

**A HAZAI DÍSZNÖVÉNYÁGAZAT HELYZETE
ÉS KILÁTÁSAI**



**Budapest
2010**

Kiadja:

az Agrárgazdasági Kutató Intézet

Főigazgató:

Udovecz Gábor

Szerkesztőbizottság:

Bíró Szabolcs, Juhász Anikó, Kapronczai István, Mihók Zsolt (titkár),
Popp József, Potori Norbert, Udovecz Gábor

Készült:

Az Agrárpolitikai Igazgatóság
Agrárpolitikai Kutatások Osztályán

Szerzők:

Jankuné Kürthy Gyöngyi – Kozak Anita – Radóczné Kocsis Teréz

Közreműködött:

Garay Róbert

Opponensek:

HU ISSN
ISBN

TARTALOMJEGYZÉK

Bevezetés.....	5
1. A dísznövények fogalma, a termesztett dísznövények csoportosítása.....	7
2. A dísznövények termesztésének nemzetközi helyzete.....	9
2.1. A világ dísznövénytermelésében meghatározó országok.....	12
2.1.1. Ázsia.....	12
2.1.2. Egyesült Államok.....	15
2.1.3. Dél-Amerika.....	17
2.1.4. Afrika.....	17
2.1.5. Izrael.....	20
2.2. A dísznövények nemzetközi kereskedelme.....	20
2.2.1. Dél-Amerika.....	25
2.2.2. Afrika.....	26
2.2.3. Izrael.....	27
2.2.4. Egyesült Államok.....	29
2.2.5. Kína.....	34
2.2.6. Japán.....	35
2.3. Dísznövénytermesztés és -kereskedelem az EU-ban.....	36
2.3.1. Termesztés.....	36
2.3.2. Kereskedelem.....	47
2.3.3. A virágkereskedelem szerveződése és szereplői az EU-ban.....	57
3. Magyarország dísznövényágazata.....	61
3.1. A dísznövénytermelés általános bemutatása.....	61
3.1.1. A magyarországi dísznövénytermesztés területi adatai.....	61
3.1.2. A dísznövénytermesztés helye, szerepe a mezőgazdasági termelésben.....	63
3.2. A dísznövények iránti kereslet alakulása Magyarországon – az európai tendenciák tükrében.....	65
3.3. Magyarország dísznövény-külkereskedelme.....	75
3.3.1. Dísznövény-külkereskedelmünk egyenlege, termékösszetétele.....	76
3.3.2. A hagymás dísznövények külkereskedelme.....	78
3.3.3. A faiskolai és egyéb szabadföldi növények külkereskedelme.....	80
3.3.4. A szobanövények külkereskedelme.....	83
3.3.5. A vágott virágok külkereskedelme.....	85
3.3.6. Lombok, ágak, karácsonyfa külkereskedelme.....	86
3.4. Dísznövény-kereskedelem Magyarországon.....	88
3.5. A magyarországi dísznövénytermesztés alágazatainak részletes bemutatása.....	96
3.5.1. Cserepes dísznövények.....	96
3.5.2. Vágott virágok.....	102

3.5.3. Faiskolai termékek	108
3.5.4. Rózsató	113
3.5.5. Karácsonyfa.....	115
3.5.6. Évelők	118
3.5.7. Szárazvirág.....	120
Összefoglalás, javaslatok	123
Mellékletek	129
Irodalomjegyzék	135

TERVEZET

Bevezetés

A dísznövényágazat részben a mezőgazdasági termelésben, értékesítésben betöltött kis részaránya, részben végtermékei „fölösleges” luxusként való kezelése miatt évtizedek óta a hazai agrárpolitika egyik „mostohagyerekének” számít. Ezt jelzi az is, hogy Magyarországon agrárgazdasági jellegű elemzés e területen eddig még nem készült, illetve Intézetünk is első ízben foglalkozik a témával. A kutatás a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium (FVM) felkérésére indult, de a munka során mi magunk is megerősítést nyertünk abban, hogy a dísznövénytermesztés piaci helyzetét áttekintő, gazdaságosságát bemutató anyagra nagy szükség van.

A kertészeti ágazatok közül talán a dísznövénytermesztés és -kereskedelem globalizálódott a leginkább. Ezért fontosnak tartottuk az ágazat világpiaci helyzetének tárgyalását, hiszen a világ dísznövénytermesztését és -kereskedelmét meghatározó országokban végbemenő folyamatok hatással vannak a Magyarországon előállított dísznövények piaci helyzetére is. Ahhoz, hogy tisztán lássuk a közelmúltban elkezdődött és jelenleg is zajló változásokat, szükségesnek tartottuk a termelést és a kereskedelmet meghatározó országok dísznövénysektorának részletes elemzését, a termelés, illetve a legfontosabb kül- és belpiaci folyamatok bemutatását.

A külföldi szakirodalmak számos ellentmondást, eltérő adatot, megállapítást tartalmaznak, a nemzetközi adatforrások – a dísznövényágazatot stratégiai ágazatként kezelő néhány ország kivételével – becsléseken alapulnak. Feltehetően ez az oka annak, hogy csak kevés hozzáférhető kutatás foglalkozik részletesen a dísznövények nemzetközi kereskedelmével vagy az EU-tagországok termelésével. A legtöbb esetben csak egy-egy szűkebb területet érintő részanyag állt a rendelkezésünkre. Ebből adódóan nehéz volt megtalálni a valós tendenciákat a sok vélemény, féligazság között.

A hazai információgyűjtés során szintén számos nehézséggel szembesültünk. Már a termőterület meghatározása is problematikus volt, de kevés adat állt rendelkezésre a termelési szerkezetéről, a foglalkoztatásról, az árakról és a dísznövények vásárlásáról (mint általánosságban használt közgazdasági fogalom: fogyasztásáról) is. Ennek ellenére megpróbáltuk összegyűjteni az elérhető összes adatot, ellentmondások esetén pedig ütköztetni, elemezni az eltéréseket, majd ezek alapján megbecsülni a valószínűsíthető értékeket.

Átfogó tanulmányok, kutatások a hazai dísznövénytermesztés helyzetéről ugyan nem készültek, de nagy segítségünkre voltak a Kertészet és Szőlészet, a Dísznövény Kereskedelem és a Flora Magazin rövid, de értékes gondolatokat, információkat tartalmazó szakmai cikkei.

Már a munka tervezésekor is nyilvánvaló volt számunkra, hogy a szegényes információk miatt a hazai helyzetet csak személyes konzultációk útján tudjuk feltárni, de csak a kutatás megkezdése után szembesültünk azzal, hogy mennyire szerteágazó a téma, mennyire eltérőek a termelési adottságok, a piaci helyzet, a problémák és a kitorési lehetőségek a dísznövényágazat egy-egy részterületén. Megvizsgáltuk a termelés, azon belül a kisebb és nagyobb gazdaságok helyzetét, a kereskedelmet, az

értékesítési csatornák és a fogyasztás alakulását. A feladat megoldása érdekében több mint 30 személyes interjút folytattunk az ágazat döntően gyakorlati szakértőivel, szereplőivel, akiknek ezúton is nagyon köszönjük, hogy értékes tapasztalataikat, véleményüket megosztották velünk.

A dísznövénytermesztés fontosabb alágazatait (cserepes dísznövények, vágott virágok, faiskolai termékek, rózsató, karácsonyfa, évelő dísznövények, szárazvirágok) az üzemlátogatások és beszélgetések során gyűjtött közvetlen információk, benyomások, vélemények alapján mutatjuk be tanulmányunkban. A kutatás elkészítésében közreműködő szakértők névsora az 1. mellékletben található.

1. A dísznövények fogalma, a természetett dísznövények csoportosítása

A dísznövények olyan növények, amelyeket nem élelmiszer vagy ipari felhasználás céljára, hanem díszítő és esztétikai hatásuk, biológiai, környezetvédelmi és térképző szerepük miatt termesztnek.

A dísznövények rendkívül sok fajt, illetve fajtát foglalnak magukba, amelyek igényei, életformája, a felhasználásuk módja, termesztéstechnológiája különböző. Mindezen szempontokat figyelembe véve Nagy [1984] a dísznövénytermelés területeit a következőképpen csoportosítja:

- Növényházi dísznövénytermesztés
 - Vágott virág és vágott zöld termesztése, pl. szegfű, rózsza, gerbera, krizantém, zöld (*Asparagus*);
 - Cserepes dísznövények termesztése: cserepes virágos dísznövények (pl. ciklámen, mikulásvirág, muskátli), cserepes levéldísznövények (pl. *Ficus*, *Yucca*, *Dracaena*, páfrányok, pálmák);
 - Hajtatás: hagymás, gumós, hagymagumós növények időzített virágoztatása részben vágott virág (tulipán, nárcisz, liliom, frézia, kála), részben cserepes virág (tulipán, nárcisz, jácint, krókusz, fürtös gyöngyike) céljára;
 - Szaporítóanyag-termesztés: egy- és kétnyári palánták, évelő és díszfaiskolai szaporítóanyagok.
- Szabadföldi dísznövénytermesztés
 - Egynyári dísznövények termesztése;
 - Kétnyári dísznövények termesztése;
 - Évelő dísznövények termesztése;
 - Virágmagtermesztés;
 - Díszfaiskolai termesztés: díszfák, díszcserjék, rózsató és fenyőfélék.

Fontosabb fogalmak:

- Az **egynyári dísznövények** körébe tartoznak azok a honos, illetve *exota* dísznövények, amelyek a vegetációs időszak alatt kifejlődnek, virágoznak, magot érlelnek, majd elpusztulnak [Nagy és Szántó, 1984]. Az egynyári dísznövények fogalma azokat a fajokat is magában foglalja, amelyek hazájukban más életformájúak, de fagyérzékenységük miatt nálunk csak egyévesként termesztethetők (pl. bojtocskas, *Begonia* „*Semperflorens*” hibridek, kerti petúnia). Vannak köztük virágágyba és balkonládába ültethető fajok, szárazvirág kötészeti anyagok (gombvirág, szalmarózsa), friss vágott virágnak való (nyári viola, oroszlánszaj, őszirózsa, napraforgó).
- **Kétnyári dísznövényeknek** nevezzük azokat a növényeket, amelyek a magvetésüket követő évben adják viráguknak és termésüknek a tömegét. A hosszú tenyészidejű fajoknak feltétlenül szükségük van nyugalmi szakaszra (pl. gyűszűvirág), míg a rövid tenyészidejűek néhány hétig tartó rövid nappal után már kivirágoztathatók (pl. árvácska, százsorszép).

- Az **évelő dísznövények** olyan növények, amelyek kettőnél több évig élnek. Botanikai értelemben ide számítódik minden többéves életciklusú lágyszárú és fás szárú dísznövény, kertészeti szempontból azonban csak azokat a több évig élő, többségében lágyszárú növényeket nevezik évelő dísznövényeknek, amelyeket díszként ültetnek, és a mi klímánkon a szabadban áttelelnek [Schmidt, 2007a]. Az évelő dísznövények körében önálló területet képeznek a lágyszárú évelő dísznövények, a hagymás és gumós növények szaporítóanyagának termesztése, valamint a kerti gyepék és pázsitok.

Megjegyzendő azonban, hogy **a fenti növénycsoportok közötti határok átjárhatók**. A dísznövénynevelés rendkívül innovatív jellege, a termesztéstechnológiák fejlődése, az értékesítési utak és a felhasználók igényeinek változása következtében az egyes dísznövénycsoportok határai elmosódnak. Erre számtalan példa van, de csak néhányat említünk: a krizantém és a szegfű eredetileg szabadföldi évelők, de legnagyobb gazdasági jelentőségük vágott virágként az üvegházi hajtásban van. Az elmúlt években azonban cserepes változataik is elterjedtek, elsősorban nyári és őszi balkonnövényként. De hasonló példával szolgál a szabadföldön és vágott virágként hasznosított hagymás liliom, az egynyári napraforgó vagy az évelő harangvirág is, amelyek a legutóbbi időben rendkívül divatos, virágzó szobanövényekként is kaphatók.

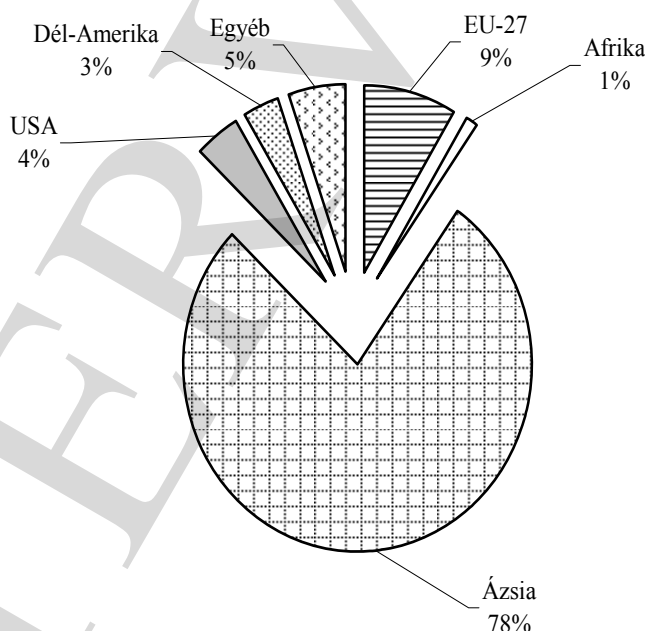
2. A dísznövények termesztésének nemzetközi helyzete

A világ dísznövénytermesztésének területére, illetve az előállított termelési értékre vonatkozó adatok többnyire megbízhatatlanok, ellentmondásosak vagy eltérő évekre vonatkozó becült értékek. Ráadásul a nemzetközi adatbázisokban (Comtrade, Eurostat) csak a legnagyobb termékcsoporthok (pl. vágott virágok, szárazvirágok) kereskedelmi forgalmát lehet nyomon követni, ezért egyéb termékcsoporthok részletes elemzésére ezen adatok nem alkalmasak. Mindezek ellenére a hitelesnek tekinthető nemzetközi szakirodalommal (pl. az Európai Bizottság beszámolója, az USDA elemzései, az AIPH/Unionfleurs évkönyve) való összevetés után alkalmasnak ítéltük a nemzetközi kereskedelmi adatbázisokból kinyerhető információkat a világ dísznövény-kereskedelmét meghatározó folyamatok, főbb tendenciák leírására. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy az elemzésekben előforduló adatok a legtöbb esetben becült, illetve nemzetközi kutatóműhelyek által közölt körülbelüli értékek, amelyek mindössze a kereskedelem nagyságrendjének érzékeltetésére alkalmasak.

A rendelkezésre álló legfrissebb adatok szerint a világon körülbelül 610 ezer hektáron termelnek dísznövényeket [AIPH/Union Fleurs, 2007]. **Az összes termőfelület 78%-a Ázsiában van, ahol Kína és India a legjelentősebb termelő országok. Emellett az EU-ban és az USA-ban természetnek nagyobb területen dísznövényeket (1. ábra).**

1. ábra

A dísznövénytermesztés területi megoszlása



Forrás: AIPH/Union Fleurs [2007]

Megjegyzés: Különböző évekből származó adatok alapján összesítve.

A legtöbb szobanövényként vagy vágott virágként elterjedt dísznövény a világ trópusi és szubtrópusi klímaövezeteiből származik. A legnagyobb géncentrumok Afrikában, Ázsiában, Ausztráliában, illetve Közép- és Dél-Amerikában találhatók, az egyetlen Európában őshonos, széles körben elterjedt levéldísznövény a borostyán

(1. táblázat). Tehát alapvetően melegigényes fajokról van szó, amelyek a származási helyükhöz hasonló klimatikus adottságú területeken jóval alacsonyabb termelési költségek mellett állíthatók elő.

1. táblázat

Néhány általánosan elterjedt levéldísznövény származási helye

Származási hely	Növény
Afrika	Csokrosinda (<i>Chlorophytum</i>) Sárkányfa (<i>Dracaena</i>) Korallvirág (<i>Kalanchoe</i>) Fokföldi ibolya (<i>Saintpaulia</i>) Anyósnyelv (<i>Sansevieria</i>)
Ázsia	Fodorka páfrány (<i>Asplenium</i>) Begónia (<i>Begonia</i>) Csokrosinda (<i>Chlorophytum</i>) Fikusz (<i>Ficus</i>) Viaszvirág (<i>Hoya</i>) Anyósnyelv (<i>Sansevieria</i>)
Dél-és Közép Amerika	Gyompálma (<i>Chamedorea</i>) Buzogányvirág (<i>Dieffenbachia</i>) Lándzsás rózsza (<i>Guzmania</i>) Könnyezőpálma (<i>Monstera</i>) Filodendron (<i>Philodendron</i>) Yucca (<i>Yucca</i>)
Európa	Borostyán (<i>Hedera</i>)

Forrás: Chen *et al.* [2005]

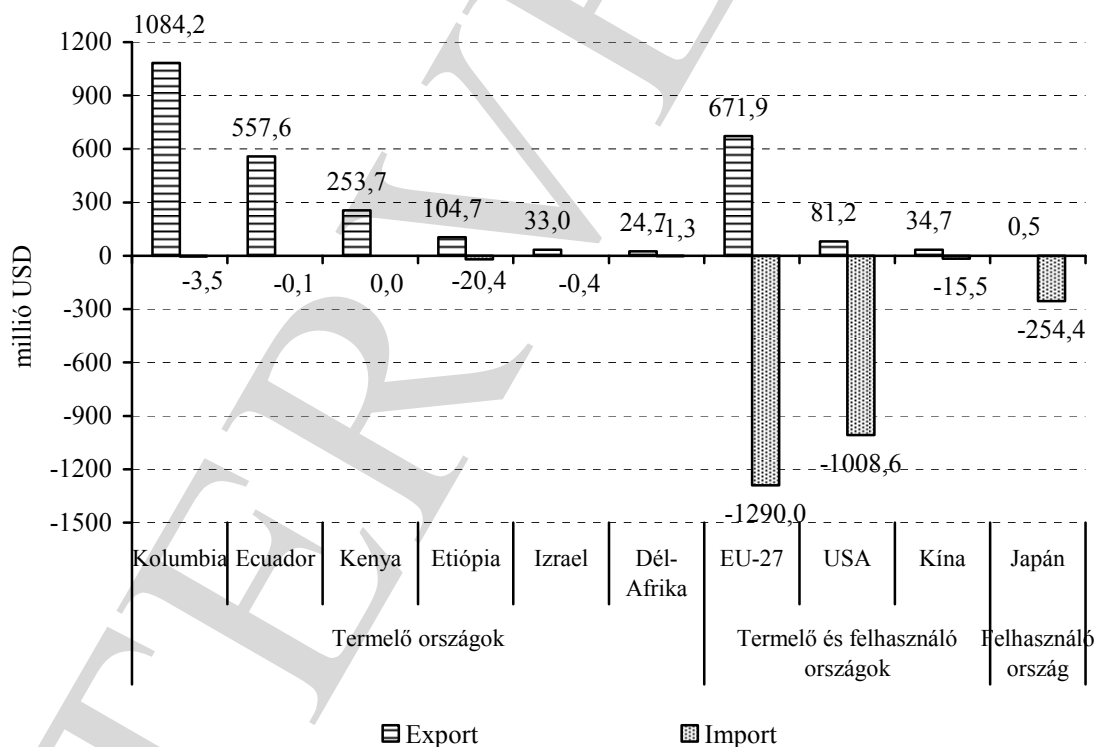
Az elmúlt 10-15 évben számottevően átrendeződött a világ fedett felületek alatti dísznövénytermelése: **az egyre növekvő energia-, víz- és földárak, az emelkedő munkaerő költségek, illetve a szélsőségesebbé váló időjárás és az egyes területeken kialakuló vízhiány miatt a dísznövénytermelés központjai az EU-ból és az USA-ból az ázsiai, dél-amerikai és afrikai országokba tevődtek át.** Ezekben az országokban a bőségesen rendelkezésre álló olcsó munkaerő mellett alacsony energiafelhasználással egész évben folyamatos termelés valósítható meg, ezért az afrikai és dél-amerikai országok a magasabb szállítási költségek ellenére is versenyképesek az európai és az észak-amerikai piacon. Ebből adódóan **a jól szállítható, illetve a nagy fajlagos értékű dísznövények esetében a termelés és a felhasználás helyszínei egyre élesebben elválnak egymástól,** a fedett felületek alatti termesztés még a hagyományosan nagy felhasználó országokban (Hollandia, Dánia, USA, Japán) is folyamatosan csökken.

A termesztés áthelyeződése mellett egyre több (elsősorban holland) nemesítő cég települ át az afrikai, dél-amerikai vagy ázsiai országokba, ahol a termelő országok klimatikus adottságaihoz legjobban alkalmazkodó fajtákat hozzák létre. Ez az átrendeződés a nemesítők érdekeit is szolgálja, mivel a termelők az eladott darabszám után fizetik meg a licenrdíjat.

A fejlődő országok a kertészeti termelésben – különösképpen a dísznövénytermesztésben – a szegénység hatásos ellenszerét, az életszínvonal növelésének lehetőségét, illetve deviza bevételi forrást látnak, ezért adókedvezményekkel támogatják a dísznövénytermesztést és az erre irányuló külföldi befektetéseket. Ez is hozzájárult ahhoz, hogy **az utóbbi évtizedben különösen a könnyen szállítható vágott virágok esetében tevődtek át** a termelés központjai ezekbe az országokba (2. ábra). A termelő országok (kivéve Dél-Afrikát) saját dísznövény-felhasználása nagyon alacsony, termelésük szinte kizárólag exportra épül és nagymértékben specializált (rózsa, szegfű, krizantém). Jellemző továbbá, hogy a fejlődő országokban létesült üzemek jelentős hányada a helyi kormányok ösztönző kampányának köszönhetően európai vagy amerikai termelőüzemek kihelyezett leányvállalataként jött létre. Ezzel egy időben Európában és az USA-ban a korábban hagyományosan vágott virágot termelő üzemek egy része cserepes egynyári és szobanövények, illetve olyan vágott virágok előállítására állt át, amelyeket a termelő országokban (pl. Kolumbia, Ecuador, Kenya) nem vagy csak kis volumenben termelnek [AIPH/Union Fleurs, 2007].

2. ábra

A legnagyobb vágottvirágtermelő és -felhasználó országok külkereskedelme (2008)



Forrás: UN Comtrade

2.1. A világ dísznövénytermelésében meghatározó országok

2.1.1. Ázsia

Kína

Bár a termesztési területre vonatkozó adatok nagy eltéréseket mutatnak, bizonyos, hogy **az ázsiai kontinensen Kínában termesztnek a legnagyobb területen dísznövényeket**. Míg az AIPH/Union Fleurs 2005. évi adatai alapján összesen 368 ezer hektár a dísznövények termesztési területe, addig a Kínai Kereskedelmi Kamara becslése szerint a kínai szárazföldön mintegy 600 ezer hektáron állítanak elő dísznövényeket, ebből 28,6 ezer hektár a fedett felület (2. táblázat) [China Flower International Trade, 2009]. Nem meglepő, hogy a termelési érték két forrásból származó adatai is nagy eltérést mutatnak: míg az AIPH/Union Fleurs 2007-es statisztikai évkönyv szerint 2,2 milliárd USD volt a dísznövények kereskedelmi értéke 2005-ben, addig a Kínai Kereskedelmi Kamara szerint a termelési érték ennek több mint a kétszerese, 5,8 milliárd USD volt 2006-ban (3. táblázat).

2. táblázat

A világ dísznövénytermesztésében meghatározó országok termesztési területe

Me.: hektár

Kontinens	Ország	Terület			Év
		Fedett	Szabadföldi	Mindösszesen	
Európa	Hollandia	5 365	2 784	8 149	2006
	<i>Hollandia*</i>	5 452	2 581	8 033	2008
	Olaszország	n.a.	n.a.	7 976	2005
	Németország	2 524	5 116	7 640	2004
	Egyesült Királyság	1 043	5 726	6 769	2005
	Spanyolország	2 456	3 684	6 140	2003
	Lengyelország	1 417	3 176	4 593	2005
	Franciaország	1 961	2 503	4 464	2003
	Ausztria	418	1 753	2 171	2004
	Belgium	625	1 027	1 652	2006
	Magyarország	220	220	440	2006
	USA	8 510	16 735	25 245	2005
<i>USA**</i>	6 769	13 415	20 184	2008	
Dél-Amerika	Mexikó	n.a.	n.a.	21 129	1999
	Brazília	5 165	5 073	10 238	1995
	Kolumbia	7 266	n.a.	7 266	2006
Ázsia	Kína	38 124	329 418	367 542	2005
	<i>Kína***</i>	28 600	571 400	600 000	2006
	India	n.a.	n.a.	65 000	1999
	<i>India****</i>			100 000	2007
	Thaiföld	8 320	n.a.	8 320	1998
	Korea	3 244	2 242	5 486	2000

Forrás: AIPH/Union Fleurs, 2007

* Blumenbüro Holland (Hagymások és faiskola nélkül), 2009

** Agricultural Statistics Board, NASS, USDA, 2009

*** Kínai Kereskedelmi Kamara, 2009

**** CBI Market News Service, 2007

3. táblázat

A dísznövényágazat termelési értéke a világ vezető dísznövénytermesztő országaiban

Me.: millió USD

Kontinens	Ország	Termelési érték	Adatforrás dátum
Európa	Hollandia	3 890	2002
	Spanyolország	1 757	2005
	Olaszország	1 627	2005
	Németország	1 289	2006
	Franciaország	956	1995
	Egyesült Királyság	454	2006
	Belgium	263	2005
	Ausztria	240	2006
	Lengyelország	186*	2004
Észak-Amerika	USA	4 308	2005
Dél-Amerika	Kolumbia	770**	2006
	Brazília	350*	2000
	Mexikó	n.a.	n.a.
Ázsia	Japán	2 987	2005
	Kína	5 800***	2006
	Korea	568	2000
	Thaiföld	61	1995

Forrás: AIPH/Union Fleurs [2007]

* Becsült adat

** Az export értéke

*** Kínai Kereskedelmi Kamara

Kína komparatív előnyei a dísznövénytermesztésben többértékűek [Treer, 2007]:

- *Fajokban rendkívül gazdag növényvilág*
Kína közel 20 ezer őshonos dísznövényfajjal a dísznövények legfontosabb géncentruma. Innen származnak pl. az azálea fajok (*Rhododendron simsii*), a lilium (*Lilium*) fajták legfontosabb szülőfajai, a kamélia fajok (*Camellia*), a bazsarózsa fajok (*Paeonia*), a lótusz (*Nelumbo*) és a krizantém (*Chrysanthemum*).
- *Klímazónák széles spektruma*
Kínában az ország hatalmas területénél fogva több klímazóna található (pl. trópusi, szubtrópusi és mérsékeltövi).
- *Bőséges olcsó munkaerő.*

Az őshonos növények nagy száma ellenére az Európában is kedvelt fajok dominálnak Kína vágottvirág-termesztésében, a legnagyobb felületen termesztett virágok a szegfű, a lilium és a rózsa.

A dísznövénytermesztés a déli, szubtrópusi éghajlatú Yunnan tartományra koncentrálódott. A kereskedelem központja a tartomány fővárosa, Kunming, ahol az országban forgalmazott összes dísznövény 50%-át termesztik [Netherlands Business

Support Office, 2006]. Yunnan Kína egyik legszegényebb tartománya, ezért a kormány itt különösen ösztönzi a kertészeti termelést annak reményében, hogy a munkahelyteremtés mellett a kertészeti termékek előállításából származó jövedelem növeli az életszínvonalat [Conrad, 2009].

A dísznövénytermesztés ösztönzése érdekében a fő dísznövénytermesztő régiókban információs és kutató központokat hoztak létre, amelyek egyrészt a dísznövények felhasználását és termesztését népszerűsítik, másrészt információ-, tanácsadó- és kutatóközpontokként is működnek annak érdekében, hogy az újdonságok, újítások a leggyorsabban jussanak el a termeszthöz. A kereskedők és a termeszthők által 1997-ben létrehozott és a kormány által is támogatott Yunnani Dísznövénytermeszthők Szövetsége (*Yunnan Flower Association*) fő feladatai közé tartozik a közép- és hosszú távú stratégiák, illetve a dísznövény-kereskedelem helyzetét elemző tanulmányok készítése a kormány számára, továbbá az államilag finanszírozott kutatási projektek koordinálása. Szintén a szervezet hatáskörébe tartozik az egyes virágfajokra vonatkozó standardok kidolgozása, továbbképzések szervezése, illetve a termelők és a kereskedők közötti kommunikáció javítása (kiállítások, konferenciák szervezése). Ugyancsak a dísznövénytermesztés ösztönzésére szolgál a 330 hektáros dísznövény bemutató park, amelyet a Yunnani Tartományi Kormány létesített, részben külföldi befektetők bevonásával 2000-ben [www.yunnan-flower.org].

A kínai dísznövénytermesztés gyengesége az új fajták előállítása. A felhasznált szaporítóanyagok 70%-át importálják, ezért a kitűzött célok között szerepel a saját nemesítés ösztönzése, fejlesztése [Treer, 2007].

A kormány dísznövénytermesztést ösztönző programjának köszönhetően a termelés rohamos bővülése mellett a termesztés szerkezete is átalakulóban van. A családi és az állami gazdaságok mellett a külföldi befektetők (pl. a spanyol Anthura vagy a holland Van Den Bergen rózsatermesztő vállalat) is megjelentek.

A kínai lakosság hagyományosan nagy dísznövény-felhasználása a bővülő termeléssel és az életszínvonal emelkedésével tovább nőtt. A kínaiak sok virágdíszet vásárolnak, így az ünnepnapokon (pl. tavaszi fesztivál, kínai újév) is dísznövényekkel ajándékozzák meg egymást. Az állami ünnepeken is hatalmas mennyiségű vágott virágot használnak fel. A kínai kormány a legnagyobb dísznövény felvásárló; a közterületeken, középületekben nagy mennyiségben helyeznek ki vágott és cserepes növényeket. Az egy-egy ünnep alkalmából felhasznált virágmennyiség dimenzióját jól szemlélteti, hogy a 2008-as Nyári Olimpiai játékok alkalmával csak Pekingben 40 millió cserepes dísznövényt helyeztek ki a közterületekre.

India

Indiában a Punjab Mezőgazdasági Egyetem felmérései szerint több mint 100 ezer hektáron termesztettek dísznövényeket 2007-ben. Az Indiában tradicionálisnak számító dísznövények (pl. jázmin, őszirózsa, krizantém és tubarózsa) mellett szegfűt, gerberát, kardvirágot és flamingóvirágot is termesztenek. **Bár Indiában a klimatikus**

adottságoknál fogva szinte minden dísznövényfaj egész évben sikeresen termeszthető, az ország dísznövénysektorának mégis gyenge a versenyképessége, a nemzetközi piacokon alig van jelen. Ennek legfőbb oka a hiányos infrastruktúra: az úthálózat, a hűtőkocsis szállítás, a logisztikai központok, illetve a nemzetközi repülőterek hiánya gyakorlatilag kizárja Indiát a nemzetközi áruforgalomból [Market News Service UNCTAD/WTO, 2007]. A gyenge versenyképességhez a szervezetlen kereskedelem és a hosszú értékesítési lánc is nagymértékben hozzájárul. A legtöbb nagyvárosi virágpiacon általában néhány nagykereskedő vásárolja fel a kínált áruk döntő részét, amelyet később a kiskereskedőknek értékesít tovább. A virágpiacon többnyire fedetlen szabad területen vagy forgalmas utak mentén találhatóak, a virágokat általában nagy színes csokrokba rendezve kínálják. A nehézségek ellenére a termesztés folyamatosan bővül. Az export értéke az 1990-es évek közepén 11 millió USD volt, míg 2005-ben már elérte a 76 millió USD-t.

2.1.2. Egyesült Államok

Az Egyesült Államokban az elmúlt években fokozatosan csökkent mind a termőterület, mind a termelőüzemek és az ágazatban foglalkoztatottak száma. Az USDA [2009] statisztikái szerint a 15 legfontosabb dísznövénytermesztő államban 7 189 üzem működött 2008-ban (4. táblázat).

4. táblázat

A termesztési területek megoszlása az USA-ban (2008)

Me.: hektár

Megnevezés	Terület
Üvegház	488
Polikarbonát és egyéb merev szerkezetű növényház	632
Fóliasátrak	2 728
Árnyékolt vagy időszakosan fedett felület	2 921
Fedett felület mindösszesen	3 848
Szabadföldi termesztés	13 415
Termesztési terület mindösszesen	20 184

Forrás: USDA, 2009

Megjegyzés: Az USDA felmérése arra a 15 államra (Kalifornia, Florida, Hawaii, Illinois, Maryland, Michigan, New Jersey, New-York, Észak-és Dél-Karolina, Ohio, Oregon, Pennsylvania, Texas és Washington) terjedt ki, ahol a legnagyobb területen termesztnek dísznövényeket, továbbá csak a legalább 10 ezer USD éves forgalmat lebonyolító gazdaságokat vették figyelembe.

A legnagyobb termelési értéket képviselő vágott virágok a rózsa, a krizantém és a szegfű (5. táblázat) [U.S. International Trade Commission, 2003].

A legnagyobb üvegházfelület Kalifornia, New-York és Ohio államokban található, fóliasátrak alatt szintén Kaliforniában, Floridában és Texasban termesztnek a legnagyobb területen. Mind a szabadföldi, mind a fedett felületek alatti termesztés leginkább Kalifornia és Florida államokra koncentrálódik. A növényházaknak mindössze 16%-a volt merev szerkezetű üvegház 2008-ban, a fedett felületek alatti termesztés leginkább fóliasátrakban vagy időszakosan fedett felületek alatt folyik.

5. táblázat

Az USA-ban a legnagyobb értékben előállított vágott virágok (2001)

Me.: ezer USD

Növény név	Termelési érték (2001)
Rózsa	67 656
Liliom	57 452
Tulipán	26 265
Kardvirág	24 183
Írisz	20 117
Gerbera	20 045
Tátika	17 249
'Pompon' krizantém	16 578
Szarkaláb	10 807
Liziantusz (<i>Eustomia</i>)	10 101
Egyéb vágott virág	153 803
Termelési érték összesen	424 256

Forrás: U.S. International Trade Commission [2003]

Megjegyzés: Az adatok a 36 legfontosabb vágottvirágtermelő államban a 100 ezer USD feletti értékben termelő gazdaságok adatait tartalmazzák.

Az utóbbi két évtizedben számottevően átrendeződött az USA-ban a dísznövénytermesztés szerkezete. **A magas termelési költségek miatt a vágottvirág-előállítás az elmúlt két évtizedben a déli államokhoz hasonló vagy kedvezőbb adottságú országokba tevődött át.** Ennek hatására a virágok ára stagnált/csökkent az elmúlt évtizedben. Ennek következtében a kommersz vágott virágot (rózsa, krizantém, szegfű) előállító gazdaságok elvesztették versenyképességüket a jóval olcsóbban termelő dél-amerikai és afrikai országokkal szemben. Erre reagálva a legtöbb vágottvirág-termelő profilt váltott és olyan vágott virágokat termel, amelyeket az USA nem importál nagy mennyiségben. Másik alternatívaként az egynyári és egyéb kerti növények előállítására tértek át [U.S. International Trade Commission, 2003].

A vágott virágok esetén az ültetés, a betakarítás, az osztályozás és a csomagolás nem gépesíthető folyamat, ebből adódóan a termelési költségek 25-30%-át a munkabér teszi ki. Bár bizonyos munkafolyamatok automatizálhatók, a kisebb termelők számára e befektetések egyrészt nem kifizetődőek, másrészt a drágábban eladható résziaci termékeket előállító vállalatok magasabb munkaerőköltség mellett is nyereségesen tudnak működni. A kis- és közepes gazdaságok a konkurencia erősödésére reagálva rugalmasabban váltottak termékprofilt, könnyebben specializálódtak résziaci termékekre vagy egyéb módon diverzifikálták a termelésüket. Ezzel szemben a nagyobb vállalkozások, amelyek üzemi profiljuknál fogva kevésbé képesek az átállásra – áthelyezték a termelésüket a dél-amerikai országokba [U.S. International Trade Commission, 2003].

2.1.3. Dél-Amerika

Dél-Amerikában mindkét fontos termelő országnak, Kolumbiának és Ecuadornak egyaránt kiváló adottságai vannak a dísznövénytermesztésre: bőséges olcsó munkaerő, jó minőségű termőföld és kedvező fényintenzitás.

Kolumbiában körülbelül 7 ezer hektáron, hozzávetőleg 700 gazdaságban termelnek dísznövényeket, elsősorban vágott virágokat. Az 50 hektár feletti gazdaságok 50%-ban részesednek a vágott virágok összes forgalmából, míg a 20-50 hektár közötti és a 20 hektár alatti gazdaságok részesedése 25-25%. A dísznövénytermesztés becslések szerint 200 ezer embert foglalkoztat közvetlenül, közvetetten azonban mintegy 1 millió embernek (az aktív munkavállalók 5,7%-ának) nyújt megélhetést. **A legnagyobb mennyiségben rózsát, szegfűt, krizantémot és inkaliliomot állítanak elő. A vágott virágok 80%-át (elsősorban az USA-ba) exportálják.** A termesztést, kereskedelmet, az információcserét, a kutatást és a szakképzést exportcégek koordinálják [Vélez, 2006].

A kolumbiai virágexportőrök szövetsége (Ascoflores) 1996-ban hozta létre a Florverde márkanévet, amely az USA-ban a Wal-Mart áruházakban és egyéb élelmiszer-üzletláncokban kapható virágcsokrok többségén megtalálható. A márkanév igen szigorú környezeti és szociális standardok betartását garantálja (pl. csepegtető öntözés által a lehető legalacsonyabb vízfelhasználás, levegőszűrők alkalmazása a kéményeken, integrált növényvédelem). A márkanévet használó vállalkozások a környezetvédelmi eljárásokon túl egy sor szociális elkötelezettséget is vállalnak alkalmazottaikkal szemben (pl. képzési és lakhatási támogatás, gyermekmegőrzés, egészség- és nyugdíjbiztosítás, az átlagosnál magasabb fizetések és rövidebb munkaidő, kertészeti szakképzés). A Florverde márkanévet 2008-ban az GlobalGap¹ is elismerte [Ascoflores Fresh News, 2008].

2.1.4. Afrika

A fejlődő országok között az afrikai kontinensen, ezen belül Kelet-Afrikában (Kenya, Etiópia, Uganda) fejlődik a legdinamikusabban a dísznövénytermelés. **Az afrikai országokra (kivéve Dél-Afrikát) minimális saját belső piaci felhasználás jellemző, vágott virágokat szinte kizárólag exportra állítanak elő.** A többnyire külföldi befektetéssel létesült, elsősorban vágott rózsát előállító, messzemenőig modern és specializált termelőüzemek elsősorban az európai piacra szállítanak.

Kenya az afrikai kontinens legnagyobb vágottvirág-termelője. Bár az országban az egyenlítőhöz való közelségnek köszönhetően közel optimálisak a fény- és csapadékvizonyok a dísznövénytermesztéshez, többnyire fedett felületeken termelnek. Mivel az üvegházakban kisebb a nappali és az éjszakai hőmérséklet közötti ingadozás, könnyebb a betegségek és a kártevők elleni védekezés, továbbá nem áll fenn a viharkárok veszélye, így jobb minőségű termék állítható elő, mint szabadföldön.

¹ A termelőket, termékforgalmazókat, a termelők szövetkezeteit és a kiskereskedőket tömörítő *Euro-Retailer Produce Working Group* – EUREP szakmai szervezetnek az auditálható szabványa, amely 2007-től viseli az EUREPGAP nevet

A kenyai kormány az 1990-es évektől kezdve számos hosszú távú intézkedéssel segíti a kertészet fejlődését, illetve a külföldi befektetők beruházási hajlandóságát. Az infrastruktúra fejlesztése mellett a kormány liberalizálta a devizaforgalmat és a bankszektort, eltörölte továbbá az importvámokat a csomagolóanyagokra, a vetőmagokra, a műtrágyákra és növényvédőszerre. A kertészeti termelést következetesen ösztönző politikának köszönhetően Kenyában a vágottvirágtermelés a legdinamikusabban fejlődő ágazat, amely ma már a teatermelés után a legmagasabb értéket állítja elő. **A kenyai vágottvirágtermelés versenyképességét alapvetően az alacsonyabb energiafelhasználás (még a szállítással együtt is), illetve a bőséges hozamok** (pl. fedett felület alatt 70%-kal nagyobb a piacképes vágott rózsák hektárhozama, mint Hollandiában) **határozzák meg** [Williams, 2007].

A körülbelül 4 millió embert (az összes foglalkoztatott 38%-át) foglalkoztató dísznövényágazat 710 millió USD értékű árut termelt 2006-ban [Market News Service UNCTAD/WTO, 2007]. A nagy értékű export mellett a lakosság saját dísznövényfelhasználása minimális, ami egyrészt kulturális okokra (a kenyaiak idegenkednek a vágott virágoktól, nem tekintik ajándéknak), másrészt a vágott virágok magas árszínvonalára vezethető vissza. Kenyában körülbelül 100, dísznövényeket exportáló vállalat működik, amelyek fele külföldi tulajdonban van. Bár az afrikai országok közül itt a legszélesebb a termesztett fajok spektruma és továbbra is a termelés diverzifikálására törekednek a termelők, az exportált virágok kétharmada vágott rózsza (6. táblázat).

6. táblázat

A vágott virágok termelési értékének fajok szerinti megoszlása Kenyában (2004-2006)

Me.: ezer USD

	2004	2005	2006
Rózsza	137 566	155 171	167 642
Szegfű	4 619	2 522	12 045
Orbánkfű (<i>Hypericum</i>)	4 969	4 632	4 331
Liliom	n.a.	1 679	4 331
Fátyolvirág (<i>Gypsophila</i>)	1 474	2 478	2 836
Vágott virágzöld	10 352	23 916	1 692
Inkaliliom (<i>Alstroemelia aurea</i>)	1 143	2 058	1 362

Forrás: Market News Service UNCTAD/WTO [2007]

Etiópiában 3,7 millió hektár öntözhető termőterület van, amelynek 80-90%-a az ország nyugati és dél-nyugati részein található, ahol a lakosság 40%-a lakik [Etiópia Washingtoni Nagykövetsége, 2009]. Etiópiában a dísznövénytermesztés az 1990-es években lendült fel, korábban a kormány néhány faj kivételével korlátozta a dísznövények termesztését. Az első modern technológiával dolgozó vállalkozás 1999-ben alakult: 2008-ban már 67 gazdaság működött [Gebreyesus, 2008].

Etiópia mára Afrika második legnagyobb vágottvirág-exportőre lett. A közel 50 ezer embernek munkát adó ágazat exportértéke 63 millió USD volt a 2006/2007-es szezonban. A rohamos fellendülés elsősorban az etióp kormány külföldi

befektetők csalogatására 2005-ben meghirdetett programjára vezethető vissza. Ennek keretében új beruházások esetén a kormány öt év társasági adómentességet garantál, és adómentes a gépészeti berendezések importja is. Az új befektetők könnyített eljárás keretében jutnak banki kölcsönökhöz, továbbá olcsón bérelhetnek földet az államtól. E feltételek különösen a holland beruházásokat lendítették fel, de Etiópia ökológiai adottságai, a bőséges olcsó munkaerő, illetve az európai és a nyugat-ázsiai piacok közelsége az európai vállalatokon kívül az indiai befektetők figyelmét is felkeltette. Ennek következtében mára a virágtermelő gazdaságok 55%-a külföldi tulajdonban van. Az etiópai vágottvirágtermelés központja Addisz Abeba főváros közvetlen vonzáskörzete, ahol kb. 600 hektár fedett üvegházfelületen állítanak elő vágott virágokat [Market News Service UNCTAD/WTO, 2007; Ethiopian Horticulture Producers and Exporters Organization, 2009]. A közel kétezer méteres magasságban fekvő főváros környékén a klimatikus adottságok (intenzív fény, magas nappali és alacsony éjszakai hőmérséklet) közel ideálisak a rózsatermesztéshez, másrészt a főváros vonzáskörzetében a legfejlettebb az úthálózat.

A legnagyobb mennyiségben rózsát, fátyolvirágot (*Gypsophila*), orbáncfűvet (*Hypericum*), sóvirágot (*Limonium*), szegfűt, és krizantémot állítanak elő. Bár a legnagyobb területen rózsát termelnek, egyre nő az egyéb növényeket előállító vállalatok száma. A rózsatermő terület 40 hektárról 250 hektárra emelkedett 2004-2006 között [Etiópia Washingtoni Nagykövetsége, 2009]. A legnagyobb rózsatermesztő cég az 1999-ben alapított, brit és kuvaiti tulajdonban lévő Golden Rose Agro Farms Ltd.

