vendéglátóipari szektor innovációs igényei és a szakmai képzés kimeneti kompetenciái közötti eltérést. Az eredmények szerint, míg a séfek részéről növekszik az igény a vadhús modern technológiai alkalmazására, addig a képzési rendszer módszertani konzervativizmusa és a gyakorlati alapanyag-ellátás hiánya technológiai bizonytalanságot eredményez. Ez közvetlenül korlátozza a vadhús kínálati diverzifikációját.

3. A fogyasztói percepció és a prémium árérzékenység összefüggéseinek feltárása

Empirikus eredményeim alapján kimutatható, hogy a vadhúst „egészségesnek” és „fenntarthatónak” minősítő fogyasztói csoportok esetében a termék észlelt értéke mérsékli az árérzékenységet. Kruskal–Wallis próbával igazoltam, hogy a prémium felár megfizetésének hajlandósága független az életkortól ($p = 0,061$), ami alátámasztja a vadhús értékalapú, nem generáció-specifikus pozicionálásának lehetőségét.

4. Az elérhetőség és a fogyasztási gyakoriság kapcsolatának empirikus mérése

Spearman-féle korrelációs vizsgálattal ($\rho = 0,43$; $p < 0,001$) igazolást nyert, hogy a vadhús beszerzési csatornáinak korlátozottsága és a fogyasztási gyakoriság között közepes erősségű, pozitív kapcsolat áll fenn. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a piaci hozzáférhetőség javítása kulcsfontosságú tényező a fogyasztás növelésében.

5. Területi egyenlőtlenségek bizonyítása

Az országos étlapelemzés (n=1360) alapján igazolást nyert, hogy a vadhús jelenléte a hazai gasztronómiában területileg erősen differenciált. Míg a vidéki turisztikai térségekben hagyományörző jelleggel jelen van, addig a nagyvárosi vendéglátásban jelentősen alulreprezentált. Ez az eredmény rámutat a vadhús alkalmi fogyasztási termék státuszának térbeli beágyazottságára.

6. Módszertani nívó – háromdimenziós gasztronómiai elemzés

A kutatás során egy olyan integrált módszertani megközelítés került alkalmazásra, amely a kvantitatív fogyasztói felmérést (n=714), a területi alapú étlapelemzést (n=1360) és a többszereplős kvalitatív mélyinterjúkat ötvözi. Ez a háromdimenziós elemzési keret lehetővé tette a vadhúspiac keresleti, kínálati és humán erőforrás-fejlesztési dimenzióinak egyidejű vizsgálatát.

7. A vadhúsfogyasztási mintázatok generációs homogenitásának bizonyítása

A Kruskal–Wallis próba eredményei alapján ($p = 0,93$) megállapítottam, hogy a vadhúsfogyasztási gyakoriság tekintetében nincs statisztikailag kimutatható különbség az egyes életkorcsoportok között. Az eredmény rácsúfol arra a feltételezésre, miszerint a vadhúsfogyasztás kizárólag az idősebb generációk preferenciája lenne; a „ritka fogyasztás” mintázata minden korosztályban egységesen jelen van.

A bemutatott tudományos eredmények együttesen hozzájárulnak a vadhúsfogyasztás komplex, rendszerszintű értelmezéséhez. A kutatás egyik legfontosabb hozadéka, hogy a vadhúst nem elszigetelt piaci termékként, hanem a keresleti, kínálati és oktatási tényezők kölcsönhatásában működő rendszerként vizsgálja. Az eredmények rámutatnak arra, hogy a vadhús alacsony fogyasztási szintje mögött nem egyetlen domináns tényező áll, hanem több, egymással összefüggő strukturális és attitűdbeli korlát együttes hatása. A kidolgozott modellek és az empirikus vizsgálatok eredményei egyaránt alátámasztják, hogy a vadhús piaci fejlesztése csak integrált megközelítés mentén valósítható meg. A tézisekben megfogalmazott eredmények így nemcsak a tudományos diskurzushoz járulnak hozzá, hanem gyakorlati iránymutatást is nyújtanak a szektor szereplői számára, elősegítve a vadhús gasztronómiai és piaci szerepének tudatos fejlesztését.

8 ÖSSZEFOGLALÁS

A disszertáció elsődleges célja a vadhús hazai gasztronómiai jelenlétének, társadalmi megítélésének és oktatási beágyazottságának komplex, rendszerszemléletű vizsgálata volt. A kutatás alapfeltevése szerint Magyarország kedvező természeti adottságai és gazdag vadgasztronómiai hagyományai ellenére a vadhús fogyasztása jelentősen elmarad a potenciáltól.

A kutatás alaphipotézise az volt, hogy e jelenség háttérében nem egyetlen elszigetelt tényező áll, hanem egymással kölcsönhatásban működő keresleti, kínálati és oktatási tényezők komplex rendszere. A vizsgálat célja ennek a többdimenziós összefüggésrendszernek a feltárása és értelmezése volt, hozzájárulva a vadhús piaci és gasztronómiai szerepének mélyebb megértéséhez.

A kutatás interdiszciplináris megközelítésben, három empirikus pillérre épült:

1. országos kérdőíves felmérés (N=714),
2. regionális étlapelemzés (N=1360),
3. kvalitatív mélyinterjúk (séfek és oktatók, N=20).

A fogyasztói oldal főbb eredményei

A vizsgálat rámutatott, hogy a vadhús nem része a mindennapi fogyasztási gyakorlatnak: a válaszadók 69%-a havonta egyszer vagy annál ritkábban fogyasztja, míg 10%-uk egyáltalán nem él ezzel a lehetőséggel. A fogyasztást gátló tényezők közül kiemelkedik:

- a nehéz hozzáférhetőség (66,1%),
- a magas árszint (49,2%),
- valamint az elkészítéssel kapcsolatos bizonytalanság (41,4%).

Az eredmények alapján a vadhús megítélése alapvetően pozitív, ugyanakkor a gyakorlati felhasználással kapcsolatos ismerethiány jelentősen növeli a fogyasztói kockázatérzetet. Ezzel párhuzamosan jelentős piaci potenciál azonosítható, mivel a válaszadók 78%-a nyitott új vadételek kipróbálására.

A kínálati oldal főbb jellemzői

Az étlapelemzés eredményei alapján a vadhús gasztronómiai megjelenése strukturálisan korlátozott. A kínálat 84%-a hagyományos elkészítési módokra épül, míg az innovatív fogások aránya alacsony.

A regionális vizsgálat jelentős területi különbségeket tárt fel: vidéki és turisztikai térségekben a vadhús jelenléte erősebb, míg a nagyvárosi vendéglátásban alulreprezentált. Ez a heterogenitás hozzájárul ahhoz, hogy a vadhús elsősorban alkalmi fogyasztási termékként jelenik meg.

A kínálat alacsony diverzitása korlátozza a fiatalabb, trendérzékeny fogyasztói csoportok elérését, ami hosszabb távon a piaci növekedés egyik fő akadályá.

Az oktatási és szakmai háttér szerepe

A kvalitatív vizsgálatok rámutattak arra, hogy a vadhús feldolgozásához szükséges kompetenciák nem jelennek meg megfelelő mélységben a szakácsképzésben. A gyakorlati oktatás korlátozott, amely elsősorban az alapanyaghoz való hozzáférés nehézségeiből adódik.

A szakmai tudás jelentős része tapasztalati úton alakul ki, ami egyenetlen kompetenciaszintet eredményez. Ez közvetlenül befolyásolja a vendéglátóipari kínálatot, mivel a technológiai bizonytalanság visszatartja a vadhús szélesebb körű alkalmazását.

Főbb összefüggések és tudományos hozzájárulás

A kvantitatív elemzések szignifikáns pozitív kapcsolatot mutattak ki a hozzáférhetőség és a fogyasztási gyakoriság között ($\rho = 0,43$; $p < 0,001$), amely alátámasztja az ellátási rendszer fejlesztésének kulcsszerepét.

A vizsgálat azt is igazolta, hogy a fenntarthatósági és egészségtudatossági szempontok növelik a prémium ár elfogadottságát, ugyanakkor önmagukban nem elsődleges döntési tényezők.