Az Etióp Fejlődéskutató Intézet (EDRI) és a Japán Nemzeti Politikatudományok Kutatóintézete (GRIPS) közös kutatása során az Etiópiában működő 67 dísznövénytermelő gazdaságból 64-et mért fel 2007-ben. A tanulmány szerint a vágottvirágexport 44%-a közvetítő cégeken keresztül realizálódik, 54% pedig az aukciókon keresztül (elsősorban Hollandián át) jut az EU piacára. Gebreeyesus [2008] felmérése szerint a vágott virágok exportbevételének 36%-a adózás előtti nyereségként jelenik meg. A vágott virágok termelése során egyes termelési költségek az alábbiak szerint részesedtek az összes bevételből 2007-ben (7. táblázat).

7. táblázat

**Egyes költségelemek részaránya a vágottvirágtermelés összes árbevételében
(2007)**

Költségneve	Részesedés az összes bevételből (%)
Légi szállítás	21,4
Marketing, közvetítők díja	4,5
Szaporítóanyagok	5,7
Növényvédő szerek, műtrágyák	7,7
Csomagolóanyagok	2,4
Munkabér	5,3
Részesedés az összes bevételből	47,3

Forrás: Gebreeyesus [2008]

Az afrikai országok közül még **Ugandában és Zimbabwében** indult fejlődésnek a dísznövénytermesztés, a politikai instabilitás és a kormányzati ösztönzés hiányában azonban elmaradtak a hosszú távú befektetések.

2.1.5. Izrael

Izrael vágott virágokból, virágzöldekből, illetve szárazvirágokból az EU egyik legfontosabb szállítója volt az 1990-es években. Az elmúlt évtizedben azonban kiszorulni látszik az európai piacról. **A vágott virágok termesztése erősen visszaesett, a termelők egyre kevésbé tudják felvenni a versenyt az afrikai országokkal. Mára Izrael helyett Afrika lett az EU legfontosabb vágott rózsaszűz beszerzési forrása.** Erre válaszként Izrael az afrikai országok által nem preferált virágok termesztésére fektette a hangsúlyt, így pl. a pünkösdi rózsaszűz, és a liziantusz előállítására, amelyeket elsősorban az USA-ba exportál. Ezen felül egyre nagyobb mértékben termesztnek a téli hónapokban az EU piacán ekkor keresett, fűtetlen üvegházakban előállítható nyári virágokat (pl. napraforgó).

Izrael területének több mint a fele sivatag vagy félsivatag, szabadföldi termesztés csak egy keskeny, partközeli sávban, illetve néhány völgyben lehetséges. A kevés termőföld mellett a termelésben a forró nyarak és a vízhiány jelentik a legnagyobb gondot. A termesztési területek fele modern üvegház, további 12% pedig védőhálóval védett szabad terület. Az izraeli kormány 2000-ben 50%-kal (580 millió m³-re) csökkentette a mezőgazdasági felhasználásra allokkált víz mennyiségét. Erre reagálva kezdődött meg a kertészeti termesztésben felhasznált víz megtisztítása és újrahasznosítása (2006-ban már a felhasznált víz 30%-a volt tisztított), aminek köszönhetően – egyre intenzívebb termelés mellett – 10 év alatt megfeleződött a kijuttatott víz mennyisége. Emellett a hiányzó öntözővizet a Holt-tengerből és a Földközi-tengerből származó sótalanított vízzel pótolják. A víz hatékonyabb felhasználása érdekében a modern termesztő berendezésekben gyakran mesterséges közegen (pl. vulkáni eredetű közegen, kókuszrostoson) termelnek.

2.2. A dísznövények nemzetközi kereskedelme

A dísznövények globális kereskedelmét a kereslet és a kínálat koncentrálódása, a vágott virágok esetében a termelési központok áthelyeződése, illetve a korábban hagyományosan vágott virágot termesztő üzemek termelési szerkezetének változása határozta meg az elmúlt évtizedben.

A dísznövények eltarthatóságának és szállíthatóságának, illetve kereskedelmi értékének függvényében **a globalizálódás különböző fokozatai figyelhetők meg az egyes termékcsoportok esetében:**

- *Friss vágott virágok*

A termelési központok áthelyeződésével a legnagyobb mértékben a vágott virágok kereskedelme vált globálissá. A termelés és a felhasználás helyszíne

leginkább azoknál a fajoknál vált külön, amelyekre a felhasználó országokban nagy mennyiségben van igény, jól és gazdaságosan szállíthatók (nagy darabszám/térfogat), illetve drágán eladhatók (pl. rózsza, szegfű, krizantém).

- *Virághagymák*

A virághagymák kereskedelme szintén világméretűnek mondható, azonban elsősorban szaporítóanyagként történő felhasználásuk miatt.

- *Cserepes szobanövények*

A cserepes növények globális kereskedelmét a nagyobb térfogatból és súlyból adódó drágább szállítás határolja be. Ehhez még hozzájárul, hogy a cserepes növények értékesítését megelőzően akklimatizációra van szükség, ami néhány hetet is igénybe vehet.

- *Faiskolai és balkonnövények*

A faiskolai növények kereskedelme a leginkább lokális, elsősorban a bértermeltetés (pl. rózsatő) figyelhető meg, amelynek helyszíne azonban mindig a felhasználó országokkal azonos klímazónában van. Ennek oka elsősorban az, hogy a szabad területen felhasználásra kerülő növényeket nem lehet a felhasználó országtól túlságosan eltérő klimatikus adottságokkal rendelkező területeken előállítani. A klimatikus tényezők túl szintén a globalizáció ellen hat, hogy a faiskolai és balkonnövények esetében a legkonzervatívabb a vásárlók ízlése, nagy mennyiségben kerülnek felhasználásra az adott országban tradicionális fajok (pl. a hortenzia Hollandiában).

A kereskedelem globalizálódását tovább fokozza az új technológiák és eljárások bevezetése, amelyek messzemenően kihatnak egyes termékcsoportok szállíthatóságára vagy eltarthatóságára. A hermetikusan lezárt konténerekben, ahol a hőmérsékletet 1 °C alatt, az oxigénszintet pedig 1% alatt tartják, a vágott virágok hosszabb szállítási időt is elviselnek minőségromlás nélkül. Ez az új módszer lehetővé teszi a virágok hajón vagy kamionon történő szállítását, ami egyrészt csökkenti a légi szállítás tetemes költségét (becslések szerint 25-30%-os költségmegtakarítás érhető el), másrészt alapvetően átalakítja a virág, mint termék kezelési módját, hiszen ezáltal kikerül abból a termékkörből, amit minél rövidebb idő alatt kell eljuttatni a fogyasztóhoz. A szállított virág mérete sem lesz elsődleges fontosságú, ezért már készre kötött csokrok, eddig költségesen szállítható virágfajták is túlélhetnek a helyi forgalmazáson [Eenennaam és Soesman, 2008].

A legkedveltebb vágott virágokból (rózsza, szegfű, gerbera, krizantém) hiányzik a kék virágszínért felelős gén, ezért a klasszikus nemesítési módszerekkel (szelekció, keresztezés) nem lehet ilyen színű virágokat előállítani. Ebből adódóan a dísznövények géntechnológiával történő nemesítésének eredeti célja és legnagyobb kihívása a kék rózsza megalkotása volt. A japán Suntory cég az 1990-es években kezdte az erre irányuló kutatásokat, ezek eredményeként született meg az első, *Moondust* nevű kék szegfű 1995-ben. A nemesítő cég *Moonseries* nevű fajtacsaládja mára hat, különböző árnyalatú kék szegfűt foglal magába, amelyek 1997-óta kaphatók Japánban, Ausztráliában és az USA-ban. A génmódosított szegfűt kizárólag Kolumbiában és Ecuadorban termesztik, az EU-

ban egyetlen fajta ('*Carnation Moonlite*') forgalmazható (csak a „génmódosított szegfű”, illetve az „állatok és emberek általi fogyasztásra alkalmatlan” megjelöléssel árusítható). A kék szegfűt követően 2004-ben a Suntory ausztrál leányvállalata, a Florigen előállította az első kék virágú rózsát, amely 2009 novemberétől kapható Japánban. A nemesítő cég elsősorban Ázsiában számít nagy keresletre, ahol a hagyományosan pozitív jelentése miatt a kékre festett rózsza jelenleg is közkedvelt. Az előállító cég jelenleg még nem kért engedélyt az EU-ban való forgalmazásra [gmo-compass, 2009]. A vállalkozás a jövőben főleg a sötétkék virágú rózsza és szegfű előállítására, illetve a kék virágú gerbera és krizantém nemesítésére koncentrál, de még számos fajban (pl. begónia, fátyolvirág, mikulásvirág, petúnia) lát perspektívát.

A dísznövények génátvitellel történő nemesítésének csak egyik célja a virágszín megváltoztatása. Mind az USA-ban, mind Németországban és Hollandiában számos kísérlet van folyamatban [gmo-compass, 2008; Akkerhuis, 2008]:

- *Illatos rózsza – Floridai Egyetem*

A nemesítés során a virágok színe és formája mellett háttérbe szorult a rózsaillat, ezért génmódosítással próbálják illatozóvá tenni a modern rózsafajtákat.

- *Virágzási idő elnyújtása – Hannoveri Egyetem*

A korallvirág és a harangvirág virágzási idejének elnyújtására irányuló kísérletek.

- *Fokozott hidegtűrés – Ornamental Bioscience, Németország*

A petúnia és a mikulásvirág hidegtűrésének fokozására irányuló kísérletek. A cég által nemesített, mínusz hat fokig fagyűrő petúnia várhatóan 2011-től lesz kapható.

- *Betegségekkel, kórokozókkal szembeni ellenálló képesség fokozása – Wageningeni Egyetem*

A különböző rózsafajták betegségekkel és kórokozókkal (elsősorban botritisz) szembeni rezisztenciájának kialakítása.

A dísznövényekre irányuló géntechnológiai kutatások elsődleges célja a jövőben feltehetőleg a környezetkímélő termesztéstechnológiákat lehetővé tevő tulajdonságok erősítésére lesz, így pl. a vágott virágok esetében az alacsonyabb hőmérsékleten való termesztetőség, a betegségekkel és kórokozókkal szembeni rezisztencia kialakítása, továbbá a szállíthatóság és a vázatarthatóság javítása.

A kereskedelem globalizálódása mellett a dísznövények világpiacát leginkább a kereslet és a kínálat koncentrációja jellemzi, aminek következtében az eddig leghatékonyabb kereskedelmi rendszer, az aukciós piacok szerepe is átalakulóban van. A dísznövények keresletét egyre hangsúlyosabban az élelmiszerláncoknak, a kertészeti árudáknak ('*garden centerek*') és a barkácsboltoknak az összes forgalomból való egyre nagyobb részesedése határozza meg [International Labour Organization, 2000]. E láncok sokszor központi beszerzést folytatnak, legtöbbször közvetlenül a nagyobb termelőkkel vagy nagykereskedőkkel állnak kapcsolatban vagy afrikai és dél-amerikai exportcégeken keresztül importálnak, nem az aukciós piacokon keresztül szerzik be árukészletüket. Ezekre a folyamatokra reagálva mind a felhasználó, mind pedig a termelő országokban a termesztés egyre erősebb koncentrációja figyelhető meg. Mivel azonban a specializálódásból adódóan a legtöbb üzem monokultúrában termeszt, csakis exportcégek, nagykereskedők vagy online-kereskedelem segítségével tudnak piacra lépni.

A dísznövények közül a legnagyobb kereskedelmi értéket képviselő friss vágott virágok nemzetközi kereskedelme folyamatos bővülést mutatott 2002-2008 között, a forgalom értéke meghaladta a 7 milliárd USD-t 2008-ban (3. ábra).

3. ábra

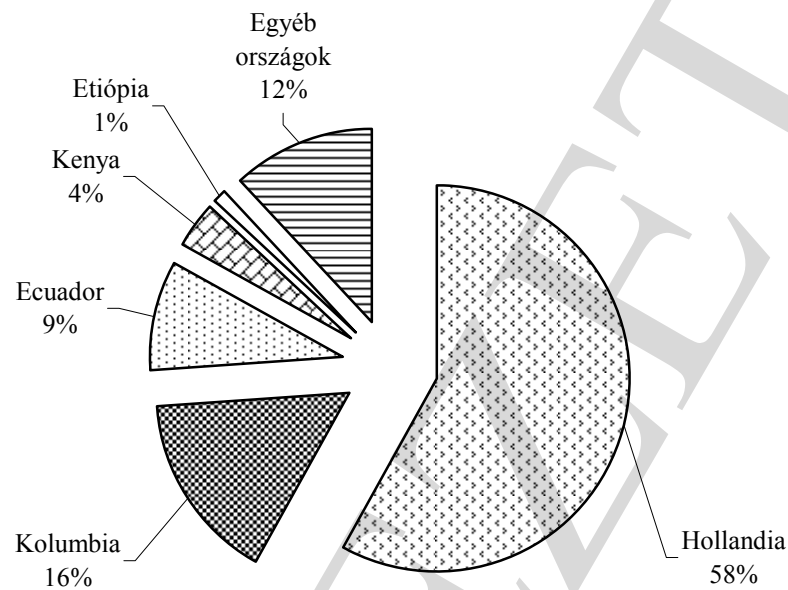
A vágott virágok globális exportja (2002-2008)

Forrás: UN Comtrade

A vágottvirág-kereskedelem koncentrációjának mértékét jól szemlélteti, hogy a világ összes exportjának 83%-át három ország (Hollandia, Kolumbia, Ecuador), az importnak pedig 55%-át négy ország (Németország, Hollandia, USA, Egyesült Királyság) bonyolítja le. Hollandia kereskedelmi központként betöltött szerepénél fogva nem csak Európa, hanem az egész világ dísznövény-kereskedelmének meghatározó tényezője, a világpiaci árak tekintetében meghatározó szerepe van (4. ábra). A vágottvirág-import tekintetében a magas saját felhasználással rendelkező hagyományos importőrök mellett a Szovjet Utódállamok is jelentős felvevőpiaccá váltak (5. ábra).

4. ábra

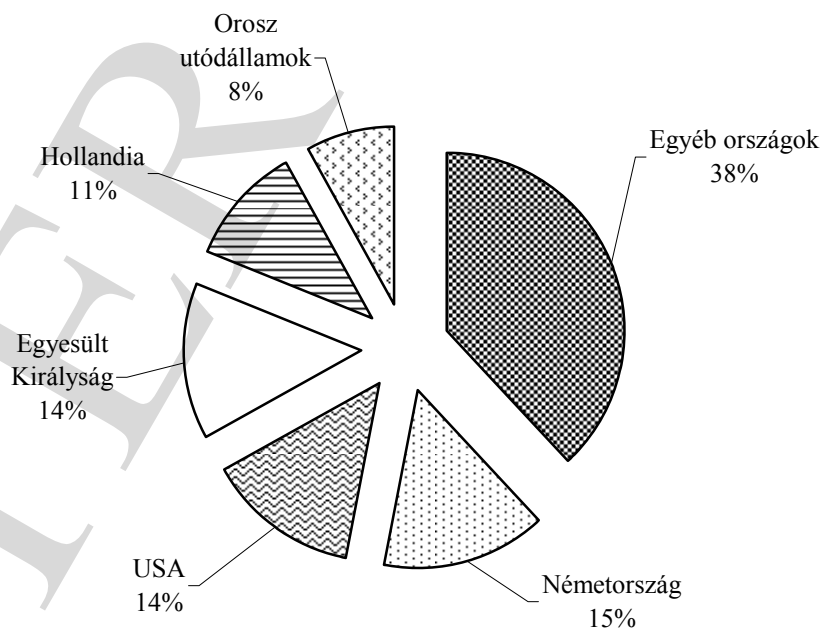
A legfontosabb vágottvirág-exportáló országok (2008)
(Az export értéke alapján)



Forrás: UN Comtrade

5. ábra

A legfontosabb vágottvirág-importőr országok (2008)
(Az import értéke alapján)



Forrás: UN Comtrade

A koncentráció és a globalizáció mellett a régi EU tagországok és az USA dísznövény kereskedelme a telített piac számos jellemzőjét is magán viseli [Hall, 2005]:

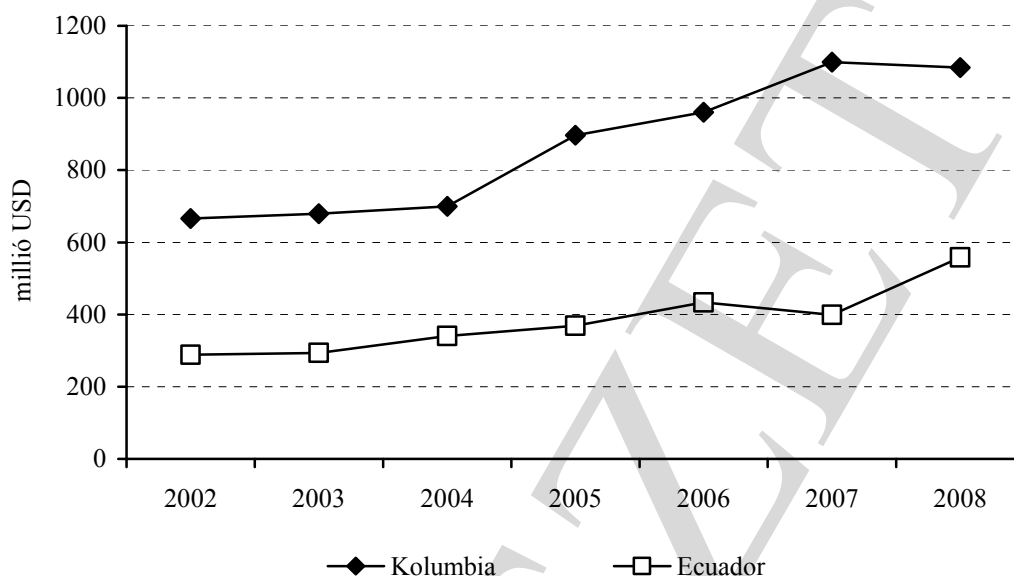
- A **stagnáló vagy kismértékben bővülő kereslet** mellett egyre élesebb a verseny, a termelők és a kereskedők egyre agresszívebb marketingstratégiát folytatnak a piaci részesedésük növelése érdekében, ami gyakorlatilag csak a versenytársaktól való elcsábítással lehetséges.
- A **tudatosabb, érdekeiket érvényesítő vásárlók** egyre magasabb igényeket támasztanak a termékekkel kapcsolatban, az eddig megszokásból vásárolt termékeket is összehasonlítják másokkal és a legkisebb kedvezmény, kiegészítő szolgáltatás vagy akár egy különlegesebb csomagolás hatására konkurens termékre váltanak.
- A fokozott versenyben **megnő a költséghatékonyság és az addicionális szolgáltatások szerepe**. A termelők rövid idő alatt átállnak a pillanatnyilag legkeresettebb termék előállítására, ezért meghatározó szerepe van az ár-érték és addicionális szolgáltatás optimális arányának.
- **Egyre nehezebb a valóban hatásos termékinnováció megvalósítása**, a nemesítőknek és a termesztőknek folyamatosan új fajokat, fajtákat, kompozíciókat, felhasználási lehetőségeket kell bevezetniük a vásárlói figyelem felkeltése/fenntartása érdekében.
- A **verseny fokozódásával** sok vállalkozás a külföldi piacok felé fordul, a legnagyobb nemesítők, termelők és kereskedők számára elengedhetetlen a világ dísznövénytermesztését és -kereskedelmét meghatározó országokban való jelenlét.
- A piac lassabb bővülése, a fokozott verseny, a stagnáló árak, a gyakran kevesebb, igényesebb vásárló, illetve az időnkénti túltermelés következtében **sok vállalkozás csökkentette a kitűzött nyereségrátáját**. Ennek következtében sok kisebb cég, amely nem tudja növelni a hatékonyságát, kiszorul a versenyből.
- Az **éles verseny számos vállalkozás összeolvadásához, a korábbi versenytársak felvásárlásához vezetett**, aminek következtében összességében stabilizálódott a piac.

2.2.1. Dél-Amerika

Kolumbia és Ecuador legfontosabb exportterméke a vágott virág. Elsősorban Kolumbia vágottvirág-exportja bővült 2004 óta, ami egyrészt az USA-hoz való közelségnek, másrészt az exportcégek hatékony működésének köszönhető (6. ábra).

6. ábra

Kolumbia és Ecuador vágottvirágexportja (2002-2008)



Forrás: UN Comtrade

Az USA-ba irányuló kolumbiai export 32%-át a rózsza, 23%-át a szegfű, 14%-át a krizantém és 32%-át egyéb virágok tették ki 2005-ben. Az USA vágottvirágpiacát inkaliliom, szegfű és krizantém tekintetében szinte teljes egészében Kolumbia látja el, a kiskereskedelmi forgalomba kerülő inkaliliom és szegfű csaknem kizárólag innen származik [Vélez, 2006] (8. táblázat).

8. táblázat

A kolumbiai vágottvirágexport részesedése az USA forgalmában (2005)

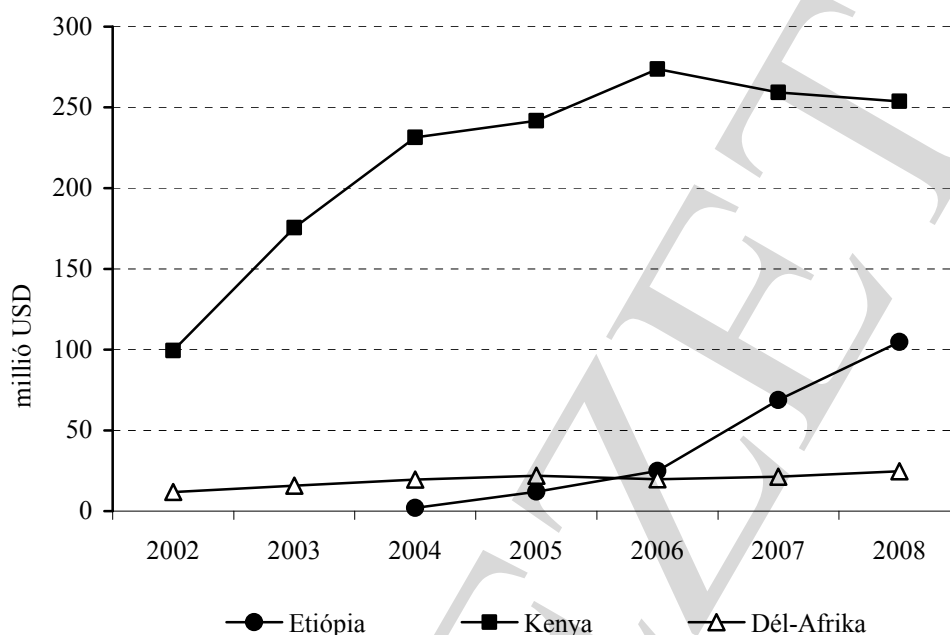
	Piaci részesedés az USA kereskedelmében (%)
Inkaliliom	98
Szegfű	97
Krizantém	82
Rózsza	70
Egyéb virágok	35

2.2.2. Afrika

Az afrikai országok (Kenya, Etiópia, Uganda) **legfontosabb exportterméke a vágott virág**, amelynek nagy része a holland aukciós piacokon keresztül kerül az európai országokba. A friss vágott virágokon kívül Kenya szárított virágokat exportál még nagy értékben az Egyesült Királyságba (7. ábra). Az afrikai országok vágottvirág-termesztésének fejlődését alapvetően meghatározta, hogy a 2003-ban hatályba lépett Cotonou-i megállapodás értelmében a legfejletlenebb afrikai országok vámmentesen szállíthatnak az EU-ba.

7. ábra

Néhány afrikai ország vágottvirágexportja (2002-2008)



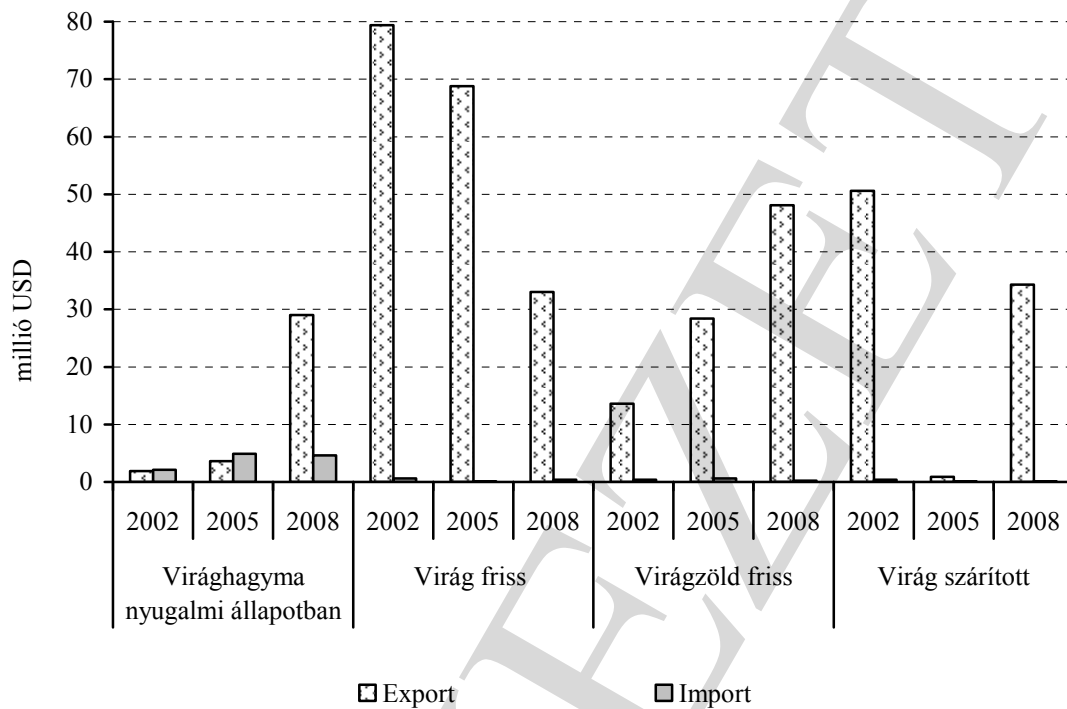
Forrás: UN Comtrade

2.2.3. Izrael

Izrael fő exporttermékei a vágott virág, a virágzöld, a szárított virág és a nyugalmi állapotban lévő virághagyma (8. ábra). Míg a szárított virág exportja számottevően csökkent, addig a friss virágzöld és a nyugalmi állapotban lévő virághagyma kivitele nőtt 2002-2008 között. Ennek oka elsősorban az, hogy míg a vágott virágok esetében Izrael elvesztette vezető pozícióját az EU importpiacán, addig az afrikai országok által nem termelt virágzöld és virághagyma esetén versenyképes maradt, így termelését részben ezekre a termékekre összpontosította (9. ábra). Izrael fő exportpiaca továbbra is az EU, ahová a termékek döntő része Hollandián keresztül jut.

8. ábra

Izrael dísznövény kereskedelme (2002, 2005, 2008)



Forrás: UN Comtrade

9. ábra

Izrael vágottvirágexportja (2002-2008)



Forrás: UN Comtrade

2.2.4. Egyesült Államok

Bár Kína és az EU után az Egyesült Államokban termesztik a legtöbb dísznövényt, a globális kereskedelemben **a nagy belső fogyasztás miatt elsősorban importórként jelenik meg** (10. ábra). A dísznövények iránti kereslet folyamatosan nőtt az elmúlt tíz évben. Az USDA becslése szerint vágott virágokra 10 USD-t, egyéb növényekre átlagosan 46 USD-t költöttek a háztartások 2006-ban (2000-ben 40 USD-t). A legkedveltebb vágott virágok a liliom-fajok (ezekre átlagosan 0,66 USD-t költöttek a háztartások 2006-ban), valamint a rózsa és a tulipán (0,34 USD/háztartás). A belpiacon értékesített vágott virágok (érték szerint) 66%-a importból származott 2006-ban (1997-ben 55%), az összes vágottvirág-behozatal 50%-a rózsa volt.

10. ábra

Az USA vágottvirágexportja és -importja (2002-2008)



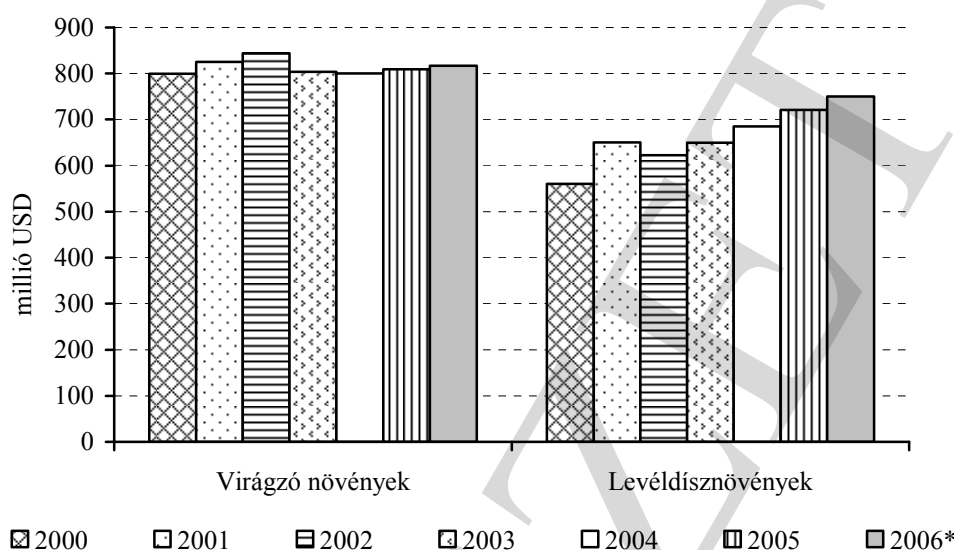
Forrás: U.S. International Trade Commission [2003] és UN Comtrade [2009]

A belső termesztésből származó **vágott virágok** közül egyedül a nehezen, illetve költségesen szállítható liliom, tulipán és a gerbera nagykereskedelmi forgalma növekedett 2000-2006 között. Az összes többi vágott virág esetében folyamatosan nőtt az import aránya, a behozatal értéke a rózsa esetében nőtt a legdinamikusabban [USDA, 2006].

A **cserepes szobanövények** esetében, bár egyelőre magasabb a virágzó növények forgalmi értéke, a levéldísznövények kereskedelme folyamatosan bővült 2002-2006 között, 2006-ban már alig maradt el a virágzó szobanövények forgalma mögött. Ennek egyik oka feltehetően az, hogy a levéldísznövények köre az utóbbi években számos új fajjal bővült, amelyek újdonságértéke a mai napig tart. Másrészt a levéldísznövények újra divatba jöttek mind az otthonokban, mind pedig a középületekben, bevásárlóközpontokban, mivel a virágzó cserepesekhez képest kevesebb gondot igényel az ápolásuk és állandó a díszítő értékük (11. ábra).

11. ábra

Saját termesztésből származó virágzó- és levéldísznövények nagykereskedelmi forgalma az USA-ban (2000-2006)



Forrás: USDA, 2006

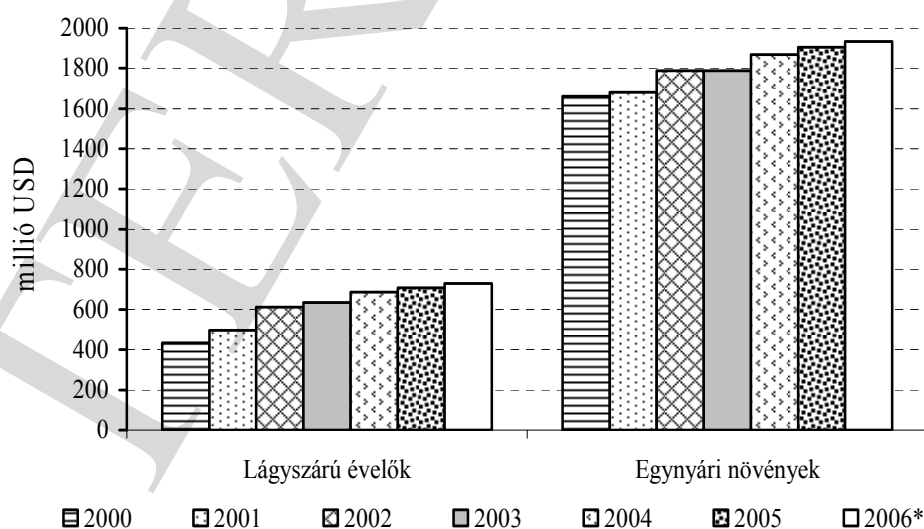
Megjegyzés: Az adatok a 36 legfontosabb vágottvirágtermelő állam, ezen belül csak az évi 100 ezer USD forgalom feletti vállalkozások adatait tartalmazzák.

* Becsült adat.

A **kerti növények** esetében mind a lágyszárú évelőknél, mind pedig az egynyári növényeknél folyamatosan bővült a saját termesztésből származó áruk kereskedelmi forgalma 2000-2006 között. Ugyanakkor az egynyári növények forgalmának értéke – az alacsonyabb ár, illetve a szélesebb körű felhasználás miatt – jellegzetesen az évelő növények mintegy kétszerese (12. ábra).

12. ábra

Saját termesztésből származó kerti növények nagykereskedelmi forgalma az USA-ban (2000-2006)



Forrás: USDA, 2006

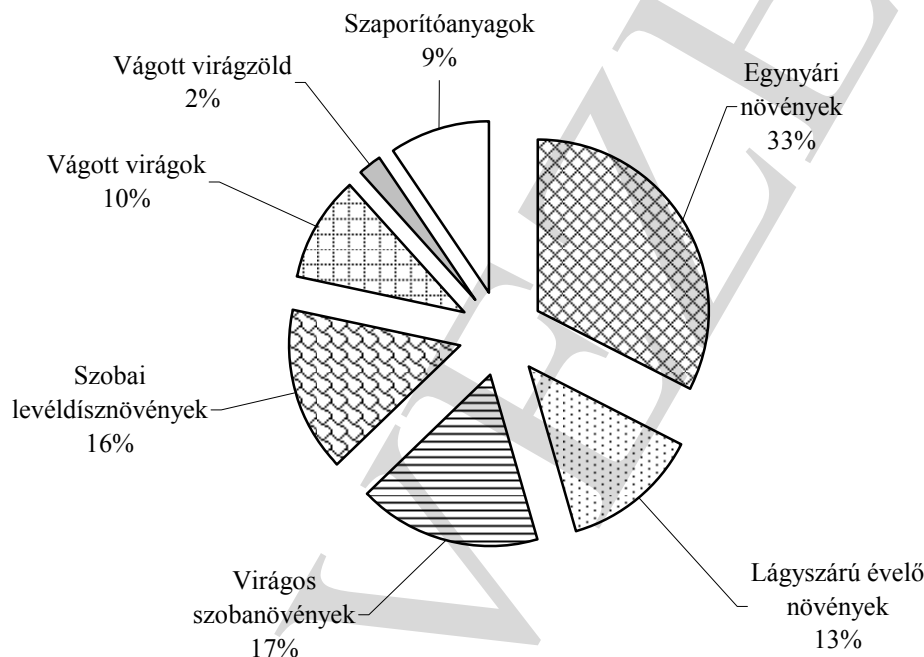
Megjegyzés: Az adatok a 36 legfontosabb vágottvirágtermelő állam, ezen belül csak az évi 100 ezer USD forgalom feletti vállalkozások adatait tartalmazzák.

* Becsült adat.

Az USA-ban előállított dísznövények közül az előbbieken leírt tendenciáknak megfelelően a kerti növények (46%), míg a szobanövények (33%) részesednek a legnagyobb mértékben a kereskedelmi forgalomból. A helyi termesztésből egyre inkább kiszoruló vágott virágok és virágzöldek részesedése mindössze 12% volt 2008-ban (13. ábra).

13. ábra

A saját termesztésből származó áru nagykereskedelmi forgalmának megoszlása termékcsoportok szerint (2008)



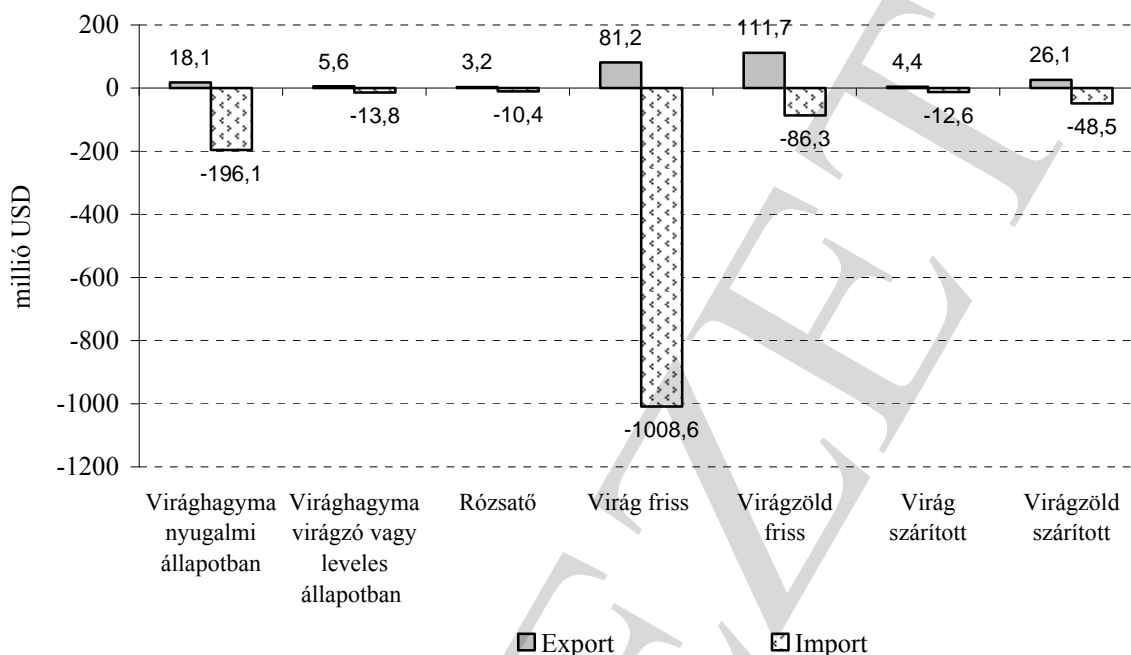
Forrás: USDA, 2009

Megjegyzés: Az adatok a 15 legfontosabb vágottvirágtermelő államban a 100 ezer USD feletti értékben termelő gazdaságok adatait tartalmazzák.

Az USA legfontosabb importterméke tehát a vágott virág, a felhasználás nagy részét a Kolumbiából és Ecuadorból származó import fedezi. Bár az USA már az 1990-es években is nettó vágottvirág-importőr volt, 2001 után a behozatal rohamosan nőtt, értéke mára kétszeresen meghaladja a saját termesztésből származó áruk kereskedelmi forgalmát (14. ábra). A behozatal 90%-a a Miami kikötőn keresztül érkezik az országba körülbelül 100 importőr cégen keresztül [Vélez, 2006].

14. ábra

Az USA dísznövény-kereskedelme (2008)



Forrás: UN Comtrade

Bár a legtöbb vágott virág jelenleg még a hagyományos kereskedelmi csatornákon keresztül kerül értékesítésre (az áru a termelőktől a nagykereskedőn keresztül jut el a virágüzletekbe), a hagyományos kereskedelmi struktúra átalakulóban van. Ennek oka, hogy **a saját termelés csökkenésével az importőr cégek vették át a nagykereskedők szerepét**, azokat kiiktatva maguk juttatják el az árut a kiskereskedőkhöz [U.S. International Trade Commission, 2003]. Az USA piacának telítődését jól szemlélteti, hogy a dísznövények nagykereskedelmi forgalma 2002-óta nem bővült számottevően, 4,0-4,2 milliárd USD között ingadozott 2002-2008 között [USDA, 2009].

Az USA-ban nem működnek az Európában és Kínában elterjedt aukciós piacok, az utóbbi években azonban **a kereskedelemben új elemként megjelentek és rohamosan terjednek az online aukciók**. Az internetes, cégek közötti „business to business” kereskedelem hatékony formában kapcsolja össze a termeszteket, a szaporítóanyagokat előállító cégeket, a kiegészítő termékeket előállítókat (cserepek, szubsztrátok, díszek), a nagykereskedőket és a kiskereskedőket [U.S. International Trade Commission, 2003]. Az európai gyakorlathoz hasonlóan az USA-ban is az élelmiszer kereskedelmi láncok, illetve *home* és *garden centerek* alakították a legnagyobb mértékben a dísznövények iránti keresletet, a kiskereskedelmet, a nagykereskedők igényeit és ez által a termesztekkal szembeni elvárásokat. A kertészeti áruházláncok elterjedésével a vásárlók a korábbinál nagyobb mértékben szembesültek a dísznövények alkalmazási lehetőségeivel, divatos lett az otthonok díszítése és a kertrendezés. **A modern kiskereskedelmi egységek elterjedésének tehát keresletgerjesztő hatása is volt/van, ezért összességében nézve hatásuk az ágazatra nézve pozitívnak tekinthető** [Hall, 2005].

Kiskereskedelem

A telített piacra jellemző konkurenciaharc a kiskereskedelemben a legélesebb. A Lowe's, Home Depot, Wal-Mart és hasonló üzletláncokkal szemben számos önálló, kisebb, magasabb árfekvésű, ugyanakkor jelentősen nagyobb választékot és szolgáltatást kínáló *garden center* száll versenybe. A kiskereskedelmi láncok, felismerve a szaktanácsadás és az egyéb szolgáltatások fontosságát, átalakították értékesítési stratégiájukat. Így pl. az USA legnagyobb kertészeti áruházlánc, a Home Depot mellett, hogy növelte az áruházak kertészeti részlegeinek területét, a Georgiai Egyetem által szervezett kertészeti kurzusokon való részvételt biztosít az alkalmazottak számára. Az ily módon képzett alkalmazottak a vevőknek tartanak szemináriumokat (pl. növényvédelemről). Annak érdekében, hogy az áruházakban a legjobb minőségű növények kerüljenek, az élő növényekre is alkalmazzák a „pay-by-scan” rendszert, amelynek lényege, hogy a beszállítóknak csak az eladott mennyiség után fizetnek. A Lowe's áruházlánc hasonlóan agresszív stratégiát alkalmaz, azonban inkább a saját nemesítésű, levédett fajtákra fekteti a hangsúlyt, amelyeket „*Garden Club Secret*” néven forgalmaz.

Bár a kertészeti termékeket árusító kiskereskedelmi láncok piaci részesedése már mintegy 50%-os, az önálló kiskereskedelmi egységek is hasonló módszerekkel versengenek a vásárlókért. A legelterjedtebb stratégia a saját védjeggyel rendelkező termékvonalak létrehozása (pl. *Proven Winners, Simply Beautiful, Flower Fields, Plants that Work*), amelyekhez nem ritkán kedvelt közéleti személyiségek adják a nevüket. Ezen túlmenően számos kertészetben kávézókat, klubhelyiségeket hoztak létre, más árudák pedig növényvédelmi szaktanácsadást működtetnek, illetve tanfolyamok sokaságát kínálják (bár általában nem díjmentesen).

Elsősorban az élelmiszer-kiskereskedelmi láncok várnak el egyre gyakrabban termékmenedzsmentet a beszállítóktól, így pl. a növények ápolását, cseréjét. Bár ez a beszállítók számára természetesen többletkiadást jelent, a jobb termékminőségből adódóan a legtöbb esetben a forgalmazott mennyiség is nő, ami viszont a beszállítók hasznát növeli.

Nagykereskedők

A nagykereskedők a termelők számára számos, technológiai és informatikai fejlesztéseket igénylő eljárást tettek a beszállítás alapfeltételévé (pl. csomagolás, jelölés, vonalkóddal történő ellátás, elektronikus rendelés), amelyek a kisebb vállalatok számára gyakran nem kifizetődőek vagy túl nagy beruházást jelentenek. Nagykereskedőktől az önálló *garden center*ek, illetve virágüzletek vásárolnak, míg a tájépítészeti és kertészeti cégek prémium minőségű termékeket keresve elsősorban a kis- és közepes kertészetekben vásárolnak.