A disszertáció egyik legfontosabb tudományos eredménye az integrált stratégiai modell kidolgozása, amely a vadhús fogyasztás növelését a következő tényezők összehangolt rendszerében értelmezi:

- hozzáférhetőség,
- termékpozicionálás,
- edukáció,
- marketingkommunikáció.

Rendszerszintű értelmezés

A kutatás egyik legfontosabb megállapítása, hogy a vadhús alacsony fogyasztása egy önfenntartó rendszer eredménye. A keresleti korlátok (ismerethiány, árérzékenység), a kínálati hiányosságok

(korlátozott elérhetőség, alacsony diverzitás) és az oktatási problémák egymást erősítve tartják fenn az alacsony fogyasztási szintet.

Ez a strukturális zártság magyarázatot ad arra, hogy a vadhús miért nem tudott a hazai gasztronómiában a potenciáljának megfelelő mértékben integrálódni.

Gyakorlati és stratégiai jelentőség

A kutatás eredményei közvetlen gyakorlati relevanciával bírnak:

- vendéglátás: a kínálat diverzifikálása és modernizálása versenyelőnyt jelenthet,
- oktatás: a gyakorlati képzés erősítése kulcsfontosságú,
- piac: a vadhús sikeres pozicionálása értékalapú megközelítést igényel.

A fenntarthatóság szerepe ebben a rendszerben horizontális jellegű: akkor válik hatékony kommunikációs eszközzé, ha az egészségtudatossággal és a prémium minőséggel együtt jelenik meg.

Záró megállapítás

Összességében megállapítható, hogy a vadhús a hazai gasztronómiában jelenleg alulhasznosított, ugyanakkor jelentős fejlődési potenciállal rendelkező alapanyag. A fogyasztás növelése csak a keresleti, kínálati és oktatási tényezők összehangolt fejlesztésével valósítható meg.

A disszertáció hozzájárul ahhoz, hogy a vadhús ne csupán hagyományos gasztronómiai elemként, hanem a fenntartható, egészségtudatos és innovációorientált élelmiszerfogyasztás egyik meghatározó alternatívájaként jelenjen meg a hazai és nemzetközi szakmai diskurzusban.

9 SUMMARY

The primary objective of this dissertation was to conduct a comprehensive, systems-based analysis of the presence of game meat in Hungarian gastronomy, its social perception, and its integration into the educational system. The research was based on the premise that, despite Hungary's favorable natural conditions and rich traditions of game cuisine, the consumption of game meat falls significantly short of its potential.

The study's main hypothesis was that this phenomenon is not driven by a single isolated factor, but rather by a complex system of demand, supply, and educational factors that interact with one another. The aim of the study was to explore and interpret this multidimensional system of relationships, contributing to a deeper understanding of the market and gastronomic role of game meat.

The research took an interdisciplinary approach and was built on three empirical pillars:

1. a nationwide questionnaire survey (N=714),
2. regional menu analysis (N=1360),
3. qualitative in-depth interviews (chefs and educators, N=20).

Key findings from the consumer survey

The survey revealed that game meat is not part of everyday consumption habits: 69% of respondents consume it once a month or less frequently, while 10% do not consume it at all. The main factors deterring consumption include:

- difficulty in accessing it (66.1%),
- high prices (49.2%),
- and uncertainty regarding preparation (41.4%).

Based on the results, the perception of game meat is fundamentally positive; however, a lack of knowledge regarding its practical use significantly increases consumers' perception of risk. At the same time, significant market potential can be identified, as 78% of respondents are open to trying new game dishes.

Key Characteristics of the Supply Side

Based on the results of the menu analysis, the culinary presence of game meat is structurally limited. 84% of the offerings are based on traditional preparation methods, while the proportion of innovative dishes is low.

The regional study revealed significant geographical differences: game meat is more prevalent in rural and tourist areas, while it is underrepresented in metropolitan dining establishments. This heterogeneity contributes to game meat being perceived primarily as an occasional consumption product.

The low diversity of the product range limits the ability to reach younger, trend-sensitive consumer groups, which is one of the main obstacles to market growth in the long term.

The Role of Educational and Professional Background

Qualitative studies have shown that the competencies required for game meat processing are not covered in sufficient depth in culinary training. Practical training is limited, primarily due to difficulties in accessing raw materials.

A significant portion of professional knowledge is acquired through experience, resulting in uneven competency levels. This directly impacts the offerings in the hospitality industry, as technological uncertainty hinders the wider use of game meat.

Key Findings and Scientific Contribution

Quantitative analyses revealed a significant positive correlation between accessibility and frequency of consumption ($\rho = 0.43$; $p < 0.001$), underscoring the key role of improving the supply system.

The study also confirmed that sustainability and health-consciousness considerations increase the acceptance of premium prices, though they are not primary decision-making factors in and of themselves.

One of the most important scientific findings of the dissertation is the development of an integrated strategic model, which interprets the increase in game meat consumption within a coordinated system of the following factors:

- accessibility,
- product positioning,
- education,
- marketing communication.

System-level interpretation

One of the most important findings of the research is that the low consumption of game meat is the result of a self-perpetuating system. Demand constraints (lack of knowledge, price sensitivity), supply deficiencies (limited availability, low diversity), and educational issues reinforce one another, thereby maintaining the low level of consumption.

This structural isolation explains why game meat has not been able to integrate into domestic gastronomy to the extent commensurate with its potential.

Practical and Strategic Significance

The research findings have direct practical relevance:

- hospitality: diversifying and modernizing the product offering can provide a competitive advantage,
- education: strengthening practical training is crucial,
- market: successfully positioning game meat requires a value-based approach.

The role of sustainability in this system is horizontal in nature: it becomes an effective communication tool when it is presented alongside health consciousness and premium quality.

Concluding Remarks

Overall, it can be concluded that game meat is currently an underutilized ingredient in Hungarian gastronomy, yet one with significant potential for growth. Increasing consumption can only be achieved through the coordinated development of demand, supply, and educational factors.

This dissertation contributes to positioning game meat not merely as a traditional culinary element, but as a key alternative in sustainable, health-conscious, and innovation-oriented food consumption within both domestic and international professional discourse.

10 MELLÉKLETEK

M1. Irodalomjegyzék

- Bartosiewicz L. – Gyetvai A. – Küchelmann H. (2010): *The Beast in the Feast*. Letöltés dátuma: 2025. 03. 06. forrás: https://www.knochenarbeit.de/wp/wp-content/uploads/Bartosiewicz_Gyetvai_Kuechelmann-2010.pdf
- Bakay, L. (1971): Trófea katalógus. Budapest: Globus Nyomda. 120 p.
- Balassa, I. (szerk.) (1984): Magyar néprajz IV. Budapest: Akadémiai Kiadó. 927 p. Letöltés dátuma: 2025. 01. 10. forrás: <https://mek.oszk.hu/02100/02152/html/04/>
- Bandick, N. (1996): Wildbret als Nahrungsmittel. *Fleischwirtschaft*, 76(8), pp. 888–895.
- Battay, M. – Madej, A. – Szőke, L. – Battay, M. – Marosán, M. (2017): A vadkereskedelem vidékbiztonsági és vidékfejlesztési aspektusai. *Pro Scientia Ruralis*, 2(3–4), pp. 7–21.
- Béguin, J. – Tremblay, J. P. – Thiffault, N. – Pothier, D. – Côté, S. D. (2016): Management of forest regeneration in boreal and temperate deer–forest systems. *Ecosphere*, 7(10), e01488. DOI: 10.1002/ecs2.1488.
- Béné, C. – Fanzo, J. – Haddad, L. – Hawkes, C. – Caron, P. – Vermeulen, S. – Herrero, M. – Oosterveer, P. (2019): Global map and indicators of food system sustainability. *Scientific Data*, 6(1), pp. 1–18. DOI: 10.1038/s41597-019-0301-5.
- Bertóti, I. (1964): Vadgazdálkodás és vadászat. Budapest: Mezőgazdasági Kiadó. 423 p.
- Björk, P. – Kauppinen-Räsänen, H. (2016a): Exploring the multi-dimensionality of travellers' culinary-gastronomic experiences. *Current Issues in Tourism*, 19(12), pp. 1260–1280. DOI: 10.1080/13683500.2013.868412.
- Björk, P. – Kauppinen-Räsänen, H. (2016b): Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(1), pp. 177–194. DOI: 10.1108/IJCHM-05-2014-0214.
- Bodnar K. (2024): Meat Consumption Patterns and Changes in Consumer Attitudes. In: Grigorescu, A. – Andrei, J. V. (szerk.): *Entrepreneurship and Development for a Green Resilient Economy*. [H. n.]: Emerald Publishing. DOI: 10.1108/978-1-83797-088-920241013
- Borgogno, M. – Favotto, S. – Corazzin, M. – Cardello, A. V. – Piasentier, E. (2015): The role of product familiarity on perceptions of fresh meat. *Food Quality and Preference*, 44, pp. 139–147. DOI: 10.1016/j.foodqual.2015.04.012.