Termelők

Az új kereskedelmi csatornák ugyanakkor új marketing lehetőséget is jelentenek a termelők számára, mivel itt (a virágüzletekkel ellentétben) lehetőségük van egyéni arculattal megjeleníteni a kiskereskedelemben. A legtöbb, áruházláncoknak

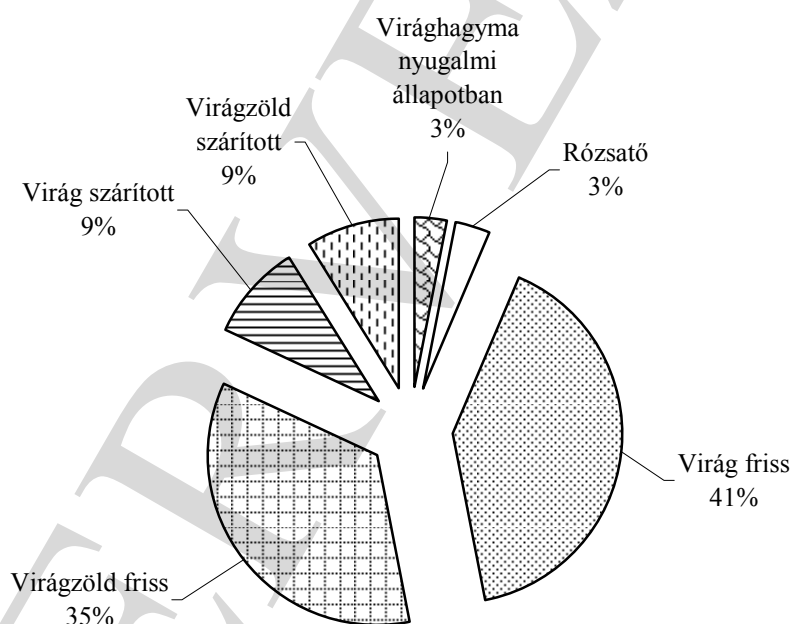
közvetlenül beszállító termelő sok esetben nagymértékben függ az egyetlen felvevőjétől, az áru akár 50-75%-át a kiskereskedelmi láncoknak szállítják. Mivel ez a gyakorlat üzleti szempontból meglehetősen veszélyes, a nagyobb termelők a beszállítás mellett saját kiskereskedelmi egységeket is működtetnek. A kisebb termelők ebből adódóan döntően a részipiaci termékekre (különleges fajok, fajták, kompozíciók) koncentrálnak.

2.2.5. Kína

Kína elsősorban vágott virágot és virágzöldet exportál. Ez a két árucsoport 76%-ban részesedik az összes kivitelben, **ezek exportját azonban szinte teljes mértékben az ázsiai országok** (Japán, Thaiföld, Szingapúr, Hong Kong, Malajzia) **veszik fel.** A Kínából származó vágott virágok legfontosabb célországa az európai kontinensen a Szovjet Utódállamok. Kína elsősorban nyugalmi állapotban lévő virághagymával és rózsatövekkel jelenik meg az európai piacon (15. ábra).

15. ábra

A kínai dísznövény-export érték szerinti megoszlása (2008)



Forrás: UN Comtrade

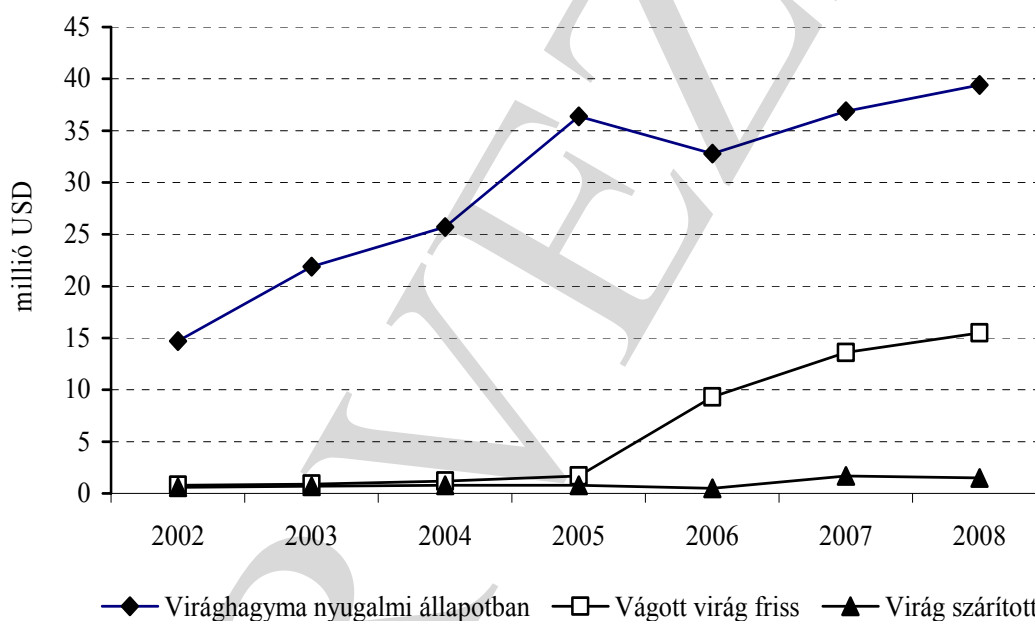
Kína a közeljövőben feltehetően nem fog nagymennyiségű áruval megjelenni az európai piacokon. Ennek egyik oka, hogy **az európai piacon nem versenyképes azokkal a termékekkel, amelyeknek az érzékenyséjük** (pl. sérülékeny szirmlevelű vagy gyorsan hervadó, lágy szárú fajok) **vagy a volumenük miatt költséges a szállítása.** Ennek megfelelően a vágott virágok között a rózsza Kína legfontosabb exportterméke, mivel a vágott rózsaszálak a súlyukhoz képest magas értékűek és kevésbé sérülékenyek, ezért a szállítás nagyobb távolságra is kifizetődő. A szegfű, bár jól szállítható, túl olcsó, ezért nem kifizetődő messze szállítani. Bár a tulipánok értékesebbek, szállításuk is költségesebb, mert csak szellősen

csomagolhatók. A liliom szintén magas értéket képviselő fontos exporttermék, de csomagolása és szállítása gondosságot kíván, ezért csak a közelebbi piacokra (pl. Szingapúr) kifizetődő a szállítása [Treer, 2007].

Az Európába irányuló kivitel visszaszorulásának második oka **a kínai lakosság saját fogyasztásának rohamos emelkedése**. Bár a legfontosabb importtermékek jelenleg még a szaporítóanyagok (pl. a nyugalmi állapotban lévő virághagyma), a vágott virágok importja is rohamosan bővül (16. ábra). Az egyre növekvő belső fogyasztásban rejlő lehetőségekre építve a telített európai piacon tevékenykedő európai vállalatok egyre nagyobb számban létesítenek virágtermesztő gazdaságokat az országban [China Flower International Trade, 2009; Conrad, 2009].

16. ábra

Kína dísznövény-importjának alakulása (2002-2008)



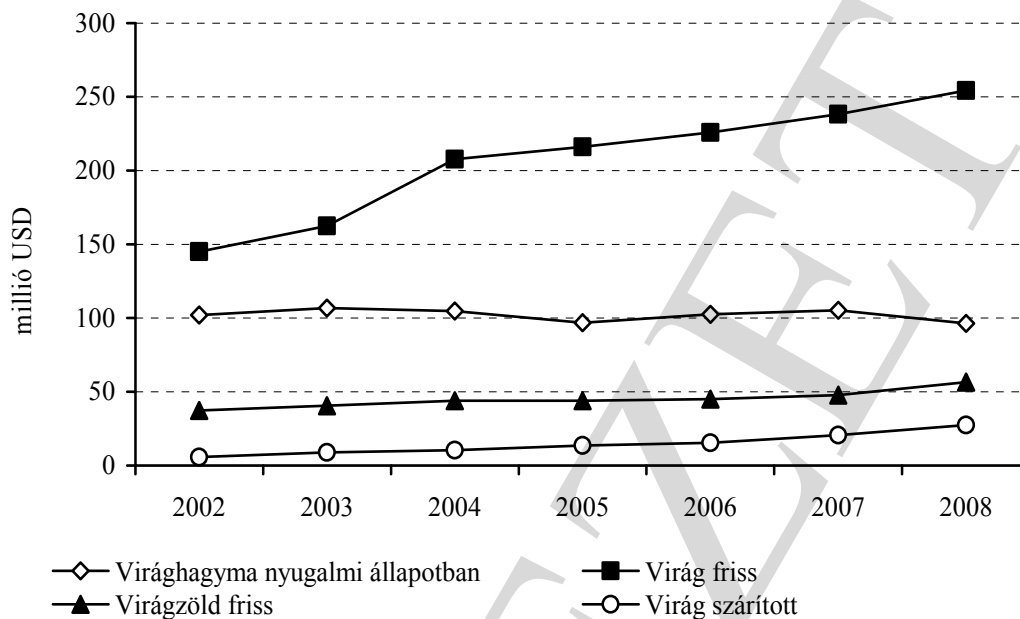
Forrás: UN Comtrade

Kínában – az európai tendenciával ellentétben – egymás után létesülnek az aukciós piacok a termelési központokban.

2.2.6. Japán

Japán nem csupán az ázsiai országok között, de az egész világkereskedelemben különleges helyet foglal el. Bár **a világon az egyik legnagyobb felhasználó**, ráadásul alig rendelkezik saját termesztéssel, ezért Japánba minden ország vámmentesen exportálhat dísznövényeket. A vágott virágok a legfontosabb importtermékek, a folyamatosan bővülő behozatal értéke elérte 2008-ban a 254 millió USD-t (a világimport 3,6%-át) (17. ábra). A legnagyobb értékben Malajzia, Kolumbia, Thaiföld és Kína exportjának vágott virágokat Japánba. A tradicionális dísznövény-felhasználás szép példája az *Ikebana*, a sajátos japán virágkötészet művészete, amelyhez nagy mennyiségben használnak fel vágott virágokat, virágzöldeket, terméseket és ágakat.

Japán vágottvirág-importjának alakulása (2002-2008)



Forrás: UN Comtrade

2.3. Dísznövénytermesztés és -kereskedelem az EU-ban

2.3.1. Termesztés

Az EU termőterületére vonatkozó adatok igen eltérőek, sok esetben ellentmondásosak. Míg az APIH/Union Fleurs (*International Association of Horticultural Producers* – Nemzetközi Kertészeti Termelők Szövetsége és az *International Floricultural Trade Association* – Nemzetközi Dísznövény Kereskedelmi Szövetség) különböző évekből származó adatai szerint 53 ezer hektáron (ebből 17 ezer hektár fedett felületen) termesztenek dísznövényeket, addig az Európai Bizottság 2009-es tanulmányában a 2008-as évre 204,4 ezer hektárra becsülik az összes dísznövényterületet [European Commission, 2009], az Eurostat szerint pedig 92,9 ezer hektár volt a dísznövény termőterület 2007-ben. Az adatforrások megbízhatóságának, illetve a törzsadatokhoz való hozzáférés mérlegelése után úgy döntöttünk, hogy az EU termelésének és kereskedelmének a részletes elemzésekhez az Európai Bizottság statisztikai adatbázisában (Eurostat) található adatokat használjuk fel.

A konkrét adatok ellentmondásossága szerint bizonyos azonban, hogy a **termelés elsősorban az EU-15 tagállamokra koncentrálódik, a legnagyobb termesztési területek Hollandiában, Olaszországban és Németországban vannak.** Bár az EU-ban az ázsiai termőterületeknek a töredékén állítanak elő dísznövényeket, 10 milliárd USD éves termelési értékkel az EU állít elő a világon a legnagyobb értékben dísznövényeket [AIPH/Union Fleurs, 2007].

Az összes termesztési területnek a háromnegyedét (70,3 ezer hektár) a szabadföldi termesztés teszi ki, a dísznövény területeknek mindössze 24%-án (22,7 ezer hektár) termelnek fedett felületek alatt. Az EU-ban elsősorban zöldségtermesztésre hasznosítják a fedett felületeket, az összes üvegházfelületnek mindössze 18%-án (22,7 ezer hektár) állítanak elő dísznövényeket. A dísznövények termőterülete kis mértékben nőtt 2003-2007 között, ezen belül nagyobb mértékben bővült a szabadföldi dísznövénytermesztés. Az összes üvegházfelület szintén nőtt az EU-ban, azonban a dísznövényekkel hasznosított felület mindössze 1%-kal nőtt, míg a zöldségfélékkel hasznosított üvegházak területe 5%-kal bővült 2003-2007 között (9. táblázat).

9. táblázat

A dísznövény termesztési területek megoszlása az EU-ban (2003, 2005, 2007)

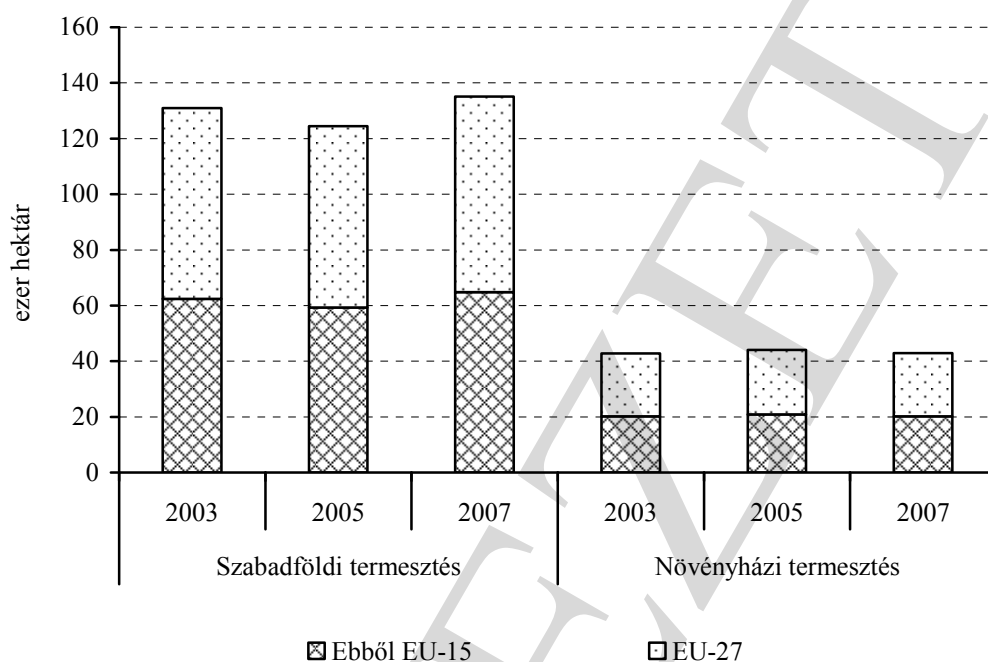
Me.: hektár

	2003	2005	2007	% (2007/2003)
Összes dísznövényterület (ha)	91 210	88 390	92 990	102
ebből szabadföldi	68 610	65 200	70 280	102
ebből növényházi	22 600	23 190	22 710	101
Összes növényházfelület (ha)	125 160	132 000	129 350	103
ebből dísznövény	22 600	23 190	22 710	101
ebből zöldségfélék	98 320	103 030	103 120	105

Forrás: Eurostat

Bár a termőterületek közel egyenlő arányban oszlanak meg a régi és új tagállamok között, az EU-ban előállított dísznövények mennyiségének döntő része mind a szabadföldön, mind pedig az üvegházakban előállított termékek esetében a régi tagállamokból (Hollandia, Olaszország, Németország, Franciaország, Egyesült Királyság) származik (18. ábra).

A szabadföldi és a növényházi termesztés megoszlása a régi és az új tagállamokban (2003, 2005, 2007)



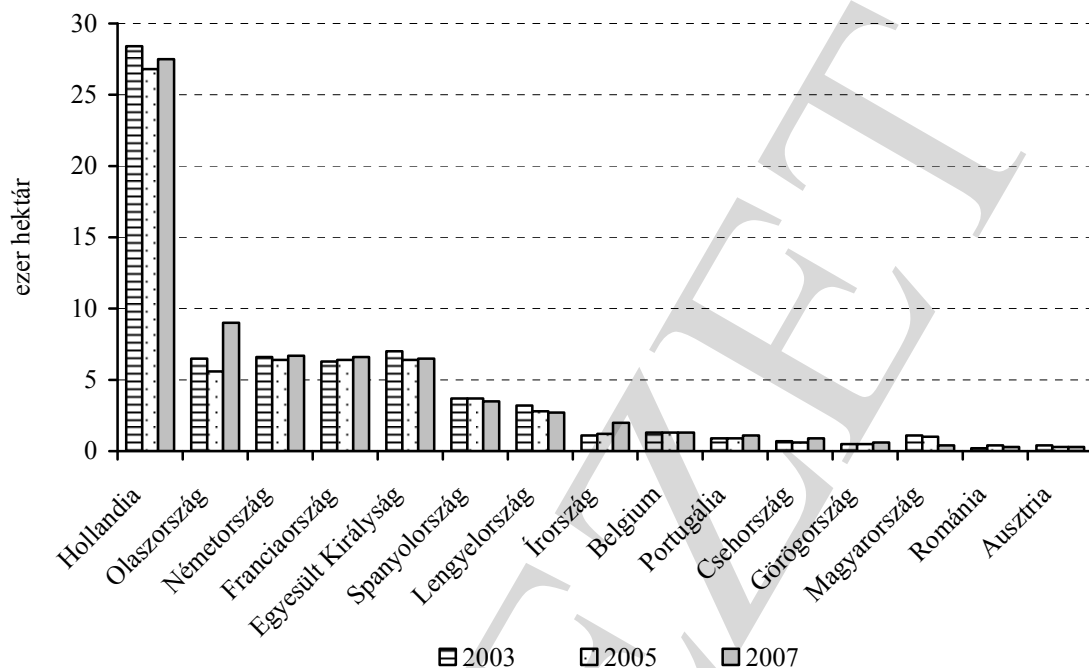
Forrás: Eurostat

Szabadföldi termesztés

Az EU-ban Hollandiában, Olaszországban, Franciaországban és az Egyesült Királyságban termesztenek a legnagyobb területen szabadföldi dísznövényeket, ezzel szemben Finnországban, Norvégiában és Luxemburgban kizárólag fedett felületek alatt termelnek. A szabadföldi dísznövénytermesztés (Franciaország kivételével) minden jelentős termelő országban csökkent 2003-2007 között, a legnagyobb mértékben Hollandiában esett vissza. A szabadföldi termelést meghatározó országok közül egyedül Olaszországban, illetve kis mértékben Franciaországban nőtt a szabadföldi területek aránya (19. ábra).

19. ábra

A szabadföldi dísznövény termesztési területek megoszlása (2003, 2005, 2007)

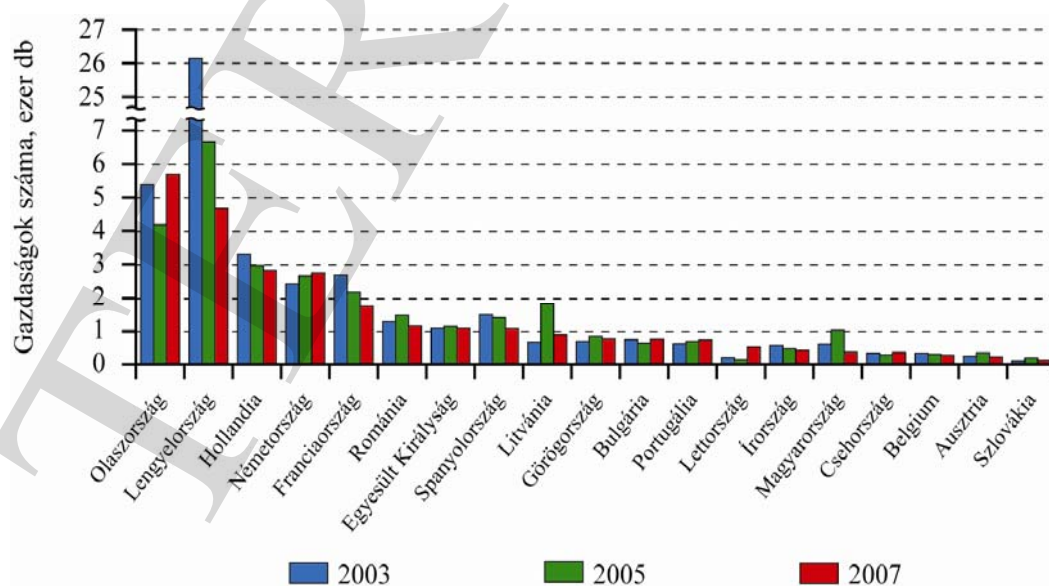


Forrás: Eurostat

A szabadföldön dísznövényeket termesztő gazdaságok száma Olaszországban, Lengyelországban és Hollandiában a legmagasabb. Míg Hollandiában és Franciaországban csökkent, addig Olaszországban és Németországban nőtt a gazdaságok száma 2003-2007 között (20. ábra).

20. ábra

Szabadföldön dísznövényeket előállító gazdaságok száma (2003, 2005, 2007)



Forrás: Eurostat

* Megjegyzés: A Lengyelországra vonatkozó, 2003-as adat feltehetően módszertani változásokra vezethető vissza.

A legerőteljesebben Lengyelországban esett vissza a gazdaságok száma, azonban ezzel együtt mindössze átlagosan 0,6 hektár volt az egy gazdaságra jutó terület (10. táblázat). Ebből arra lehet következtetni, hogy a látványos csökkenés leginkább a konyhakertekben való termesztés feladása miatt következett be. Hollandiában ezzel szemben a gazdaságok csökkenő száma valóban a szabadföldi dísznövénytermesztés térvesztését jelenti, hiszen 2003-óta a megművelt terület is csökkent.

10. táblázat

A fedetlen felületen termelő gazdaságok átlagos mérete (2007)

Ország	Terület (ha)	Gazdaságok száma	Terület/gazdaság (ha)
Hollandia	27 470	2 830	9,7
Egyesült Királyság	6 450	1 070	6,0
Franciaország	6 620	1 730	3,8
Németország	6 700	2 750	2,4
Olaszország	8 980	5 690	1,6
Lengyelország	2 650	4 680	0,6
Románia	330	1 140	0,3

Forrás: Eurostat

Németországban ezzel szemben a stagnáló terület mellett nőtt a gazdaságok száma. Feltehetően egyre többen állítanak elő fél-egy hektáron növénykülönlegességeket vagy helyi sajátosságokat, illetve árulnak dísznövényeket „szedd magad” akciókban (pl. napraforgó).

Németországban 2008-ban 8 600 üzemben, 4 900 hektár szabadföldön és 2 250 hektár fedett felületen termeltek dísznövényt [Statistisches Bundesamt, 2009]. Ez a 2007. évi összeíráshoz képest a szabadföldi termőterület 27%-os, a fedett terület 10%-os csökkenését jelenti. Az összes dísznövény-termesztő közül csak dísznövény-termesztéssel kb. kétharmaduk foglalkozik. A gazdaságok közel fele közvetlenül a fogyasztóknak értékesít, az áru mintegy 30%-a nagy- és kiskereskedőkhöz, illetve a nagybani piacra kerül. Az áru tizedét teszi ki a közös termelői értékesítés. 2005-ben csaknem 40 ezren dolgoztak a dísznövény-termesztésben, aminek több mint a fele családon kívüli munkaerő volt. A fedett berendezésekben termelőket érzékenyen érinti az energiaárak emelkedése, a gazdaságok nagy része igyekszik takarékoskodni az energiával, így **beruházásaik 2008-ban döntően a fűtésrendszer és az energiaellátás korszerűsítésére irányultak. Ezzel függ össze az is, hogy a fedett termesztéssel szemben inkább a szabadföldi vágott virágok pl. rózsza, szegfű, ószirózsa termelését kívánják bővíteni** [Zentralverband Gartenbau e.V., 2009].

A **faiskolai szektorban** az EU-15 legfontosabb termelői Németország, Hollandia, Franciaország, Olaszország és Spanyolország. A termőterület tekintetében Németország áll az első helyen, de a termelési értékben Olaszország vezet, Németország és Hollandia követi a rangsorban (11. táblázat).

11. táblázat

Faiskolai termékek termesztési területe és termelési értéke a legfontosabb termelő országokban (2007)

	Termelő terület (ha)	Termelési érték (millió EUR)
Németország	25 520	1 273
Hollandia	16 745	633
Franciaország	15 713	399
Olaszország	14 000	1 350
Spanyolország	6 640	n.a..
Belgium	4 833	236

Forrás: AIPH, 2009

Németországban a faiskolák területe 22 600 hektárt tett ki 2008-ban, amelyen mintegy 3 000 gazdaság tevékenykedett. Az előző összeíráshoz (2004) képest a terület és a faiskolák száma egyaránt 11%-kal csökkent. A faiskolai területből közel 2 000 hektár volt fedett terület, illetve konténertelep. A terület több mint 50%-án díszfákat, díszcserjéket állítottak elő. A faiskolai termesztésen belül messze ez a legfontosabb, és az egyetlen olyan szegmens, ami növekedést (+7,4%) tudott elérni 2004-2008 között. Gyümölcsfa szaporítóanyagokat ennél sokkal kisebb nagyságrendben, mindössze 955 hektáron termesztnek. A faiskolai terület 10%-án erdészeti szaporítóanyag-termelés folyik, aminek 60%-a lombos, a többi tűlevelű fa [Statistisches Bundesamt, 2009].

Hollandiában a faiskolai terület lassú növekedése mellett az üzemek száma fokozatosan csökkent, így 2000 és 2007 között egy faiskola átlagos területe 2,65 hektárról 4,36 hektárra nőtt. Ennek ellenére a holland termelők még mindig kis területen gazdálkodnak a többi európai országhoz képest, aminek a magas földár (20-40 ezer euró/hektár) a legfőbb oka. Az adottságokhoz alkalmazkodva intenzív termelési technológiát alkalmaznak, maximális területhasznosítással és magas munkaerő-hatékonysággal [Galen et al., 2010]. A holland faiskolai szektor erős exportpozícióval rendelkezik, az EU-ban a holland faiskolák kivitele volt a legmagasabb 2008-ban (421 millió euró), legfőbb célpiacai Németország (33%), Nagy Britannia (19%), Franciaország (7%) valamint Oroszország (2,4%) volt.

Olaszországban a vegetációs időszak kétszer olyan hosszú, mint Magyarországon, ami a növények gyorsabb fejlődésének kedvez. A Rómától északabbra eső területeken a tél eléggé hűvös ahhoz, a mérsékelt égövi növények is megkapják a szükséges hideghatást, ám elég enyhe a mediterrán növények neveléséhez is (Rómától délre inkább a mediterrán növények nevelése folyik, de dézsás formában, teleltetéssel e termékek is sikeresek az északi országokban). A talaj egész évben nem fagy át, ezért a kitermelés, átiskolázás egész évben folyamatos, ami növeli a faiskolák hatékonyságát. Az olasz faiskolák különösen versenyképesek nagyméretű fák, örökzöldek, dézsás mediterrán növények, különleges virágzó cserjék és különleges nevelési formák (alakfák, növényspirál, ernyők, kordonok, állatformák) előállításában [Schmidt, 2007b]. Bár Olaszország termelési értéke 2007-től kezdődően megelőzi főbb versenytársait, exportja jóval elmarad a holland faiskolákétól

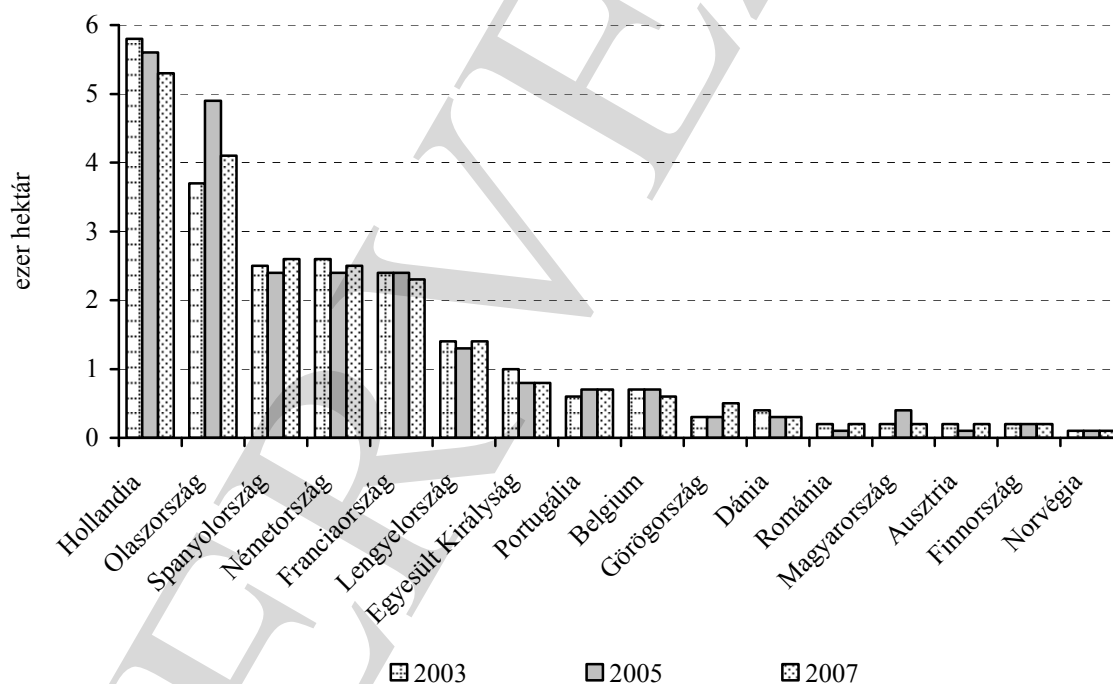
(165 millió euró volt 2008-ban). Az olasz kivitel negyede Franciaországba kerül, de az utóbbi években az olasz faiskolák jelentős mennyiségben adtak el díszfákat, évelőket nemzetközi barkácsáruház-láncoknak, ezáltal termékeiket egész Európában terítették.

Fedett felületek alatti termesztés

Az EU-ban 5-6 tagország (Hollandia, Olaszország, Spanyolország, Németország, Franciaország és Lengyelország) **határozza meg az üvegházi dísznövény-termesztést**, a növényházak háromnegyede ezekben az országokban található. Ugyanakkor a „klasszikus” dísznövény-termesztő tagországokban (Hollandia, Franciaország, Németország, Egyesült Királyság) csökkent az üvegházfelület. **A fedett felület egyedül a mediterrán országokban** (Olaszország, Spanyolország, Portugália, Görögország) **nőtt**, ahol az alig fűtött vagy fűtetlen üvegházakban/fóliasátrakban minimális fenntartási költségek mellett termelnek többnyire dézsás növényeket egész évben (21. ábra).

21. ábra

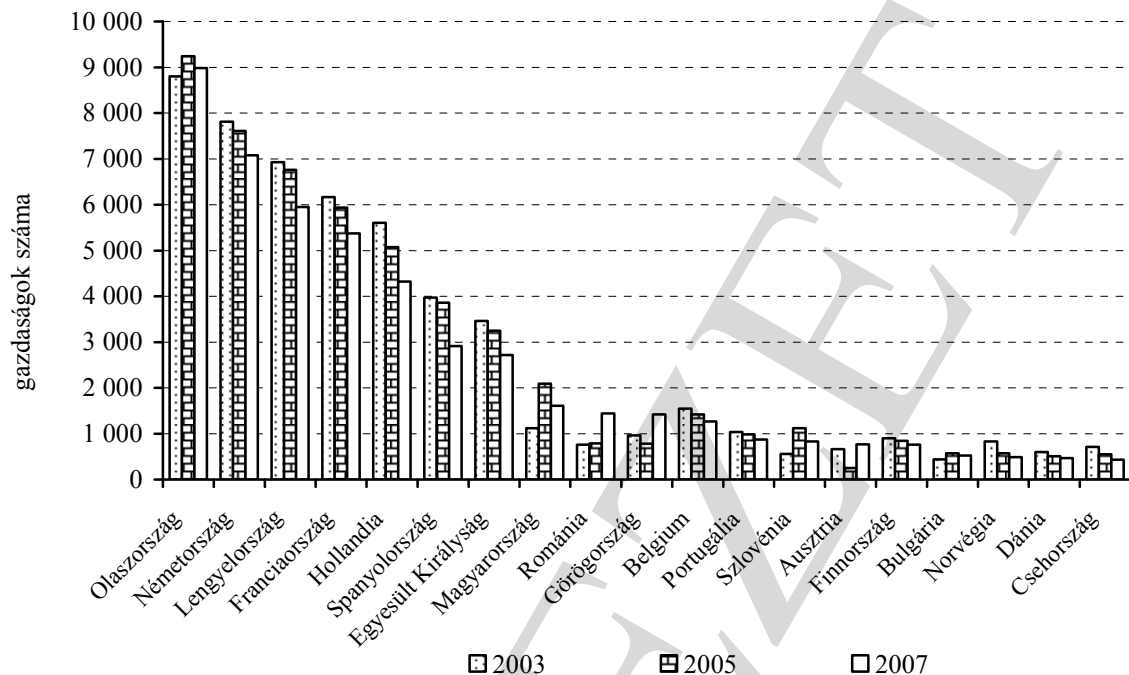
A növényházi dísznövény termesztési területek megoszlása (2003, 2005, 2007)



Forrás: Eurostat

A fedett felületen termelő gazdaságok száma (Olaszország kivételével) az összes termelést meghatározó tagországban csökkent. Ennek oka egyrészt a termelés koncentrálódása (Spanyolország, Franciaország, Lengyelország), másrészt a zöldségtermesztésre való áttérés (Hollandia) (22. ábra).

22. ábra

A növényházakban dísznövényeket előállító gazdaságok száma (2003, 2005, 2007)


Forrás: Eurostat

A legnagyobb gazdaságok egy hektár körüli átlagos üvegházmérettel **Hollandiában és Spanyolországban találhatóak**, ezzel szemben Olaszországban, Németországban és Franciaországban a kisebb, fél hektár körüli gazdaságok a jellemzők (12. táblázat).

12. táblázat

A fedett felületen termelő gazdaságok átlagos mérete (2007)

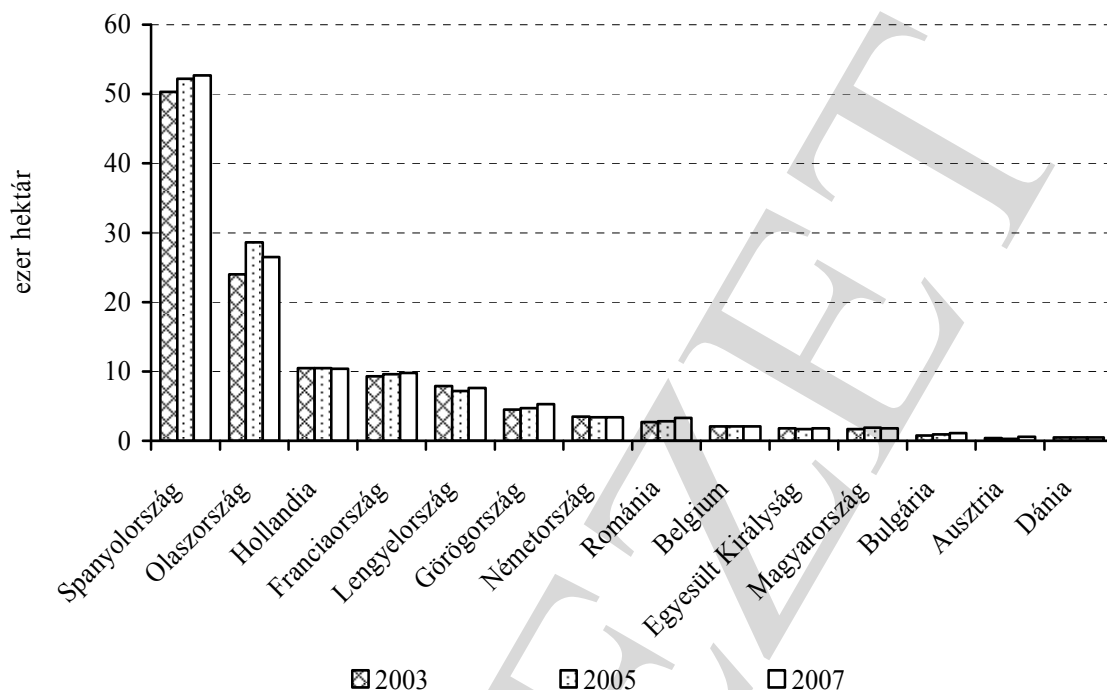
	Terület (ha)	Gazdaságok száma	Terület/gazdaság (ha)
Hollandia	5 330	4 320	1,2
Spanyolország	2 570	2 910	0,9
Olaszország	4 110	8 980	0,5
Franciaország	2 320	5 370	0,4
Németország	2 500	7 080	0,4
Egyesült Királyság	830	2 720	0,3
Lengyelország	1 430	5 950	0,2
Románia	290	1 440	0,2

Forrás: Eurostat

Bár az EU-ban bővült az összes növényházfelület 2003-2007 között, a növekedés kizárólag a mediterrán országoknak, elsősorban Spanyolországban és Olaszországban volt köszönhető. Az északi országokban (Hollandia, Németország, Belgium, Dánia) ezzel szemben csökkent vagy stagnált a fedett felületek aránya (23. ábra).

23. ábra

Az összes növényházfelület megoszlása (2003, 2005, 2007)

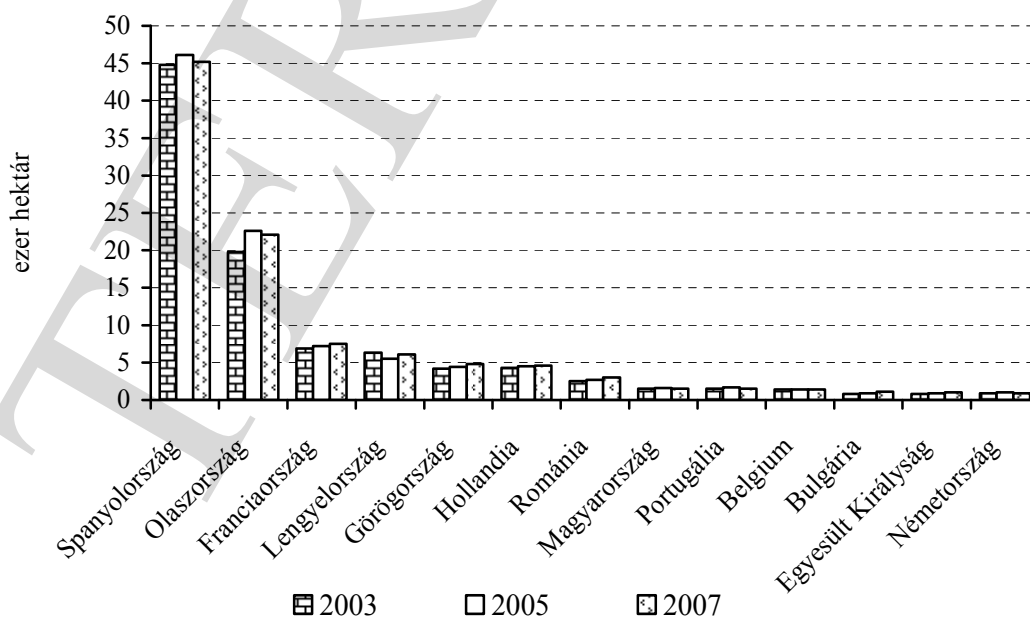


Forrás: Eurostat

A dísnövénytermesztéssel ellentétben a zöldségekkel hasznosított növényházfelület (Dánia kivételével) az összes tagországban nőtt 2003-2007 között. Ebből arra lehet következtetni, hogy elsősorban a holland, angol és német termelők az egyre kevésbé jövedelmező dísnövénytermesztésről a zöldségtermesztésre tértek át (24. ábra).

24. ábra

A növényházi zöldségtermesztés megoszlása (2003, 2005, 2007)



Forrás: Eurostat

Az EU-ban a legnagyobb területen rózsát, krizantémot és gerberát állítanak elő. Bár Észak-Európában közel sem optimálisak a környezeti adottságok a rózsatermesztéshez, elsősorban a holland termesztők képesek olyan kiváló minőségű vágott rózsza előállítására, amely magasabb áron értékesíthető, mint a harmadik országokból érkező áru (13. táblázat).

13. táblázat

Az EU-ban a legnagyobb területen előállított vágott virágok

Ország	A legnagyobb felületen termesztett vágott virágok (szabadföldi és fedett)
Németország	Rózsza, krizantém, gerbera, tulipán, virágzöld
Spanyolország	Szegfű, rózsza, kardvirág, krizantém, liliom, írisz
Franciaország	Rózsza, szegfű, tulipán, kardvirág, krizantém, virágzöld
Olaszország	Rózsza, szegfű, gerbera, krizantém, kardvirág, virágzöld
Hollandia	Rózsza, krizantém, tulipán, liliom, gerbera, orchidea, frézia
Egyesült Királyság	Nárcisz, kardvirág, krizantém, inkaliliom, szegfű, frézia, írisz
Lengyelország	Rózsza, gerbera, szegfű, krizantém, frézia, flamingóvirág

Forrás: CBI, 2008

Az egyre magasabb termelési költségek miatt a vágottvirág-termesztés jövedelmezősége folyamatosan csökken, az európai termesztőknek egyre élesebb konkurenciaharcban kell megállniuk a helyüket az afrikai és dél-amerikai gazdaságokkal szemben. Ennek eredményeképpen a kommersz vágott virágokat termelő vállalatok száma folyamatosan csökken. Jó példája ennek a folyamatnak a holland rózsatermesztés alakulása az elmúlt években: a gazdaságok száma és a termőterület folyamatosan csökkent 2001-2007 között, ugyanakkor a gazdaságok átlagos mérete nőtt. Mindemellett a termelés hatékonyságát a nagyobb üzemméret ellenére sem tudták tovább növelni (14. táblázat).

14. táblázat

Az üvegházi rózsatermelés alakulása Hollandiában (2001-2007)

	Vállalkozások száma	Termesztési terület (ha)	Átlagos üzemméret (ha)	Összes termelés* (millió szál)	Termelés/hektár (millió szál/ha)
2001	689	921	1,3	1,9	2,04
2002	628	907	1,4	1,8	1,96
2003	574	853	1,5	1,8	2,06
2004	530	848	1,6	1,7	2,01
2005	470	780	1,7	1,7	2,12
2006	425	754	1,8	1,5	2,00
2007	356	652	1,8	1,4	2,15

Forrás: CBI, 2008

* Az aukciós piacokon keresztül értékesített mennyiség.

A holland virágtermelők jelenleg is elsősorban gázfelhasználásra alapozva termelnek, a hollandiai gázfogyasztás 10%-át az ágazat használja fel. Kormányzati célkitűzés, hogy 1980-hoz képest 65%-kal kellene csökkenteni az üvegházak energia-felhasználását 2010-ig (ebbe a programba kutatók és jelentős pénzintézetek is beszálltak) és sikerült is kidolgozni és létrehozni egy energiatermelő üvegház prototípusát, ami részben földhő hasznosítással energiát állít elő felhasználás helyett. Az ilyen technológiák magas beruházásigénye miatt azonban évtizedekig tart, míg az egész ágazatban elterjednek e megoldások. Addig az emelkedő energiaárak miatt a termelők számára még mindig jelentős költségtényező marad a fűtés [Eenennaam és Soesman, 2008].

A fejlődő országok importnyomásának hatására a vállalatok elsősorban a hosszabb távolságra drágábban szállítható cserepes dísznövények előállítására helyezték a hangsúlyt. Így pl. Hollandiában 5%-kal csökkent a vágott virágot előállító gazdaságok száma 2006-2007 között, ugyanakkor szintén 5%-kal nőtt a cserepes növények termelési értéke. A gazdaságok száma csökkent 2006-2007 között, ami a termelés további koncentrációjára utal. A Hollandiában lezajló folyamatokhoz hasonló tendencia figyelhető meg Németországban és Dániában is [AIPH/Union Fleurs, 2007].

A kedvezőtlen adottságok ellenére sikeres termelés egyik mintapéldája Dánia, ahol összesen 340 hektáron (tehát mindössze 100-120 hektárral nagyobb területen, mint Magyarországon) termesztettek dísznövényeket 2008-ban (15. táblázat). A cserepes dísznövények a dán kertészek legfontosabb termékei, a meghatározó kultúrák a rózsa, a korallvirág, a harangvirág és a hibiszkusz. A cserepes virágzó növények 71%-ban részesednek az összes üvegházfelületből, az előállított áru 75%-át exportálják. Ennek megfelelően a dísznövényágazat 1,6 milliárd DKK (kb. 60 milliárd Ft) forgalmának 82%-a exportból keletkezett 2008-ban.

15. táblázat

Az üvegházfelületek hasznosítása Dániában (2003-2008)

Me.: hektár

Megnevezés	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vágott virág és virágzöld	8,9	7,1	6,5	6,2	6,2	5,3
Cserepes levéldísznövények	39,1	46,6	44,9	40,2	40,2	39,5
Cserepes virágzó növények	257,9	268,4	243,9	259,7	246,8	242,7
Egy- és kétnyári növények, fiatal növények és dugványok	49,1	40,3	31,4	36,9	34,8	32,6
Szaporítóanyagok	14,8	15,1	20,5	17,5	18,1	19,8
Használaton kívüli üvegházfelület	12,1	9,2	17,4	14	11,5	16,2
Dísznövények összesen	369,9	377,6	347,2	360,5	346,1	339,9

Forrás: Statistics Denmark adatbázisa

A dán dísznövénykertészek több szempontból is versenyhátrányban vannak az EU déli tagállamaival szemben. A magas energia- és bérköltségek, illetve a kertészeti termékek stagnáló piaci árának következtében folyamatosan csökkent a gazdaságok jövedelmezősége. Mindezek hatására egyrészt csökkent az üvegházfelület az elmúlt években, másrészt koncentráltabbá vált a termelés, a termelők száma folyamatosan csökken, míg a megmaradó gazdaságok mérete nőtt.