- Braun, V. – Clarke, V. (2006): Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), pp. 77–101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa.
- Bujdosó, Z. – Gyurkó, Á. – Benkő, B. (2019): Tourism development in Hungary on the example of the Northern Hungary Region. *Folia Geographica*, 61(2), pp. 86–103.
- Christopher, M. (2016): *Logistics and Supply Chain Management*. 5th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.
- Ciobanu, M.-M. – Chereji, A. I. – Pop, M. D. – Roman, I. – Mureşan, C. C. – Mihaiu, M. – Mihaiu, R. (2023): Game meat perception among consumers: a systematic review. *Foods*, 12(6), Article 1341. DOI: 10.3390/foods12061341.
- Creswell, J. W. (2008): *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 3. kiadás. Thousand Oaks: SAGE Publications. 260 p.
- Csányi S. – Márton M. – Bóti Sz. – Schally G. (2024): *Vadgazdálkodási Adattár – 2023/2024. vadászati év*. Gödöllő: MATE VTI, Országos Vadgazdálkodási Adattár. 70 p. Letöltés dátuma: 2025. 02. 02. forrás: https://www.ova.info.hu/vg_stat/VA-2023-2024.pdf
- Csiki, S. (2016): A paraszti konyha. *Rubicon*, 27(8), pp. 74–81.
- Csőre, P. (1994): *A magyar vadászat története*. Budapest: Mezőgazda Kiadó. 281 p.
- Dávid, L. (2011): Tourism ecology: towards the responsible, sustainable tourism future. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(3), pp. 210–216. DOI: 10.1108/175542111111142239.
- Deutz, A. (2005): Eigenschaften von Wildbret. *Der Anblick*, (9), pp. 27–28.
- Dobi, B. – Holes, A. (szerk.) (2020): *Magyarország környezeti állapota 2020*. Budapest: Printing Solutions Nyomdai Szolgáltató Bt. 204 p. Letöltés dátuma: 2025. 08. 17. forrás: https://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/mka_2020_digi_hu_jav_0308.pdf
- Dusek, T. – Kotosz, B. (2017): *Területi statisztika*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 276 p.
- Ericksen, P. J. (2008): Conceptualizing food systems for global environmental change research. *Global Environmental Change*, 18(1), pp. 234–245. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2007.09.002.
- Escoffier, A. (1907): *A Guide to Modern Cookery*. London: William Heinemann. 800 p.
- Fabian, G. – Tóth, T. – Bleier, N. (2006): Vadgazdálkodás helyzete Magyarországon. *Gazdálkodás*, 50(4), pp. 46–52. DOI: 10.22004/ag.econ.140561.
- Fehér, P. – Füreder, B. – Várvidi, P. (2010): A magyar gasztronómia és vendéglátás helyzete napjainkban. *Turizmus Bulletin*, 14(4), pp. 34–43.

- Figler, M. (szerk.) (2012): A táplálkozástudomány alapjai: Képzési és tanácsadási kézikönyv. Pécs: Pécsi Tudományegyetem. 394 p. Letöltés dátuma: 2025. 01. 30.
- Fog, K. – Budtz, C. – Yakaboylu, B. (2005): Storytelling: Branding in Practice. Berlin: Springer. p. 58–95.
- Galló, N. – Nagy, B. – Molnár, Sz. (2014): Vadhúsok – az erdőtől az asztalig. *Élelmezés*, 14(7–8), pp. 28–30.
- Gamborg, C. – Jensen, F. S. (2016): Wildlife value orientations: a quantitative study of the general public in Denmark. *Human Dimensions of Wildlife*, 21(4), pp. 328–344. DOI: 10.1080/10871209.2016.1157906.
- Gereffi, G. – Lee, J. (2016): Economic and social upgrading in global value chains and industrial clusters: Why governance matters. *Journal of Business Ethics*, 133(1), pp. 25–38. DOI: 10.1007/s10551-014-2373-7.
- Greenwood, P. – Nikulin, M. (1996): Chi-squared testing. New York: Wiley. 288 p.
- Gundel, K. (1940): Vendéglátás mestersége. Budapest: Budapesti Szállodások és Vendéglősök Ipartestülete. 377 p.
- Gyurcsó, A. (2026): A vadhús fogyasztást és -vásárlást befolyásoló tényezők vizsgálata Magyarországon. [PhD-értekezés] Budapest: Állatorvostudományi Doktori Iskola, Állatorvostudományi Egyetem. Letöltés dátuma: 2026. 04. 20. forrás: <https://huveta.hu/items/d1af7186-e7f7-4610-a608-a2ddf2098cfc>
- Gyurcsó, A. – Szemethy, L. – Bognár, L. – Szigeti, Z. M. (2022): A vadhús szabályozásának és ellenőrzésének aktuális kérdései Magyarországon. *Magyar Állatorvosok Lapja*, 144(10), pp. 623–639. DOI: 10.56385/magyallorv.2022.10.623-639.
- Gyurkó, Á. (2022): Magyarország vendégforgalmának teljesítményértékelése. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 7(4), pp. 20–32. DOI: 10.15170/TVT.2022.07.04.02.
- Hall, C. M. – Sharples, L. – Mitchell, R. – Macionis, N. – Cambourne, B. (2003): Consuming places: The role of food, wine and tourism in regional development. Oxford: Butterworth-Heinemann. 320 p.
- Happ, N. (2019): A vaddisznó és vadászata. Budapest: Saxum. 192 p.
- Hartmann, C. – Siegrist, M. (2017): Consumer perception and behaviour regarding sustainable protein consumption: a systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 61, pp. 11–25. DOI: 10.1016/j.tifs.2016.12.006.

- Henderson, J. E. – Moore, S. A. (2006): Measuring and understanding wildlife recreation income in rural communities. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 38(3), pp. 597–610. DOI: 10.1017/S1074070800022641.
- Hoffman, L. C. – Wiklund, E. (2006): Game and venison – meat for the modern consumer. *Meat Science*, 74(1), pp. 197–208. DOI: 10.1016/j.meatsci.2006.04.005.
- Hurlin, J. – Schulze, H. (2007): *Möglichkeiten und Grenzen der Qualitätssicherung in der Wildfleischvermarktung*. Göttingen: Universität Göttingen. 150 p. Letöltés dátuma: 2025. 03.25. forrás: [https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/df38df8fc2edc041cc99930ebb8b127d.pdf/Hurlin,%20J.,%20Schulze,%20H.%20\(2007\)%20-%20Möglichkeiten%20und%20Grenzen%20der%20Qualitätssicherung.pdf](https://www.uni-goettingen.de/de/document/download/df38df8fc2edc041cc99930ebb8b127d.pdf/Hurlin,%20J.,%20Schulze,%20H.%20(2007)%20-%20Möglichkeiten%20und%20Grenzen%20der%20Qualitätssicherung.pdf)
- Jánosa, A. (2023): *SPSS adatelemzés*. Budapest: Magyar Könyvvizsgálói Kamara Oktatási Központ Kft. 280 p.
- Keenan, R. (2001): *2000 év lakomái*. Budapest: Glória. 300 p.
- Kenderfi, M. – Kulcsár, Sz. – Fűrész, I. (2022): Régi kihívások, új válaszok – a duális szakképzés pályaszocializációt előtérbe helyező, új típusú megközelítése. *Studia Mundi – Economica*, 9(2), pp. 24–36. DOI: 10.18531/Studia.Mundi.2022.09.02.24-36.
- Kerins, C. – McHugh, S. – Clifton, P. M. – Keogh, J. B. (2020): Effects of menu labelling on food choices in adult populations: a systematic review. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 17(1), Article 48. DOI: 10.1186/s12966-020-00942-0.
- Kisbán, E. (1984): Korszakok és fordulópontok a táplálkozási szokások történetében Európában. *Ethnographia*, 95(3), pp. 384–399.
- Komarek, L. – Tóth, Sz. (2018): A magyar vadhúsértékesítés alakulásának főbb tendenciái és lehetséges fejlődési irányai. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*, 13(3–4), pp. 43–58. DOI: 10.14232/jtgf.2018.3-4.43-58.
- Kotler, P. – Keller, K. (2016): *Marketing management*. 15. kiadás. Harlow: Pearson Education. 832 p.
- Könyves, E. (2015): *Gasztronómia és marketing*. Debrecen: Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar. (Best Practice tanulmánykötet). 117 p.
- Lehota, J. (2001): *Élelmiszer-gazdasági marketing*. Budapest: Műszaki Könyvkiadó.
- Lehota, J. – Horváth, Á. – Rácz, G. (2013): A potenciális LOHAS fogyasztók megjelenése Magyarországon. *Marketing & Menedzsment*, 47(4), pp. 36–54. Letöltés dátuma: 2026. 04. 28. forrás: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/656>

- Leroy F. – Praet I. (2015): *Meat traditions: The co-evolution of humans and meat*. Letöltés dátuma: 2025. 03. 06. forrás: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37205079/Leroy_Praet_2015-libre.pdf
- Magyar, Z. (2020): A vadászturizmus és az országimázs kapcsolata. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 5(4), pp. 16–29. DOI: 10.15170/TVT
- Magyar, Z. (2022): *Vadászati turizmus*. Budapest: Szaktudás Kiadó Ház. 108 p.
- Malhotra, N. (2017): *Marketingkutatás*. Budapest: Akadémiai Kiadó. 904 p.
- Mesinger, D. – Ocieczek, A. (2021): Risk Assessment of Wild Game Meat Intake. *Polish Journal of Environmental Studies*, 30(2), pp. 1307–1315. DOI: 10.15244/pjoes/124744.
- Mesinger, D. – Ocieczek, A. – Cholewa, K. – Kurek, M. A. (2023): Attitudes toward game meat among consumers in Poland. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), Article 3815. DOI: 10.3390/ijerph20053815.
- Michalkó, G. (2007): *Turizmus elmélet alapjai*. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola. 224 p.
- Miko, A. – Pries, K. – Haby, S. – Steege, K. – Albrecht, N. – Krause, G. – Beutin, L. (2009): Assessment of Shiga toxin-producing *Escherichia coli* isolates from wildlife meat as potential pathogens for humans. *Applied and Environmental Microbiology*, 75(20), pp. 6462–6470. DOI: 10.1128/AEM.00904-09.
- Nagy, Z. – Bujdosó, Z. – Kovács, G. (2025): A vadhús helye a hazai gasztronómiában és oktatásban: Interdiszciplináris elemzés a kereslet, kínálat és tudástranszfer metszéspontjában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 10(2). DOI: 10.15170/TVT.2025.10.02.03.
- Náhlik, A. (2023): *A vadbiológiai-vadgazdálkodási tudományok története Magyarországon*. Sopron: Soproni Egyetem Kiadó. DOI: 10.35511/978-963-334-479-8.
- Niewiadomska, K. – Kosicka-Gębska, M. – Gębski, J. – Gutkowska, K. – Jeżewska-Zychowicz, M. – Sulek, M. (2020): Game meat consumption—Conscious choice or just a game? *Foods*, 9(10), Article 1357. DOI: 10.3390/foods9101357.
- Nunes, A. V. – Peres, C. A. – Constantino, P. D. A. L. – Fischer, E. – Nielsen, M. R. (2021): Wild meat consumption in tropical forests spares a significant carbon footprint from the livestock production sector. *Scientific Reports*, 11, Article 19001. DOI: 10.1038/s41598-021-98282-4.
- Pichler, B. W. K. (2004): Omega-3-Fettsäuren bei rheumatoider Arthritis. *Journal für Ernährungsmedizin*, 1(1), pp. 26–29.

- Rátz, T. – Füreder, B. (szerk.) (2016): Gasztronómia és turizmus – válogatott tanulmányok. Székesfehérvár: Kodolányi János Főiskola. p. 10–23.
- Reynolds, C. (2020): Sustainable Gastronomy: the Environmental Impacts of How We Cook Now and How the “Sustainable Diets” Agenda Might Shape How We Cook in the Future? In: Dublin Gastronomy Symposium, 25–29 May 2020, Dublin, Ireland. Letöltés dátuma: 2026. 04. 28. forrás: <https://arrow.tudublin.ie/dgs/2020/socalt/3/>
- Richards, G. (2002): Gastronomy: an essential ingredient in tourism production and consumption? In: Hjalager, A.-M. – Richards, G. (szerk.): Tourism and Gastronomy. London: Routledge, pp. 3–20. DOI: 10.4324/9780203218617-7.
- Rimbach, G. – Nagursky, J. – Erbersdobler, H. F. (2015): Lebensmittelwarenkunde für Einsteiger. Berlin: Springer-Verlag. 313 p.
- Rónai, F. (2000): Vadgazdaságtan. Budapest: Agrárszakoktatási Intézet. 167 p.
- Saldaña, J. (2013): The coding manual for qualitative researchers. 2. kiadás. London: SAGE Publications. 303 p.
- Schulz, W. F. (2008): *Der Markt für nachhaltige Produkte: Eine Chance für den Mittelstand*. Vortrag im Rahmen der BMZ/DIHK-Auftaktveranstaltung „Mittelstand schafft Werte“, 2008. december 6., Berlin, Haus der Deutschen Wirtschaft.
- Segal, V. – Vida, J. (2022): Erdei gasztrokalandkönyv Széchenyi Zsigmond idézeteivel. Budapest: Pannon Értéktár Zrt. 200 p.
- Sidlovits D. – Pető K. – Luzsi J. – Gyenes A. – Nagy L. (2023): *A magyar vadhús piaci lehetőségei és a vadhúsfogyasztási szokások Magyarországon*. Budapest: Nemzeti Agrárgazdasági Kamara. (Mezőgazdasági Kézikönyv 9.) Letöltés dátuma: 2025. 01. 09. forrás: https://www.magyarvadasz.hu/images/cms/File/hirek/magyar_vadhús.pdf
- Spiller, A. – Schulze, B. (2008): Zukunftsperspektiven der Fleischwirtschaft. Göttingen: Universität Göttingen. 180 p.
- Stewart, C. – Piernas, C. – Cook, B. – Jebb, S. A. (2021): Trends in UK meat consumption: analysis of data from years 1–11 (2008–09 to 2018–19) of the National Diet and Nutrition Survey rolling programme. The Lancet Planetary Health, 5(10), pp. e699–e708. DOI: 10.1016/S2542-5196(21)00228-X.
- Szabó, J. (2022): Vadhús külkereskedelem. Agrárágazat, 23(4), pp. 116–118.
- Szakály, Z. (2008): Trendek a funkcionális élelmiszerek piacán. Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing, 5(2–3), pp. 3–11. Letöltés dátuma: 2025. 03. 11. forrás: <https://journal.unim-ate.hu/index.php/etm/hu/article/view/71>