Mivel a cserepes növények szállítása drága, a termelés helyszíne egyelőre még nem helyeződött át a legnagyobb felhasználóktól (Németország, Egyesült Királyság, Hollandia) távoli országokba. Ebből adódóan a dán kertészek nem ítélik kilátástalannak a helyzetüket, sokkal inkább az innovációban, az összefogásban és az exportpiacok bővítésében látják a túlélésüket.

A dán dísznövények marketingjét a termelők és a kereskedők tulajdonában lévő *Floradania* szervezet koordinálja, amely piackutatásokat készít, kiállításokat szervez, továbbá heti marketing- és árinformációt állít össze a tagoknak és bemutatótermet tart fenn. Emellett a termékek piacra jutását és népszerűsítését a kertészeti marketing tanács is segíti, az előírt jogszabályok alapján. A termelők forgalmuk 2,75%-ával járulnak hozzá a marketing tanács költségeihez, továbbá a növényvédőszer adójának egy részéből (a másik részt a kertészeti kutatások finanszírozására különítik el) az állam évente mintegy 800 ezer eurót juttat vissza a marketing tanácsnak.

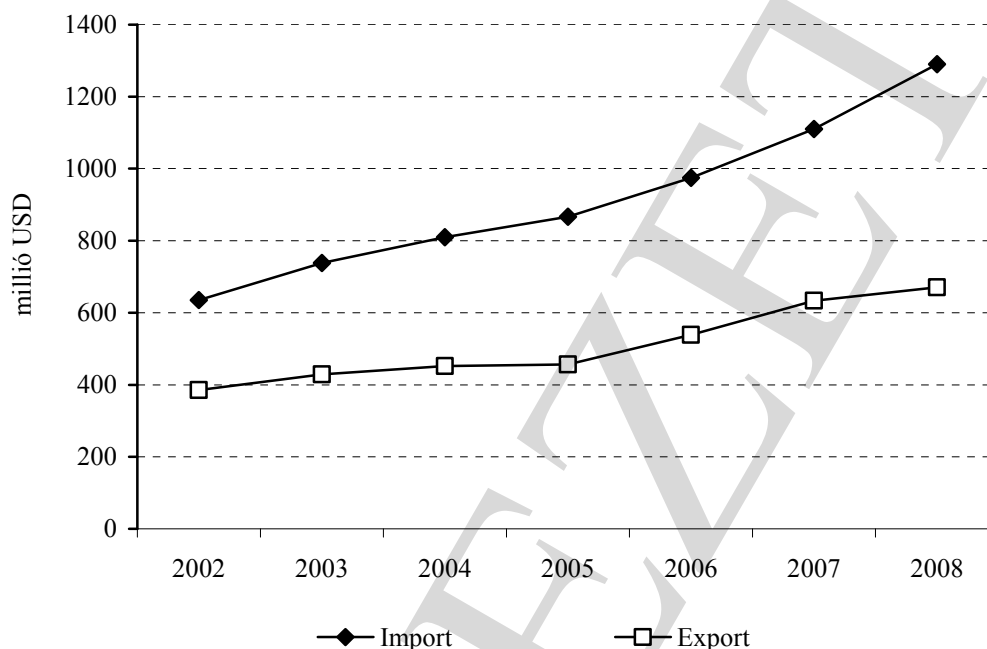
Jelenleg három termelői csoport (*Living Colours*, *Lady Bird Flowers*, *Fools 4 Flowers*) működik, amelyekbe a közel azonos méretű kertészek termelői tömörülnek. Az egyes csoportok azonos arculattal jelennek meg, közös marketing stratégiát követnek, és közös honlapot működtetnek [Biza, 2010].

2.3.2. Kereskedelem

Az EU a világ legnagyobb vágott virág exportőre és az USA után a második legnagyobb importőre is egyben. A globális dísznövény kereskedelmet az EU és az USA határozza meg abból adódóan, hogy mind az EU, mind az USA esetében nagy a saját felhasználás, fejlett a logisztika és az infrastruktúra, emellett itt található a fajtanemesítés központjai is. **Hollandia nem csupán az EU kereskedelmi és logisztikai központja, hanem egyre bővülő kereskedelmével (a vágott virágok esetében) az USA-val együtt az egész világkereskedelmet meghatározó ország is egyben** (25. ábra).

25. ábra

**Az EU-27 vágottvirág-kereskedelme 2002-2008 között
(extra-EU)**

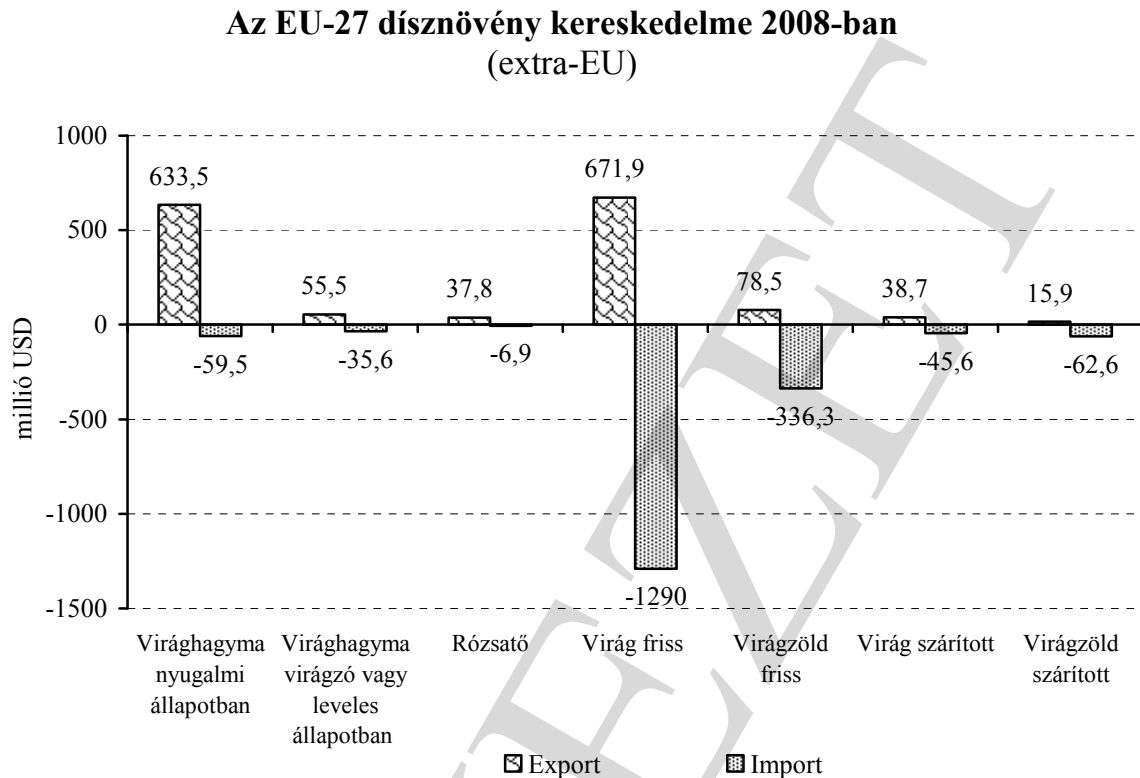


Forrás: UN Comtrade

Az EU legfőbb exporttermékei a vágott virág és a (nyugalmi állapotban lévő) virághagyma. Az EU mindössze a virághagymák és a rózsatövek esetében volt nettó exportőr 2008-ban. A vágott virág export célországai elsősorban az Szovjet Utódállamok és Svájc, vegetatív állapotú virághagymákat pedig a legnagyobb értékben az USA-ba és Japánba exportált.

Az EU legfontosabb importterméke szintén a friss vágott virág, amelynek az importértéke 1,3 milliárd USD volt 2008-ban. A legfontosabb beszállító országok Kenya, Ecuador, Kolumbia, Etiópia és Izrael, amelyek az összes importból 83%-ban részesednek. Vágott virágzöldet a legnagyobb értékben az USA-ból és Costaricából importál az EU (26. ábra).

26. ábra



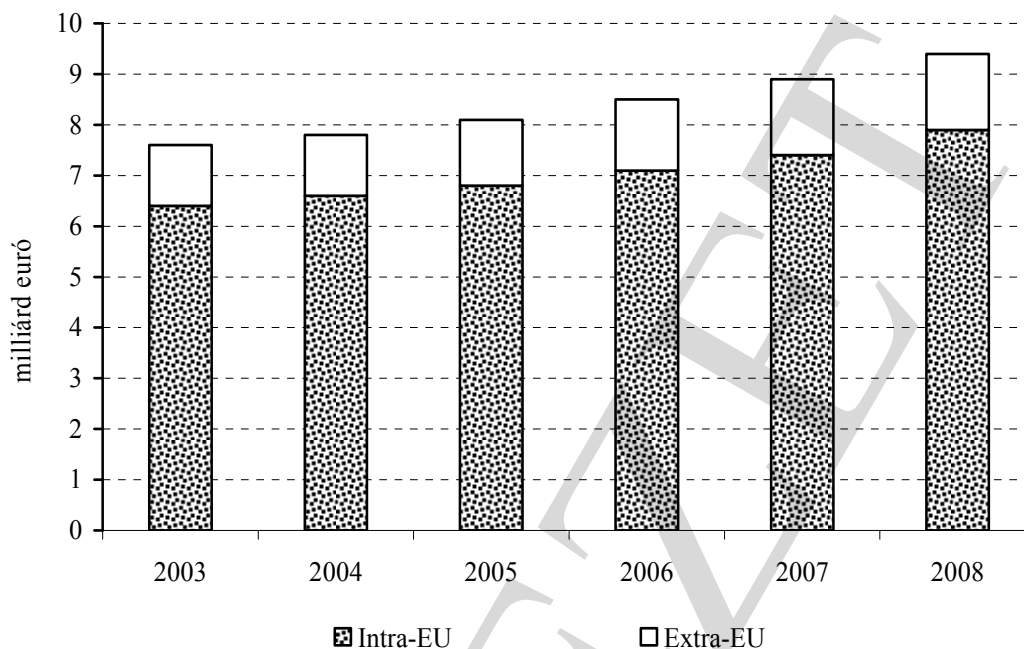
Forrás: UN Comtrade

Import

Az EU-ban a magas felhasználás mellett (a vágott virágokat kivéve) nagymértékben a saját termelésből származó dísznövényeket használják fel. Az EU összesen 9,4 milliárd euró értékben importált élő növényeket 2008-ban, az összes behozatal 84%-a azonban intra-EU forgalom volt. Mind a belső behozatal, mind pedig a harmadik országokból érkező import értéke folyamatosan bővült 2003-2008 között. Ugyanakkor a behozatal mennyisége a tagországok közötti kereskedelem esetén nagyobb ingadozást mutatott az elmúlt hat évben (27. és 28. ábra).

27. ábra

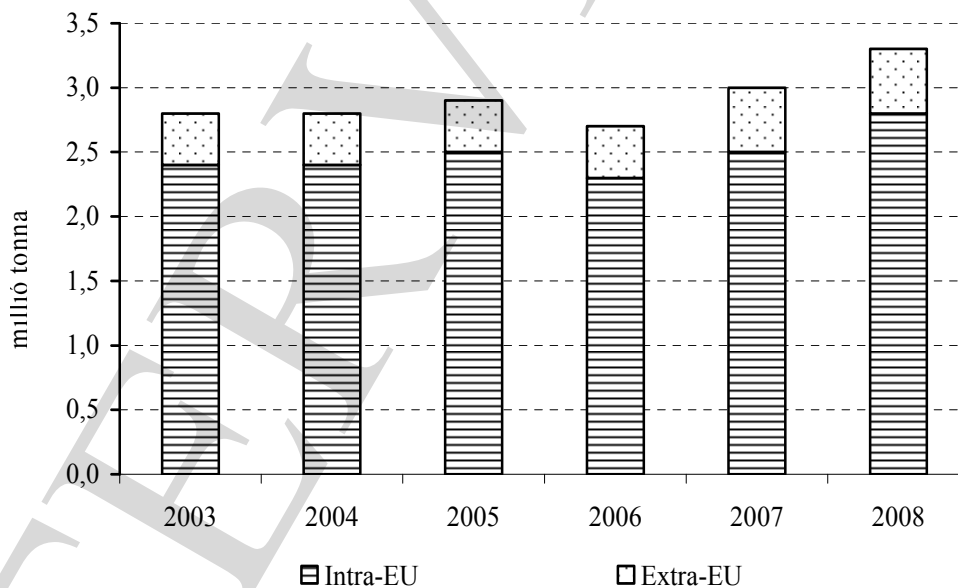
Az EU-27 élőnövény-importjának² értéke (2003-2008)



Forrás: Comext, Eurostat adatbázis

28. ábra

Az EU-27 élőnövény-importjának mennyisége (2003-2008)

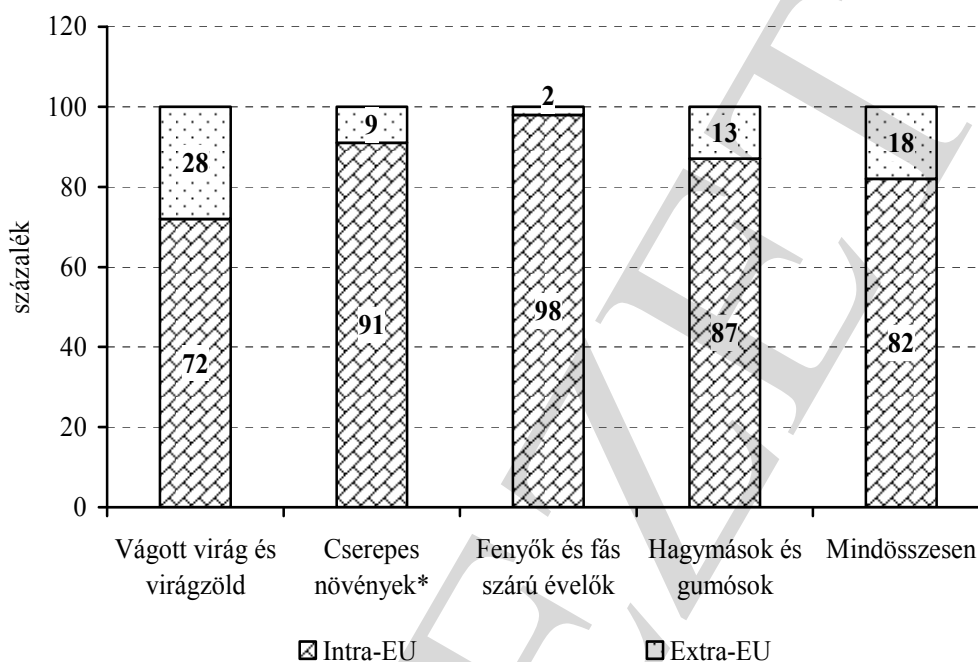


Forrás: Comext, Eurostat adatbázis

Az EU összes behozatalából a faiskolai (98%) és a cserepes növények (91%) esetében a legmagasabb az intra-EU kereskedelemről származó dísznövények aránya, míg a vágott virágok behozatalából mindössze 72%-ban részesednek az EU országai (29. ábra).

² Az élő növények (HS 06) árucsoport meghatározó részét a dísznövények és dísznövény-szaporítóanyagok teszik ki.

A harmadik országból származó import részesedése néhány dísznövénytermékcsoport esetében 2008-ban



Forrás: European Commission, 2009

* Szoba-, kerti- és balkonnövények

Az EU-ban Németország, az Egyesült Királyság és Franciaország voltak a legnagyobb dísznövény felhasználók 2008-ban. A vágott virágok esetén az intra -EU export 24%-a Németországba, 17%-a az Egyesült Királyságba és 13%-a Franciaországba irányult. A saját előállítású cserepes növények 22%-át Németország, 14%-át Franciaország és 8%-át az Egyesült Királyság importálta. A faiskolai termékeknél szintén Németország (19%), Franciaország (16%) és az Egyesült Királyság (12%) a legnagyobb felvevőpiac. A hagymások és gumósok esetében szintén Németországba (13%), Franciaországba (7%) és az Egyesült Királyságba érkezik a legtöbb növény.

Németországban a dísznövények kiskereskedelmi forgalma 2008-ban 8,9 milliárd euró volt, ebből 36% a vágott virágokra, 20% a szobanövényekre, a fennmaradó 44% a kerti növényekre (egynyári és balkonnövények, díszfák és cserjék) jutott. **Németország dísznövényből inkább importőr mint exportőr:** 2008-ban a vágott virágok importja 1,13 milliárd eurót, a faiskolai termékeké 1,01 milliárd eurót, a cserepes virágoké 880 millió eurót ért el. Ezzel szemben a vágott virágok exportértéke 78 millió, a faiskolai termékeké 455 millió, a cserepes növényeké 319 millió euróra rúgott. Bár Németországot a világ vezető vágottvirág-importőrei között tartják számon, a belső termelés aránya (19%) a fogyasztásból 2000 óta stabilnak mutatkozik. A szobanövényeknél ez az arány magasabb, 40% körüli, azonban csökkenő tendenciát mutat. **A kerti növények kereslete dinamikusán bővül,** és a válságban is csak enyhe visszaesést szenvedett el. A kerti növények felhasználásának 75-85%-át Németországban állítják elő.

Az EU-ba számos fejlődő és feltörekvő ország kedvezményes vámtarifával exportálhat dísznövényeket. A csökkentett vámtarifákat az általános Preferenciarendszer (*GSP – General System of Preferences*) határozza meg, amely különböző vámtétel-kedvezményezetti csoportokba sorolja az országokat. A dísznövény-kereskedelem szempontjából az a három, a fejlődő (SPG) országokat tömörítő csoport érdemel említést, amely az EU legfontosabb dísznövény beszállító országait tartalmazza:

- SPGA: A legkevésbé fejlett országok, amelyek a GSP-be tartoznak (pl. Etiópia, Uganda)
- SPGE: Azok a dél-és közép-amerikai államok, amelyek vállalják a drogtermesztés elleni fellépést (pl. Kolumbia, Ecuador)
- SPGL: Azok az SPG-be tartozó országok, amelyeket nem foglalnak magukba az SPGA és az SPGE csoportok (pl. Kína, India, Kenya, Oroszország, Ukrajna)

Az EU-ba a legnagyobb mennyiségben vágott virágokat exportáló afrikai és dél-amerikai országok valamelyik kedvezményezetti csoportba tartoznak, ennél fogva (kivéve Kenyát) vámmentesen szállíthatnak az EU-ba. Ehhez hasonlóan a világ legnagyobb szárított virág exportőrei is csökkentett vámtarifával exportálhatnak: az általános 10% helyett Kenya 6,5% vámot fizet, Izrael pedig vámmentesen exportálhat. Az egyéb módon tartósított virágzöldek ezzel szemben már nem exportálhatók vámmentesen, a legnagyobb beszállítók 7,4%-os vámtarifával szállíthatnak az EU-ba (16. táblázat).

16. táblázat

A dísznövényekre alkalmazott nemzetközi vámtételek

Kód	Termékcsoport	Általános vámtarifa (%)	Kedvezményes vámtarifa (%)	
60110	Hagymások nyugalmi állapotban	5,10	Chile	0
			Izrael	0
60120	Hagymások hajtattott (orchidea, jácint, nárcisz és tulipán)	9,60		
602400090	Rózsató	8,30	Uganda	0
60310	Friss vágott virág (rózsa, szegfű, orchidea, krizantém)	8,50	Kolumbia	0
			Ecuador	0
			Kenya	5,00
			Etiópia	0
604919090	Friss virágzöld	2,00		
60390	Szárított virág	10,00	Kenya	6,50
			Izrael	0
6049910	Virágzöld szárítva	0,00		
6049990	Virágzöld egyéb módon tartósítva	10,90	Kína	7,40
			India	7,40
			Kenya	7,40

Forrás: TARIC adatbázis

Abból adódóan, hogy a dísznövények nem élelmiszer jellegű kertészeti termékek, nem vonatkoznak rájuk kötelező minőségi szabványok. Ennek ellenére

számos, a termelők és a kereskedők által önkéntesen alkalmazott minőségtanúsító rendszer működik, amelyek alapvetően a környezettudatos termelés és a tisztességes kereskedelem irányába mutatnak. A holland dísznövénytermesztés az ökológiai gazdálkodás előretörésével az 1990-es évekre elvesztette a jó megítélését, a legtöbben környezetrombolónak, nem fenntarthatónak tartották. Ebből kiindulva dolgozták ki az MPS (*Milieu Project Sierteelt*) minőségtanúsító rendszereket, amelyek az ökológiailag fenntartható módon, környezettudatosan előállított termékeket teszik felismerhetővé. Mivel a fejlődő országokban előállított dísznövények egyre nagyobb arányban részesednek az EU kereskedelméből, az önkéntes minőségtanúsító rendszerek másik csoportja a szociális és etikai standardok betartására, illetve a tisztességes kereskedelmi gyakorlat alkalmazására összpontosít, ezek közül a leggyakrabban alkalmazottakat az FLO (*Fair Trade Labelling Organizations International*) működteti. Ezen túlmenően a dísznövénytermesztésre GlobalGap rendszert is kidolgoztak, amely az előbbieken említett két súlypontot egyesíti. A GlobalGap tanúsítványhoz egyre több, a termelő országokban alkalmazott nemzeti rendszer igazodik, így pl. a kolumbiai Florverde és a holland MPS-GAP tanúsítványok teljes egészében kompatibilisek a GlobalGap rendszerrel.

Az **MPS-rendszert** Hollandiában hozták létre 1993-ban azzal a céllal, hogy minőségi tanúsítványok által javítsanak a dísznövény ágazat megítélésén, amely addigra a legtöbb vásárló szemében az egyik legkörnyezetkárosítóbb ágazatnak számított. Egy évvel később már több mint ezer termelő csatlakozott a rendszerhez, amelyben környezettudatos termelés mértékének megfelelően A, B és C osztályokba sorolták a termesztőket. Ezt követően, 1995-ben az MPS rendszer lett a holland virágaukciók hivatalos minőségtanúsító rendszere és ma már a legtöbb dísznövénytermelő országban (pl.: Kenya, Ecuador, Izrael) alkalmazzák. Az MPS-rendszer ma már az energiahatékonyságra, CO₂-felhasználásra és a megfelelő munkakörülmények betartására is tartalmaz standardokat [Faber, 2008].

Az MPS számos minőségtanúsító tanúsítványt állít ki a termelők és a kereskedők számára:

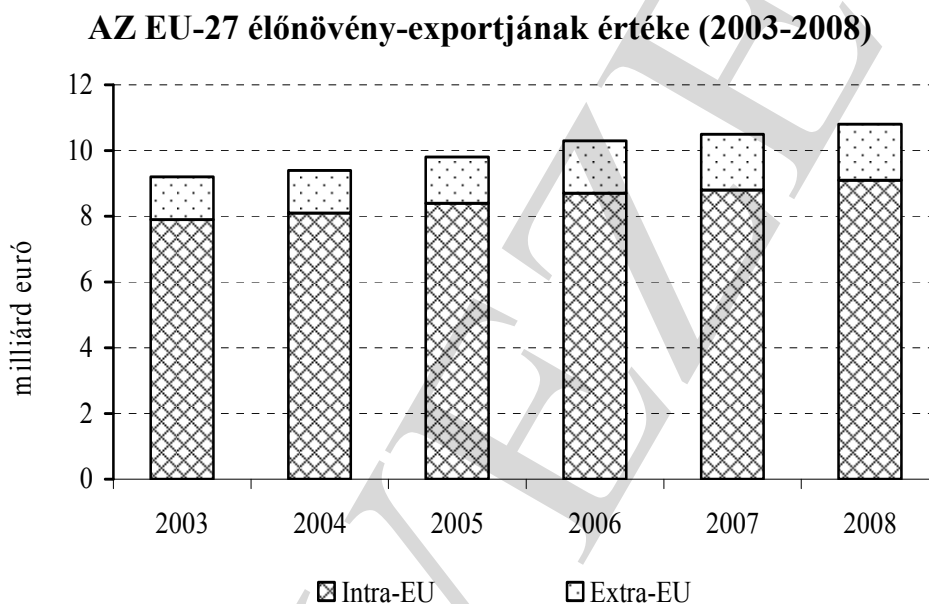
- MPS-Florimark production
- MPS-ABC
- MPS-Socially Qualified
- MPS-GAP
- MPS-Quality
- ETI (Ethical Trading Initiative)
- ISO9001:2008

A németországi székhelyű FLO a tisztességes kereskedelemre vonatkozó minőségtanúsító rendszereket (pl. Max Havelaar) fogja össze, jelenleg 24 szervezetet foglal magába. Amellett, hogy a szervezet folyamatosan ellenőrzi és felülvizsgálja az általa működtetett rendszereket, segítséget nyújt a helyi termesztőknek, hogy csatlakozzanak valamelyik minőségtanúsító rendszerhez a könnyebb piacra jutás érdekében. Világszerte már 16 országban alkalmazzák FLO minőségtanúsító rendszereket, többek között Kenyában, Kolumbiában és Ecuadorban.

Export

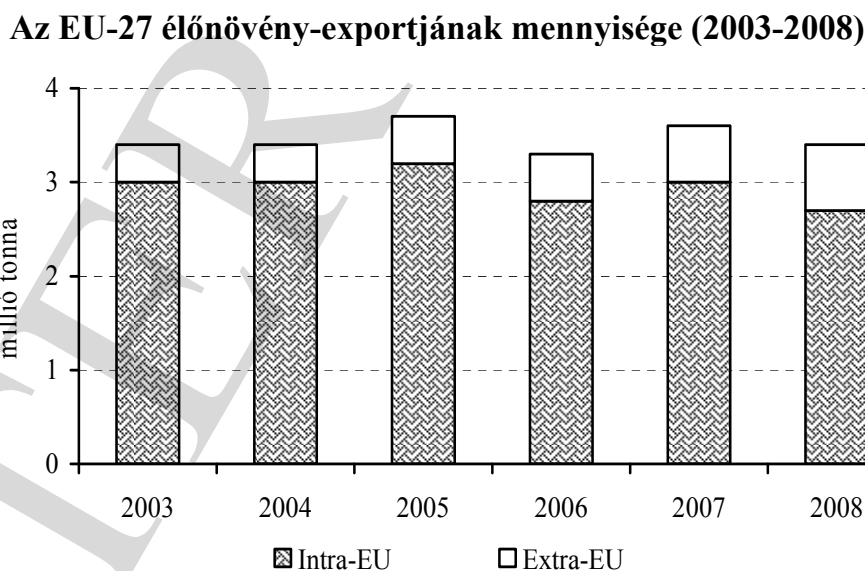
Az EU összesen 10,8 milliárd euró értékben exportált élő növényeket 2008-ban, az export 84%-a azonban az EU tagországokba irányult. Mind az intra-, mind az extra-EU export értéke folyamatosan bővült 2003-2008 között. Az élőnövény-behozatalhoz hasonlóan a kivitel tekintetében is elmondható, hogy az EU tagországokba exportált növények mennyisége erősebben ingadozott az elmúlt években, mint a harmadik országokba irányuló kivitel mennyisége (30. és 31. ábra).

30. ábra



Forrás: Comext, Eurostat adatbázis

31. ábra

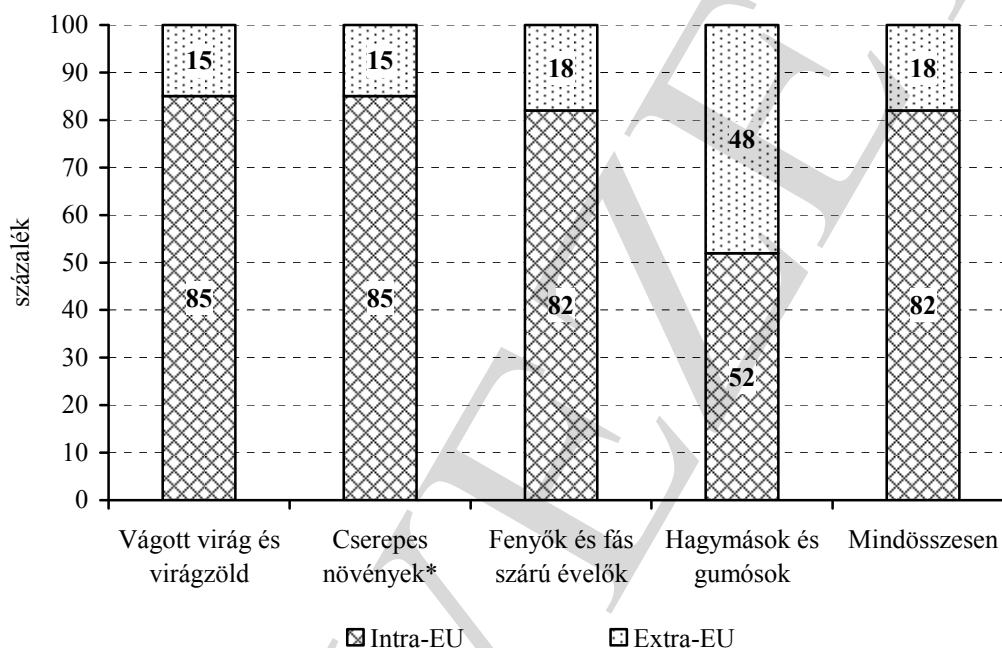


Forrás: Comext, Eurostat adatbázis

Az EU-ban a hagymások és gumósok esetén a legmagasabb (48%) a harmadik országokba irányuló export, ezzel szemben a vágott virágok, cserepes növények és faiskolai termékek összes exportjának 82-85%-át a tagországok közötti kereskedelem teszi ki (32. ábra).

32. ábra

Az extra-EU export érték szerinti részesedése néhány dísznövény termékcsoport esetében (2008)



Forrás: European Commission, 2009

* Szoba-, kerti- és balkonnövények.

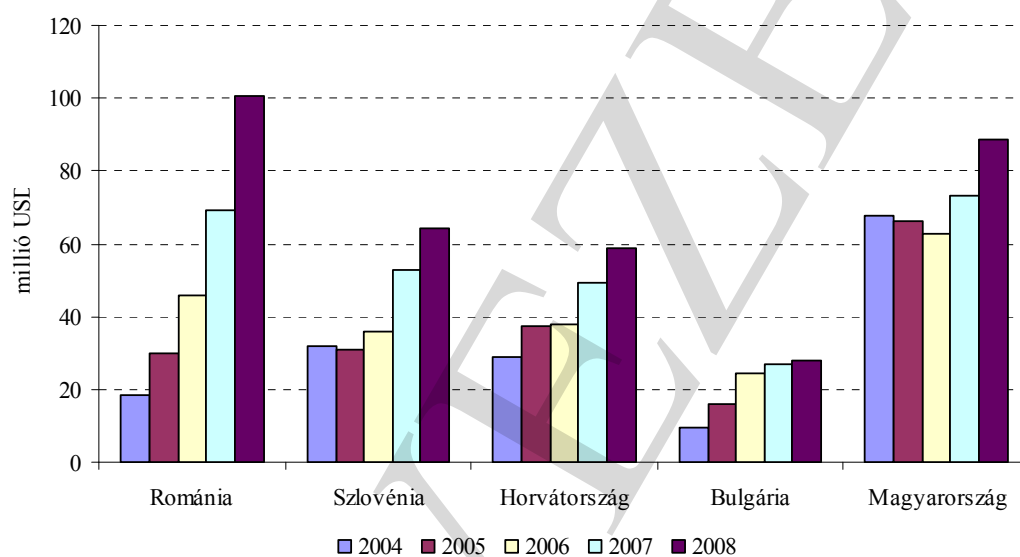
Az EU-ban **Hollandia a fő elosztó ország, innen származik az intra-EU export 58%-a.** Hollandia az összes termékcsoport esetében kulcsszerepet tölt be, minden EU-tagország belső piacán legnagyobb beszállítóként jelenik meg. Így pl. a vágott virágok 61%-a Hollandiából érkezett a többi uniós tagországba 2008-ban. Második és harmadik legnagyobb beszállítóként Olaszország és Belgium mindössze 2,5%-ban és 1,7%-ban részesedtek az intra-EU kereskedelemről. A cserepes szoba-, kerti- és balkonnövények esetében szintén Hollandiából származott a termékek 53%-a, további fontos exportőrök Németország (9%), Dánia (8%), Belgium (7%) és Olaszország (6%). A faiskolai termékek esetében a termékek 52%-a származott Hollandiából, 17%-a Olaszországból, 9%-a Dániából és 7%-a Belgiumból. A gumósok és hagymások 74%-a szintén Hollandiából származott, második és harmadik legnagyobb termelőként Németország 5%-ban, Belgium pedig 3%-ban részesedett a kereskedelmi forgalomból.

A magyarországi dísznövénytermesztők számára kiemelkedő lehetőséget jelent a szomszédos, illetve a közeli országok dinamikus fejlődő gazdasága. A növekvő életszínvonallal Romániában, Szlovéniában és Horvátországban bővült a legnagyobb mértékben a dísznövények iránti kereslet, ezeknek az országoknak mindegyike nettó dísznövény-importőr.

A dísznövénytermesztés egyik dél-keleti országban sem tartozik a stratégiaileg fontos ágazatok közé, ezért a saját termesztés egyik esetben sem képes fedezni a dísznövények iránt robbanásszerűen megnövekedett igényt. Ebből adódóan **ezek az országok hosszútávon is perspektivikus piacot jelentenek a magyar dísznövénykertészeti termékeknek**. Az elmúlt években **Románia élőnövény-importja bővült a legnagyobb mértékben**, az import értéke mintegy ötszörösére nőtt 2004-2008 között (33. ábra).

33. ábra

A környező országok és Magyarország élőnövény-importja (2004-2008)



Forrás: UN Comtrade

Az elaprózott területeken, korszerűtlen berendezésekben folytatott termesztés egyik termékcsoport esetén sem tudja tartani a lépést a kereslet folyamatos bővülésével. Ennek megfelelően a **szaporítóanyagok** 95%-a importból származik, a legnagyobb importőrök Hollandia, Olaszország és Magyarország. A behozatal egyaránt kiterjed a vágott virágok (elsősorban krizantém), az egynyári és balkonnövények, a faiskolai termékek és a hagymás növények szaporítóanyagaira. A **vágott virágok** 90%-a importból származik, egyedül krizantémet termesztnek nagyobb mennyiségben. Az összes vágottvirág-behozatal fele Hollandiából érkezik. A **cserepes növények** esetén szintén nagyarányú az import, a hazai dísznövénytermesztő szövetkezetek megszűnésével Hollandia lett a legnagyobb beszállító. A magyar dísznövénykertészek számára a **faiskolai termékek** kínálják a legnagyobb lehetőségeket: a folyamatosan bővülő igények mellett a saját termesztés mindössze 20%-a az összes forgalomnak. A legnagyobb mennyiségben Magyarország (67%), Olaszország (14%) és Hollandia exportál faiskolai termékeket [Díznövény Szövetség és Terméktanács, 2008].

A dísznövénykertészet Romániában nem számít stratégiaileg fontos területnek, ezért a közeljövőben nem valószínűsíthető a termesztés fellendülése. A román piac ebből adódóan hosszú távú perspektívát jelent a magyar termékeknek.

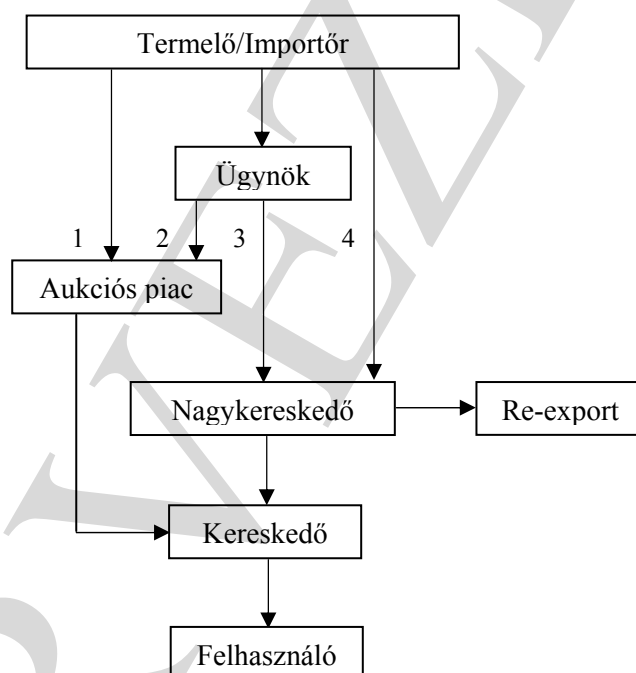
2.3.3. A virágkereskedelem szerveződése és szereplői az EU-ban

A termelők által előállított, illetve harmadik országokból importált dísznövények az EU-ban jellegzetesen négy kereskedelmi csatornán keresztül juthatnak el a felhasználóig (34. ábra):

1. Az aukciós piacokon keresztül;
2. Ügynökökön át az aukciós piacokon és nagykereskedőkön keresztül;
3. Ügynökökön át a nagykereskedőkön keresztül;
4. Importáló nagykereskedőkön/importcégeken keresztül.

34. ábra

Díznövény-értékesítési csatornák az EU-ban



Forrás: CBI, 2008

Bár a legnagyobb árumennyiséget jelenleg is az aukciós piacokon keresztül értékesítik, egyre nagyobb a szerepük az alternatív kereskedelmi csatornáknak. Így pl. az aukciós piacokat megkerülve bővül a nagykereskedők részesedése, akikhez vagy közvetlenül a termelőktől/exportőröktől, vagy ügynökökön keresztül jut el az áru. Ez különösen a virágzöld esetében igaz, amelyet elsősorban arra specializált kereskedők importálnak és értékesítenek tovább.

Aukciós piacok

Míg a legtöbb friss termék esetén a kiskereskedelem által igényelt nagy mennyiségű, homogén tételek egyesítése a nagykereskedelem célja, addig a dísznövény kereskedelemben a kínálat koncentrációja az aukciós és nagybani piacok elsődleges feladata. **Az aukciós piacok ezen felül rendkívül hatékony kereskedelmi központokként működnek,** ahol a vásárlók egyrészt közvetlenül találkoznak a

kínálattal, másrészt azonnal felmérhetik az áru minőségét, és annak pillanatnyi árát. A folyamatosan csökkenő árát jelző óra pedig behatárolja az egy tételre tehető licitálás időtartamát, ezáltal egyben nagyon gyors kereskedelmi forma is.

A holland termelők többnyire egy-két termék előállítására specializálódtak, ebből adódóan nagyon sérülékenyek a kínálati oldallal szemben. Erre reagálva jöttek létre a termelők kezdeményezésére – elsőként Hollandiában – az aukciós virágpiacok, amelyek jelenleg is termelői tulajdonban lévő szövetkezetekként működnek. A tagoknak 100%-ban az aukciókon keresztül kell értékesíteniük, a piacoknak cserébe pedig kötelező átvenniük a tagoktól az összes beérkezett árut. Bár az aukciós rendszerrel csökkent a nyomott árak alkalmazásának veszélye, viszonylagos hátrányt jelent, hogy a termelők már nincsenek közvetlen kapcsolatban a vevőkkel, ezért csak áttételesen tudják nyomon követni a vásárlói igények változását.

A virágaukcióna érkező áru egyrészt a vásárcsarnokban az aukción keresztül, másrészt a közvetítő irodán keresztül jut el a vevőkhöz:

a. A virágaukción

Az eladásra érkező áru a piac előkészítési csarnokába érkezik meg, ahol a piac minőségi ellenőrei tételesen átvizsgálják és az érettségnek és minőségi standardnak megfelelően csoportosítják azt, illetve eltávolítják a kórokozókat hordozó növényeket. Az árumozgást a későbbi elszámolás érdekében mindvégig elektronikusan rögzítik. Az így rendezett árut ezt követően targoncán szállítják az eladási csarnokba, ahol az értékesítés egy folyamatosan csökkenő árát mutató óra által történik. A megvásárolt áru visszakerül a piac logisztikai részlegébe, ahol minden vevő számára összeállítják a vásárolt tételket.

b. A közvetítő iroda

A közvetítő iroda a termelőket/kereskedőket köti össze közvetlenül a vásárlókkal, különösen a nagy, homogén árumennyiséget igénylő kiskereskedelmi láncok esetében van jelentősége. Az importarány növekedésével a közvetítő irodák szerepe is folyamatosan nő, az importált vágott virágok 15%-át már e csatornán keresztül értékesítik.

Az EU-ban a holland aukciós piacok a legnagyobbak, a Hollandiában termesztett dísznövények 80-90%-át, az import 60%-át ezeken a csatornákon keresztül értékesítik. Az EU-ban értékesített dísznövények 30-40%-a áthalad az aukciós piacok egyikén. Ebből adódóan a virágaukciónok egyrészt elosztó központok szerepét töltik be mind az EU-ban előállított, mind pedig a fejlődő országokból érkező áru számára. E kereskedelmi központoknak ezen felül ármeghatározó szerepük is van, a virágaukción kínált árak általában az egész EU-ban mérvadóak [CBI, 2008].

A kiskereskedelmi láncok részesedésének növekedésével egyre nagyobb az aukciós piacokat megkerülő, úgynevezett „közvetlen értékesítés” aránya. Míg a

kisboltok és virágüzletek továbbra is az aukciós piacokon vásárolnak, addig a kiskereskedelmi láncok – amelyek már 25-30%-ban részesednek a kiskereskedelmi forgalomból – egyre nagyobb mértékben nagykereskedőktől vagy közvetlenül a termelőktől (akár Afrikából vagy Kolumbiából) vásárolnak, hiszen nekik egyszerre nagy mennyiségű, egységes árura van szükségük. Szintén az aukciós piacok ellen hat, hogy az EU mellett az összes, a dísznövénytermesztést meghatározó országban egyre nagyobb mértékben koncentrálódik a termelés. Így a kisebb aukciós piacok egyre nehezebben tudják kezelni a beérkező árumennyiséget. A kínálati és a keresleti oldal koncentrálódása tehát egyre nagyobb kihívást jelent az aukciós piacok számára, amelyek forgalma az elmúlt években gyakorlatilag stagnált. Ezekre a folyamatokra reagálva 2008-ban egyesült a Floraholland és az Aalsmeer-i aukció. A két legnagyobb aukciós piac egyesítésével egy erősebb, hatékonyabban működő és nagyobb árukínálattal rendelkező szervezet létrehozása volt a cél (17. táblázat) [Market News Service UNCTAD/WTO, 2007].

17. táblázat

A vágott virágok forgalmának* alakulása a holland aukciós piacokon (2003-2007)

Millió EUR

Megnevezés	2003	2004	2005	2006	2007
FloraHolland	1 297	1 297	1 317	1 385	1 414
VBA (Aalsmeer auction)	995	1 009	1 041	1 070	1 083
VON	23	24	24	28	31
Vleuten	16	18	18	19	20
Mindösszesen	2 331	2 330	2 401	2 500	2 548

Forrás: CBI, 2008

* Megjegyzés: importtal együtt

Nagykereskedők

A helyi kereskedelmet kiszolgáló és exportáló nagykereskedők alapvető szerepet töltenek be a dísznövény kereskedelemben. **A nagykereskedők elsősorban logisztikai funkciót töltenek be, az aukciós piacoknál kisebb elosztó központokként működnek,** a nagy tételben ömlesztve felvásárolt árut a kiskereskedelmi igényeknek megfelelően szortírozzák. A nagykereskedők elsősorban az aukciós piacokon vásárolnak, azonban egyre több „importcég/importáló nagykereskedő” a piacokat megkerülve közvetlenül az afrikai vagy dél-amerikai termelőktől vásárol. A nagykereskedők elsősorban a kiskereskedelem felé, illetve re-export cégeknek értékesítenek, vagy közvetlenül tovább exportálnak. Néhány, EU-n belüli exportra szakosodott kereskedő képviselést, illetve *Cash and Carry* központokat működtet számos EU tagországban.

Kiskereskedők

Az egyes kiskereskedelmi csatornák esetében alapvetően különbözik a dísznövények választéka. Míg az árukínálat általában a virágüzletek esetén a legszélesebb, addig a piacon és az utcai árusoknál a legszűkebb a választék.

A **virágüzletekben** általában jó minőségű vágott virágok és cserepes dísznövények kaphatók széles választékban, emellett számos kiegészítő szolgáltatás vehető igénybe (pl. szaktanácsadás, díszcsomagolás, házhozszállítás). Többnyire a virágüzletekben jelennek meg elsőként az új termékek.

A **piac**on, illetve az utcai árusoknál jellemzően az impulzusvásárlás a leggyakoribb, ezért itt általában alacsony áron értékesítenek mindössze néhány fajta dísznövényt.

A **kiskereskedelmi láncok** dísznövény választéka illetve értékesítési stratégiája számottevően megváltozott az elmúlt években. Míg korábban alacsony minőség és kevés választék jellemezte a kiskereskedelmi láncok dísznövényválasztékát, addig mára mindkettő számottevően javult, az olcsóság helyett a választékra és a minőségre került át a hangsúly.

A kiskereskedelmi láncok a beszerzésüket illetően kétféle stratégiát követnek: míg a kiskereskedelmi láncok egyre nagyobb arányban közvetlenül a (többnyire az afrikai vagy dél-amerikai) termelőktől szerzik be a dísznövényeket, addig a barkácsbolt áruházláncok és *garden centerek* az ő ellátásukra specializálódott nagykereskedőktől vásárolnak.