- Szakály, Z. – Kiss, M. – Jasák, H. – Polereczki, Zs. (2016): A húsfogyasztás és húsvásárlás fogyasztói megítélése. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 12(1), pp. 19–29.
- Szakály, Z. – Sente, V. – Kövér, G. – Polereczki, Z. – Szigeti, O. (2012): The influence of lifestyle on health behavior and preference for functional foods. *Appetite*, 58(1), pp. 406–413. DOI: 10.1016/j.appet.2011.11.003.
- Szakály, Z. – Sente, V. – Kövér, Gy. – Polereczki, Zs. – Szigeti, O. (2015): A LOHAS szegmens mérete és jellemzői Magyarországon. *Táplálkozásmarketing*, 2(1), pp. 11–30. DOI: 10.20494/TM/2/1/2.
- Szűcs, I. (2012): *Agrárgazdaságtan*. Budapest: Agroinform Kiadó.
- Taylor, J. J. (2007): Menu analysis: a review of techniques and approaches. *FIU Hospitality Review*, 25(1), pp. 62–73.
- Tendall, D. M. – Joerin, J. – Kopainsky, B. – Edwards, P. – Shreck, A. – Le, Q. B. – Kruetli, P. – Grant, M. – Six, J. (2015): Food system resilience: Defining the concept. *Global Food Security*, 6, pp. 17–23. DOI: 10.1016/j.gfs.2015.08.001.
- Thomas, V. G. – Kanstrup, N. – Gremse, C. – Krone, O. – Gutiérrez, R. J. (2020): Lead concentrations in wild game shot with lead ammunition and implications for human health. *Ambio*, 49(12), pp. 2064–2079. DOI: 10.1007/s13280-020-01336-6.
- Torma, D. – Böröndi-Fülöp, N. – Sente, V. (2014): Vadhúsfogyasztói magatartás a minőségi szarvashús imázsa és pozícionálása. *Táplálkozásmarketing*, 1(1–2), pp. 141–147. DOI: 10.20494/TM/1/1-2/21141-147. Letöltés dátuma: 2026. 04. 28. forrás: <https://ojs.lib.unideb.hu/taplalkozasmarketing/article/view/12482>
- Trienekens, J. H. (2011): Agricultural value chains in developing countries: A framework for analysis. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), pp. 51–82. DOI: 10.22004/ag.econ.103987.
- Underwood, R. L. – Klein, N. M. (2002): Packaging as brand communication: effects of product pictures on consumer responses to the package and brand. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(4), pp. 58–68. DOI: 10.1080/10696679.2002.11501926.
- Vermeir, I. – Verbeke, W. (2006): Sustainable food consumption: exploring the consumer “attitude–behavioral intention” gap. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 19(2), pp. 169–194. DOI: 10.1007/s10806-005-5485-3.
- Winkelmayer, R. (2014): *Ein Beitrag zur Jagdethik*. Wien: Österreichischer Jagd- und Fischerei-Verlag. 144 p.

Winkelmayer, R. – Paulsen, P. (2008): Direct marketing of meat from wild game in Austria. *Fleischwirtschaft*, 88(4), pp. 122–125. Letöltés dátuma: 2025. 04. 02. forrás: https://www.researchgate.net/publication/295607078_Direct_marketing_of_meat_from_wild_game_in_Austria_A_guide_to_Good_Practice_according_to_Regulations_EEC_85_2_and_8552004

Winkelmayer, R. – Smulders, F. J. M. – Paulsen, P. – Nowotny, N. – Hofbauer, P. (2013): Wildbret-Hygiene: Das Buch zur Guten Hygienepraxis bei Wild. 2. kiadás. Wien: Zentralstelle Österreichischer Landesjagdverbände. 216 p.

Zilahy, Á. (1983): Valódi magyar szakácskönyv. Reprint kiadás. Budapest: Helikon Kiadó. 350 p.

Jogszabályok és hivatalos dokumentumok

1996. évi LV. törvény a vad védelméről, a vadgazdálkodásról, valamint a vadásatról. Letöltés dátuma: 2025. 04. 01. forrás: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=99600055.tv>

43/2011. (V. 26.) VM rendelet: Az elejtett vad kezelésének és értékesítésének élelmiszer-higiéniai feltételeiről. Nemzeti Jogszabálytár. Letöltés dátuma: 2025. 01. 03. forrás: <https://njt.hu/jogszabaly/2011-43-20-2Y>

Európai Bizottság (2020): *A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system*. Brussels: European Commission. europa.eu. Letöltés dátuma: 2025.04.02. forrás: https://food.ec.europa.eu/system/files/2020-05/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

Európai Parlament (2015): *Jelentés az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről, valamint a 834/2007/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről szóló európai parlamenti és tanácsi rendeletre irányuló javaslatról*. Letöltés dátuma: 2025. 02. 12. forrás: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2015-0311_HU.html

Európai Parlament és a Tanács (2002): *178/2002/EK rendelete az élelmiszerjog általános elveiről és követelményeiről*. Letöltés dátuma: 2025. 02. 03. forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:02002R0178-20190726>

Európai Parlament és a Tanács (2004a): *852/2004/EK rendelet az élelmiszer-higiéniai szabályokról*. Bizottsági útmutató. Letöltés dátuma: 2025. 02. 03. forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:02004R0852-20210324>

Európai Parlament és a Tanács (2004b): *853/2004/EK rendelet az állati eredetű élelmiszerek különleges higiéniai szabályainak megállapításáról*. *HL L 139.*, 2004. 04. 30., pp. 55–205. Letöltés dátuma: 2025. 09. 04. forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:02004R0853-20221208>

Európai Parlament és a Tanács (2018): *Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/848 rendelete az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek jelöléséről. HL L 150.*, 2018. 06. 14., pp. 1–92. Letöltés dátuma: 2025. 04. 02. forrás: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:02018R0848-20201114>

Innovációs és Technológiai Minisztérium (2026): *Képzési és Kimeneti Követelmények a szakács szakképesítéshez.* Letöltés dátuma: 2026. 04. 17. forrás: <https://akkreditaltvizsgaztatas.ikk.hu/kkk-ptt#kkk-ptt-lista>

IV. Online források

Bere, M. (2024): *Változik a vadvilág – óvni, enni, itatni.* Behir.hu. 2024. szeptember 7. Letöltés dátuma: 2025. 02. 03. forrás: <https://behir.hu/valtozik-a-vadvilag-ovni-enni-itatni>

Beregi-Nagy E. (2021): *Szarvasfarm a Zselicben – a tenyészállatnevelés és értékesítés az elsődleges szempont.* Családi Gazdaságok Magazinja. Letöltés dátuma: 2025. 02. 18. forrás: <https://docplayer.hu/219340972-Csaladi-gazdasagok-magazinja.html>

Bundesinformationszentrum Landwirtschaft (2024): *Fleisch von Wildtieren aus Gehegen – eine Alternative?* Letöltés dátuma: 2025. 02. 02. forrás: <https://www.landwirtschaft.de/tier-und-pflanze/tier/nutztiere-allgemein/fleisch-von-wildtieren-aus-gehegen-eine-alternative>

Columbia University Mailman School of Public Health [N. a.]: *Content analysis.* Letöltés dátuma: 2025. 08. 25. forrás: <https://www.publichealth.columbia.edu/research/population-health-methods/content-analysis>

Deutscher Hotel- und Gaststättenverband (2022): *Meister im Gastgewerbe.* dehogabundesverband.de. Letöltés dátuma: 2025. 09. 06. forrás: <https://www.dehogabundesverband.de>

Deutscher Jagdverband (2023): *Jäger liefern mehr Wildbret.* DJV. Letöltés dátuma: 2025. 04. 02. forrás: <https://www.jagdverband.de/jaeger-liefern-mehr-wildbret>

Feol.hu (2021): *Vadhús ezerféleképpen – vadgasztronómiai fesztivál a pákozdi pagonyban.* Letöltés dátuma: 2025. 08. 17. forrás: <https://www.feol.hu/helyi-kozelet/2021/09/vadhus-ezerfelekeppen-vadgasztronomiai-fesztival-a-pakozdi-pagonyban>