Ügynökök

Sok afrikai és dél-amerikai termelő nem rendelkezik üzleti kapcsolattal az EU-ban, ezért az áruit ügynökök segítségével juttatja az EU piacára. Az ügynökök egyrészt fontos összekötő szerepet töltenek be, többek között piaci és egyéb információkkal látják el ügyfeleiket, másrészt logisztikai feladatokat is magukra vállalnak, így pl. a légi szállításra csomagolt árut megérkezés után előkészítik a virágaukción. Az ügynökök szerepe egyre nagyobb, mára sokan üzleti részt szereznek a fejlődő országokban termelő üzemekben, illetve egyre nagyobb arányban szállítanak a kiskereskedelmi láncokba is.

Elektronikus kereskedelem (KOA-Kopen Op Afstand)

Az EU-dísznövény kereskedelmében új csatornaként 10-15 éve jelent meg az elektronikus kereskedelem, 1995-ben a holland TeleFlower (TFA) volt az első „virtuális piactér”. A távkereskedelem mára az értékesítés összes szintjén működik, így pl. az Interflora-n keresztül (www.interflora.co.uk) a nagykereskedőktől vásárolhatnak a felhasználók, a Growersonline (www.growersonline.nl) honlapján pedig a termelők árúsítanak a nagykereskedőknek. Ennek megfelelően a FloraHolland aukciós piac is számos elektronikus rendszert üzemeltet; közülük a legelterjedtebb a KOA-rendszer, amelynek segítségével a vásárlók az interneten keresztül vehetnek részt a virágaukción. Az Aalsmeeri aukciós piacon 2009-ben már 55% volt a KOA rendszeren keresztül értékesített virágok részesedése a kereskedelmi forgalomból [Floraholland Newsletter, 2009].

Magyarország dísznövényágazata

3.1. A dísznövénytermelés általános bemutatása

3.1.1. A magyarországi dísznövénytermesztés területi adatai

A Magyarországon termesztett dísznövényekről nem állnak rendelkezésre hivatalos adatok, mert a dísznövénytermesztés egészen 2009-ig nem volt része az országos adatgyűjtési programnak³.

A dísznövények területéről ezért csak a KSH Gazdaságszerkezeti Összeírásából (GSZÖ) nyerhetünk adatokat, illetve a Dísznövény Szövetség és TermékTanács készít erre vonatkozó becsléseket. A Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MgSzH) feladata a szaporítóanyagok fajtaazonosságának, nyomon-követhetőségének és minőségének ellenőrzése, így e szervezetben is keletkeznek dísznövénytermeléssel kapcsolatos adatok.

Az említett adatforrások egyike sem tekinthető teljes körűnek, illetve ezen belül sem azonos termelői kört érintenek, ezért egymástól eltérnek. A GSZÖ az egyéni gazdaságok⁴ azon csoportját, amelyek ökonómiai mérete nem érte el az 1 Európai Méretegységet (1 EUME = 1 200 EUR standard fedezeti hozzájárulás), csak véletlenszerűen kiválasztott minta (10%) alapján vizsgálta 2003-ban. Ennélfogva a gazdálkodók egy része nem került be az adatszolgáltatói körbe, esetükben a KSH felszorzásos becslést alkalmazott. (Bár 2005-ben megváltozott az összeírásra kerülő egyéni gazdaságok kiválasztásának módszere, a KSH azonban továbbra is a kiválasztott minta alapján becsüli az alapsokaságot, ami nem ad pontos képet.) A Dísznövény Szövetség és TermékTanács adatai sem fedik le teljesen az ágazatot, mivel sem a termékTanács tagja, sem az adatszolgáltatás nem kötelező.

Az MgSzH adatai azokra a szaporítóanyag-termelőkre és -forgalmazókra terjednek ki, akik dísznövénytermesztők vagy másik forgalmazó felé szaporítóanyagot értékesítenek. Ebből következően nem tartoznak ide azok a termelők, *akik csak közvetlen értékesítésre vagy saját részre* termelnek. Szaporítóanyagnak számítanak a vetőmagvak, a vegetatív szaporítóanyagok, valamint az ültetési anyagok. Utóbbiak a generatív vagy vegetatív szaporítóanyagból előállított, illetve felnevelt, ültetésre szánt növényeket jelentik, beleértve a palántát és az oltott, szemzett növényanyagokat is.

Az Országos Statisztikai Adatgyűjtési Programról szóló 288/2009. (XII. 15.) Kormányrendelet 2010. évtől rendelkezik a dísznövénytermesztés körében végzendő kötelező adatszolgáltatásról. Az adatgyűjtést az Agrárgazdasági Kutató Intézet végzi, aki 2010-ben a Dísznövény Szövetség és TermékTanács címlistája alapján mintegy 1 000 kérdőívet küldött ki az adatszolgáltatásra kijelölt szervezeteknek. Ez a kérdőív a GSZÖ-vel ellentétben már részletes, növénycsoportokra és növényfajokra lebontott adatokat, továbbá a terület mellett a munkaerő-felhasználásra és az értékesítésre vonatkozó információkat is tartalmaz. Ezen kívül megjegyzendő, hogy 2010-ben általános mezőgazdasági összeírás is lesz, ami már teljeskörű adatokat szolgáltat.

⁴ Gazdaság: mezőgazdasági tevékenységet folytató, technikailag és gazdaságilag különálló termelőegység, amelynek termőterülete (szántó, kert, gyümölcsös, szőlő, rét, legelő, erdő, nádas, halastó külön-külön vagy együtt) legalább 1 500 m².

Mindebből következik, hogy az MgSzH adatállománya kiterjed a faiskolai, az évelő, az egy- és kétnyári termelésre, a cserepes balkonnövényekre és a szabadföldi hagymásokra, de nem vonatkozik a végfelhasználóknak értékesített virágos szobanövényekre (kivéve a kiültethetőket, pl. a krizantém) és a vágottvirág-termesztőkre.

A 2007. évi GSZÖ alapján a szabadföldi virágok és dísznövények összes területe 390 hektárt, a növényházi dísznövényeké 230 hektárt tett ki (18. táblázat). A Dísznövény Szövetség és Terméktanács becslése alapján a fedett területek kevesebb, mint fele, azaz 110 hektár üvegház, a többi fóliaház és fóliasátor. A fedett terület megoszlása a termesztett kultúrák szerint a következő:

- Vágott virág és vágott zöld kb. 180 hektár;
- Egynyári virágpalánta (muskátlí nélkül) kb. 25 hektár;
- Cserepes dísznövény (muskátlíval) kb. 20 hektár;
- Fás növények szaporítási lehetőségei kb. 5 hektár.

A szabadföldi dísznövényterület hasznosítása:

- Szárazvirág kb. 200-230 hektár;
- Virághagyma kb. 60 hektár;
- Szabadföldi vágott virág és zöld kb. 40 hektár;
- Virágmag és palánta kb. 40 hektár;
- Évelő növények kb. 15-20 hektár.

18. táblázat

A dísznövénytermelés főbb jellemzői Magyarországon (2003, 2005, 2007)

Megnevezés	Terület (ha)			Üzemek száma (db)			Átlagos terület (ha/üzem)		
	2003	2005	2007	2003	2005	2007	2003	2005	2007
Szabadföldi virágok és dísznövények	1 060	970	390	700	1 130	420	1,5	0,9	0,9
Növényházi dísznövények	220	350	230	1 120	2 090	1 610	0,20	0,17	0,14
Virágok és dísznövények szabadföldön és növényházban	1 280	1 320	620	1 720	3 100	1 970	0,74	0,43	0,32
Faiskola	7 420	10 140	8 610	1 550	5 510	4 360	4,8	1,8	2,0

Forrás: Eurostat a KSH Gazdaságszerkezeti Összeírás adatai alapján

Megjegyzés: Az egyes évek adatainak összehasonlítása csak korlátozottan lehetséges, mert mintából becsült adatokról van szó. Az összeírásra kerülő minta kiválasztásának módja 2005-ben megváltozott.

A faiskolával hasznosított terület nagyságát a 2007. évi GSZÖ 8 610 hektárra teszi, ez az adat azonban tartalmazza a díszfaiskolák területén kívül a gyümölcs-faiskolák, a szőlőiskolák, az erdészeti faiskolák területét is, kivéve a gazdaság saját igényeinek kielégítésére telepített, erdőben található erdészeti faiskolát. (Utóbbi a karácsonyfával beültetett területtel együtt az erdő művelési ág részét képezi.) A faiskolai termékek termelését illetően ezért ugyancsak a Dísznövény Szövetség és Terméktanács, valamint a Nyugat-Dunántúli Díszfaiskolások Egyesülete és a Magyar

Rózsatermesztők Egyesülete által becsült adatokra támaszkodhatunk. Ezek szerint faiskolai árut 2007-ben valamivel több, mint 1 300 hektáron termeltek, amiből 1 200 hektárt tett ki a fás szárú dísznövények termesztése. Rózsatórtermesztés mintegy 100-120 hektáron folyt.

Az MgSzH Dísznövény és Zöldségpalánta Szaporítóanyag Felügyeleti Osztályán 2009-ben 576 szaporítóanyag-termesztőt és 2 360 hektár területet tartottak nyilván; ez alig változott az elmúlt években. Ebből 2 030 hektárt a díszfák és díszcserjék területe tett ki, az évelők 71 hektárt, az egy- és kétnyári növények 118 hektárt, a szabadföldi hagymások 87 hektárt, az üvegházi cserepes növények 14 hektárt foglaltak el (19. táblázat). Megjegyzendő azonban, hogy e területek ún. *engedélyes bruttó területek*, azaz nincsenek teljesen beültetve a termeléshez szükséges forgó területek miatt, és természetesen kisebb-nagyobb eltérést mutatnak a szakmai szervezetek adataihoz képest.

19. táblázat

A dísznövény szaporítóanyag-termesztők és a termesztési területek megoszlása Magyarországon (2009)

Megnevezés	Termesztők száma		Terület	
	Db	%	hektár	%
Díszfák, díszcserjék	253	44	2 030	86
Évelők	58	10	71	3
Egy- és kétnyári növények	115	20	118	5
Cserepes dísznövények	23	4	14	0,6
Üvegházi vágott virág szaporítóanyaga	23	4	21	0,9
Virághagyma	92	16	87	3,7
Vízinövény	12	2	19	0,8
Összesen	576	100	2 360	100

Forrás: MgSzH

3.1.2. A dísznövénytermesztés helye, szerepe a mezőgazdasági termelésben

A dísznövények által hasznosított terület (a GSZÖ adatait alapul véve) az ország mezőgazdasági területének 0,16%-át tette ki 2007-ben. Ezzel szemben az ágazat által előállított bruttó termelési érték – noha 2003-2008 között csökkenő tendenciát mutatott – a mezőgazdaság bruttó termelési értékének még mindig több mint 1%-át (a területi arány öt-hatszorosát) adja. Ez arra utal, hogy **a dísznövénytermesztés az egyéb mezőgazdasági ágazatoknál fajlagosan sokkal nagyobb értéket állít elő**. Különösen igaz ez a virágok termelésére, amelyek a karácsonyfával együtt kevesebb, mint ezer hektár területen évente mintegy 10 milliárd Ft termelési értéket állítanak elő.

A dísznövények exportjából származó árbevétel a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek kivitelének fél százaléka volt 2008-ban, míg az agrárágazat teljes importjából ennél nagyobb arányban, 1,7-1,9%-kal részesedett az ágazat (20. táblázat).

20. táblázat

A dísznövénytermesztés⁺ helye, szerepe a mezőgazdaságban (2003-2008)

Megnevezés	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Terület (hektár)						
Mezőgazdasági terület, ezer hektár	5 865	5 864	5 855	5 809	5 807	5 790
Dísznövények területe	8 700	..	11 460	..	9 230	..
Dísznövények %-a	0,15	..	0,20	..	0,16	..
Bruttó termelési érték folyó alapon (milliárd Ft)						
Mezőgazdasági termékek	1 286,7	1 499,3	1 376,1	1 446,5	1 546,2	1 810,8
Virágok, dísznövények, karácsonyfa és faiskola	23,2	26,9	19,2	17,1	18,8	19,6
Dísznövények %-a	1,80	1,80	1,40	1,18	1,22	1,08
Export árbevétel (milliárd Ft)						
Mezőgazdasági és élelmiszeripari export	724,0	778,9	825,4	972,8	1 222,7	1 455,0
Dísznövény export (HS 06)	4,84	5,14	4,30	5,49	5,35	7,20
Dísznövények %-a	0,67	0,66	0,52	0,56	0,44	0,49
Import értéke (milliárd Ft)						
Mezőgazdasági és élelmiszeripari import	377,6	503,1	597,6	708,1	801,6	971,4
Dísznövény import (HS 06)	11,28	13,69	13,94	14,17	14,87	16,42
Dísznövények %-a	3,0	2,7	2,3	2,0	1,9	1,7

Forrás: KSH

+/ A dísznövénytermesztésre vonatkozó adatok tartalmazzák a gyümölcs-, szőlő- és erdészeti faiskolák (kivéve erdő művelési ágba tartozó) adatait is.

A dísznövénytermesztés foglalkoztatásban betöltött szerepe is kiemelkedő, ha az egy hektárra jutó foglalkoztatást tekintjük. 2007-ben a mezőgazdaság teljes munkaerő-felhasználásának 1,5%-a a dísznövényeket termelő gazdaságokban és a faiskolákban valósult meg. Míg az egy hektárra jutó éves munkaerő-felhasználás a növénytermelő gazdaságok átlagában csak 0,04 éves munkaerőegység volt 2007-ben, addig ugyanez a dísznövénytermesztőknél 0,39, ezen belül a növényházi dísznövénytermelőknél már 3,6 éves munkaerőegységet tett ki (21. táblázat).

21. táblázat

Az éves munkaerő-felhasználás alakulása az egyes gazdaságtípusokban (2007)

Megnevezés	Összes munkaerő-felhasználás		Egy hektárra jutó munkaerő-felhasználás (ÉME/ha)
	ÉME	%	
Szabadföldi és növényházi dísznövényt termelő gazdaságok, faiskolák	5 867	1,5	0,39
Növényházi dísznövényt termelő gazdaságok	2 308	0,6	3,60
Növénytermesztő gazdaságok	87 097	21,6	0,04
Ültetvényes gazdaságok	58 589	14,5	0,33
Összes gazdaság	403 421	100,0	0,10

Forrás: KSH GSZŐ adatai alapján az AKI Agrárpolitikai Kutatások Osztályán készült számítás
ÉME: éves munkaerőegység = 2 200 óra/év

3.2. A dísznövények iránti kereslet alakulása Magyarországon – az európai tendenciák tükrében

A dísznövények iránti keresletet elsősorban a magáncélú és közületi felhasználás alapján lehetséges két nagy csoportra bontani. A magáncélú felhasználás felöleli a dísznövénykínálat teljes szegmensét (vágott virág, cserepes dísznövények, balkonnövények, évelők, faiskolai áruk, karácsonyfa stb.), míg a közületi felhasználók elsősorban faiskolai árut és a parkosítás során használatos egy- és kétnyári virágokat keresik, emellett elhanyagolható mértékben jellemző az irodai felhasználásra szánt cserepes virágok és reprezentatív célból vásárolt vágott virágok kereslete.

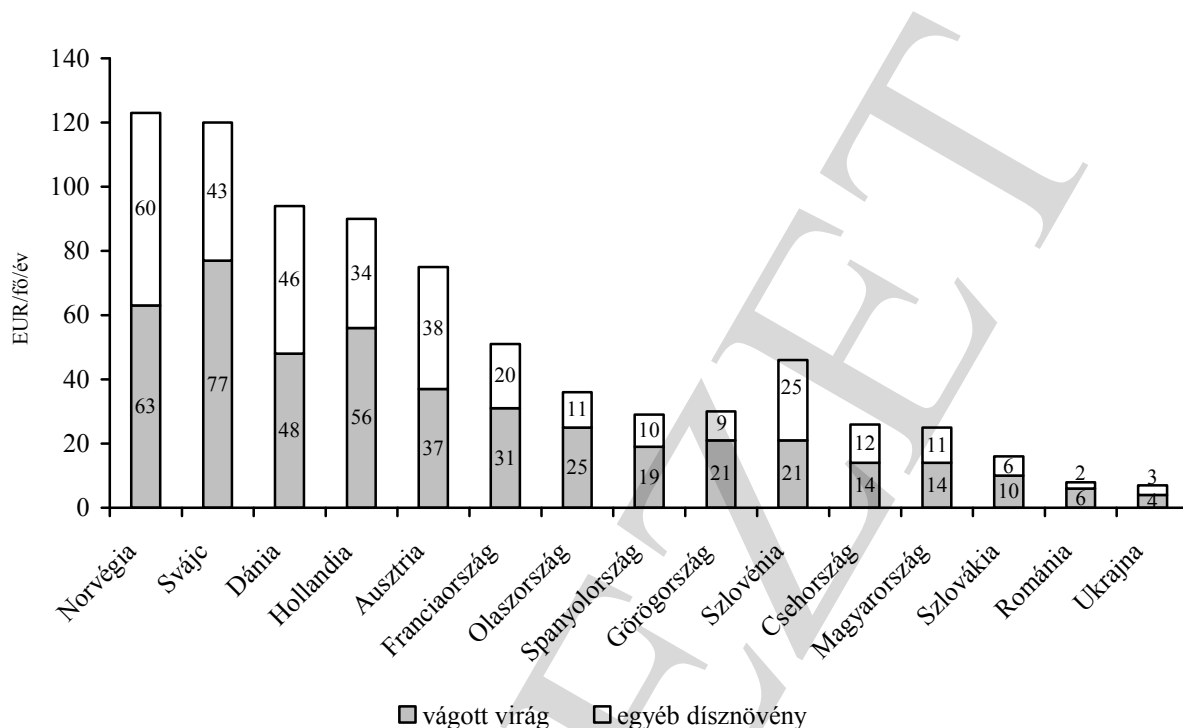
A hazai dísznövényvásárlási szokásokról megbízható statisztikai adatokkal nem rendelkezünk, nem készült reprezentatív, széles körű piackutatás sem a témában. Ezért e fejezet megírásakor leginkább a külföldi szakirodalomban publikált adatokra, a vásárlási trendekről készült elemzésekre, és a személyes konzultációk során gyűjtött ismeretanyagra támaszkodtunk.

A keresleti adatokat elemezve két fő nemzetközi adatforrásunkban is nagy különbségekkel találkozhatunk (EU Bizottság, AIPH/Union Fleurs). Néhány szempont mérlegelése után az AIPH/Union Fleurs közös statisztikai évkönyvében megjelent adatokat fogadtuk el, és az alábbi elemzéseink során is ezt használtuk fel⁵. A 2009. évi kiadványban megjelent legutolsó, 2007. évi fogyasztási adatok szerint Magyarországon dísznövényvásárlásra átlagosan mindössze 25 eurót fordítottunk (kb. 6 500 Ft), ami messze elmarad a leggazdagabb európai országok szintjétől⁶. Az egy főre vetített kiadás Svájcban, Norvégiában és Dániában a legnagyobb, ám ezen országokban jóval magasabb a dísznövények árszínvonala, mint nálunk. A magyarországihoz hasonló árszínvonalú, nagy dísznövény-felhasználó országokhoz (Hollandia, Ausztria) képest reális megítélnünk, mekkora a hazai kereslet tényleges lemaradása: e két országban egy főre vetítve háromszorosát költik dísznövényekre, mint nálunk. Ugyanakkor néhány régi EU tagállamban (leginkább a mediterrán országok tartoznak ide) a dísznövényekre fordított kiadás alig kétszerese a hazainak. Az újonnan csatlakozott EU tagállamok közül csak Szlovénia előzi meg Magyarországot, Csehország gyakorlatilag egy szinten van velünk (mivel becsült adatokról van szó, az egy eurós eltérés figyelmen kívül hagyható), mindössze három ország rendelkezik a miénknél jóval alacsonyabb fogyasztással (35. ábra).

⁵ Az AIPH/Union Fleurs adatai több országra rendelkezésre állnak, emellett a kiadvány vágott virág és egyéb dísznövény megbontást is tartalmaz. Összevetve az értékeket kitűnt, hogy az EU Bizottság dísznövényfogyasztás címén egyes országokra vonatkozóan e két adat összegét (vágott virág+egyéb dísznövény), más országoknál csak a vágott virág vásárlását szerepeltette, ami arra utal, hogy a Bizottság adatai kevésbé pontosak.

⁶ A fogyasztási adatok kalkuláltak: (termelési érték+import-export)/lakosság száma. Néhány országban – így Magyarországon vonatkozásában is – a termelési érték adatok becslésen alapulnak.

Az egy főre eső dísznövényre fordított kiadás néhány európai országban (2007)



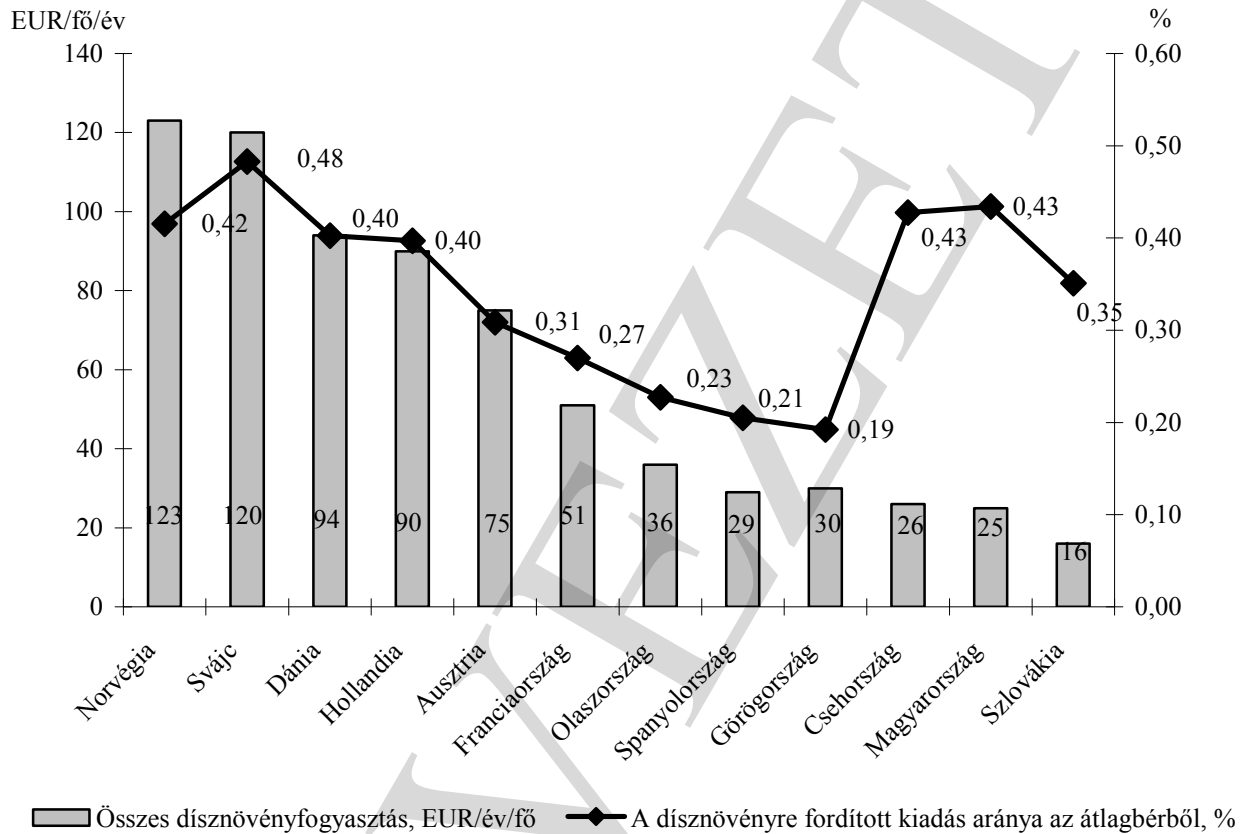
Forrás: AIPH/Union Fleurs

Az adatok további értelmezéséhez megpróbáltuk az egy főre eső dísznövényvásárlás értékét összevetni az éves nettó átlagbérrel és az egy háztartásra jutó kiadásokkal is. Ezeket az elemzéseket csak némi óvatossággal lehet kezelni, hiszen a hazai viszonyok között (a szürke- és fekete-foglalkoztatottság nagy aránya) a hivatalos statisztikai adatokban megjelenő átlagbérek, háztartási jövedelmek, kiadások valószínűleg alulreprezentáltak a valósághoz képest. Ennek ellenére fontosnak tartottuk elvégezni ezeket az elemzéseket, mert az eredmények jól tükrözik az egyes országok dísznövények iránti igényét.

Az egy főre eső dísznövényvásárlás éves átlagbérrel történő összevetése során kiderül, hogy lemaradásunk egyáltalán nincs, sőt, **megelőzzük a dísznövényekre hagyományosan sokat költő országok közül Norvégiát, Dániát, Hollandiát és Ausztriát is.** A mediterrán országok, ha az átlagbérből dísznövényre jutó kiadási arányt vizsgáljuk, jóval elmaradnak a magyar (és a többi újonnan csatlakozó tagállam) adatától (36. ábra).

36. ábra

Az egy főre eső dísznövényre fordított kiadás és annak aránya az éves nettó átlagbérből néhány európai országban (2007)

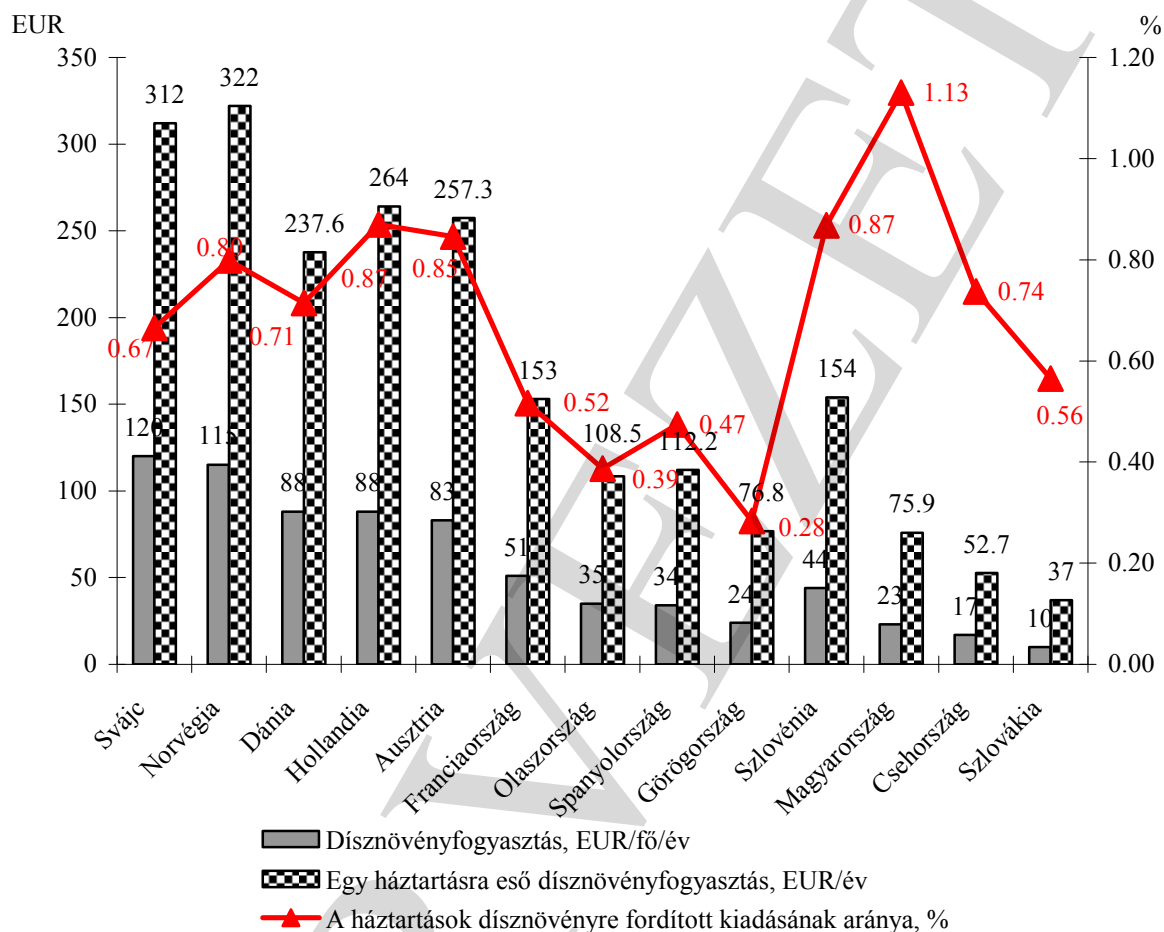


Forrás: AIPH/Union Fleurs, Eurostat

Még kifejezőbb, ha egy háztartás kiadásain belül vizsgáljuk a dísznövényekre jutó arányt. Mivel a háztartások átlagos éves kiadásai csak 2005-re állnak rendelkezésre, erre az évre vonatkozóan készítettünk számítást. Az elemzés során természetesen figyelembe vettük a háztartások országonként eltérő méretét. A kapott adatok alapján **Magyarországon kifejezetten nagy dísznövényfogyasztással dicsekedhet, hiszen a háztartások kiadásain belül a dísznövényekre fordított arány egyedül nálunk haladta meg az 1%-ot 2005-ben.** A fejlett európai országokban 0,28-0,87% között mozgott a dísznövényekre fordított pénzösszeg aránya a háztartási kiadásokon belül. A hagyományosan magas fogyasztási kultúrával rendelkező országok (Svájc, Hollandia, Ausztria, skandináv országok) háztartási kiadásaiból 0,67-0,87%-ban részesedtek a dísznövények, ettől lényegében nem tért el a szlovén és cseh adat, míg a szlovákok a háztartási kiadásaikon belül kisebb részarányt költöttek dísznövényekre, ám ezzel is megelőzték a mediterrán országokat (37. ábra).

37. ábra

A dísznövényekre fordított kiadások egy főre vetítve és egy átlagos háztartás összes kiadásából a dísznövényekre fordított hányad néhány európai országban* (2005)



Forrás: AIPH/Union Fleurs és Eurostat adatok alapján saját számítás

*Svájc: 2007-es adatok

Mindebből az következik, hogy a statisztikai adatok alapján **Magyarországon a lakosság dísznövényfogyasztási hajlandósága nemzetközi összehasonlításban kifejezetten nagy**, ha az illegális jövedelmekből eredő torzítást is figyelembe vesszük, akkor sem maradunk el az átlagostól. Vagyis **csupán a jövedelmi helyzetünk miatt költünk kevesebbet erre az árucsoportra**. Mivel nem alapvető szükségletek kielégítésére szánt termékekről van szó, valószínű, hogy a dísznövények erős jövedelemrugalmassággal rendelkeznek, azaz fogyasztásuk érzékenyen reagál a jövedelmi változásokra.

A fentieket alátámasztja a **CBI 2009-es tanulmánya**, amely három kategóriába sorolja az európai országokat a piaci lehetőségek szerint:

- **Érett piaccal rendelkező országok** (Hollandia, skandináv országok, német nyelvterület országai). Ezekben az országokban már jelenleg is olyan szintű a dísznövényvásárlás, hogy további mennyiségi növekedés már nem érhető el, a fogyasztókat csak az újdonságokkal, nagyobb hozzáadott értékű termékekkel lehet megnyerni.
- **Növekvő piacú országok** (Franciaország, Olaszország, Spanyolország, Görögország). Bár már jelenleg is nagy piacnak számítanak, de van még növekedési tartalék ezekben az országokban. A lakosság fogyasztási szokásainak alakításával (marketing tevékenység) tovább növelhető a kereslet a dísznövények iránt.
- **Fejlődő piacok** (elsősorban kelet-európai országok). Ezekben az országokban a piac fejlődésének motorja a növekvő vásárlóerő lehet. Mivel a lakossági jövedelmek még nagyon alacsony szinten állnak a fejlett országokhoz képest, az életszínvonal emelkedésével ugrásszerűen nőhet a dísznövényekre fordított lakossági kiadás. A fogyasztói szokások alakítása bár hasznos lehet, önmagában nem elégséges: az alacsony jövedelmi helyzet miatt a dísznövények jelenleg még luxustermékeknek számítanak.

A CBI tanulmánya szerint a virágvásárlási szokások nagy eltéréseket mutatnak országoként, általános tendenciaként csupán néhány törvényszerűséget fogalmaz meg az európai fogyasztókra vonatkozóan:

- A vágott virágot minden európai országban elsősorban ajándékba veszik az emberek (50-60%), saját élvezet céljából kb. a fogyasztók 20%-a vásárol, de ez nagyon függ az adott országban honos szokásoktól és az életszínvontól. (Magasabb jövedelmi szinttel rendelkező országokban ez az arány értelemszerűen nagyobb.)
- A vágott virág fő versenytársai az egyéb ajándéktárgyak, pl. csokoládé, könyvek, bor. Ha a virág drága, akkor a fogyasztók hajlamosak azt egyéb ajándéktárgyakkal helyettesíteni. (A virág tehát nagyon árrugalmas termék is!)
- Bizonyos nemzeti, nemzetközi ünnepeken fogyasztási csúcsok vannak virágból. Ilyen pl. a Valentin nap, Nőnap, Anyák napja.
- Nemek szerinti megosztásban – meglepő módon – a hölgyek vezetnek a virágvásárlások során.
- A fiatalabb generáció kevesebb vágott és cserepes virágot vásárol, mint az idősebbek. Ennek részben praktikus okai vannak (a sokat dolgozó fiatalok keveset vannak otthon, nem élvezik a virág látványát, kisgyerekes családok azért tartanak kevesebb dísznövényt, mert a kicsik kiboríthatják a vázát stb.), emellett az idősebbek érzelmileg jobban kötődnek a dísznövényekhez.

A magyarországi **lakossági virágvásárlási szokások** csak némileg térnek el a fenti tendenciáktól. Ezt erősíti meg a **Holland Virágiroda 2007-ben készült felmérése** is, amelyben 600 fogyasztót kérdeztek meg virágvásárlási szokásaikról. **A válaszadók 73%-a ajándékba**, 17%-a temetőbe vesz virágot és mindössze 10%-uk vásárol saját részre. A legnépszerűbb vágott virág a rózsa, azt követi a gerbera, tulipán,

szegfű, majd a krizantém és a liliom. A legkedveltebb szín a piros és a fehér. A legtöbben úgy vélték, többet költenek virágra, mint az elmúlt években, ennek okát egyértelműen a magasabb virágárakban jelölték meg [Nagy, 2008].

A **Sum és Társa Kft. 2008-ban készített 100 fős, fókuszcsoportos kutatása** szerint a hazai fogyasztók **ritkán, akkor is ajándékba** (névnapra, születésnapra, egyéb ünnepekre) vesznek vágott virágot, átlagosan 4-5 ezer Ft-os értékben. Spontán virágvásárlás otthonra, vendégségbe a magyar fogyasztóra még nem igazán jellemző [Sum, 2008].

A **Dísznövény Szövetség és TermékTanács 2009-ben készült 1 000 fős, de nem reprezentatív⁷ felmérése** nem csak a vágott és cserepes virágokra, de a faiskolai termékekre is kiterjedt. A felmérés eredményei szerint a fogyasztók vágott virágot leginkább havonta-negyedévente, cserepes virágot negyedévente, faiskolai terméket pedig annál is ritkábban vásárolnak. **A vásárlás célja vágott virág esetében a leggyakrabban ajándékozás, cserepes dísznövényeknél és faiskolai termékeknél a saját célra történő vétel dominál.**

Itt megjegyezzük, hogy interjúink során ettől némileg eltérő véleményekkel találkoztunk. Több szakértő is arról számolt be, hogy az ajándékozás során a vágott virágot egyre inkább háttérbe szorítják a virágzó cserepes növények. Különösen sikeres slágertermék mostanában a cserepes orchidea – azon belül a *Phalaenopsis* fajta –, a cserepes begónia, a törpe rózsza. Ezt elsősorban a jó ár/érték-aránnyal, a cserepes növények tartósabb voltával és szélesebb körű értékesítésével magyarázták. Cserepes dísznövények ugyanis nem csak virágboltokban, de barkácsáruházakban, hiper- és szupermarketekben, lakberendezési boltokban is kaphatók. A széles forgalmazási terület és az ebből adódó kedvezőbb árfekvés miatt a virágos cserepes növények impulzus-vásárlása is nagyon megnőtt az utóbbi pár évben.

Az idézett felmérés szerint a vágott virágot még mindig elsősorban virágboltokban szoktunk beszerezni (43,7%), de sokan vásárolnak utcán (11,2%) is. A cserepes dísznövények esetében is a virágboltok álltak első helyen (46,9%), ezt követte az áruházláncoknál (12,7%) és a faiskolai árudáknál (12%) történő beszerzés. (Ezek az adatok is ellentmondanak a konzultációkon hallott információknak, ahol az derült ki, hogy az áruházláncok vezetnek a cserepesdísznövény-eladásokat, azt követi a *garden centerekben* és a virágboltokban történő árusítás, a faiskolák viszont nem foglalkoznak cserepesek eladásával, kivéve az egynyári és balkonnövényeket.) A felmérés szerint a faiskolai termékeket a legtöbb válaszadó (32,4%) faiskolai árudákból és áruházláncokból (8,9%) szerzi be.

A kutatás ugyanakkor alátámasztotta a hazai fogyasztók árérzékenységéről szóló információkat: **a válaszadók 40,8%-a számára a legfontosabb döntési tényező az ár.** Interjúink során a vágott virágok árrugalmasságával kapcsolatban némileg ellentmondó szakértői véleményekkel találkoztunk. Egyesek úgy vélték, hogy ha a

⁷ A mintában erősen felülreprezentáltak voltak a hölgyek, a 40-60 év közötti korosztály és a felsőfokú végzettségűek. Különösen kis számban képviselték magukat a 60 év feletti (23 fő), a legfeljebb 8 általános iskolai végzettséggel rendelkezők (51 fő) és a falusiak (214 fő).

virágboltosok olcsóbban adnák a vágott virágot, akkor megnőhet irántuk a kereslet. Mások szerint, mivel a vágott virágot „kötelezően”, „szigorúan alkalmakkor, ajándékba” vásároljuk, az árrugalmasság csak féloldalasan érvényesül: egy bizonyos árszint fölött helyettesítő terméket választ a vásárló, ám csupán azért, mert olcsó, nem fog többet venni belőle. Véleményünk szerint mindkét vélemény helyes, csak az utóbbi a jelenlegi helyzetet tükrözi, míg az előbbi egy lehetséges trendet vázol fel, ami virágfogyasztási kultúránk változása esetén következhet be. Ennek azonban előfeltétele az általános jövedelmi helyzet javulása.

A válság hatása világszerte érvényesült a fogyasztási adatokban. Szakértőink arról számoltak be, hogy a holland tőzsdei árak mintegy 40%-kal, az eladott mennyiség 50%-kal esett vissza a 2008. decembertől 2010. januárig terjedő időszakban az előző évekhez képest. A hazai fogyasztók is jóval visszafogottabban vásárolnak, egyre inkább az olcsóbb termékeket keresik.

A faiskolai termékek magyarországi vásárlási szokásairól átfogóbb, de viszonylag régi – 9 évvel ezelőtt készült – elemzést közöl 2004-ben az ENA (Európai Faiskolai Szövetség) megbízásából, a Holland Kertészeti Tanács által készített szakértői anyag. A tanulmány megállapítja, hogy bár sok magyar rendelkezik kiskerttel, ezt főleg élelmiszertermelésre (zöldség, gyümölcs) hasznosítják, **a díszkertek száma lassan növekszik Magyarországon**. Egy 2001-es felmérés adataira hivatkozva kiderül, hogy 500 megkérdezett háztartásból 46% vásárolt fás szárú növényt, 36% évelőt, 31% egynyári virágot, átlagosan évi 28,1 euró értékben. **A legtöbbet a 30-39, majd a 18-29 év közötti korosztály költötte faiskolai termékekre**, a legkevesebbet pedig az 50-59 és a 60-64 éves korosztály, pedig, jegyzi meg a tanulmány, a fejlett nyugat-európai országokban éppen a megállapodott, de még nyugdíj előtt álló, 50-64 éves korosztály a fő célcsoportja a kertészeti árudáknak. Az eltérő magyar viszonyokat azzal magyarázzák – s ezzel mi, szerzők is egyetértünk –, hogy a rendszerváltás utáni időszak nyertesei Magyarországon a fiatalabb korosztályból kerültek ki, a 2000-es évek elején ők rendelkeztek olyan kimagasló jövedelemmel, ami lehetővé tette, hogy nagyobb mértékben költsenek dísznövényekre. Regionális szempontból – nem meglepő módon – a Budapest környéki háztartások költöttek legtöbbet faiskolai termékekre, ezt követte Kecskemét és környéke [Hanmstra, van den Berg, 2005].

Konzultációink során a faiskolai termékekkel foglalkozó szakértők arról számoltak be, hogy a leggazdagabb réteg továbbra is nagy értékben költ dísznövényekre, ugyanakkor ez a kereslet esetükben közvetetten, a kertépítő cégeken keresztül jelenik meg termékeik iránt. A közvetlen vásárlóik a középrétegből kerülnek ki. Az e jövedelmi kategóriába tartozók száma azonban évről évre csökken, és egyre kevesebbet tudnak költeni a kertjükre és/vagy balkonnövényekre. Új tendencia viszont, hogy a szabadgyökerű növények helyett inkább a konténeres növényeket keresik a fogyasztók. A felgyorsult élettempó miatt a mai hobbikertészek nem akkor kívánnak/tudnak ültetni, amikor a természet diktálja, hanem amikor időt tudnak rá szakítani. A slágertermékek évek óta ugyanazok: smaragd tuja, leylandi ciprus, egyéb örökzöldek, a lombos fák, cserjék közül a virágzó vagy színes lombú fajták, az évelő növények keresettek leginkább.

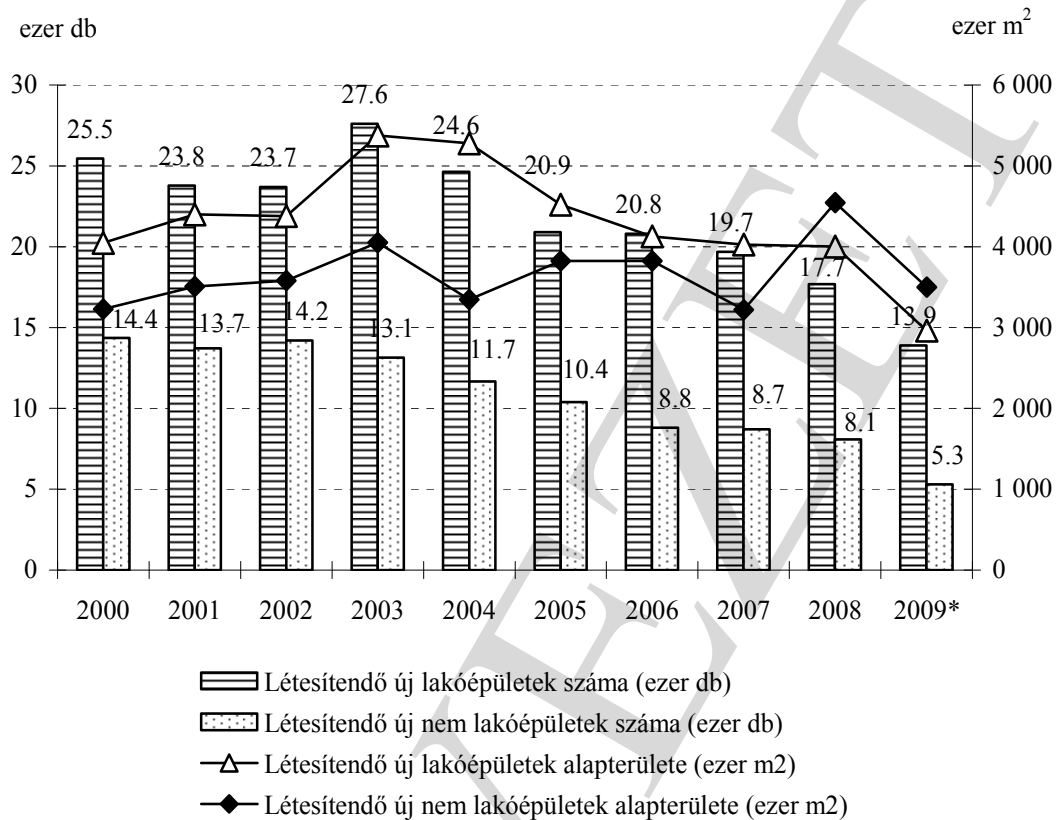
A **válság a faiskolai szektorban** is érvényesült, de inkább csak 2009 őszétől, igaz, ebben szerepe volt a hirtelen, október közepén beköszöntött hidegnek is. Nagy kérdés, mit fog hozni a tavasz, fogalmaztak szakértőink. Az már most körvonalazódik, hogy a fogyasztók az olcsóbb árkategóriájú, kisebb méretű növényeket keresik, emiatt inkább a barkácsáruházak kínálatát választják, beérve az olykor gyengébb minőséggel, és sokan halasztják el beszerzéseiket.

Interjúink során próbáltunk rákérdezni, **milyen indikátorok jelezhetik leginkább a piac bővülését/szűkülését**. A megkérdezettek első helyen a **jövedelmi helyzet alakulását** említették, de egyetértettek abban is, hogy a **kiadott építési engedélyek száma** (magán- és közületi épületek egyaránt) is jelezheti, hogy a piac felfutó vagy hanyatló állapotban van. Annál is inkább, mert az utóbbi időben a legtöbb önkormányzat a zöldterület kialakítására vonatkozóan is kér terveket, s – főleg közületi épületek, illetve nagyobb beruházások esetén – annak megvalósulását is ellenőrzi, a használatbavételi engedély kiadásának feltételül szabja. A Magyarországon kiadott építési engedélyek száma a 2003. évben érte el csúcspontját, azóta az ingatlanpiac telítődése és 2008-tól a gazdasági válság hatására jelentősen visszaesett az új beruházások száma (38. ábra). Mindez rövidtávon visszavetheti a faiskolai termékek hazai forgalmát, bár e téren is lehet még alakítani a fogyasztói szokásokat. A hazai kertkultúra növelésével, a szép kert presztízsének emelésével még bővíthető a piac, ebben az esetben a faiskolai termékek az egyéb tartós fogyasztási cikkekkel állnak helyettesítő viszonyban. Míg ma jellemzően az autó és a műszaki cikkek azok a presztízsjavak, amelyekre a családok – olykor erejükön felül is – költenek, a szokások, ízlés változásával a díszkert is előléphet ilyen vágyott terméké.

A **dísznövények közületi fogyasztásáról** még kevesebb felmérés készült. A Dísznövény Szövetség és TermékTanács idézett tanulmánya is csak röviden foglalkozik a témával: 5 nagy és 45 kis- és középvállalat megkérdezése nyomán azt a következtetést vonták le, hogy a hazai cégek nagyon keveset költenek dísznövényekre. **Irodai dekorációs céllal inkább a nagyobb vállalatok** vásárolnak cserepes növényeket, vagy rendelnek kertészeti cégektől beültetéseket, sokszor gondozással együtt. A **kisebb cégeknél a dolgozókra bízák**, kíván-e növényt tartani a munkahelyén, ha igen, azt neki kell beszereznie, gondoznia. **Ajándékozási célból még kevésbé jellemző a virágvásárlás a cégek körében**, legfeljebb a női munkatársak kapnak nőnapra egy csokor virágot.

A közületi dísznövényfelhasználás jóval nagyobb területe az **országos úthálózat fejlesztése során felhasznált fasorok, elválasztó sövények, rézsúk beültetésére használt növényanyag**. A nagyobb beruházások során ezek beszerzése jórészt közbeszerzési eljárás keretében történik, ezért leginkább a nagyobb faiskoláknak vagy közvetítő – kertészeti – cégeknek van esélye e pályázatok elnyerésére. Az ilyen nagy volumenű ültetések során általános probléma, hogy Magyarországon kicsi az egy-egy faiskolában található árualap, egyforma növényekből még nagyobb gond a megfelelő volumen szállítása. Mivel e pályázatoknál nagyon fontos, hogy egy-egy árajánlat milyen méretet, minőséget takar, a faiskolai termelők szerint hasznos lenne legalább e téren valamilyen szabvány kialakítása, ami segíthetné a pályáztató objektív döntését.

38. ábra

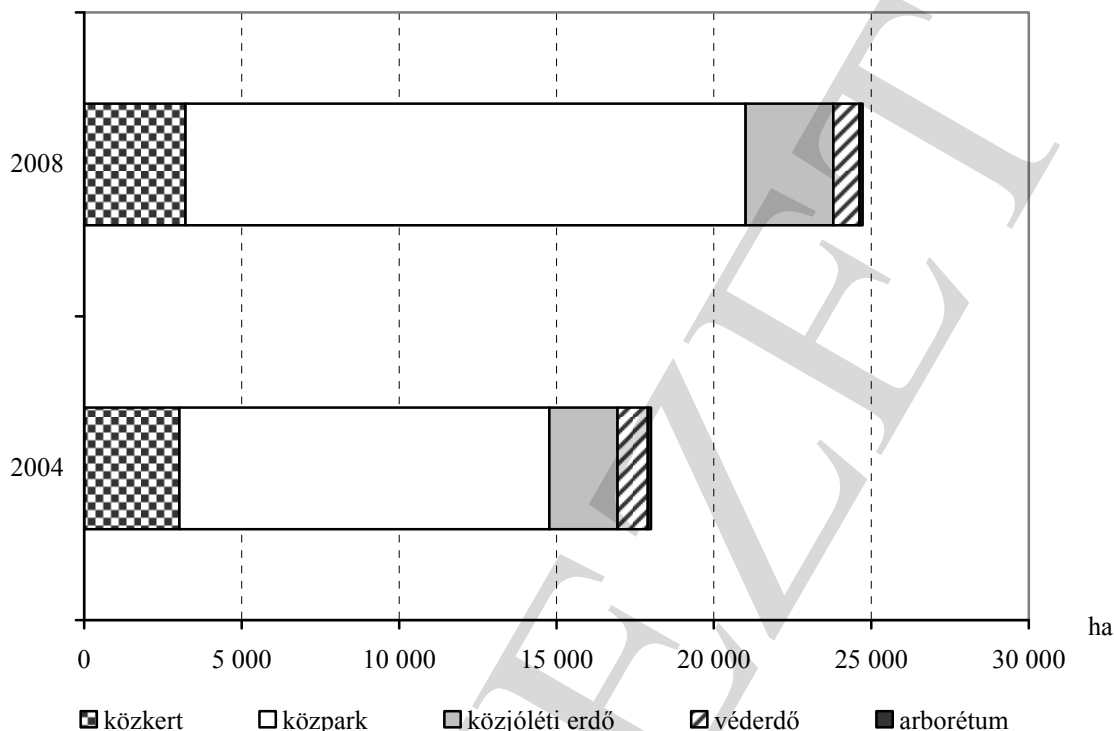
A kiadott építési engedélyek számának alakulása Magyarországon, lakó- és nem lakóépületek száma, területe (2000-2009. 3. negyedév)


*: 1-3. negyedéves adatok alapján becslés
 Forrás: KSH

Az **önkormányzatok zöldfelület-gazdálkodása** felöleli a közparkok, játszóterek, parkerdők, az önkormányzat kezelésében lévő közutak, közterek fasorainak gondozását, fejlesztését, de kiterjed a magántulajdonban lévő zöldterületek felügyeletére, szabályozására is. Az önkormányzatok zöldterületi gazdálkodásáról 2009-ben az Állami Számvevőszék készített részletes jelentést, amelyben az országos alapadatok ismertetésén túl 50 önkormányzat (48 vidéki és két budapesti kerületi) gazdálkodásáról gyűjtött információt.

A Jelentés megállapítja, hogy az Országgyűlés által határozatban elfogadott, hatévente megalkotott Nemzeti Környezetvédelmi Program 2003-2008 közötti időszakra vonatkozó, második változata szerint az egy városi lakosra jutó közhasználatú zöldterület nagyságát a 2000. évi alapállapotról (38,7 m²/fő) 45 m²/fő-re kellett volna növelni, de ez nem valósult meg, sőt, a 16%-os növekedés helyett 22,25 m²/fő-re csökkent. Ugyanakkor a falvakban javult a helyzet, ami **össességében a zöldterületek növekedését eredményezte** (39. ábra).

A települési önkormányzatok zöldterületének országos adatai (2004-2008)



Forrás: MÁK Ingatlanvagyon-kataszter

Az egy lakosra jutó zöldterület nagysága általában nem érte el a kívánatos mértéket az ellenőrzött városokban sem (az arány átlagosan $28,4 \text{ m}^2/\text{fő}$ volt körükben, de széles sávban, $0,49\text{-}144,06 \text{ m}^2/\text{fő}$ között szóródott), viszont a falvakban magas, $96 \text{ m}^2/\text{fő}$ volt. Az önkormányzatok vagy saját hivataluk, intézményük, gazdasági társaságuk, vagy külső vállalkozások megbízásával oldották meg a zöldterületek gondozását, gazdaságossági megfontolások alapján. A gondozási munkákban számottevő volt a közfoglalkoztatottak aránya, összességében a fenntartási munkák 66%-át szervezték így. A zöldfelületek fenntartására a mintában szereplő önkormányzatok 2005-2008 között átlagosan évi 1,2-1,5 milliárd Ft-ot fordítottak. 2008-ban a városokban négyzetméterenként kétszer annyit költöttek a zöldfelületek fenntartására (155 Ft), mint a községekben (79 Ft). A legnagyobb munkaidő- és anyagi ráfordítást igénylő feladat a fűfelület fenntartása volt, a vizsgált önkormányzatok a 2003-2008 közötti években összesen erre 1,9 milliárd Ft-ot fordítottak. A gondozott fűfelület nagysága ezalatt 20%-kal, a kiadások pedig 15,4%-kal nőttek, azaz a gondozás hatékonysága javult. Fák ápolására, gondozására 582 millió, a virágfelületek fenntartására 534 millió Ft-ot fordítottak a vizsgált időszakban. A cserjék, sövények gondozására, játszóterek fenntartására és a zöldterületi utak fenntartására 621 millió Ft-ot költöttek a mintában szereplő településeken.

A vizsgált önkormányzatok 2003 és 2008 között összesen 3,6 milliárd Ft-ot fordítottak a zöldterületek fejlesztésére. Ehhez a legtöbb helyen **pályázati forrásokat vettek igénybe** (AVOP, Regionális Fejlesztési Operatív Program, ÚMFT regionális operatív programjai, EMVA, Terület- és Régiófejlesztési Célelőirányzat).

Amint a fenti adatokból látszik, **az önkormányzati források szűkössége ellenére** – bizonyos külső elvárások miatt – **az önkormányzatok évről évre nagyobb összeget fordítanak a zöldterületek fenntartására.** A **válság hatása** a közületi szektorban mintha kevésbé érvényesült volna, sőt, egyes termelők, kereskedők úgy fogalmaztak, az önkormányzati vásárlások „mentették meg” a 2009. évi szezont. Kérdéses, hogy az elkövetkezendő években a várhatóan szigorú önkormányzati költségvetés mellett sikerül-e fenntartani a zöldterületre szánt összegek reálértékét. Bizakodásra adhat viszont okot, hogy számos uniós és hazai forrású pályázat áll rendelkezésre a zöldterületek fejlesztésére.

A Magyar Önkormányzati Főkertészek, Díszkertészek, Kertépítők és Parkfenntartók Szövetsége (MÖFÖSZ) elnökével folytatott konzultáció során megtudtuk, hogy az önkormányzati dísznövénybeszerzések értéke általában nem éri el azt a határt, hogy közbeszerzési eljárást kelljen igénybe venniük, ezért **egyszerű szerződéses megrendeléssel szerzik be a szükséges növényeket.** A **legnagyobb tételt** általában az évről évre beszerzendő **egy- és kétnyári virágok jelentik**, amit a parkokba ültetnek ki (általában a már bevált beszállítótól rendelnek minden évben), nagyobb parkosításra, fasorok telepítésére ritkábban kerül sor, ezért éves átlagban az erre fordított összeg kisebb, de fejlesztések esetén olykor kiugróan nagy ez az érték. Ilyenkor több helyről kérnek árajánlatot a nagyobb faiskoláktól, kereskedőktől.

Az önkormányzatok közvetetten (helyi rendeletekkel, szabályozási tervekkel) befolyásolják a magánkézben lévő zöldterületek állapotát is. Néhol ez komoly keresletet gerjeszt a faiskolai termékek iránt (pl. Kecskeméten csak a zöldterületek kialakítása után ad ki használatbavételi engedélyt a helyi önkormányzat, más településeken részletesen szabályozzák, hogy a lakóingatlanok zöldfelületének kialakítása során mekkora területre hány lombos fát, cserjét kötelező ültetni), néhol csak a nagyobb beruházások (áruházak, irodaépületek, középületek) esetében ilyen szigorú az ellenőrzés, ahol gondosan számon tartják, hány fát kellett kivágni az új beruházás során, és azt az építetőnek pótolnia kell.

3.3. Magyarország dísznövény-külkereskedelme

A dísznövények kombinált nomenklátúra szerinti vámtarifaszámait és árumeznevezéseit a 2. melléklet mutatja be. A dísznövényeket a II. Áruosztály (Növényi termékek) 6. Árucsoportja tartalmazza, az „Élő fák és egyéb növények; hagymák, gumók, gyökerek és hasonló; vágott virágok és díszítőlombozat” megnevezés alatt.

A 0601-es kód alá a hagymás növények, a 0602-es kód alá a szaporítóanyagok, a díszfák és cserjék, a szabadföldi évelők, a szabadföldi nem évelők, valamint a szobanövények tartoznak. A 0603-as kód tartalmazza a vágott virágokat, a 0604-es pedig a díszítésre szolgáló ágakat, lombokat, valamint a karácsonyfát.

A 0602-es kód alatt azonban nem csak dísznövények találhatók, ide nyertek besorolást a szőlődugványok és oltványok, valamint a gyümölcsstermő növények

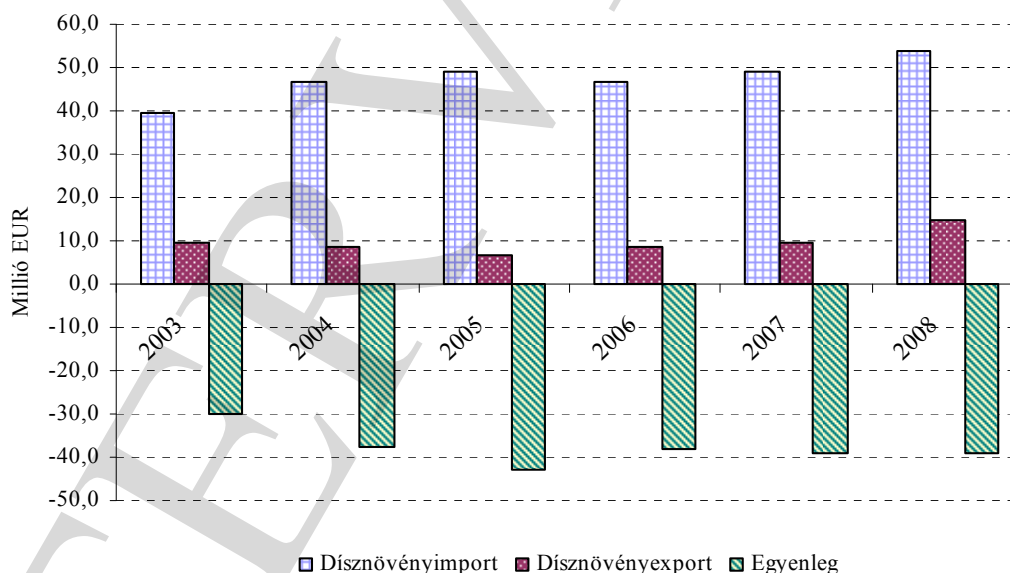
ültetési anyagai, a zöldség- és szamócapalánták, valamint a gombacsíra is. A dísznövények termékköre a nyolc számjegyű kódok alapján viszonylag jól elkülöníthető az egyéb növényektől, de valószínűsíthető, hogy a 06021090 vámtarifaszámú „Más nem gyökeres dugvány és oltvány” elnevezés alatt a dísznövények szaporítóanyagai is megtalálhatók a gyümölcsstermő növényekével együtt. Más források (AIPH/Union Fleurs) azonban úgy tekintik, hogy a 06022090 vámtarifaszám alatt is forgalmaznak dísznövény szaporítóanyagokat. Éppen ezért azokat a vámtarifaszámokat, amelyek nem csak dísznövényekre vonatkoznak, kihagytuk az elemzésből. Annak érdekében, hogy az általunk vizsgált termékkör, illetve azok csoportjai áttekinthetők és jól megkülönböztethetők legyenek, a 2. mellékletben a csak dísznövényeket jelentő vámtarifaszámokat és árumegevezéseket *dőlt betűvel* szedtük, és a növénycsoportok megnevezéseit feltüntettük.

3.3.1. Dísznövény-külkereskedelmünk egyenlege, termékösszetétele

Magyarország dísznövényexportja 2003 és 2008 között több mint a felével, 14,7 millió euróra nőtt, míg a dísznövények importja ugyanebben az időszakban 37%-kal, 53,9 millió euróra emelkedett. Dísznövény-külkereskedelmünk egyenlege az EU-csatlakozás utáni időszakban romlott, és a 2003. évi 30 millió euróval szemben 2005-ben 43 millió, 2008-ban 39 millió euró passzívumot mutatott (40. ábra).

40. ábra

Magyarország dísznövény-külkereskedelme (2003-2008)



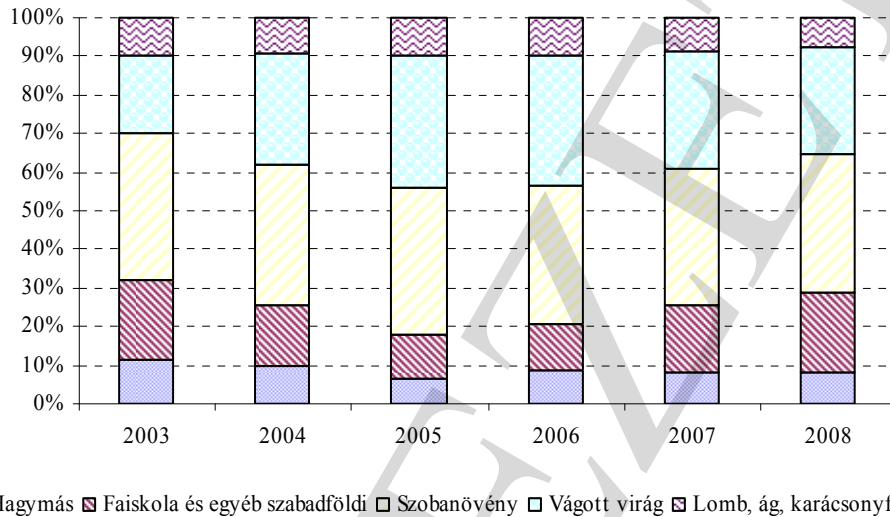
Forrás: KSH

Dísznövényimportunk meghatározó termékei a szobanövények, amelyek 2008-ban a behozatal értékének 36%-át adták. A szobanövényeket a **vágott virágok követték** 28%-os részesedéssel, majd sorrendben a faiskolai termékek (más szabadföldi növényekkel együtt), a hagymások és a díszítésre szánt ágak, lombok és karácsonyfa következtek (41. ábra). Az EU-csatlakozás óta eltelt időszakban a hagymások kivételével valamennyi termékcsoporthozatala nőtt, a vágott virágoké

95%-kal, a faiskolai termékeké 35%-kal, a szobanövényeké 29%-kal, a lomboké és ágaké 3%-kal.

41. ábra

Magyarország dísznövény-behozatalának termékcsoportok szerinti összetétele az import értéke alapján (2003-2008)

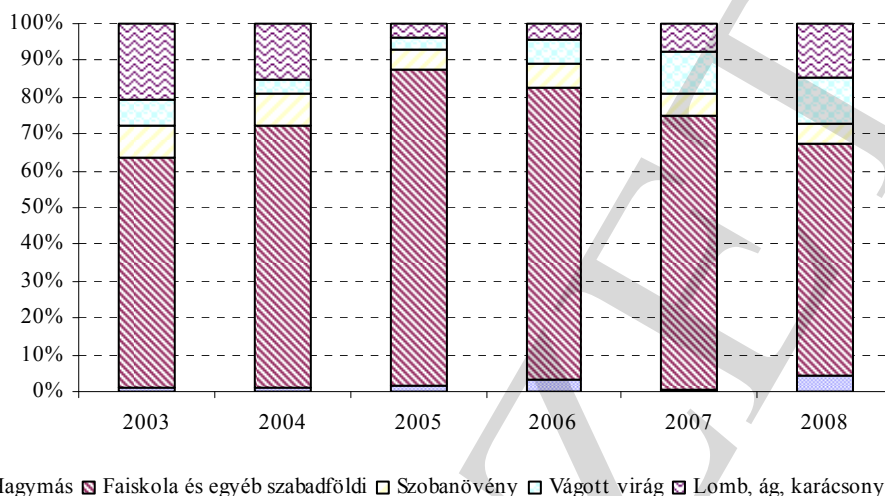


Forrás: KSH

Dísznövényexportunk termékösszetétele kevésbé kiegyenlített, mint az importunké. Ez abból adódik, hogy a technológia- és energiaigényes üvegházi termékek előállításában nem vagyunk versenyképesek, míg a szabadföldi termesztésben adottságaink többnyire kedvezőnek mondhatók. **Az exportban** ennek megfelelően **a faiskolai termékek aránya a meghatározó**, több év átlagában 60% feletti részt képviselnek, és kivitelük 2008-ban már meghaladta a 9 millió eurót. Komolyabb, 10% feletti részesedéssel bírnak még az exportban a vágott virágok, és a díszítésre szánt ágak, lombok, karácsonyfa is. Csaknem valamennyi termékcsoport exportjában növekedés figyelhető meg 2003 és 2008 között, pl. a hagymások kivitele több mint hétszeresére, a vágott virágoké majdnem háromszorosára nőtt, de ez az alacsony bázis miatt csak kisebb emelkedést jelentett az export árbevételükben. A szobanövények az egyetlen olyan termékcsoport, ahol nem nőtt a kivitel értéke, itt a vizsgált években visszaesés tapasztalható (42. ábra).

42. ábra

Magyarország dísznövény-kivitelének termékcsoportok szerinti összetétele az export értéke alapján (2003-2008)



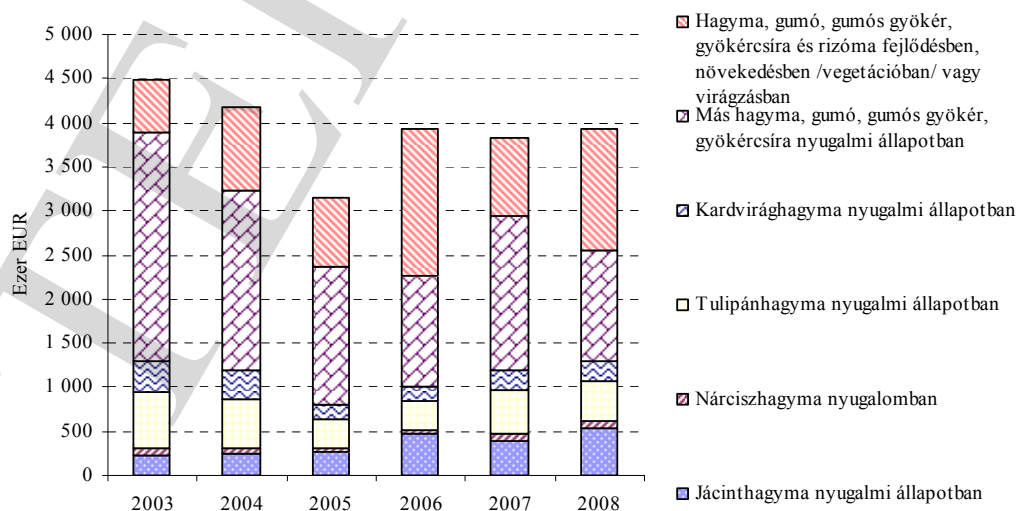
Forrás: KSH

3.3.2. A hagymás dísznövények külkereskedelme

Magyarország hagymás növényekből nettó importőr, noha exportunk az utóbbi években növekedést, míg importunk csökkenést mutatott. Az importban volumenhorozók a nyugalmi állapotban lévő jácint-, tulipán- és egyéb hagymák, valamint az ún. vegetációban, virágzásban lévő hagymások (43. ábra). Exportunkban a tulipán- és egyéb nyugalmi állapotú hagymák kivitele volt jellemző, azonban a legutóbbi évben – és ez igaz a behozatalra is – a vegetációban és virágzásban levő hagymák, gumók kereskedelme került előtérbe a nyugalmi állapotú hagymákkal szemben (44. ábra).

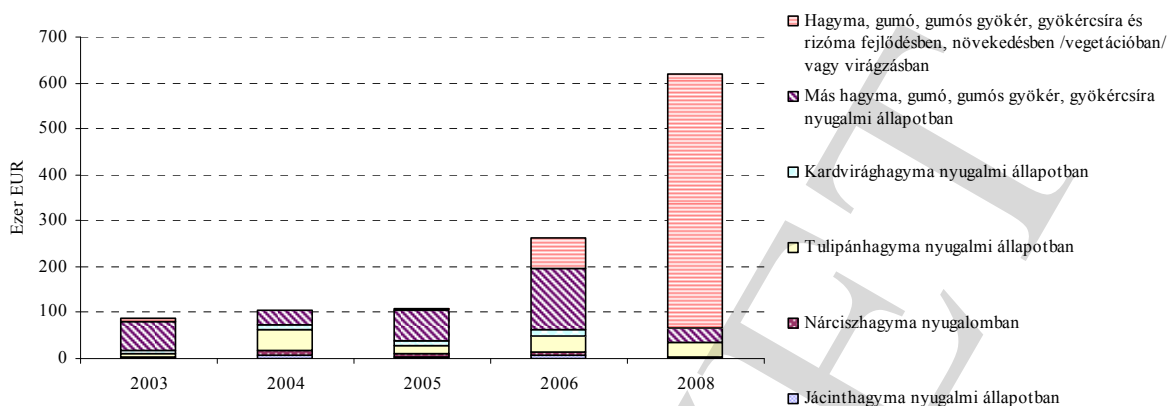
43. ábra

Magyarország hagymásnövény-behozatala (2003-2008)



Forrás: KSH

Magyarország hagymásnövény-kivitele (2003-2008)



Forrás: KSH

Megjegyzés: A 2007. évi adatok adatvédelmi okok miatt hiányoznak.

A hagymás növények túlnyomó részét – 2008-ban 85%-át – Hollandiából importáltuk. A beszállító országok vonatkozásában átrendeződés mutatkozik: míg Hollandia teret veszít (a 2003. évi 95%-os piaci részesedése 2008-ban 85%-ra csökkent), addig a Németországból és Ausztriából származó import megtöbbszöröződött, és ma együtt már a behozatal több mint 10%-át adják. A hollandiai beszerzések visszaszorulása mögött két tényező húzódik meg. Az átrendeződés egyik oka a Magyarországon működő német és osztrák élelmiszerkereskedelmi és barkácsáruház-láncok terjeszkedése, dísznövényforgalmának bővülése. Másik oka a piaci igények változása, vagyis a virágos cserepes növények keresletének növekedése. A vegetációban, virágzásban levő hagymás és gumós növények vámtarifaszáma magában foglalja az orchideát is, így a piacok átrendeződése vélhetően e fajok (elsősorban a *Phalaenopsis*) divatjával is összefügg.

A hagymás és gumós növények fő exportpiaca Németország, ide került 2008-ban az összes exportunk 84%-a. További 10% került Romániába, 4% Szerbiába, míg a maradék Szlovákiába, Horvátországba és Svájcba jutott. Németországba főként vegetációban, virágzásban levő hagymásokat és gumósokat szállítottunk, ez tette ki az összes németországi exportunk 95%-át. Romániába viszont nyugalmi állapotú hagymák, gumók kerültek, és ezek az összes kivitel 96%-át képviselték.

A virághagyma-előállítás nem mindenütt gazdaságos, így Magyarországon sem. Ennek oka, hogy a termeléséhez hűvös és csapadékos tavaszi időjárás kell, nálunk azonban csak minden negyedik év ilyen. A virághagyma termeléssel szemben a hagymások korai virágoztatásában azonban előnyben vagyunk, hiszen pl. Hollandiában a virágoztatás szakasza mintegy két hónappal hosszabb, mint Magyarországon. A korán virágoztatható hagymásokat a hollandok ezért délebbre, pl. Dél-Franciaországban termeltetik, ami így sokkal drágább.

3.3.3. A faiskolai és egyéb szabadföldi növények külkereskedelme

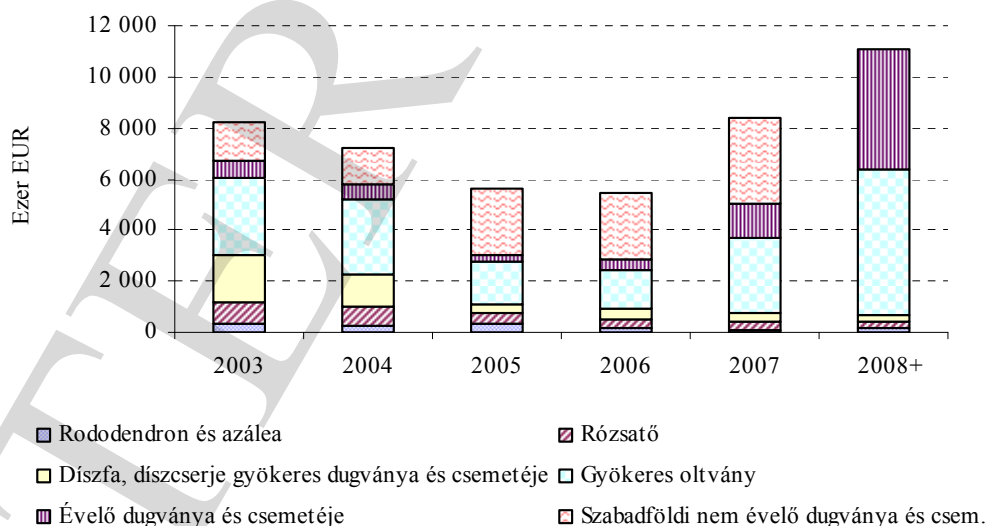
A faiskolai és egyéb szabadföldi dísznövények összesített külkereskedelmi egyenlege csak kisebb negatívumot mutat: 2008-ban a 11 millió euró behozattal szemben az export 9,2 millió eurót tett ki (45. és 46. ábrák). E termékcsoporthoz az importjában az oltványok és a szabadföldi nem évelő növények vezetnek, míg az exportban szintén az oltványok, valamint a díszfák és díszcserjék gyökeres dugványai, csemetéi bírnak nagyobb jelentőséggel. Valamennyi exportált termék kivitele növekedést mutat, míg az importált termékek közül csak az oltványok és az egyéb szabadföldi (évelő és nem évelő) növények behozatala nőtt.

A nem évelők importjában nagy szerepet kapnak az egy- és kétnyári, valamint a balkonnövények szaporítóanyagai. Ennek oka, hogy a szaporítóanyag-előállítás, ezen belül is a palántanevelés drága, iparszerű technológiát, kiegyenlített körülményeket követel meg, amit csak globális értékesítés esetén érdemes kiépíteni, létrehozni. Az új fajták szaporítási joga a fajtatulajdonosok kezében van, így a továbbszaporításuk is csak engedéllyel, licenccel, díj fizetése ellenében lehetséges.

A faiskolai és egyéb szabadföldi dísznövények termékcsoporthoz tartozik néhány, Magyarország számára nagyon fontos exportcikk, amelyek pozitív és javuló külkereskedelmi egyenleggel bírnak. Ezek a rózsatő és a díszfák, díszcserjék gyökeres dugványai és csemetéi, amelyek kivitele egyenként 1,25 millió, illetve 1,8 millió euró aktívumot mutatott 2008-ban.

45. ábra

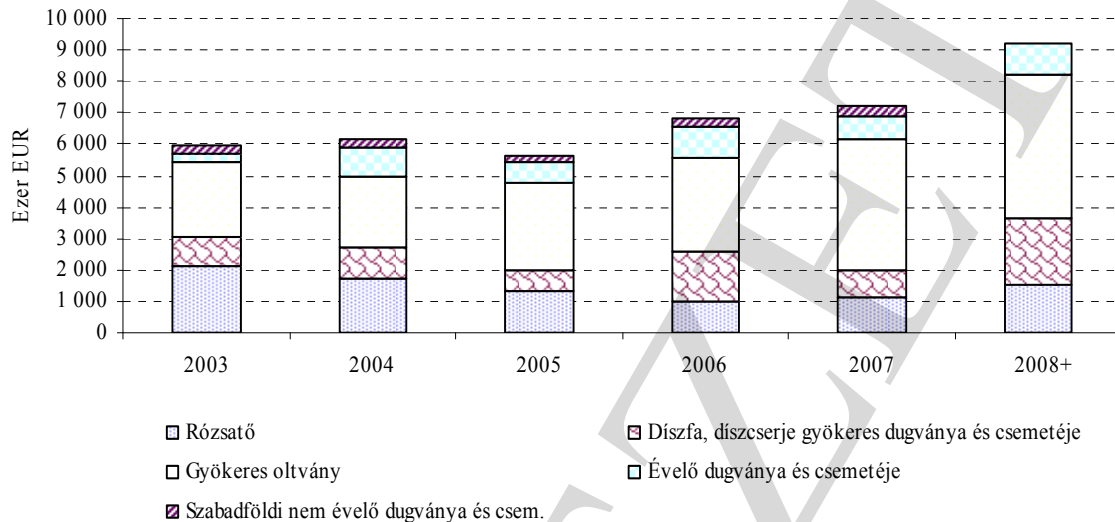
A faiskolai termékek és egyéb szabadföldi dísznövények behozatala Magyarországon (2003-2008)



Forrás: KSH

+/- Évelő és nem évelő szabadföldi a 2008. évtől együtt.

**A faiskolai termékek és egyéb szabadföldi dísznövények kivitele
Magyarországról⁺⁺ (2003-2008)**



Forrás: KSH

+/- Évelő és nem évelő szabadföldi a 2008. évtől együtt.

++/ Adatvédelmi okok miatt rododendron és azálea nélkül.

Bár a rózsató termelésében nagyon kedvező termőhelyi adottságokkal rendelkezünk, és a „szőregi rózsató” eredetvédett termékünk, az import rózsató mégis drágább, mint a hazai származású export (47. ábra). Az árkülönbség abból adódik, hogy a magyar rózsatóvet német, francia, holland és osztrák csomagküldő vállalatok (*W. Kordes' Söhne, Delbard, Starkl, Bakker*) termeltetik, és nagyon olcsón, többnyire 1 euró/tő alatti áron vásárolják fel a hazai termelőktől, majd 5-12 euró/tő áron adják tovább. Ezek Európa legnagyobb virágküldő cégei, amelyek leányvállalatai jelen vannak szinte az egész kontinensen. Nem csak a termelést és az értékesítést tartják kezükben, de jelentős összegeket fordítanak az új fajták nemesítésére is (pl. a *W. Kordes' Söhne*), így minden évben változatos újdonságokkal, illetve a levélbetegségeknek ellenállóbb fajtákkal tudnak megjelenni a piacon. Ahhoz, hogy a magyar termelők önállóan is képesek legyenek a külpiacokon értékesíteni, jelentős közös fejlesztésekre lenne szükség a piacépítés és a termelői infrastruktúra (hűtés, csomagolás) területén is.

47. ábra

A rózsató exportunk és importunk átlagára (2003-2008)



Forrás: KSH

A faiskolai és egyéb szabadföldi termékek 2008. évi importjának 39%-a Szlovákiából, 32%-a Hollandiából, 11%-a Olaszországból és 8%-a Németországból származott (22. táblázat).

22. táblázat

A faiskolai és egyéb szabadföldi dísznövények importjának összetétele származási országok szerint (2008)

Me.: ezer EUR

Megnevezés	Dugvány, csemete	Oltvány	Más szabadföldi	Rózsa	Összesen	Megosztás, (%)
Mindösszesen	262	6 177	4 646	266	11 351	100,0
Ausztria	38	25	220	9	293	2,6
Belgium	52	74	12	0	138	1,2
Németország	21	293	541	30	885	7,8
Dánia	21	176	13	65	276	2,4
Olaszország	23	834	419	0	1 276	11,2
Hollandia	91	504	2 907	112	3 614	31,8
Szlovákia	0	4 149	235	0	4 384	38,6
Egyéb	16	121	299	51	487	4,3

Forrás: KSH

A termékcsoponton belül a díszfák, díszcserjék gyökeres dugványai és csemetái behozatala diverzifikált, az import 88%-a öt országból érkezett 2008-ban (Hollandia: 36%, Belgium: 20%, Ausztria: 15%, Olaszország: 9%, Németország: 8%). Ezzel szemben az oltványok importjának 67%-át egyetlen országból, Szlovákiából szállították. A szlovák oltványok behozatala 2004-ben 10 ezer eurót, 2008-ban viszont már több mint 4 millió eurót tett ki.

A szabadföldi évelő és nem évelő növények behozatalában Hollandia több mint 60%-os piaci részaránnyal első, a második és harmadik helyen Németország (12%) és Olaszország (9%) állnak. Hollandiából főként a nem évelő szabadföldi növények dugványait és csemetéit (palántáit), míg Németországból évelő növényeket, illetve ezek szaporítóanyagait importáljuk.

Rózsató importunk egy része alanycsemete, amelyet itthon elültetnek, majd beszemzik a nemes fajtával. **Másik része viszont a hazai vágottróza-termesztés szaporítóanyaga.** Az alanyok, valamint a kész rózsatóvek döntő többsége egyaránt Hollandiából, Dániából és Németországból származik.

A faiskolai és egyéb szabadföldi termékek 2008. évi exportjának 22%-a Romániába, 19%-a Németországba, további egyenként 3-6% közötti része más nyugat-európai (Ausztria, Franciaország, Hollandia), kelet-európai (Csehország, Románia, Oroszország, Ukrajna) és dél-európai országokba (Horvátország, Szerbia, Olaszország) került (23. táblázat). Az elmúlt hat évben a **németországi és az osztrák kivétel mellett jelentős növekedést mutatott az exportunk azokba a kelet- és dél-európai országokba (pl. Ukrajna, Szerbia, Románia) is, ahol a díszfaiskolai termesztés színvonala rendkívül alacsony.** Becslések szerint 15-20 év az előnyünk velük szemben, amit ki kellene használnunk.

23. táblázat

A faiskolai és egyéb szabadföldi dísznövények exportjának összetétele célországok szerint (2008)

Me.: ezer EUR

Megnevezés	Dugvány, csemete	Oltvány	Más szabadföldi	Rózsza	Összesen	Megoszlás, %
Mindösszesen	2 136	4 570	1 012	1 532	9 251	100,0
Ausztria	0	467	1	30	498	5,4
Csehország	24	123	262	2	410	4,4
Németország	664	390	334	399	1 786	19,3
Franciaország	104	6	52	273	435	4,7
Horvátország	148	310	4	47	509	5,5
Olaszország	26	227	1	29	283	3,1
Hollandia	415	54	0	123	591	6,4
Románia	516	1 075	145	316	2 051	22,2
Oroszország	17	121	0	121	259	2,8
Ukrajna	16	354	91	13	474	5,1
Szerbia	56	414	45	0	516	5,6
Egyéb	150	1 029	78	180	1 438	15,5

Forrás: KSH

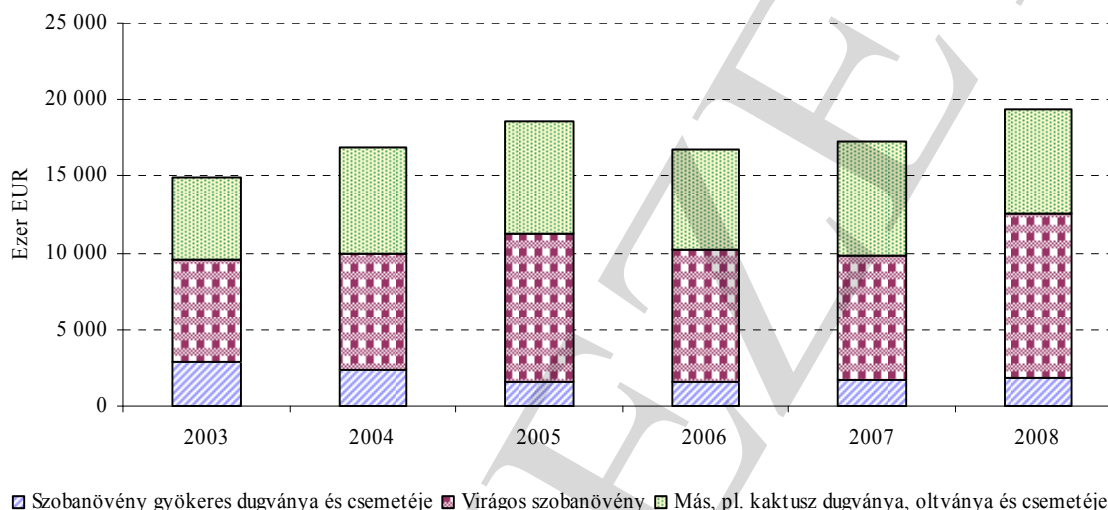
3.3.4. A szobanövények külkereskedelme

Magyarország szobanövény-behozatala 17-19 millió euróra tehető, ez a kivétel **húsz-harmincszorosa**. A szobanövények külkereskedelmében a virágos növények szerepe egyre nő, míg a másik két szegmens, a levéldísznövények és a

kaktuszok külkereskedelme visszaszorulóban van (48. és 49. ábrák). Különösen igaz ez az exportunkra, ahol a virágos szobanövények 2003. évi 15%-os részesedése 2008-ban 88%-ra emelkedett, miközben a levéldísznövények részesedése az exporton belül majdnem feléről mindössze 1%-ra apadt. E tendenciák az importban is tetten érhetők, de nem olyan markánsan, mint az exportunkban.

48. ábra

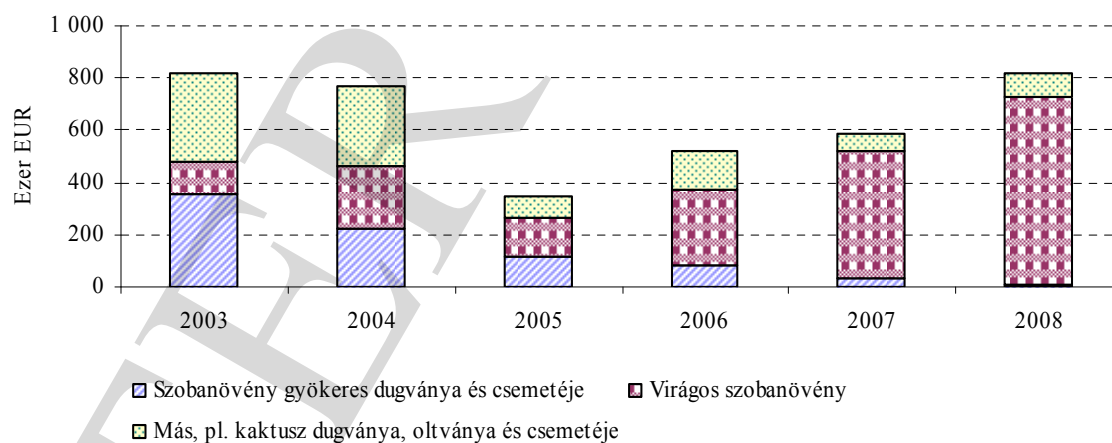
Magyarország szobanövény-behozatala (2003-2008)



Forrás: KSH

49. ábra

Magyarország szobanövény-kivitele (2003-2008)



Forrás: KSH

A levéldísznövények exportjának visszaeséséhez a fogyasztói szokások változásán túl hozzájárult a korábbi nagyobb kertészeti vállalatok (pl. Szombathelyi Kertész TSz, Óbuda Kertészeti Szövetkezet, Sasad TSz, Rozmaring TSz) megszűnése is. A nagyvállalatok széles választékban állítottak elő levéldísznövényeket, és ezeket az egész országban terítették. A kisebb üzemek azonban már szűkebb kínálatra

rendezkedtek be, a hiányzó fajokat inkább importálták, gyakran maguk a termelők. (A korábbi termelőkől és a nagyvállalatok kereskedelmi vezetőiből alakult ki az a nagykereskedői kör, akik lobbijükénél fogva a védővámok megszüntetését is elérték.)

A szobanövények 73%-a Hollandiából, 6%-a Dániából került hozzánk 2008-ban, ez az arány azonban 2003-ban még 82%, illetve 9% volt. A hollandiai import értékének csökkenése leginkább a levéldísznövényeknél, a dániai a virágzó szobanövényeknél mutatkozott meg. A szobanövények behozatalában Németország, Ausztria és Olaszország részesedése nőtt a forgalomból 2003 és 2008 között.

Szobanövényt gyakorlatilag csak két országba, Romániába (88%) és Szerbiába (9%) szállítottunk 2008-ban.