Goodier, M. S. V. (2023): *UK meat consumption at lowest level since records began, data reveals.* *The Guardian.* Letöltés dátuma: 2025. 02. 20. forrás: <https://www.theguardian.com/environment/2023/oct/24/uk-meat-consumption-lowest-level-since-record-began-data-reveal>

HelloVidék (2024): *Egészséges, mégis alig fogyasztjuk: miért nem kell a vadhús a magyaroknak?* HelloVidék. Letöltés dátuma: 2025. 01. 09. forrás:

<https://www.penzcentrum.hu/hellovidek/20241211/egeszseges-megis-alig-fogyasztjuk-miert-nem-kell-a-vadhus-a-magyaroknak-1172553>

Innova Market Insights (2023): *Meat industry trends in the UK*. Letöltés dátuma: 2025. 04. 11. forrás: <https://www.innovamarketinsights.com/trends/meat-industry-trends-in-the-uk/>

Kőrösi B. (2024): *Tovább csökkent a német húsfogyasztás: jelentősen megváltoztak az étkezési szokások*. *Prove.hu*. 2024. április 18. Letöltés dátuma: 2025. 02. 07. forrás: <https://prove.hu/nemetszrag-husfogyasztas-csokkenes-2024/>

Központi Statisztikai Hivatal (2022): 14.1.1.32. *Az egy főre jutó éves élelmiszer-fogyasztás mennyisége a referenciaszemély korcsoportja, iskolai végzettsége és a háztartástagok korösszetétele szerint [kilogramm]*. Letöltés dátuma: 2025. 03. 20. forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/jov/hu/jov0031.html

Központi Statisztikai Hivatal (2024): 15.1.1.13. *Vadállomány, kilőtt vadak*. Letöltés dátuma: 2025. 02. 02. forrás: https://www.ksh.hu/stadat_files/kor/hu/kor0012.html

Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (2021): *A vaddisznóállomány szabályozásáról szóló nemzeti akcióterv bemutatása*. 2021. január 21. Letöltés dátuma: 2025. 08. 23. forrás: <https://portal.nebih.gov.hu/-/a-vaddisznóállomány-szabályozásáról-szóló-nemzeti-akcióterv-bemutatása>

Országos Magyar Vadászkamara (2022): *A vadhús szerepe a helyi élelmiszerellátásban*. [H. n.]: Országos Magyar Vadászkamara. Letöltés dátuma: 2025. 02. 03. forrás: https://www.omvk.hu/app/omvk/web/uploads/files/orszagos/2015_NEBIH_konferencia/Vadhus.pdf

Pallagi G. (2024): *A vadászat a környezetvédelem és a biodiverzitás megőrzésének egyik eszköze*. Letöltés dátuma: 2025. 02. 04. forrás: <https://fataj.hu/2024/10/vadaszat-kornyezetvedelem-es-biodiverzitas-megorzes/>

Pénzcentrum (2023): *Kiderült az igazság: ezért olyan méregdrága a vadhús a magyar boltokban valójában*. Letöltés dátuma: 2025. 02. 12. forrás: <https://www.penzcentrum.hu/hellovidek/20231215/kiderult-az-igazsag-ezert-olyan-meregdraga-a-vadhus-a-magyar-boltokban-valojaban-1165161>

Schöppler N. (2022): *Fleisch von wild lebenden Tieren ist kein Bio-Wild*. Lebensmittel Klarheit. Letöltés dátuma: 2025. 05. 27. forrás: <https://www.lebensmittelklarheit.de/informationen/fleisch-von-wild-lebenden-tieren-ist-kein-bio-wild>

M2. Vadhús beszerzési forrásai - kérdőív

1. Az ön neme? *

- nő
- férfi
- egyéb/nem kívánom megadni

2. Az Ön lakóhelye? *

- 1. nagyváros
- 2. kisváros
- 3. község

3. Az Ön életkora? *

- 18 év alatt
- 18-30 év között
- 31-50 év között
- 51 év felett

4. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége? *

- általános iskola
- érettségi
- szakközépiskola
- felsőoktatási szakképzés
- egyetem/ Főiskola

5. Milyen gyakran fogyaszt vadhúst? *

- hetente
- havonta
- ritkábban
- sosem

6. Milyen formában vásárolja a vadhúst? *

- o friss vadhús
- o fagyasztott vadhús
- o feldolgozott vadhús (kolbász, szalámi, pástétom stb.)
- o kész vadhúsétel (például kész étteremi étel, kényelmi készétel, konzerv)
- o nem fogyasztok vadhúst

7. Hol vásárolja leggyakrabban a vadhúst?

- o Helyi piacokon
- o Szupermarketekben, hipermarketekben
- o Online (webshopok, húsbolt weboldalak)
- o Vadászboltban, specializált vadhúskereskedésben
- o Vadászoktól, közvetlenül
- o Éttermekben (túlnyomórészt étkezés céljából)
- o Sehol
- o Egyéb:

8. Mennyire könnyen hozzáférhető a vadhús az Ön lakóhelyén? *

- o Nagyon könnyen elérhető
- o Viszonylag könnyen elérhető
- o Kicsit nehézkes hozzájutni
- o Nagyon nehéz hozzáférni
- Nem tudom/Nem vásárolok

9. Vásárolt már valaha vadhúst közvetlenül vadásztól vagy helyi termelőtől? *

- o Igen
- o Nem

10. Ha vásárolt vadhúst közvetlenül vadásztól vagy helyi termelőtől, hogyan találta meg őket?

- o Barátok, család ajánlásával

- Vadászati közösségeken keresztül
- Közvetlenül a vadászati szezon alatt
- Különleges rendezvényeken, vásárokon
- Vadétel fesztiválon, főzőversenyen
- Egyéb:

11. Milyen szempontok alapján választja a vadhús beszerzési forrását? (több válasz is adható)

- Ár
- Minőség és frissesség
- Fenntarthatóság, etikus vadászat
- Helyi termelő támogatása
- Kényelmes elérhetőség (pl. online rendelés)
- Termék választék (például különféle vadhús típusok)
- Vásárlói vélemények, ajánlások
- Egyéb:

12. Mennyire fontos Önnek, hogy a vadhús helyi, fenntartható forrásból származzon?

Nem fontos, Közömbös

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Nagyon fontos

13. Mennyire fontos Önnek, hogy a vadhús ellenőrzött, hivatalos forrásból származzon (pl. élelmiszerbiztonsági tanúsítványok)?

- Nagyon fontos

- Fontos
- Közömbös
- Nem fontos

14. Mennyire befolyásolja az ár a vadhús-vásárlási döntését?

- Nagyon befolyásolja
- Közepesen befolyásolja
- Nem befolyásolja

15. Hogyan értékeli az ár-érték arányt a vadhús esetében?

- Kiváló ár-érték arány
- Jó ár-érték arány
- Közepes ár-érték arány
- Eléggé drága, nem megfelelő
- Túlságosan drága

16. Mennyire elégedett a vásárolt vadhús minőségével?

- Nagyon elégedett
- Elégedett
- Közepesen elégedett
- Nem elégedett

17. Milyen típusú vadhúst vásárol leggyakrabban? (Több válasz is lehetséges)

- Őz
- Vaddisznó
- Szarvas
- Nyúl
- Fácán
- Vadkacsa
- Vadliba

Muflon

Egyéb:

18. Gyermeked fogyaszt vadhúst?

Igen, rendszeresen eszik azokból, amiket elkészítünk

Nem, egyáltalán nem szereti

Nem releváns (nincs gyermekem)

19. Ha a menzán a gyermekének lehetne választani vadhúsból készült ételt, választana?

Igen

Nem

20. Milyen ételt készítené leggyakrabban vadhúsból? (több válasz is lehetséges)

Leves (raguleves, csontleves, erőleves)

Pörkölt

Sült

Töltött (fácán, szarvascomb)

Pástétom

Ragu

Tészták, rizses és egyéb egytálételek vadhússal

21. Ki készíti el a vadhúst a családban?

Férfi

Nő

Mindkettő

22. Milyen előnyeit látja a vadhús fogyasztásának a hagyományos házi hússal szemben?

Jobb íz és textúra

Egészségesebb (alacsonyabb zsírtartalom, több tápanyag)

Fenntarthatóság és etikus fogyasztás

Különlegesség, változatosabb étkezés

Egyéb:

23. Milyen fejlesztéseket szeretne látni a vadhús beszerzési lehetőségekkel kapcsolatban?

- o Több elérhetőség, például a szupermarketekben
- o Könnyebb online rendelés és szállítás
- o Szélesebb választék különböző vadhús típusokból
- o Jobb minőség-ellenőrzés
- o Különleges ajánlatok, akciók

Egyéb:

24. Mennyire lenne hajlandó prémium árat fizetni a helyi, fenntartható forrásból származó vadhúsért?

- o Nagyon hajlandó
- o Inkább hajlandó
- o Nem igazán hajlandó
- o Egyáltalán nem hajlandó

25. Hol vásárolna legszívesebben vadhúst, ha nem lenne könnyen elérhető a közelében?

- o Online áruházakban
- o Különleges, helyi termelői piacokon
- o Speciális hentesboltokban
- o Éttermekben, amelyek helyben értékesítenek vadhúst
- o Egyéb:

26. Ön hogyan értesül a vadhús beszerzési lehetőségekről?

- o Család, barátok ajánlásával
- o Online kereséssel
- o Helyi rendezvényeken, fesztiválokon
- o Hirdetések, reklámok
- o Egyéb:

27. Önnél kötődik valamilyen alkalomhoz a vadhús fogyasztás?

- Ünnepek
- Kerti parti
- Baráti összejövetel
- Céges rendezvények
- Főzőverseny
- Nem kell hozzá alkalom
- Egyéb:

28. Egyéb észrevételei, javaslatai a vadhús beszerzésével kapcsolatban:

- Saját válasz

M3. Séfk - interjúkérdések

1. Vadhúsok felhasználása és elkészítése

Melyek a leggyakoribb kihívások, amikor vadhúst dolgoznak fel egy étterem konyháján?
(Pl. hús állaga, zsírtartalom, fűszerezés, főzési idő.)

Mi a legfontosabb különbség a vadhús és a házi húsok elkészítése között?
(Pl. a vadhús zsírtartalma, a hús ízvilága, az elkészítési idő és technikák)

Milyen vadhúsfajták a legnépszerűbbek az éttermek kínálatában?
(Pl. szarvas, vaddisznó, őz, fácán, nyúl)

Melyik vadhús típus a legkönnyebben elérhető és miért?

Milyen főzési technikákat alkalmaz a vadhúsok esetében, hogy kihozza azok legjobb ízét?
(Pl. lassú sütés, pörkölés, marinálás, sous-vide, füstölés)

Hogyan befolyásolja a vadászat időpontja a hús minőségét és ízét?
(Pl. évszakok, vadászat időtartama, táplálkozás, húsok eltérő jellege)

2. Vadhús- és étlaptervezés

Hogyan épít be vadhúst az étlapra? Milyen típusú ételek illenek leginkább a vadhúshoz? (Pl. főétel, előétel, étkezési koncepció)

Milyen jellegű vendégeket keres, akik a vadhúst keresik és milyen étkezési élményeket kínál nekik? (Pl. prémium vendégek, gasztronómiai kalandvágyók, fenntarthatóság iránt érdeklődők)

Milyen módon igazítja a vadhúst az étterem stílusához vagy filozófiájához?
(Pl. fine dining, helyi alapanyagok, nemzetközi konyha)

3. Különlegességek és innovációk

Milyen új irányzatokat lát a vadhúsok felhasználásában az éttermek világában?
(Pl. új receptek, modern technológiák, fenntartható vadászat és étkezés)

Van olyan vadhúsfajta vagy étel, amivel különösen szeret dolgozni és miért?
(Pl. egy adott húsfajta, különleges elkészítési mód)

Milyen technológiai újítások segíthetnek a vadhúsok jobb felhasználásában?
(Pl. sous-vide, innovatív pácolási technikák, húsápolás)

4. Helyi és fenntartható vadászat

Milyen szempontokat figyel, amikor vadásztól vásárol vadhúst?
(Pl. fenntarthatóság, helyi források, etikus vadászat, hús minősége)

Hogyan látja a fenntartható vadászat szerepét a vadhús piacon?
Miért fontos a fenntarthatóság és hogyan kommunikálja ezt a vendégek felé?

Mi a véleménye a helyi vadhús piac fejlődéséről? Van-e lehetőség arra, hogy még több helyi termelőt vonjon be a vendéglátóiparba?

5. Gasztronómiai kreativitás és vadhús

Mi az, amit a legnagyobb kihívásnak tart a vadhúsokkal való kreatív munkában?
(Pl. az ízjegyek kiemelése, a hús zsírtartalmának kezelése)

Milyen ételt javasol a kezdő vadhús fogyasztóknak, hogy megszeressék a vadhúst?
Van-e olyan étel, amit könnyedén beilleszthetnek a mindennapi étkezésükbe?

Milyen fűszerezési technikákat alkalmaz, hogy a vadhús íze harmonikus legyen?
(Pl. gyógynövények, pácolás, édes-savanyú ízek)

6. Vendégélmény és oktatás

Hogyan magyarázza el a vendégeknek a vadhús egyedi jellemzőit, például az ízét, állagát vagy elkészítési módját? Van-e olyan információ, amit fontosnak tart, hogy a vendégek tudjanak, mielőtt rendelnek?

Milyen étkezési élményeket kínál a vadhúshoz, hogy a vendégek igazán értékeljék az ételt?
(Pl. ételpárosítások, borajánlások, étkezési atmoszféra)

Milyen oktatási vagy ismeretterjesztő programokat tart fontosnak, hogy a vendégek jobban megismerjék a vadhúsokat? (Pl. séfbemutatók, workshopok, élményalapú étkezések)

Van tapasztalata arról, hogy az Önöknél tanuló diákok, szakács tanulók egyáltalán nem foglalkoznak az iskolában a vadhúsokkal?

Mennyire mernek a felvett szakácsok a vadhúshoz nyúlni? (Itt arra gondolok, hogy a csirkés étel elkészítését szívesebben megcsinálja, mint a vadét.)

M4. Iskolai interjúkérdések

1. Vadhúsok szerepe a tantervben

Milyen mértékben szerepelnek a vadhúsok a szakácsképzés tantervében? (elméleti és gyakorlati szinten)

A vadhúsok elkészítése és feldolgozása milyen szinten van beépítve a gyakorlati oktatásba?

A diákok milyen típusú vadhúsokkal (szarvas, vaddisznó, őz, stb.) ismerkednek meg? (elméleti és gyakorlati szinten)

Van külön kurzus vagy modul, amely kifejezetten a vadhúsokkal való munkát tanítja?

4.1 A gyakorlati tanmenetben szerepel a vadhús?

4.2 Honnan szerzik be a gyakorlati oktatásra szánt vadhúsokat?

4.3 Ha az előzőre a válasz nemleges, akkor mi az oka? (finanszírozás, nincs megfelelő beszerzési forrás)

2. Technikai és elméleti tudás

Milyen elméleti háttértudás szükséges a vadhúsok feldolgozásához és felhasználásához és ez hogyan jelenik meg az oktatásban?

A diákok megismerkednek a vadhúsok jellemzőivel (íz, textúra, táplálkozási értékek) és azok megfelelő tárolásával, előkészítésével? (elméleti és gyakorlati szinten)

A tanterv tartalmazza a különböző vadfajták (pl. apróvad és nagyvad) elkészítési módjainak részletes bemutatását? (ha igen, akkor ez elméleti vagy gyakorlati bemutatás)

Milyen technikákat és módszereket tanítanak a vadhúsok helyes sütésére, pácolására, füstölésére vagy más hagyományos elkészítési módokra? (elméleti és gyakorlati szinten)

3. Különleges szempontok

Van külön figyelem a fenntarthatóságra, a vadgazdálkodásra és annak szerepére a vadhús felhasználásában? (elméleti síkon)

A vadhúsok étkezési előnyei és hátrányai hogyan jelennek meg a tantervben?