3.3.5. A vágott virágok külkereskedelme

A vágott virágok magyarországi importja 14-16 millió eurót tesz ki, ezzel szemben az exportja – bár az utóbbi időben dinamikusan bővül – 2008-ban még a 2 millió eurót sem érte el. A magas energiaárak miatt Magyarországon a virághajtás fő időszaka tavasztól őszig tart, a téli időszakban ezért import virágokkal váltják ki a gazdaságtalan hazai termesztést. Az importban a rózsa dominál több mint 40%-os részaránnyal, ezt követik az egyéb vágott virágok, egyre növekvő részesedéssel. Az importban a hazai termelés felfutásának köszönhetően a krizantém, és a kevésbé divatos szegfű teret veszít, míg az orchidea és a szárazvirágok behozatala kis mértékben növekszik (50. ábra).

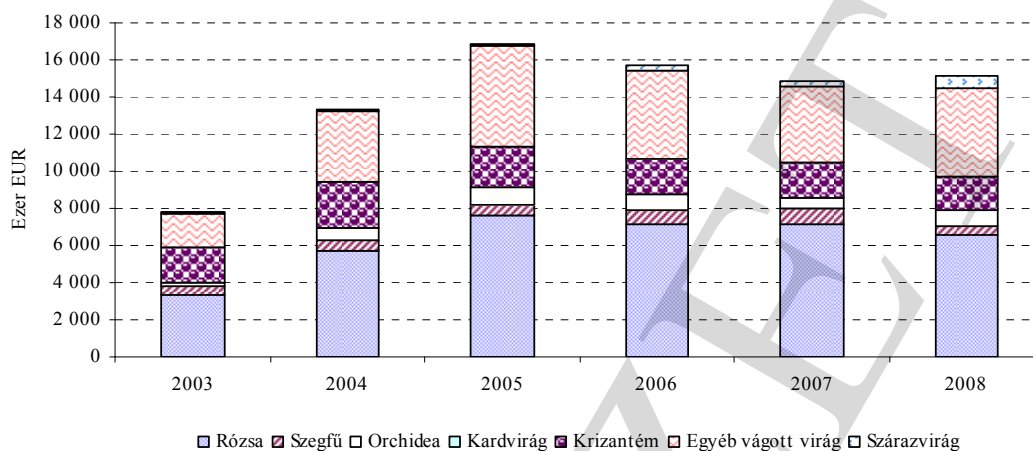
Vágottvirágexportunk a 2005. évi mélypontot követően 2008-ig többszörösére nőtt. A rózsa exportjából származó árbevétel csaknem 700 ezer, az egyéb vágott virágé 450 ezer, a szegfűé 230 ezer, a krizantémé 100 ezer euróval nőtt 2003 és 2008 között. **A friss vágott virágok exportjával szemben a szárazvirág-kivitelünk 2006 és 2008 között csaknem teljesen megszűnt** (51. ábra). A piaci szereplők véleménye szerint az exportált vágott virágok nagy része nem magyar termelésből származik, sokkal inkább reexport lehet.

A vágott virágok fő magyarországi szállítója Hollandia, 2003-ban 93%-os, 2008-ban 90%-os piaci részaránnyal. Noha a 2008. évi import több mint harminc országból származott, ezek részaránya egyenként alig mérhető. Kisebb mennyiségek (1-2%) Németországból, Izraelből, Olaszországból és Törökországból érkeztek.

Vágott virágot 2008-ban csak négy országba, Romániába (89%), Szerbiába (6%), Szlovákiába (3%) és Ukrajnába (2%) exportáltunk.

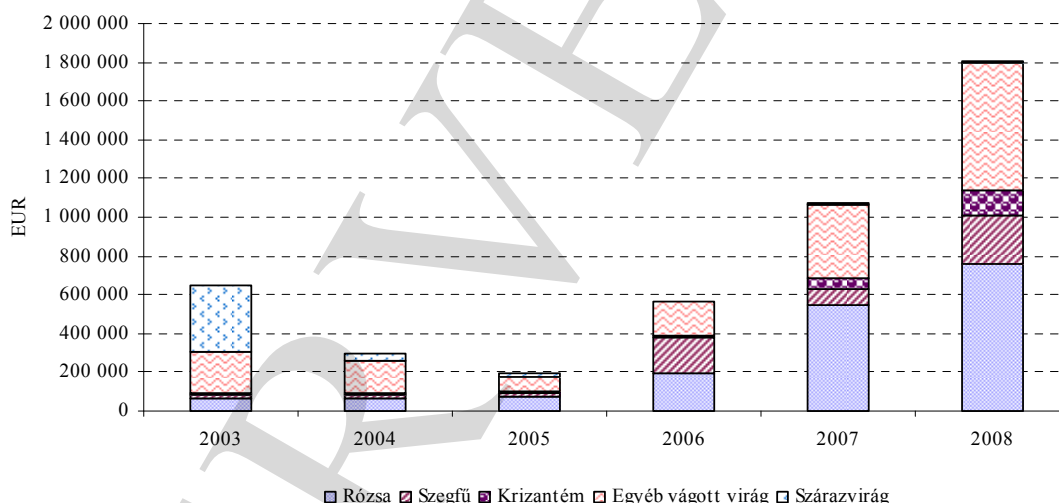
50. ábra

Magyarország vágottvirág-behozatala (2003-2008)



Forrás: KSH

51. ábra

Magyarország vágottvirág-kivitele⁺ (2003-2008)

Forrás: KSH

+/- Adatvédelmi okok miatt orchidea és kardvirág nélkül.

3.3.6. Lombok, ágak, karácsonyfa külkereskedelme

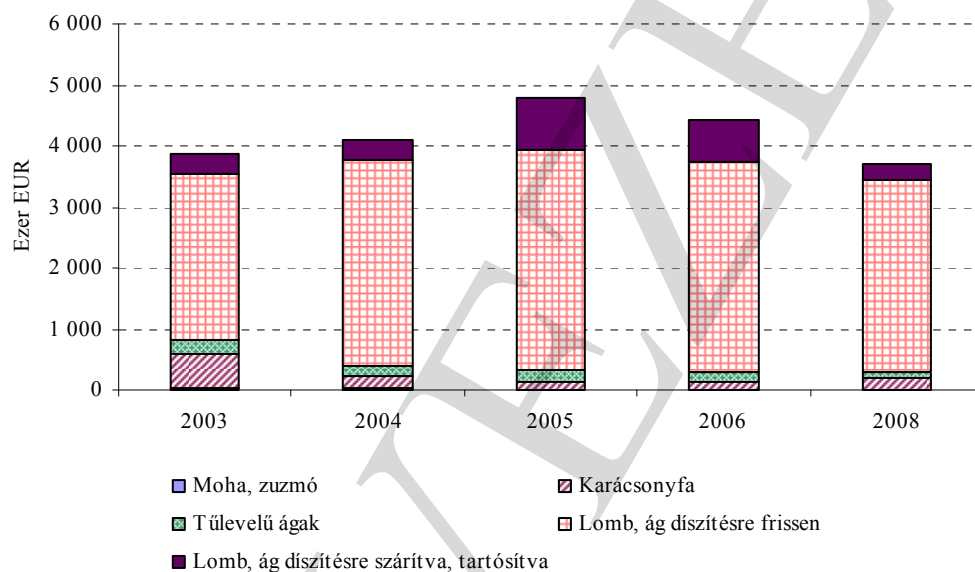
Ebben a termékcsoportban a behozatal zömét a díszítésre szolgáló friss lomb és ág (pl. *Eucalyptus*, *Chamaedorea*, *Chamerops*, *Livistona*, *Croton*) adja, értéke meghaladja a 3 millió eurót (52. ábra). Az exportban a száraz ágak, elsősorban a fűzfaág visszazorulása látszik 2003 után, mivel ezt a terméket Kína olcsóbban tudja szállítani (53. ábra). A **karácsonyfaexport felfutásának** oka, hogy az utóbbi években külföldi befektetők a Nyugat-Dunántúlon több száz hektáron hoztak létre karácsonyfaültetvényeket. A külföldi cégek a felnevelt karácsonyfa legjavát exportálják, a maradékot Magyarországon forgalmazzák.

Az importált ágak és lombok csaknem 70%-a Hollandiából származott, emellett jelentősebb mennyiségeket Németországból (15%) és Olaszországból (9%) vásároltunk 2008-ban. Az importált karácsonyfák 90-95%-át Dániában termelték.

Karácsonyfaexportunk 2008-ban 1,7 millió eurót ért el, aminek több mint a felét, csaknem egy millió euró értékű árut Dániában értékesítettük. A többi Romániába (23%), Horvátországba (13%) és Németországba (6%) került.

52. ábra

Magyarország lomb-, ág- és karácsonyfa-behozatala (2003-2008)

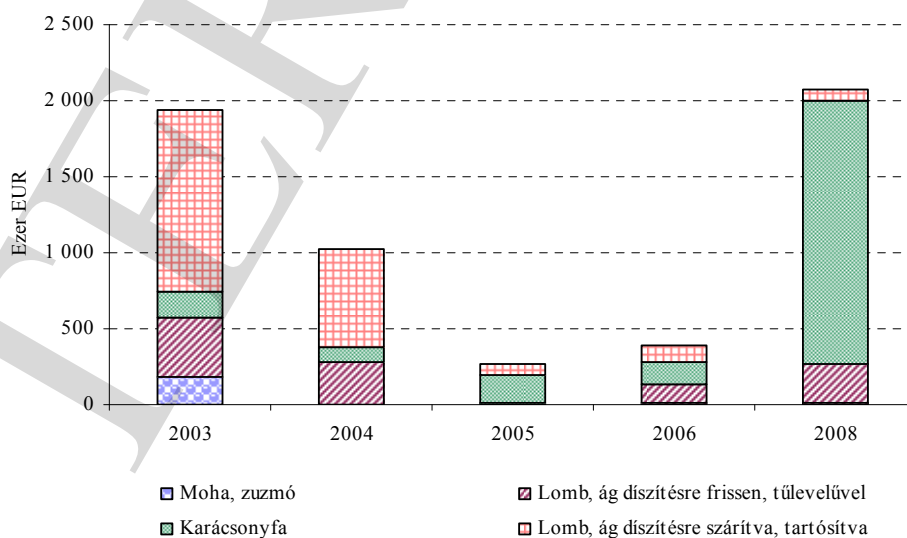


Forrás: KSH

Megjegyzés: A 2007. évi adatok adatvédelmi okok miatt hiányoznak.

53. ábra

Magyarország lomb-, ág- és karácsonyfa-kivitele



Forrás: KSH

Megjegyzés: A 2007. évi adatok adatvédelmi okok miatt hiányoznak.

3.4. Dísznövény-kereskedelem Magyarországon

A dísznövény-kereskedelem fő szereplői az alábbi kategóriákra oszthatók:

- Nagykereskedelem:
 - importőr-nagykereskedők;
 - nagybani piacok;
 - nagykereskedők.
- Kiskereskedelem:
 - virágboltok;
 - *garden centerek*;
 - barkácsáruházak;
 - kiskereskedelmi láncok;
 - faiskolai árudák;
 - utcai árusítás;
 - direkt értékesítés (termőhelyi, piaci).
- Szolgáltatók:
 - kertépítés;
 - csomagküldés.

Magyarországon szakértői becslések szerint **mintegy 100 dísznövény nagykereskedelmi cég** működik, **legtöbbjük vágott virágok és cserepes dísznövények kereskedelmével foglalkozik**. Ezeknél a termékeknél nagyon fontos az import szerepe, ezért az importtal (is) foglalkozó cégek tevékenysége jelentős hatással van a hazai piacra. **Az importőr és nagykereskedő szerep egyértelműen nem különül el egymástól**. A legtöbb importőr hazai áruk nagykereskedelmével is foglalkozik, de fő tevékenységük, hogy más nagykereskedőknek adják tovább a behozott árukat. Emellett közvetlenül a kiskereskedőknek is forgalmazznak (hazai és import árut), de kisebb arányban.

A nagykereskedők a hazai termesztőktől kisebb részben közvetlen, szerződéses kapcsolat útján, nagyjából a nagybani piacokon előre egyeztetett módon vagy *ad-hoc* jelleggel szerzik be az árut, majd azt a kiskereskedők felé közvetítik. **Legfontosabb vevőik a kis virágboltok**, amelyek egyre inkább rajtuk keresztül szerzik be az árut, mert így időt, szállítási költséget takaríthatnak meg. Sok kis bolttulajdonos ma már nem tart alkalmazottat, ezért egyáltalán nem tud időt szakítani az árubeszerzésre, így az árres ellenére is előnyösebb számára a nagykereskedőnél vásárolni. Általában minden nagyobb vidéki városban van legalább egy – de gyakran több – nagykereskedő. Egy kiskereskedőnek 50 km-nél hosszabb utat így nem kell megtennie az áruért, de ma már sok nagykereskedő helybe is viszi a virágokat, egyesek *on-line* megrendelést lehetővé tévő webáruházat működtetnek.

A nagykereskedőknek a termelők és a multinacionális kiskereskedelem közötti közvetítésben is fontos szerepük van, miközben más mezőgazdasági termékek esetében ez a szerep visszaszorulóban van. Ennek oka – az áruházláncok oldaláról – a termelés elaprózottságában, a kis termelési volumenben keresendő. A termelők – elmondásuk szerint – tudatában vannak annak, hogy alacsonyabb áron

tudnak így értékesíteni, mintha közvetlenül a láncokkal állnának üzleti kapcsolatban, de előnyként értékelik, hogy így az üzletláncokkal történő szerződés kockázatait és járulékos költségeit (hosszú fizetési határidő, polcpénz, belistázási díj, kötbér, minőségi kifogások, visszáru stb.) a nagykereskedő viseli.

Speciális magyar formáció a nagykereskedők között a **Virágpaletta Szövetkezet**, amely termelők által létrehozott és részben működtetett nagykereskedelmi cég. Az alapító kertészek elsősorban saját termékeik értékesítését elősegítendő hozták létre, de választékbővítési céllal importtal és más (külső) beszállítók árujának forgalmazásával is foglalkoznak.

A Virágpaletta Szövetkezetet 1997-ben alapították az EU-csatlakozásra való felkészülés jegyében. A virágkertészek ezzel a lépéssel kívánták megakadályozni, hogy Magyarországon – más újonnan csatlakozott országhoz hasonlóan – teljesen holland kézbe kerüljön a virágforgalmazás. A nyitvatartási idő szűkössége a nagybani piacokon fokozta az eladási nehézségeket, és nyilvánvalóvá vált, hogy a nagyobb volument adó kertészetek termékeinek piacra juttatását csak egy modernebb kereskedelmi formában lehet megoldani. A szövetkezet egyedülálló Európában abból a szempontból, hogy termelők alapították, termelők a tulajdonosai és elsősorban saját árujuk értékesítésére hozták létre.

A szövetkezetet vágottvirág-, és vágottzöld-termelők alapították (kezdetben 27 termelő tagjuk volt), de a választék bővítése érdekében később a kellékeseket is bevonták a szerveződésbe. Ma 74 tagot számlálnak, amiből nyolc kereskedő, ötven termeléssel és kereskedelemmel is foglalkoznak. A tagjaik között specializáció alakult ki, de ez nem kényszerből történt. Egyrészt olyan új belépőket választottak/hívtak meg, akik olyan virágot termeltek, amit addigi a tagjaik nem, másrészt a tagok is váltottak, ha látták, a termékükből sok van a piacon, vagy jobb minőségben termeszti más.

A Virágpaletta létrehozásával a tagok előnybe kerültek a kívül maradt termelőkkel szemben. A heti két piaci nap helyett ugyanis hetente négyszer terítik az árujukat az ország húsz pontján elhelyezkedő nagykereskedésekben (Békéscsaba, Budapest III. kerület, Budapest XVIII. kerület, Debrecen, Eger, Győr, Kaposvár, Mátészalka, Miske, Miskolc, Marosvásárhely (Románia), Nagykanizsa, Nyíregyháza, Pécs, Siófok, Szeged, Székesfehérvár, Szolnok, Veszprém, Zalaegerszeg). Az értékesítési áraikat is sikerült növelni (átlagban 10-15%-kal), amihez hozzájárult az is, hogy a gyakoribb beszállítás lehetősége miatt az áru minősége javult, a selejt mennyisége csökkent. A képződött nyereséget visszaforgatva, a virágkertészek jelentős beruházásokba is fogtak, aminek következtében egyes rózsá-, liliom- és gerberakertészetek nagyméretű, jól felszerelt üzemekké váltak.

A termelők a nagykereskedők felé ún. fenntartási-bonyolítási átalányt fizetnek, amelynek összege 10 Ft/m² havonta, és a tag termőfelülete alapján számítják. A nagykereskedéseket részben szövetkezeti alkalmazottak, részben vállalkozók üzemeltetik. Az áruházba való beszállítást a tagok bonyolítják, ők rendelkeznek szállítóeszközzel, de gyakori, hogy többen összefognak a szállítás megszervezésére. A tagi áru értékesítését a nagykereskedések bizományban végzik, ami azt is jelenti, hogy az eladás sikere nagyobbrészt a termelőtől függ, azaz nincs biztos értékesítés, csak lehetőség. A tag határozza meg, hogy milyen fajtát, milyen minőségben és mennyiségben, milyen áron kíván eladni. Ilyen módon a tagé a kockázat; ha valami nem kel el, őt terheli a leárazás vagy selejtezés költsége is. Jelenleg a rendszer finomításán fáradoznak, a cél az, hogy a nagykereskedéseket érdekeltté tegyék az eladásban, akik cserébe a piaci viszonyokhoz (miből mennyit lehet jó áron eladni) igazítanák a rendeléseiket.

Azokat az árukat, amelyek nem érhetők el a saját termelőiknél, a Virágpaletta a nagybani piacon szerzi be, vagy importálja. (Beszerzési forrásaik: Hollandia, Németország, Costa Rica.)

A szövetkezet tagjai az alapítás költségeire 100-200 ezer Ft közötti összeget fizettek be, a nagykereskedelmi egységeket érintő beruházásokhoz pedig újabb anyagi hozzájárulást teljesítettek tagi kölcsönök formájában. A hozzájárulás alapja a termőterület vagy a kellékesek számára az igényelt polcfeület nagysága volt. A nagykereskedelmi áruházak egy kivétellel (ez a dabasi logisztikai központ, ami saját tulajdonuk), bérelt épületekben működnek, de épületenként az átalakítás, felújítás, a szükséges hűtők, polcok stb. beszerzése minimum 8-10 millió Ft-ot igényelt. A Virágpaletta a

nyereséget folyamatosan visszaforgatja a hálózat fejlesztésébe, sőt, hitelt is vettek fel a terjeszkedéshez.

Hasonló indíttatású a **Profi Partner Kft.**, amely faiskolai termékek nagykereskedelmével foglalkozik. **A faiskolai ágazatban kevésbé jellemző a nagykereskedelmi értékesítés** (gyakoribb, hogy a kiskereskedők közvetlenül a termelőtől vásárolnak, emellett az is közrejátszhat ebben, hogy faiskolai termékekből jóval kisebb az import aránya), ezért ez a kezdeményezés viszonylag újszerű, és mivel a termelők alapították saját értékesítési lehetőségeik javítására, az önszerveződés csírájának is tekinthető.

A Profi Partner Kft-t négy közepes méretű faiskola hozta létre közös inputbeszerzésre (műtrágyák, cserepek) és nagykereskedelmi értékesítésre. Speciális beszállítási rendszer keretében további kisebb faiskolák értékesítését is koordinálják. A legnagyobb készletértéket az alapítók adják, a többi faiskola szerepe választékbővítő. Bárki lehet beszállítójuk, akivel meg tudnak egyezni, szerződést kötnek, s szállíthat. Jelenleg mintegy 40 beszállító partnerük van, a lefedettségük országos.

A Profi Partner vevői kertépítők, kertészeti árudák, *garden centerek*, ingatlanberuházók, áruházláncok. (Főleg a kis- és közepes beszállítók, illetve kis- és közepes vevők partnere a Profi Partner.) 3 000 fölötti a partnereik száma, az aktív (rendszeres) vevők száma kb. 1 200, de a top 200 fedi le forgalmuk 80%-át. Ők főleg árudák. Az értékesítési csatornák megoszlása: kb. 20-25% export, 20-25% áruházlánc, 50-60% árudák, kertépítők és más nagykereskedők.

A faiskolák egyenként bizonyos számú egységet (33 m²/egység) vesznek bérbe, ahová kihelyezhetik az árujukat. Általában 1-5 egységgel dolgoznak a beszállítók, nagyságuktól, távolságuktól függően. (A közelebbi cégek gyakrabban hoznak árut, gyorsabban forgó, kisebb készlettel dolgoznak.) Ez szabadon történik, a Profi Partner nem válogat, és nem jelent szűrőt abból a szempontból, hogy a beszállító faiskolák miből mennyit termelnek és értékesítenek. Az értékesítési árat is a beszállító szabja meg. A Profi Partner bizományosi rendszerben értékesíti az árut, a beszállítás és az eladás közben azonban ápolja, gondozza, öntözi a növényeket. A szállítás költsége a beszállítókat terheli.

A Profi Partner területegységre vetítve 100 ezer Ft megbízási díjat kap, továbbá a beszállító által meghatározott árra még 25% árrést számít fel. A megbízási díjat azért találták ki, hogy a beszállítót ösztönözzék a piacképes áru elhelyezésére. Az eladott növényekről pontos statisztikát vezetnek, amit megosztanak a beszállító partnerekkel is. E piaci információk segíthetik a beszállítók termelési döntéseit. Minden hétfőn küldenek kimutatást az előző heti fogyásról, hogy a termelők fel tudják tölteni az egységeiket. Szezonban előfordul a heti háromszori árufeltöltés is, de a feltöltés gyakorisága függ a szállítási távolságtól is. Választékbővítési céllal importálnak is, Németországból és Hollandiából kontinentális, Olaszországból mediterrán növényeket.

Az exporttevékenység – a hazai termékek forgalmazásával szemben – úgy zajlik, hogy megvásárolják az árut a partnerektől, majd mint Profi-Partner terméket, egységes arculattal exportálják. A Profi Partner végzi az összes ezzel kapcsolatos adminisztrációt is.

A dísznövény-nagykereskedelem fontos, sajátos színterei a nagybani piacok.

A Magyarországon forgalmazott vágott és cserepes dísznövények döntő része megfordul valamelyik nagybani piacon, mielőtt a fogyasztóhoz kerülne. Jelenleg Budapesten és vonzáskörzetében három, vidéken egy jelentősebb nagybani virágpiac működik (Szegeden). A legjelentősebb közülük a szigetszentmiklósi **Flora Hungaria**. Becslések szerint a Magyarországon forgalmazott vágott és cserepes virágok 60-70%-a megfordul e piacon, emellett jelentős ármeghatározó szereppel is bír. A korábban „A” virág nagybani piacnak számító budaörsi létesítményen, a **Floracoop-on** keresztül történő eladás a Flora Hungaria megnyitása után fokozatosan visszaszorult. Ebben közrejátszott a nyitvatartási idő, a minőségi árut kínáló nagykereskedők és termelők

„átpártolása” és az új létesítmény jobb megközelíthetősége is. Mára másodlagossá vált a Floracoop szerepe, kisebb áruvolument, alacsonyabb árszinten kínálnak az eladók a piacon. Az alacsonyabb árszint – a gyengébb minőség mellett – a vásárlóközönségtől is függ, a Floracoop általában az olcsóbb árut kereső „temetői” virágboltok, piaci értékesítők fő beszerzési helye. A **Szent László utcai piac** forgalma a legkisebb, elsősorban rossz megközelíthetősége miatt. A forgalom növelése érdekében a fogyasztók számára is nyitott, de ez a termelők egyöntetű véleménye szerint rontotta az eladási lehetőségeket [Szabó, 2002].

A Flora Hungaria-t 1993-ban alapította 48 kertész. A saját erőből létrehozott beruházás (10 000 m²-es csarnok és kapcsolódó létesítményei) 1993. december 1-jén kezdte meg tényleges működését. 1994-ben további 3 250 m²-rel bővítették a csarnokot, majd 2001-ben 5 100 m²-es logisztikai központ épült. Ezzel egyidejűleg megvalósult a jövőbeli elektronikus kereskedelem alapjainak kiépítése, ami sajnos a termelői hajlandóság hiánya és a bizalmatlanság miatt kihasználatlan. A csarnok 1/3-án vágott virágot, 1/3-án cserepes dísznövényeket, 1/3-án virágüzleti kellékeket árusítanak. Jelenleg 488 tagjuk van, 600 db belső, 150 db külső elárúsítóhellyel rendelkezik a piac. A Flora Hungaria jövőjét veszélyezteti a szervezeti forma, a kistermelők magas tulajdoni aránya. A termelők 50%-a ugyanis ma már nem árusít, csak bérbeadja területét, ezért igyekeznek megakadályozni a fejlesztéseket, hogy a bérleti díjak szinten maradjanak. A Flora Hungaria nyitvatartása korlátozott, ezért tervbe vették egy, a hét minden napján árusító *cash and carry* részleg kialakítását. Ezzel a nagybani piac klasszikus nagykereskedelmi funkciót is betölthetne, de ha késlekedik a döntés és a megvalósítás, a külföldi tőkével működő nagykereskedők átvehetik ezt a szerepet.

A Floracoop-ot 1984-ben alapította a dísznövénytermesztésben érdekelt 14 termelőszövetkezet és állami gazdaság. A csarnokban 100 kisebb és 14 nagyobb elárúsítóhely működik. Hajnali nyitvatartással üzemel, elsősorban a környékbeli (Budapest és Pest megye nyugati, északi részén található) termelők, boltok kedvelt elárúsító- és beszerzési helye.

A Szent László utcai piacot 1991-ben egy magánbefektető hozta létre. Délutáni nyitvatartással üzemel, emiatt a „lusta kereskedők” piacaként is szokás emlegetni. A létesítmény nagyságát és a piaci forgalmat tekintve is harmadlagos szerepet tölt be a központi régióban.

Vidéken csak az 1993-ban, magánbefektetők által létrehozott **szegedi nagybani piac** tudott teret nyerni. Ennek **mára jelentős regionális szerepe lett**, amihez nagyban hozzájárult Románia EU-csatlakozása. Sok kereskedő jár át Romániából, de Szerbiából is a szegedi piacra, mert a romániai termelés nem fedezi a keresletet és a dísznövény-kereskedelem intézményei sem épültek ki teljesen. (A temesvári nagybani piac nyitott elárúsítóhelyekből áll, emiatt télen egyáltalán nem működik, olyankor drasztikusan megnő a kereslet a szegedi piacon.)

A nagybani piacokon eladóként maguk a termelők, az importőr cégek és a nagykereskedők is megjelennek. A vásárlók oldalán a nagykereskedőket, kiskereskedőket, egyes piacokon magukat a fogyasztókat találjuk. A Flora Hungarián jól elkülönül, mely napokon, mely időszakokban jelennek meg vevőként a nagykereskedők, mikor jöhetnek a kiskereskedők, fogyasztókat pedig egyáltalán nem engednek be. A nagybani piacok főleg azon kiskereskedők számára jelentenek fontos beszerzési forrást, amelyek azok vonzásterületén helyezkednek el, de a kínálat, az árak felmérése érdekében néha azok is ellátogatnak ide, akik különben nagykereskedőktől vásárolnak rendszeresen. Ma már a vevői oldalon 80-20% az arány a nagykereskedők javára, holott a piac indulásakor ez fordítva volt.

A **kiskereskedelem**ben továbbra is fontos szerepe van a **kis virágboltoknak**. A vágott virágok értékesítésében még mindig abszolút vezető szerepet játszanak, a cserepes dísznövények esetében viszont csökkent a jelentőségük a multinacionális láncok megjelenésével egy időben. Számuk a szakértők becslése szerint egy évtizede még kb. 10 ezerre volt tehető, mára jelentősen visszaesett, bár a Magyar Virágkötők, Virágkereskedők Egyesületének elnöke úgy véli, a hazai lakosság számához képest még így is sokan vannak (24. táblázat). Hollandiában, amely kisebb területtel rendelkező ország, magasabb virágfogyasztási kultúrával, jóval nagyobb népsűrűséggel, 8 ezer a virágboltok száma, ennek alapján Magyarországon az lenne ideális, ha kb. 4-5 ezer főre esne egy virágbolt, azaz 2 000-2 500 üzlet tudna megfelelő szinten megélni.

24. táblázat

A virágboltok számának alakulása Magyarországon (2008. június – 2009. június)

Me.: db

	Egyéni vállalkozás	Társas vállalkozás	Összesen
2008. június	4 494	2 085	6 595
2008. december	4 416	2 119	6 549
2009. június	4 424	2 156	6 594
Ebből Budapesten:			
2008. június	410	649	1 059
2008. december	394	626	1 020
2009. június	386	624	1 010

Forrás: KSH

A virágboltok – érdekképviseleti szervezetük szerint – átlagosan 100-120%-os árréssel dolgoznak, a 80-90%-os az a minimális kulcs, amely mellett még kitermelhető az üzlet bérleti díja, rezsije, az alkalmazott bére, a szállítás és a selejt bekerülési költsége. Egy-egy üzlet átlagosan 30-35 m²-en, évi 6-7 millió forint közötti forgalommal működik. A legtöbb virágbolt egyéb ajándék- és díszáru forgalmazásával is foglalkozik, ezen áruknak az az előnyük, hogy nem romlandóak, lassabb forgás mellett is nyereséget hoznak. A virágboltok szerepe várhatóan továbbra is kiemelt marad a vágottvirág-értékesítésben, hiszen az áru megfelelő gondozása legfőbb versenytársaiknál (kiskereskedelmi láncok) nem megoldott, ezért minőségben a kis boltok sokkal magasabb színvonalat képviselnek, emellett a kapcsolt szolgáltatás, a virágkötészet csak náluk érhető el, ami az ajándékba vásárolt egyedi csokrok, alkalomra rendelt kompozíciók, kegyeleti és esküvői virágok esetében elengedhetetlen. A cserepes növények értékesítésében versenyesélyeiket növeli, hogy inkább az exkluzívabb, különlegesebb növényeket kínálják, feldíszítve, szaktanácsadás kíséretében adják el ezeket a vásárlóiknak. Tevékenységi körüket tovább lehetne fejleszteni pl. a virágok házhozszállításával, ami külföldön elterjedt szolgáltatás, de nálunk a gyengébb fizetőképesség miatt még kevesen élnek vele.

Az ún. **garden centerek** az EU észak-nyugati tagállamaiban jelentős szerepet töltenek be a dísznövény-forgalmazásban (részesezésük akár az 50%-ot is eléri a teljes

dísznövénytömeg tekintve), de nálunk egyelőre csak néhány ilyen jellegű áruház, illetve áruházlánc működik (*Oázis, New Garden, Sieberz, Ilex*), részesedésüket az összes dísznövényforgalomból kb. 4%-ra lehet becsülni. Kertészeti áruháznak, vagy *garden centernek* az egész évben árusító, fedett helyiséggel is rendelkező⁸, széles kertészeti áruválasztékot és élményszerű vásárlási lehetőséget nyújtó üzleteket nevezünk. Magyarországon e létesítmények faiskolai termékeket, cserepes dísznövényeket, vetőmagot, hagymákat, gumókat, kertészeti kellékanyagokat (virágföld, cserepek, kaspók), szerszámokat árusítanak, de Nyugat-Európában vágott virágot is, emellett vendéglátóipari tevékenységük is jelentős. Előnyük az egyéb kiskereskedelmi láncokhoz hasonlóan az alacsonyabb ár, nagy választék, kényelmes vásárlás, korszerű marketing. A láncokkal ellentétben azonban itt nagyobb hangsúlyt kap a szakmai tudás, a növények igényeiknek megfelelő elhelyezése, gondozása, a szakszerű kiszolgálás és a megvásárolt növényekhez kapcsolódó szaktanácsadás, garancia és egyéb szolgáltatás, pl. a házhozszállítás és beültetés.

A **kertészeti árudák** elsősorban értékesítési körülményeikben különböznek a *garden centerektől*. Nyitott légterű, ezért csak szezonális értékesítésre alkalmas eladóhelyek. Főleg faiskolai termékeket – köztük a dísznövények mellett gyümölcsfacsemetéket, zöldségpalántákat – egyényári, balkonnövényeket és szaporítóanyagokat árusítanak, de az utóbbi időben legtöbbjük bővítette tevékenységét. A több lábbon állás jegyében nőtt az egyéb kertészeti áruk aránya kínálatukban (kerti bútorok, térkövek, kerítéselemek), emellett sok árudás elmozdult a termelés és/vagy a szolgáltatások irányába (kertépítés, kerttervezés, vásárolt növények kiszállítása, elültetése, gondozása). Árak tekintetében nem tudnak versenyezni az áruházláncokkal, ezért a forgalmazott növények minőségére, a szaktanácsadásra helyezik a hangsúlyt. Mivel a legtöbb árudás közvetlenül a termelőtől vásárol, maga válogatja ki az árut, ezért meg tudják valósítani, hogy az áruházláncokénál jobb minőségű és szélesebb fajtaválasztékot kínáljanak. Elsősorban hazai termelőktől vásárolnak (ismerik a magyar termelők kínálatát, emellett könnyebb velük kapcsolatot tartani, esetleg reklamálni), de a választék bővítése érdekében némi import elengedhetetlen. Az árudák jövőbeli sikerét növelhetné, ha – akár több éves – garanciát vállalnának az általuk forgalmazott növényekre, ez a gyakorlat a fejlett országokban nagyon jól működik.

Az Oázis Kertészeti Kft. dísznövények nagy- és kiskereskedelmével foglalkozik. A kiskereskedelmi vállalat részben *franchise* rendszerben működik, az Oázis maga mindössze három áruházzal rendelkezik. Az Oázis Csoport a közép-kelet-európai térség legnagyobb dísznövénykereskedelmi cégcsoportja. Jelenleg az ország területén 12 áruházat működtetnek, amiből három Budapesten található. Külföldön is terjeszkednek, az első szintén *franchise* üzletük Szlovákiában, Érsekújváron nyílt 2009-ben. E piacon nagyon jó pozícióban vannak, mert kisebb a verseny a dísznövények kereskedelmében, ami a magasabb értékesítési árakban is megmutatkozik. A szlovák *franchise* partner jórészt Magyarországon szerzi be az árut. A terveik között szerepel újabb külföldi üzletek nyitása a szomszéd országokban, pl. Romániában, Horvátországban vagy Szerbiában.

Az Oázis nagykereskedelmi ága háromféle termékkört érint: a szobanövények, kellekek és faiskolai termékek nagykereskedelmét. A szobanövény nagykereskedelem a Flora Hungaria Nagybani Piacon működik. Az Oázis részben importál, részben pedig hazai forrásból szerzi be az árut, amit

⁸ Egy *garden center* minimum 3 000-4 000 m² bruttó területtel rendelkezik, amihez legalább 1 000 m² nagylégterű fűtött üvegház is tartozik.

aztán továbbad, részben a saját, részben a *franchise* partnerek áruházainak, illetve egyéb vevőknek. Az áruházakat üzemeltető *franchise* partnereik nincsenek kötelezve arra, hogy az Oázis nagykereskedésén keresztül vásároljanak, de általában megéri nekik, mert így jobb árakat tudnak elérni. Fontosabb importnövények: szobanövények Hollandiából és Dániából, mediterrán növények Sziciliából, különleges örökzöldek és pálmák Észak-Olaszországból. Igyekeznek a magyar árut előnyben részesíteni, ha az nálunk is előállítható, ezért döntően Magyarországról származnak a forgalmazott egynyári és balkonnövények, földlabdás és konténeres faiskolai növények, évelők, valamint a szezonális virágos cserepesek. A forgalmazott növények kb. 50-55%-a holland, 8-10%-a dán, 1-2%-a olasz, a maradék 33-41%-a magyar áru. A magyarországi beszerzésnél egy-egy termék esetében igyekeznek elkerülni a kizárólagosságot, ezért több termelőtől vásárolják meg a szükséges mennyiséget, illetve egy-egy szállítótól a termékeiknek csak maximum 20-30%-át veszik át.

A külföldi beszerzéseknél nem veszik igénybe külföldi bróker segítségét, általában virágóránál vásárolnak. Évente mintegy 1,5 millió euró értékben importálnak, egész évben folyamatosan, ami előnyt jelent más szezonális importőrökkel szemben. Részben ennek is köszönhető, hogy 2009-ben az Oázis 15%-kal növelte forgalmát, ami döntően a nagykereskedelemből eredt, mivel a kiskereskedelmi forgalom önmagában csak 1%-kal bővült. A nagykereskedelmi egységek a megvásárolt árut ki is szállítják a partnereknek.

Az elmúlt évben a kiskereskedelemben értékesített áru értéke – a *franchise* partnereket is beleértve – 4 milliárd Ft-ot tett ki, aminek fele a növények, fele pedig a kiegészítők (cserepek, virágföldek, tápanyagok, szerszámok és dekorációs kellékek) forgalmából származott. A válság hatására a vevőszám és a vásárlások száma nőtt, de egy-egy vásárlás alkalmával a vevők kevesebbet költöttek. A bel- és kültéri növények forgalma jelenleg 50%-50% körül alakul. A beltéri cserepeseknél a virágzó és leveles növények aránya az eladásban 60%-40%.

A szezonok közül a tavasz elsöprő, de a Karácsony is erős a karácsonyfaeladások miatt.

Vállalati szolgáltatások:

Éttermek, üzletházak, irodák berendezése növényekkel (referenciák: WestEnd City center, Művészetek Palotája, Parlament karácsonyfája);

Dísznövény bérlés: minimum féléves bérlet, feltétele, hogy az Oázis végzi a növényápolást külön szerződés keretében;

Dísznövény lízing;

Dísznövény kölcsönzés: rendezvények, kiállítások, filmforgatások növénydekorációja;

Növényápolás: irodaházak, intézmények, szállodák beltéri dísznövényeinek rendszeres ápolása (öntözés, növényvédelem, átültetés, növénycsere), továbbá szezonális dekorációk (Húsvét, Karácsony);

Parkosítás: tervezés, kivitelezés, automata öntözőrendszerek telepítése;

Teleltetés: mediterrán növények (leánder, citrusfélék, pálmák) téli elhelyezése.

A **multinacionális kiskereskedelmi láncok** jelentősége megjelenésük óta (1990-es évek eleje) a dísznövények értékesítésében is egyre jelentősebb. Faiskolai árut elsősorban az ún. **barkácsáruházak** (*Baumax, OBI, Bricostore, Bauhaus, Praktiker*) forgalmazzák, de az utóbbi időben egyes **kiskereskedelmi láncok** (pl. *Auchan*) is kertészeti diszkontokkal bővítették az eladóterületet, így megteremtve a feltételeket nagyobb növények árusításához. Cserepes dísznövényeket ma már gyakorlatilag minden kiskereskedelmi lánc kínálatában találunk, az utóbbi időben a kisebb szupermarketeket működtető és a diszkont cégek is (pl. *Lidl*) beszálltak ezek értékesítésébe, sőt, az előre csokorba kötött vágott virágok értékesítése is elindult körükben. Az áruházláncok kétségtelen előnye, hogy egyrészt a nagy rendelési mennyiség miatt, másrészt a (külföldi) termelőkkel való közvetlen kapcsolatból adódóan igen kedvező áron tudják kínálni a dísznövényeket. Szezon elején gyakran akciózzák e termékeket, ezek sokszor vevőcsalogatókká válnak. Erős marketingtevékenység jellemzi ezt az értékesítési csatornát, akciós újságjaikban, katalógusaikban színes képekkel, leírásokkal növelik a vásárlási kedvet. Az általános

kiskereskedelmi láncok mellett az impulzus-vásárlások tipikus szinterei: gyakori, hogy a heti élelmiszervásárlás során egy-egy olcsóbb cserepes virág is kerül a vásárlók kosarába.

Mindezek fényében nem meglepő, hogy a szakértők véleménye szerint a cserepes dísznövények eladásaiban mára egyértelműen az élelmiszer- és barkácsolócéké a legnagyobb szerep (fontos megjegyezni, hogy az általuk forgalmazott, itthoni körülmények között termelhető cserepes dísznövények nagy része hazai kertészetekből származik), de erős a piaci részesedésük a faiskolai termékek forgalmazásában is. A faiskolai növények döntő része egyelőre importtermék, aminek elsősorban az az oka, hogy a láncok igényeinek megfelelő mennyiségű, egyöntetű, olcsó faiskolai terméket a hazai termelők még nem képesek előállítani. Erősödő a láncok szerepe az egyéb kertészeti termékek (virágmagok, hagymák, gumók, virágföld, cserepek, kaspók) értékesítésében, ráadásul ebben a termékkörben sok, olcsó importárut kínálnak, ami rontja a többi kiskereskedelmi csatorna értékesítési lehetőségeit. A vágott virágok értékesítésében viszont – amit a külföldi gyakorlatot követve próbáltak itthon is meghonosítani – egyelőre kevésbé sikeresek a láncok. Ez egyrészt azért van így, mert virágcsokrot Magyarországon döntően még ajándékozási célból veszünk, saját részre, ötletszerűen nem, s ha már virágvásárlásra szánjuk magunkat, annak „megadjuk a módját”, előre eltervezetten, virágboltban vásárolunk. A másik ok abban keresendő, hogy a láncokban kapható csokrok az elhelyezés, kezelés hiányosságai miatt, bár áruk kedvező, minőségi szempontból még erősen elmaradnak attól, amit a virágboltok kínálnak.

A **szolgáltatók** szerepe sem elhanyagolható a dísznövények fogyasztói értékesítésében. A **kertépítő cégeknek** különösen a magas jövedelmű réteg dísznövénybeszerzésében van egyre jelentősebb szerepe, hiszen ez a fogyasztói réteg nem faiskolai termékeket, hanem „kész kertet” vásárol, gyakran a fenntartását, gondozását – így a növények pótlását is – szakemberre bízva, aki természetesen a növények beszerzését is intézi. A kertépítők is gyakran többféle tevékenységet folytatnak (termelnek, kereskednek e tevékenység mellett), ilyenkor elsősorban a saját maguk által előállított vagy forgalmazott árut igyekeznek eladni a kertépítés során, emellett nagykereskedőktől vagy közvetlenül a termelőktől szerzik be a hiányzó fajtákat. A profi cégek igyekeznek megrendelőik ízlését jó irányba befolyásolni (pl. hazai fajták telepítését javasolják, mert az felel meg leginkább az itteni éghajlatnak, a tájba, környezetbe illő növényeket ajánlanak), de gyakran találkozhatunk még leegyszerűsített, sablonos megoldásokkal is.

A szolgáltatók közé soroltuk a **csomagküldő cégeket** (a legismertebbek a *Strakl, Sieberz*), amelyek elsősorban gyökércsomagolt vagy kicsi, (még szállítható méretű) konténeres faiskolai termékeket, évelőket és szaporítóanyagokat (hagymák, gumók) forgalmaznak. Erős marketingtevékenység (vonzó, színes katalógusok), de az átlagosnál magasabb árak jellemzik ezeket, igaz, ezért cserében nagy újdonság-értékű termékeket és garanciát vállalnak. E cégek beszállítói általában közvetlenül a termelők. A szerződéses kapcsolat ezekkel a cégekkel hasonló előnyökkel és hátrányokkal jár, mint az áruházláncoknak történő beszállítás. Viszonylag nagy áruvolumenre kötnek szerződést, de ami még fontosabb: tervezhetővé válik a termelés,

hiszen a megrendelő minden év elején jelzi, milyen termékből mennyit kér. Bár nem olyan nyomott áron dolgoznak, mint az áruházláncok, a beszállítóknak kínált árak így is jóval alacsonyabbak, mint amit az árudák, kertépítők fizetnek.

3.5. A magyarországi dísznövénytermesztés alágazatainak részletes bemutatása

3.5.1. Cserepes dísznövények

Termelés

Magyarországon a növényházi vágott virágok és cserepes dísznövények termesztésének főbb termőhelyei a Dél-Alföldön, Budapest környékén, valamint a Nyugat-Dunántúlon, Győr és Szombathely környékén találhatók. A termőtájak kialakulásában az agroökológiai adottságok (a Dél-Alföld laza, könnyen felmelegedő talajai, a napsütéses órák igen nagy száma, a korai kitavaszkodás, míg a Nyugat-Dunántúlon az alacsonyabb nyári hőmérséklet) mellett a felvevő piacok, nagyobb városok közelsége játszott szerepet.

Magyarországon **az üveg és fólia alatti dísznövénytermesztés igen elaprózottnak tekinthető**, a 2007. évi GSZÖ szerint az egy gazdaságra jutó fedett terület 1 400 m²-t tett ki. Összehasonlításképpen: Hollandiában a fedett berendezések területének fele 5 hektárnál nagyobb üzemekhez tartozik, de nem ritkák a 20 hektáros vágottvirág-termelő üzemek sem, míg a terület másik felét 1-5 hektár közötti középüzemek foglalják el. Az elmúlt években ugyan a koncentráció Magyarországon is erősödött, a korábbi dísznövénytermesztő nagyüzemek 6-12 hektáros üvegháztelepeinek felszámolása azonban rontja az országos átlagot.