A vadhúsokkal való munkavégzéshez szükséges speciális eszközökről (pl. vágóeszközök, fűszerezés, pácolás) van képzés?

4. Helyi és nemzetközi kitekintés

A tanterv tartalmazza-e a vadhúsok nemzetközi alkalmazásait és hagyományos ételeit, például francia, osztrák, vagy magyar vadételeket?

Van lehetőség a diákok számára, hogy helyben elérhető vadfajtákat ismerjenek meg, például helyi vadászokkal való együttműködés révén? (elméleti és gyakorlati szinten)

A vadhúsokkal kapcsolatos oktatás figyelembe veszi a helyi étkezési szokásokat és van például kiemelt hangsúly a hazai vadfajokra?

5.Képességek és készségek

A vadhúsokkal kapcsolatos gyakorlati órák segítenek a diákoknak abban, hogy önállóan is képesek legyenek vadételeket készíteni, vagy inkább a szakácsmesterség egy szűkebb részét fedik le?

A vadhúsok feldolgozása során a diákoknak lehetőségük van a kreativitásuk kibontakoztatására, például új receptek kidolgozására vagy modern éttermekben való alkalmazásra? (Itt kitérhet a gyakorlati helyek mennyire alkalmaznak vagy nem alkalmaznak vadételeket az étlapjukon?)

6.Értékelés és visszajelzés

Hogyan történik a vadhúsokkal kapcsolatos tudás és készségek értékelése? Van-e gyakorlati vizsga vagy projekt, ahol a diákok vadételeket készítenek?

Milyen visszajelzéseket kaptak eddig a diákoktól a vadhúsokkal kapcsolatos tananyaggal és gyakorlati oktatással kapcsolatban?

M5 KSH válasz

Tisztelt Nagy Zoltán!

Adatkérésével kapcsolatban sajnálattal tájékoztatom, a kért vadhús kiskereskedelmi forgalmára vonatkozóan nem rendelkezünk adattal. A STADAT-ban 2.1.1.5. A kiskereskedelmi eladási forgalom főbb árucsoportonként (ksh.hu) szereplő élelmiszer árucsoporton belül mélyebb bontású adat nem áll a rendelkezésünkre. Tájékoztatom, hogy az ügyet adminisztratív okok miatt lezárom. Az ügy visszanyitására ezt követően még 30 napig van lehetősége. Szíves megértését köszönjük!

Üdvözlettel: Szilágyi Ferencné KSH, Komplex szolgáltatások osztálya

2025.02.105:57:17

Az értekezés témakörében megjelent közlemények listája

- Misik, T., - Nagy, Z. (2025): Sustainability and Innovation in Hospitality Management: Green Practices in Northeastern Hungary. *Sustainability*, 17(13), 6185. <https://doi.org/10.3390/su17136185>
- Nagy, Z., Bujdosó, Z., Kovács, Gy. (2025): A vadhús helye a hazai gasztronómiában és oktatásban: Interdiszciplináris elemzés a kereslet, kínálat és tudástranszfer metszéspontjában. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok*, 10(2), 46–59. doi: 10.15170/TVT.2025.10.02.03
- Nagy, Z., Kovács, T., - Misik, T. (2025): Zöld jövő a vendéglátásban. *Acta Carolus Robertus*, 15(1), 231–245. DOI: <https://doi.org/10.33032/acr.6770>

Függelékek

1. sz. függelék. Hallgatók, doktoranduszok nyilatkozata mesterséges intelligencia (MI) alkalmazásáról

Hallgatók, doktoranduszok nyilatkozata mesterséges intelligencia (MI) alkalmazásáról

1. Általános adatok

Hallgató neve:	Nagy Zoltán
Neptun-kódja:	GXI4K8
Képzési szint (a megfelelőt jelölje X-szel):	<input type="checkbox"/> BSc/BA <input type="checkbox"/> MSc/MA x <input checked="" type="checkbox"/> Doktori (PhD) <input type="checkbox"/> felsőoktatási szakképzés, <input type="checkbox"/> Egyéb:
Tantárgy neve/kódja*:	
A hallgatói munka címe:	A vadhús helye a hazai gasztronómiai értékláncban – kínálati és keresleti tényezők, valamint az oktatás szerepe a fogyasztás alakulásában

* doktori értekezés esetén nem kitöltendő

2. Nyilatkozat az MI használatáról

Alulírott, etikai felelősségem teljes tudatában az alábbi nyilatkozatot teszem:

(Kérjük, válasszon egyet az alábbi lehetőségek közül!)

A) Nem alkalmaztam mesterséges intelligencia rendszert vagy szolgáltatást.

(Amennyiben ezt jelölte, a további táblázatok kitöltése nem szükséges.)

x B) Alkalmaztam mesterséges intelligencia rendszert vagy szolgáltatást.

(Kérjük, töltsse ki a vonatkozó táblázatokat!)

3. A mesterséges intelligencia használatának részletezése

I. TÁBLÁZAT: Asszisztensi vagy kisebb mértékű felhasználás (pl. fordítás, nyelvi korrektúra, ötletelés stb.)

(Ezen felhasználások esetében a konkrét promptok és válaszok csatolása nem szükséges.)

A felhasználás célja	Alkalmazott MI-eszköz neve és verziója	Érintett rész (ha nem a szöveg egészére vonatkozik)
A generatív mesterséges intelligencia alkalmazása nyelvi stilizálásra, tudományos megfogalmazásra, összefoglalásra, strukturálásra, modellfinomításra és egyéb szerkesztési-támogatási feladatokra korlátozódott; a dolgozat szakmai tartalmáért, eredményeiért és következtetéseivel teljes körűen a szerző felel.	ChatGPT (OpenAI GPT-5.x)	A teljes dokumentum nyelvi és szerkesztési támogatása, különösen a 6–8. fejezet esetében.

II. TÁBLÁZAT: Jelentős tartalmi hozzájárulás (pl. egy teljes ábra vagy egy hosszabb szövegrész generálása)

(Ezekben az esetekben a felhasznált kulcsfontosságú promptok és az MI által adott nyers válaszok dokumentálása és a munka **mellékletében való csatolása szükséges.**)

A felhasználás célja	Alkalmazott MI-eszköz neve, verziója, elérhetősége	Az érintett fejezet / ábra / táblázat pontos sorszáma	A prompt-naplót tartalmazó melléklet bejegyzésének sorszáma
----------------------	----------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------

--	--	--	--

3/A. Oktató által előírt kiegészítő szabályok (ha vannak)

Amennyiben az adott tantárgy oktatója vagy témavezetője az MI-eszközök használatára vonatkozóan külön szabályokat vagy elvárásokat határozott meg, kérjük, az alábbi mezőben foglalja össze ezeket:

Pl. az MI használatának tilalma bizonyos feladattípusokra; csak konkrét eszköz használata engedélyezett; eltérő hivatkozási elvárások; dokumentációs forma stb.

Oktató vagy témavezető által előírt szabályok:

.....

4. Minden hallgatóra vonatkozó nyilatkozat:

Kijelentem, hogy az MI által esetlegesen generált tartalmakat minden esetben kritikailag felülvizsgáltam, szerkesztettem és a munkába illesztettem. A leadott munka minden eleméért, annak eredetiségéért és tudományos helytállóságáért teljes körű felelősséget vállalok. Tudomásul veszem, hogy a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem a benyújtott munkát mesterséges intelligencia detektorral ellenőrizheti, és eljárást kezdeményezhet, amennyiben a nyilatkozatom valótlan vagy hiányos.

Kelt: Gyöngyös, 2026. május hó 12. nap

hallgató aláírása

A Hallgató nyilatkozatát tudomásul vettem:

Kelt: Gödöllő, 2026.május. hó 12. nap

.....

konzulens aláírása

2. sz. függelék. Az egyetem mindenkori mesterséges intelligencia szabályzata szerinti Mesterséges intelligencia (MI) prompt-napló kutatók, hallgatók, doktoranduszok részére.