A Magyarországon fedett berendezésben előállított cserepes növények választéka igen szűk. A termesztett fajok a következők: *Primula*, tavaszi és őszi árvácska, ciklámen, hajtatott hagymások (tulipán, jácint, nárcisz, krókusz, fürtös gyöngyike), egynyári és balkonnövények, muskátli, cserepes krizantém és mikulásvirág a leggyakoribbak. Emellett *Begonia elatior*, új guineai *Impatiens*, fokföldi ibolya, *Senecio*, *Gloxinia*, cserepes boglárka, százszorszép és hortenzia vannak termesztésben. **A termesztett fajok általában kevésbé hőigényes rövid tenyészidejű kultúrák, amelyek szezonálisuknál fogva egymás után következnek a növényházban.** Ezzel a forgóval lehetővé válik a termelőkapacitás egész éves kihasználása „üresjárat” nélkül, valamint a **dolgozók folyamatos foglalkoztatása** is. A termesztést időzítik (szakaszosan ültetnek, sötétítetnek stb.), hogy mindig legyen friss áru.

A kialakult termelési szerkezet nem csak a tőkeszegénységből, a kis üzemméretből és a magas fűtési költségekből adódik. Szerepet játszott ebben az is, hogy **a nálunk elterjedt kultúrák általában érzékenyek a szállításra**, törnek (pl. a mikulásvirág), hamar sárgulnak, mert nagyon fényigényesek (pl. a muskátli), vagy

nagy a helyigényük. Ebből adódóan az importjuk drága, nehezen megoldható, a termékek olcsóságuknál fogva nem viselik el a magas szállítási költséget, így a külföldi termék nem versenyképes a hazaiával szemben⁹. Ennek köszönhető az is, hogy **a magyar kertészek közül egyre többen állnak rá az egynyári és balkonnövények termesztésére**. Manapság divatba jött a balkonládák, ámpolnák beültetése, és a növekvő keresletet ebben a szegmensben teljes egészében a hazai termelők elégíthetik ki.

A **virágos szobanövények** (orchideák, broméliák, korallvirág, *Anthurium*) és a levéldísznövények **szinte teljesen kiszorultak a hazai termesztésből**. Becslések szerint hazai termesztésből a cserepes növények fogyasztásának mindössze néhány százalékát elégítjük ki, mert a **szobanövények általában melegigényesek, drága beruházást kívánnak** a mozgatható asztalok miatt, és a **termesztésük nagy szakértelmet kíván**. Ezeket a növényeket **korábban a volt szövetkezeti nagyvállalatok termelték**, a nagyméretű szoliter növényekkel együtt. Rendelkeztek szövettenyésztő laborral, *Ficust*, orchideát, páfrányokat szaporítottak benne. Emellett importáltak is szaporítóanyagot, és Magyarországon csak „befejezték” a növényt, amit saját terítőhálózatuk szállított a virágboltokba. Ezen **üzemek azonban idővel elöregedtek, és mivel fejleszteni nem tudtak, meg is szűntek**. Ehhez hozzájárult a **védővám megszüntetése is** – már a rendszerváltást követő években –, aminek következményeként a növényeket olcsóbb volt importálni, mint itthon megtermelni.

Ma levéldísznövényt nagyobb mennyiségben egyedül az Árendás Kft. állít elő Szegeden, de importálnak is növényeket Hollandiából és Olaszországból. Saját termelésű fajok a *Dracaena*, nagy levelű *Ficus elastica* „Melanie”, *Philodendron selloum*, *Calathea*, *Diffenbachia*, *Schefflera*, *Hedera*, *Chlorophytum*, *Scindapsus*, *Fatsia*. Ezeket a növényeket import szaporítóanyagokból nevelik. Általában elmondható, hogy a hosszabb tenyészidejű, és a helyfoglalás miatt sokkal költségesebb, a termelési szerkezetükbe nehezen illeszthető vagy a másutt lényegesen olcsóbban megvásárolható szobanövényeket importálják, pl. a broméliákat, orchidea fajokat, korallvirágot, mini rózsát, *Yuccát*, cikász pálmát, *Zamioculcast*, kislevelű *Ficust*. A *Phoenix* pálmát Olaszországból hozzák, mert olcsó, hiszen Szicíliában a szabadban nő. (Árendásék korábban nagyméretű, szoliter zöld növényeket is neveltek, de mára felhagytak vele. Inkább importból szerzik be őket, e növények ugyanis nyáron nagyon olcsón kaphatók a holland tőzsdén.)

Értékesítési stratégiák

A sokkultúrás termesztés összefüggésben van az értékesítés szervezatlenségével is. Specializált termesztés, monokultúra, vagy üzemszerű termelés a nagy beruházási költségek miatt csak akkor alakítható ki, ha rendelkezésre áll a megfelelő méretű, szervezett és biztos piac. A cserepes alágazatban a ráutaltság és a támogatások ellenére sem jöttek létre a földművelésügyi miniszter által elismert, a

⁹ Nem árt felhívni a fogyasztók figyelmét – és ez egyben a hazai termelés előnye is –, hogy a magyar cserepes virág kevesebb odafigyelést igényel a több földet vagy agyagásványt tartalmazó természetközeg miatt. Az importáru ezzel szemben gyakorlatilag tőzegbe ültetve érkezik, mert így könnyebb a szállítása [Schmidt, 2002].

81/2004. (V. 4.) FVM rendeletnek megfelelő termelői csoportok, és ez a fejlődésnek egyik legnagyobb gátja.

A meglátogatott üzemekben különféle értékesítési stratégiákkal találkoztunk, azonban **minden üzemben többszoros az értékesítés**: áruházlánc, nagybani piac, saját kiskereskedelmi egység, saját gazdaságból történő direkt értékesítés, export kombinációi. **Közös értékesítésben egyik gazdaság sem vesz részt, de informális szerveződésre akadt példa**: egymás kiegészítése adott faj, fajta vagy virágszín vonatkozásában, közös szállítóeszköz használata, közös megjelenés kiállításokon vagy egymás szortimentjének kiegészítése. Problémát okoz, hogy kevés magyar kertésszel lehet együttműködni, mert nem figyelnek eléggé a minőségre.

Az **áruházlánci értékesítés előnye**, hogy **nagy mennyiségben lehet eladni**, előre **tervezhető az árualap**, a termelő biztosan ismeri előre az árat, így biztos árbevétellel tud kalkulálni. **Hátránya a kisebb árrés**. Általában nagyon kemény ártárgyalások előzik meg a szerződéskötést, az áruházláncok nagyon felkészültek a költségeket illetően, pontosan tudják, a termelő meddig tudja levinni az árat. A rendelés hetekre előre le van bontva, hány darab, milyen fajtájú növényre lesz szükség. Előfordulnak csúszások, ha az áruházból nem fogy ki az áru, de nagyjából jól tervezhető az értékesítés. A tételeket inkább apránként viszik, kivéve, ha az áruházláncnak saját elosztóközpontja, logisztikai bázisa van. Ők egyben elvisznek nagyobb mennyiséget is, ami a termelőnek nagyon előnyös, hiszen kezdhet egy új kultúrát. **A termelők azonban nem vállalnának teljes elköteleződést (100%-os értékesítést) az áruházláncok felé**, mert nem szeretnék kiszolgáltatottá válni.

A nagybani piacon nagyobb árréssel lehet értékesíteni, de bizonytalanabb: néha egy-egy vevő előre, telefonon egyeztet, „rendel” árut, de hónapokra előre nincs rendelés, ezért előnyös sokféle fajtát, sokféle színben, méretben tartani, mert így többféle igényt ki lehet elégíteni. A nagybani piacra szánt termékek mennyiségét, választékát (miből mennyit, milyen színűt) általában az előző év tapasztalataiból kiindulva alakítják ki, de sokszor tévednek, és nem találják el a piaci igényt. Ma már a nagybani piacon főleg nagykereskedők, viszonteladók vásárolnak, mert a kiskereskedőknek nem éri meg a saját beszerzés, emiatt **kiszolgáltatottá válhat az a termelő, akinek nincs nagykereskedelmi kapcsolata**.

Közvetlen értékesítéssel sok termelő foglalkozik, de nem szívesen. Ahhoz sok idő kell, amíg megvárja az ember, hogy a vevő nézelődik, válogat. Általában ott éri meg, ahol a kertészet a belvárosban van, így korlátozott vagy nincs bővítési lehetőség; ilyenkor a vevők közvetlen kiszolgálásával, plusz szolgáltatásokkal lehet nagyobb bevételt elérni. Az egynyári és balkonnövények termelői vállalkoznak arra is, hogy mutatós növényegyütteseket, közterületi kiültetéseket végezzenek növényápolással, öntözéssel együtt, főleg önkormányzatok, de más megrendelők, szállodák, kórházak, követségek stb. részére. **Egy-egy nagyobb termelő garden center jellegű saját árudát is kialakít**, ahol cserepes, egynyári és balkonnövény választékát faiskolai termékekkel, egyéb kerti kiegészítőkkal árulja. Van példa arra is, hogy a kertész mintaszerű virágüzletet tart fenn, ahol saját termelésű áruját, illetve import növényeket, kellékeket forgalmaz.

Üvegházban kialakított virágbolt Szeged kertvárosi részében. Kellemes, tiszta, átlátható. A növényeket csoportosítva helyezik el (pl. szezonális áru, egyéb virágos cserepes, kaktuszok, bonsai, kisméretű levéldísznövények, nagyméretű zöldek, az asztalok fölött ámpolnanövények). Ügyelnek arra, hogy a növények frissek és egészségesek, kifogástalan állapotúak legyenek, ezért mindennap megtisztítják őket az elszáradt levelektől, elnyílt virágoktól. A visszamaradó árut még idejében akciózzák, hogy legyen idejük a vevőnél is díszíteni. Silány, elvirágozott áru az eladótérben nem maradhat, inkább elajándékozzák. Minden héten van valamilyen akció, egyszerre kétféle. Nagy hangsúlyt helyeznek az újdonságokra, ezért kéthetente átrendezik a kirakatot, ötletet adva a vevőknek a növények felhasználásához, mutatósabbá tételéhez. Törekszenek rá, hogy mindig legyen új növény, új szín, új kellék. A vevőt megtartani nagyon nehéz, ezért a minőség mellett nagyon fontos a kedvesség, illetve, hogy a vevő egy helyen megkapjon mindent. A régi növényeket (pl. *Amarantha*, *Alocasia*, *Calathea*) nehéz eladni, inkább az újdonságokat, különlegességeket keresik, még akkor is, ha az a lakásban esetleg rövid idő alatt elpusztul. A *Phalaenopsis* viszont olyannyira közkedvelt, hogy a kisebb pénzü vevők még az elvirágozott töveket is elviszik, mert újravirágoztatható. A lakossági kiszolgálás a válság hatására sem esett vissza, mert áraik alacsonyabbak, mint a virágüzleteké. Egyedül a hét eleje gyenge, de a hétvége és a különböző alkalmak általában jó forgalmat hoznak.

Problémák az ágazatban

A megkérdezett termelők szerint az ágazat helyzete, jövője egyre nehezebb, 20 éve kevesebb munkával, kisebb területen el lehetett érni ugyanezt az eredményt. **Ma már egyre nagyobb területen kell termelni, mert a jövedelem fokozatosan zsugorodik. A nettó árbevétel évről évre stagnál** (a virág nem szükséges, tehát luxustermék, nagyon érzékenyen reagál az árak és a jövedelmek változására), **miközben a költségek egyre emelkednek.** Leginkább a szaporítóanyag ára, de az egyéb segédanyagok (föld, cserép), az energia, a szállítás, a műtrágya- és növényvédőszer is drágultak. Az árfolyammozgást is nagyon megéri az ágazat, mert a legtöbb input importtermék. A szaporítóanyag is elsősorban holland, német import. Új nemesítésű növényeknél az árak kb. 10%-át a licencdíj teszi ki, de megéri az újdonságokat termelni, mert ezek keresettebbek, jobban eladhatók, illetve más előnyös tulajdonságaik is lehetnek, pl. ellenállóbbak.

A hagymás növények hajtásánál a szaporítóanyag beszerzése jelenti a legnagyobb költséget. A virághagymákat Hollandiából hozzák be, mert itthon a tavaszi időjárás nem kedvez a hagymák előállításának. Noha évek óta ugyanazzal az árral dolgoznak (pl. a cserepes nárcisz már tíz éve is 250-300 Ft-ba került), a termelők mégis önállóan végzik a szaporítóanyag beszerzését, ami így sokkal többbe kerül.

A magyar áruból túltermelés van, amit az is jelez, hogy a nagybani piacon a záráskor még annyi eladatlan áru van, amivel egy új piaci napot lehetne indítani. Ennek több oka van:

- a termelők nem tudják egymásról, ki mit és mennyit termel;
- mindenki szeretné elérni az előző évi jövedelemtömeget, de mivel csökken az árrés, ezt egyre nagyobb mennyiség termelésével próbálják realizálni, ami újabb árcsökkenést eredményez;
- a válság hatására egyértelműen visszaesett a dísznövények fogyasztása.

A cserepes hagymások, az árvácska és a *Primula* piacát nagyban befolyásolja a kora tavaszi időjárás, ami ha kedvező, sokat el lehet adni belőlük. A klímaváltozás hatására a késő tavaszi fagyok azonban ma már nem jellemzőek, így az egynyári növények beültetése is korábbi időpontra, április közepére tevődött, de már ezt megelőzően, április elejétől kaphatók. Emiatt **a tavaszi és a nyári növények szezonjai összecsúsznak, egymás versenytársaivá válnak**, és bizonyos növények, pl. a tavaszi árvácska eladhatatlanná válik.

Mivel a cserepes növényeket termesztők árat emelni évek óta nem tudnak, a költségeiket próbálják leszorítani. **A költségcsökkentés fő területei az energiatakarékosság, az inputanyagok olcsóbb beszerzése** (cserepek, földkeverékek, szaporítóanyagok, csomagolóanyagok, dobozok), a jobb szállítás- és munkaszervezés. A termeléshez szükséges inputokat igyekeznek egy helyen megvenni, mert akkor jelentős árengedményt kapnak. **A fejlesztési elképzeléseik olyan irányúak, amelyek nem a növekedést célozzák, inkább korszerűsíteni szeretnének az energiaköltségek csökkentése érdekében.**

A gáz árának emelkedése miatt sok termelő – lehetőség szerint – átállt a kevésbé korszerű, de az olcsóbb szénre, fára vagy szalmára alapozott fűtésre. Azok a kertészetek, amelyek valamely város belterületén termelnek, nem térhetnek át a szilárd tüzelőanyagok használatára, mert ehhez egy igen drága füstszűrőt kellene felszerelniük. Itt marad a gázfűtés, de kondenzációs kazánnal évente mintegy 15%-os energia-megtakarítás érhető el, mert a rendszer a tüzelőanyag égéshőjét is hasznosítja. A házak szigetelésével, dupla energiaernyő alkalmazásával, polikarbonát fedéssel tovább csökkenthető a termesztés energiaigénye. Manapság már ún. puffertartályokat is alkalmaznak, amelyek lényege, hogy míg hideg téli éjszaka a kazánok maximális teljesítményen, nagy energiafelhasználás mellett melegítenék fel a vizet, addig ez a holt időszakban kisebb teljesítmény és energiafelhasználás mellett teszi meg ugyanezt, majd tartalékolja a meleg vizet. Hideg téli éjszakán a fűtési rendszer e tartalékokat használja a növényházak fűtésére. Többen termálkutat is fűrtak, visszasajtolásos rendszerrel, a termálvizes fűtés mintegy harmadával olcsóbb a gázfűtésnél. **A visszasajtolás, ami EU szinten nem kötelező előírás, jelentősen megdrágítja a termálvizes beruházásokat**, illetve sok helyen az alapközet alkalmatlansága és a nyomásviszonyok miatt (a visszapréselés nagy energiaigényű elektromos szivattyúval történik) el is lehetetleníti azt.

A kertészek szerint annak ellenére, hogy a dísznövénytermelés az egyik legnagyobb foglalkoztató szektor, **a támogatások szempontjából mostoha ágazatként kezelik.** Összegyűjtöttük az agrárágazat számára az elmúlt tíz évben nyújtott fejlesztési támogatásokat, amelyek a jogszabályok alapján a dísznövénytermesztőket is megillették (3. melléklet). Mivel a támogatásokat együtt kezelték más növénytermesztési ágazatokkal, és ezek többségükben pályázatos alapon működtek, **a szűkös költségvetési források elosztásánál az élelmiszert termelő gazdaságok előnyt élveztek.** A 2007-2013-as költségvetési ciklusban azonban **a termesztéstechnológia fejlesztésére külön pályázatokat írtak ki, amelyek csak kertészeknek szólnak**, ráadásul ebben az időszakban a beruházásokra kifizethető források is nőttek.

Növényházak építése és korszerűsítése esetén a **támogatható minimális terület** 5 000 m², korszerűsítésnél 2 500 m², ami a **kertészek szerint túl nagy**, ekkora területet – tekintettel a magas beruházási költségekre¹⁰ – nem tudnak egyszerre megfinanszírozni, részben a támogatások utófinanszírozásos jellege miatt. Egy termáلكút kialakítása is túl nagy befektetést, túl nagy adósságterhet, hosszú távú elköteleződést jelent. A világgazdasági válság következtében a **keresleti oldal is bizonytalanabbá vált, így a támogatások igénybevételével járó kötelezettségek** (termesztésben tartási idő, foglalkoztatás bővítése, árbevétel növelése stb.) **vállalása túl kockázatos**, ezért a kertészek nagy volumenű fejlesztésekben jelenleg nem gondolkodnak.

Jövőkép

A cserepes dísznövények jelenlegi termelési szerkezete, értékesítési stratégiája a túlélésre megfelelő, de a továbbfejlődéshez kevés. Pár ezer négyzetméteres termelő berendezésben nem lehet akkora nyereséget elérni, ami a megélhetésen túl a fejlesztésre is elégséges. A **jövő útja ebben az alágazatban is a specializáció és az összefogás, a termelés közös megszervezése, az alapanyagok közös beszerzése, az értékesítés összehangolása lehetne**. A nemzetközi példák alapján az összefogás legfontosabb feltétele, hogy olyan kertészek álljanak össze, akik egymásban megbíznak, a természetben egyformán „erősek”, hasonló gondolkodásúak és azonos célokat képviselnek.

A nagykereskedőknek és az áruházláncoknak jó a rálátásuk arra, milyen termékből mennyit lehet eladni, ezért a kisebb termelőknek **ezzel az értékesítési csatornákkal kellene szorosabb kapcsolatot kialakítani**. Ennek feltétele azonban a nagy mennyiségben előállított, egységes minőségű és méretű cserepes növény, az egyöntetű virágzás, a tiszta cserép és a dekoratív csomagolás. Amennyiben az összefogásnak elvi akadály a nincs, kisebb ráfordítással **(közös beruházások nélkül) is meg lehet szervezni az együttműködést a termelés egyeztetésével, közös inputanyag beszerzéssel, ami elősegítheti a különböző kertészetek által termelt áru egységes megjelenését**.

Azon túl, hogy így a termelés és az értékesítés költségei is csökkenhetnének, a termelőknek sem kellene szétaprózniuk magukat, széles választékot termelniük, az értékesítéssel vesződniük, **csak a professzionális termelőtevékenységre koncentrálhatnának, ráadásul specializálódhatnának néhány termékre, javítva ezáltal azok minőségét**. A kooperációban résztvevő kertészek közös márkanév alatt forgalmazhatnák a termékeiket, így jutna pénzük hatékony marketingre is, akárcsak a holland, dán társaiknak.

¹⁰ A 25/2008. (III. 7.) FVM rendelet melléklete szerint egy teljesen felszerelt, klimatizált, fűthető, öntöző- és tápoldatozó rendszerrel, energiaernyővel, árnyékolóval, párasító berendezéssel, légkeverővel ellátott, CO₂-trágyázásra alkalmas üvegház elszámolható költsége maximum 30 000 Ft/m², asszimilációs megvilágítással 39 000 Ft/m².

Az együttműködés szorosabb formája lehet, amikor a kertészek nem csak a termelés összehangolására, a közös beszerzésre, értékesítésre szerveződnek, hanem külföldi példákhoz hasonlóan **közös termesztoi beruházásokat hoznak létre.** Németországban és Hollandiában pl. a kertészek közös termesztoi telepeket (*Gärtnersiedlung*) létesítenek, akár 80-100 hektáros területeken, dísz- és zöldségkertészek vegyesen. Egyszerre telepítik az infrastruktúrát, csöveket, így a fajlagos költség kisebb, és a közszolgáltatókkal is kedvezőbb árakon szerződnek. A termelői csoport tagjai együtt szerzik be az inputokat, címkéket, szaporítóanyagot, és az értékesítésről is együtt tárgyalnak¹¹. Egy ilyen beruházás keretében elképzelhető a Magyarországon rendelkezésre álló és viszonylag könnyen hozzáférhető termálenergia hasznosítása, és korszerű technológiájú üvegházak telepítése is. **Ennek megvalósulása lehetővé tenné a hazai előállítású jelenlegi cserepes termékválaszték bővítését is, melegigényes virágos és levéldísznövényekkel.**

Magyarországon az ilyen szoros együttműködés kialakítása azonban egyelőre problémás, mivel a kertészek egymástól nagyobb fizikai távolságra, szétszórtan helyezkednek el, és a földterületek relatíve olcsók a termesztoi berendezésekhez képest, ennél fogva az áttelepülés, közös telepek létrehozása nem térülne meg. **Hosszabb távon, megfelelő értékesítési háttér mellett azonban egy ilyen beruházás is megfontolandó lehet.**

3.5.2. Vágott virágok

Termelés

Vágott virágként a legnagyobb felületen a gerberát termesztik, ezt követi a rózsza, a liliom, a szegfű és a krizantém. Az egyéb termesztett vágottvirág-fajok a tulipán, írisz, *Lisianthus*, kála, *Freesia*, *Alstroemeria*, kardvirág. Vágott zöldek közül az *Asparagus plumosus* termeljük nagyobb mennyiségben. A *Gypsophila* nálunk kevésbé van jelen, gazdaságossági okok miatt tőlünk délebbre állítják elő, hiszen minimális tömegénél fogva olcsón szállítható. **A vágott virágok termesztoi felülete csökken, amiben szerepet játszik a magas energiaár, a szűkülő kereslet és a beáramló import is.**

A vágott virágok fő termelőközrte Dél-Magyarország, Bács-Kiskun, Békés és Csongrád megye, ahol két szempontból is fontos kultúrának számít a dísznövény: egyrészt a térség laza homokos talajain más növény nem termesztethető gazdaságosan (esetleg a rozs vagy az árpa, de nagyobb területen), másrészt errefelé a mezőgazdaságon kívül nincs más munkalehetőség.

A vágottvirágtermelés beruházás- és energiaigényes tevékenység. A növények a téli termesztéshez pótmegvilágítást igényelnek, ennek hiányában jelentősen csökken a hozamuk. Annak érdekében, hogy az energiafelhasználást csökkentsék, **a termelők jó**

¹¹ Az „Összefogás a kertészetért” című konferencián 2009. február 20-án, Piliscsabán elhangzott előadások alapján. Előadók: L. Idelberger (Helix Pflanzen, Németország), T. Lippert (Gasa Group, Dánia), A. Schmiehammer (Stauden Ring, Németország), S. Glöde (Gärtnersiedlung Rain GmbH, Németország).

része a leghidegebb hónapokban szünetelteti a termelést, ebből kifolyólag a téli időszakban megnő az import. A rózsá-, liliom- és krizantémtermesztők közül csak néhány kertész termel télen, de vannak, akik télen alacsonyabb hőigényű vágott virágot, pl. vágott boglárkát, tulipánt nevelnek. A szakaszos, bizonyos időszakra korlátozott termelésnek azonban az az ára, hogy a termelők nem tudják folyamatosan tartani a piaci kapcsolataikat, emiatt megrendelésektől eshetnek el.

A főbb kultúrák közül a **gerberát** sérülékenysége miatt csak lapra fűzötten lehet szállítani, ami költséges, ezért tudott Magyarországon az importtal szemben versenyképes maradni. A **rózsa**, amellet, hogy a legnagyobb mennyiségben importált vágott virágunk, megmaradt a termesztésben, mert tavasztól őszig, amikor nem igényel pótmegvilágítást, versenyképesen termelhető. A **szegfű** az import növekedése, nagy kézimunka igénye, illetve, mert kiment a divatból, visszaszorult a termesztésben, helyét főleg a rózsá és a krizantém foglalta el. A **liliom** elterjedtségét szintén annak köszönheti, hogy sérülékeny, szállításkor lepattanhatnak a bimbói, ezért nem importálják. (Bár fényigényes volta miatt az Egyenlítő környékén is szívesen termesztik, kedvezőbb fényviszonyok mellett ugyanis erősebb a szára és hosszabb a vázaélettartama is.) A **krizantém** viszont az egész évben állandó, 12 órás nappalhosszúság miatt Afrikában nem termesztendő sikerrel, és nagyobb súlya miatt a szállítása is drágább, mint a rózsáé és a szegfűé.

A hazai vágottvirág-termelésben **két fő üzemtípus** létezik. Az egyik a **specializált, monokultúrás termesztés korszerű berendezésekben, viszonylag nagy, 2-3 hektáros területeken, míg a másik a többkultúrás termesztés 1-2 ezer négyzetméteren, fűtött fóliában, pótmegvilágítás és téli termesztés nélkül.**

Azok a kertészetek, amelyek többféle növényt termesztenek, nem tudnak 0,5-1 hektárnál nagyobb üzemméretet elérni. Az egyes növények igényei eltérőek a fűtés, megvilágítás, öntözés, tápanyagellátás, növényvédelem területén, amit lehetetlen mind kielégíteni, így egyik kultúrának sem tudnak tökéletes technológiai feltételeket biztosítani. Ezért az önköltségük magas, ám a minőségük gyengébb, így nem versenyképesek az importált virágokkal szemben.

Értékesítési stratégiák

A vágott virágot termelő kertészetek értékesítése a cserepes kultúrákétól számos eltérést mutat. A **vágottvirágtermesztők értékesítésében a közvetlenül nagykereskedőnek vagy a nagybani piacon történő eladás dominál**, az általunk meglátogatott termelők – elhelyezkedésükből adódóan is – a szegedi és a szigetszentmiklósi nagybani piacokon értékesítenek. A vágott virágok esetében **a közvetlen kiskereskedőknek történő eladás a nagybani piacon bár jellemző, de csökken, az áruházláncoknak történő közvetlen értékesítés pedig még nem terjedt el széles körben**, mert a vágott virágot a fogyasztók általában nem a láncokban keresik. A vágott virágok kisebb fogyasztói piacon való eladása, közvetlenül a fogyasztóknak, a vásárlási szokásokhoz igazodóan, visszaszorulóban van.

A cserepes növényekkel szemben a vágottvirágtermelők egy csoportja már kialakította saját nagykereskedelmi funkciót betöltő értékesítési hálózatát, a Virágpaletta Szövetkezetet. Az ide szállító termelők a **biztos értékesítési lehetőségnek köszönhetően az elmúlt tíz évben fejlődni, növekedni tudtak**, és a Virágpaletta kertészei az ország legjobb kertészeivé váltak, akik viszonylag nagy területen, korszerű létesítményekben, monokultúrában állítanak elő vágott virágot. A Virágpaletta nélkül ezek a nagyobb volumenű kertészetek valószínűleg nem jöttek volna létre, mert csak és kizárólag a nagybani piacokon lehetetlen ekkora árumennyiséget eladni. Megjegyzendő azonban, hogy fejlődésükhöz minden valószínűség szerint az is hozzájárult, hogy a hazai termelést védő vámokat csak később, közvetlenül az EU-csatlakozás előtt (2002-ben) törölték el, így a kertészeteknek volt idejük megerősödni.

A Virágpalettán kívül maradt termelők értékesítése a cserepes dísznövényekéhez hasonlóan szervezetlen, pedig a piacra járás rengeteg energiájukba kerül, és emiatt hetente legalább két napra kiesnek a termelésből is. Ráadásul a Flora Hungaria egyik piaci napja éppen hétfőre esik, így még vasárnapjuk sincs, mert az árut ezen a napon kell előkészíteni, csomagolni és pakolni. A nagybani piacot ilyenkor megközelíteni is nehéz a nagy autóforgalom miatt. A könnyebbséget az jelenti, amikor egyes nagykereskedők gyűjtőjáratot indítanak a térségben, és nem kell a szállítással, értékesítéssel bajlódni.

A komolyabb összefogásnak az egymás iránti bizalmatlanság mellett az is gátja – és ez a Virágpaletta Szövetkezetet is sújtja –, hogy a kertészek által létrehozott szervezetek kizárólag számlásan értékesítenek, ezért nem versenyképesek a jórészt feketén értékesített árukkal szemben. Becslések szerint a feketekereskedelem a forgalom 70-80%-át is elérheti.

Problémák az ágazatban

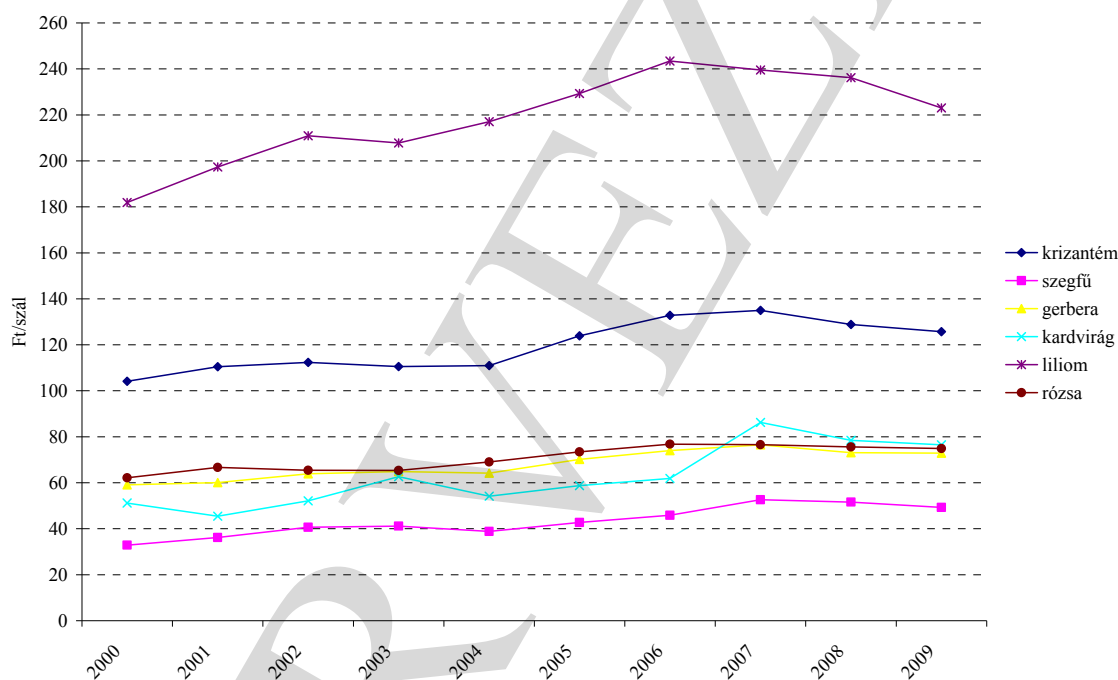
A magyarországi **vágott virág árakat** alapvetően **a holland árak határozzák meg**, ami azt jelenti, hogy a hazai termelőknek áremelésre igen kevés esélyük van, hiszen **a hazai áru az importtal bármikor helyettesíthető**. Ahhoz, hogy az importnál jobb árakat érhessenek el, sokkal jobb minőséget kell előállítaniuk. A holland kertészek a jobban eladható, újonnan bevezetett fajok, fajták, különlegességek alkalmazásánál előnyt élveznek, mert a legnagyobb nemesítő cégek holland kézben vannak, akik az új fajtákat a saját klímájuknak megfelelően nemesítik. A magyar kertészeknek a fajtaváltás nehezebb, mert az új fajtákat a termesztésbe vétel előtt ki kell próbálniuk, le kell tesztelniük, hogy magyar viszonyok között milyen minőségben, hozamokkal és gazdaságosság mellett termelhetők.

A vágott virágok termelői ára Magyarországon az elmúlt tíz évben csupán 20-25%-kal nőtt (54. ábra), **miközben a földgáz ára ugyanebben az időszakban csaknem háromszorosára emelkedett**. Tekintve, hogy a vágott virágokat általában valamilyen alkalomra veszik, erős a kereslet szezonalitása: a tavaszi hónapok (Nőnap, Anyák napja, ballagás) általában erősek, utána viszont gyengébb időszak következik. Ilyenkor általában túlkínálat alakul ki, aminek következtében leesik az ár.

Egy kevésbé energiaigényes kultúra, a tulipán esetén a termelési költségek között legnagyobb a szaporítóanyag költsége, mivel minden évben új hagymát ültetnek. Ezt követi a munkabér (az ültetés, szedés és csomagolás igen kézimunka igényes) és az energiaköltség. Ezzel szemben egy téli termesztésű üvegházi rózsánál az energia és a műtrágyák költségei igen magasak, akár az összes ráfordítás 80%-át is megközelíthetik. A magas energiaárak miatt a magyar termékek egyre nehezebben veszik fel a versenyt a lényegesen kedvezőbb körülmények között előállított külföldi, elsősorban afrikai és holland áruval. Példaként: tavaly Magyarországon a gázdíj 26%-kal emelkedett, és köbméterenként 32 eurócentet kellett érte fizetni, míg Hollandiában 18-22 eurócent volt az ára. Ráadásul a hollandok kevesebbet fűtenek az enyhébb téli hőmérséklet miatt, és a nyári hűtés költsége is kisebb.

54. ábra

A vágott virágok éves termelői piaci átlagára (2000-2009)



Forrás: KSH

A válság különösen érzékenyen érintette a vágottrózsza-termelőket, mivel a világon a legnagyobb mennyiségben termelt vágott virágról van szó, ami a szegfű mellett a legjobban szállítható virág, ezért világméretű (globális) piaccal rendelkezik. A válság hatására a többi vágott virág kereslete is visszaesett, pl. a Virágpaletta Szövetkezet termelőinek árbevétele 2008-ban 20%-kal, 2009-ben további 30%-kal csökkent.

A bizonytalan, kiszámíthatatlan piaci helyzet miatt a termelők igen tanácstalanok, várakozó állásponton vannak a jövőjükkel kapcsolatban. Addig is próbálnak takarékoskodni, a fejlesztéseket elhalasztják, így próbálják a fizetőképességüket fenntartani. A dísznövénytermesztésben kevesen látnak perspektívát, a virágtermelők közül már sokan átálltak zöldségtermelésre. A válság elmúltával azonban újabb fellendülés várható, aki kitart, várhatóan jobb pozícióba kerül.

Jövőkép

A jövő útja ebben az alágazatban is a közös értékesítés és a szakosodás, a termelési költségek csökkentése és a minőség javítása érdekében. Az összefogás alapja egy laza együttműködés lehetne, ami a közös szaporítóanyag-beszerzésre, a termelés összehangolására irányulhatna az egységes árualap érdekében. A hazai vágottvirágtermelők legfontosabb értékesítési csatornája a nagykereskedők felé történő eladás, a nagybani piacokon keresztül. **A hollandoknak nagyon kiterjedt szolgáltatásaik vannak, amit a hazai importőr nagykereskedői kör szívesen ki is használ:** interneten rendelik az árut, közvetlenül a tőzsdéről vagy brókeren keresztül vásárolnak, viszonylag kedvező áron. A megvásárolt terméket ezután házhoz szállítják, mégpedig a kért napon. **A hazai termelőknek hasonló szolgáltatást kellene nyújtaniuk, hogy versenyképesek legyenek: a rendelkezésre álló árualapot nyilvántartásba venni, kiajánlani és a kiszállítást megszervezni.** Kérdés, hogy a magyar termelők tudják-e vállalni a külföldi partnerek által az ügyfeleknek felkínált hosszabb fizetési határidőt.

Az energia ára, a fűtési költség alakulása meghatározó a gazdaságok működésében, ezért **a legfontosabb fejlesztési irány az energiateljesítmény csökkenésének csökkentése.** Mivel a jövőben a gáz ára biztosan nőni fog, a gázfűtés kiváltására más alternatívákban kell gondolkodni, pl. termásvíz, biomassa, napenergia, földhő, vagy a kertészeteket kell olyan helyre, pl. erdőművek közelébe telepíteni, ahol az olcsó hulladékhő rendelkezésre áll. **Ha ebben nem sikerül előrelépni, az energiateljesítményes fajok termelését kénytelenek lesznek abbahagyni.**

A magyar vágott virágok piacának bővítése érdekében a hazai termékek előnyeit, frissességét, eltarthatóságát a fogyasztók felé is tudatosítani, kommunikálni kellene. Tekintve, hogy magyar és a holland áru ára (ideszállítva) gyakorlatilag megegyezik, csak akkor lehetünk versenyképesek, ha jobb minőségű árut, frissebbet, tartósabbat kínálunk. Erre példa a magyar tulipán, aminek minősége jobb, összefogva nagyobb tömeget ad, mert a szára vastagabb, és a virága is nagyobb (ha egymás mellé tesszük, akkor látszik a különbség). Nálunk nyersen, zöldbimbóban szedik a tulipánt, mert így hosszabb a vázaélettartama. A holland tulipánokat ezzel ellentétben teljes színben szedik, ezért a holland áru korábban díszét veszíti.

Egyes esetekben a helyes fajtaválasztással lehet befolyásolni a piaci pozíciót. A legjobb minőségű rózsák Dél-Amerikában termelhetők, ezek prémium minőségét azonban meg kell fizetni, ezért nagyon drágák, így a magyar terméknek nem versenytársai. Az afrikai rózsák azonban a magyarhoz hasonló minőségű, de velük szemben megvan az az előnyünk, hogy a Magyarországon legelterjedtebb bordó rózsát (kb. 50% a részarányuk) az afrikai fűtés nélküli termesztésben nem lehet jó minőségben előállítani, mert az éjszakai párától a szirmai megfeketednek. A másik szempont az, hogy **az igazán értékes fajták általában sérülékenyebbek, törik a szirmuk, és rosszul csomagolhatók, ezért a piac közelében kell őket előállítani.**

A rózsák felhasználásának, vázaélettartamának nem használ az sem, ha túl nyersen szedik, mint pl. az afrikai rózsafajtákat. A bimbónak el kell érnie egy bizonyos

fejlettségi stádiumot (ilyenkor a bimbóban a szíromlevelek széle már nem gyűrött, inkább hullámos), hogy leszedve a bimbó a vázában kinyíljon. Ellenkező esetben a rózsát vázába téve, a bimbó rövid idő múlva lekonyul, noha a bimbós állapot a fogyasztó számára a frissességet, eltarthatóságot sugallja. A Magyarországon szokásos éretten szedett bimbó azonban a szabadföldi rózsához hasonlóan kinyílik, úgy, hogy eközben még a virág körkörösén „hízik” is.

A vágott virágok fogyasztását, a virágos cserepesekéhez hasonlóan, szintén növelni lehetne. Ehhez tartós, viszonylag olcsó virágokra, csokrokra van szükség a kereskedelemben, amihez **az áru útját, és vele együtt a rárakódó árreéseket is csökkenteni kellene.** Ha az áru több kézen is átmegy, mire a fogyasztóhoz kerül, romlik a minősége, és nő a selejt tömege is, ami mindenkinek növeli a költségeit, és ezzel a fogyasztói árat is. **Importált termékek esetén** – a korszerű logisztika ellenére is – **számolni kell néhány napos időtartammal,** mire a termék a kertészetből a kiskereskedelembe jut.

Magyarországon a vágott virágok fogyasztói ára a termelői árakhoz és a fogyasztói jövedelmekhez képest is drága: pl. a 70-80 Ft-os szálankénti termelői ár mellett a rózsza nagykereskedelmi ára 200 Ft, a fogyasztói ára azonban elérheti a 400-500 Ft-ot is. Ráadásul nálunk a vágott virágok forgalmi adója is magas, 25%, míg más fejlett országokban, pl. Ausztriában 10%, Németországban 7%, Hollandiában 6%. (Ezekben az országokban a standard ÁFA-mérték sorrendben 20%, 19%, 19%, vagyis a vágott virágokra csökkentett kulcsokat alkalmaznak. Ez alól a legtehetősebb északi országok köre kivétel, itt a vágott virágok ÁFA-kulcsa 20% felett van.)

A virág nyújtotta öröm a későbbi virágvásárlási kedvet, a vevői hűséget jelentősen befolyásolja. A siker érdekében **a fogyasztókat meg kell tanítani a vágott virágok kiválasztásának szempontjaira, és a virágok helyes kezelésére** is annak érdekében, hogy a vásárolt termék vázatartóssága minél hosszabb legyen. Ma már a csokorhoz sok helyen csomagolnak ingyenes fertőtlenítőt és tápoldatot, így a virág akár egy hétig is a vázában maradhat anélkül, hogy a vizet kicserélnék, de a váza előzetes fertőtlenítésére és a virágszár visszavágására ekkor is szükség van.

A cserepes virágok népszerűségüket részben annak köszönhetik, hogy a vevők számára többféle üzlettípusban is elérhetők. A vágott virágokkal kapcsolatban probléma, hogy csak drágább, exkluzívabb, nagyobb árréssel dolgozó virágboltokban kaphatók, pedig **szükség lenne más értékesítési lehetőségekre** is, ahol olcsón, a rárakódó költségek (zöldek, virágkötészeti elemek) nélkül, pl. a másodosztályú árut nagyobb csokrokban, gyors forgási sebességgel értékesíthetnék. E célra alkalmasak lennének tavasszal többek között az utcai újságosstandok vagy egész évben a zöldség- és gyümölcstermelők kisboltjai és az élelmiszer-kereskedelmi láncok is.

A nagykereskedők szerint a **vágott virágok osztályozásában, válogatásában még rengeteg tartalék van,** az extra minőségű áru drágábban adható el. Aki viszont nem fordít gondot az osztályozásra, a bekevert gyengébb minőséggel leértékeli az összes árúját. Az alternatív értékesítési lehetőségek megteremtésével a gyengébb minőségű áru is eladható lenne, és nem veszne kárba.

Románia csatlakozása „nagy levegőt adott” a magyar dísznövénytermesztésnek, ők elsősorban Szegeden vásárolják az árut. Bár a gazdasági válság a románokat is érintette, és átmenetileg visszaesett a kereslet, **de erre a piacra lehetne alapozni a jövőben is**, mert náluk jóval fejletlenebb a termesztés, és nagyon alacsony a fogyasztás. Persze itt is meg kellene szervezni az értékesítést (a Virágpaletta már létre is hozta első nagykereskedését az országban), és túl kellene lépni a határmenti kereskedelem keretein, addig, míg a hollandok ezt meg nem teszik helyettünk. Ugyanez a helyzet a szerb és a horvát piaccal is.

3.5.3. Faiskolai termékek

Termelés

Magyarországon a faiskolai termesztés főleg a **Nyugat-Dunántúlra** (azon belül is elsősorban Szombathely környékére, ami becslések szerint lefedi a hazai faiskolai terület kb. 40%-át), valamint az **Alföld középső és déli részére** összpontosul. A Nyugat-Dunántúl különösen az örökzöldek termesztésére alkalmas. Inkább savas kémhatású, jó vízáteresztő képességű, megfelelően kötött talaj, a hazai viszonyokhoz képest sok, évi 600-800 mm csapadék, az Adriai tenger felől érkező áramlatok miatt viszonylag enyhébb klíma, emellett korlátlan mértékben rendelkezésre álló sík területek jellemzik a tájat. A Dél-Alföld természeti adottságai közül a kiváló talajt, a napsütéses órák nagy számát kell kiemelnünk.

A fenti, kiemelkedő termelőkörzeteken kívül Magyarország más tájain is folyik faiskolai termesztés, hiszen **gyakorlatilag az ország egész területe alkalmas rá**. A hazai adottságok (a sok sík terület¹², a jó talaj, az olcsó munkaerő és szakképzett kertészek) alkalmasak arra is, hogy jelentősen növeljük a termelést ebben az ágazatban. További előnyünk, hogy a magyar klíma valamivel szélsőségesebb, mint a nyugat-európai és hidegebb, mint a mediterrán, ezért a Magyarországon iskoláztatott növényeket el lehet ültetni két zónával északabbra, akár még Moszkvában is [Schmidt és Tóth, 2009]. (Az USDA által kidolgozott zónarendszer szerint Magyarország nagy része a 6. télállósági zónához tartozik.)

Az **átlagos magyar faiskola mérete kb. 2 hektár**, a termelők legalább 90%-a 1-5 hektáron gazdálkodik. A 30-50 hektáros, közepesnek számító termelők közül 5-10 lehet az országban, az igazán nagyok közé csak néhány – jellemzően korábban állami vagy szövetkezeti tulajdonban lévő, egyben privatizált, és ma is inkább társas vállalkozásként működő – faiskola tartozik. A legnagyobb a Prenor (240 hektár bruttó, 210 hektár nettó területtel), de meg kell a nagyok között említeni az Alsótekeresi, a Tahi és a Silvanus Faiskolát is.

A faiskolai termelés jövedelmező tevékenység, emellett munkaerő-hasznosítása is figyelemreméltó. Az általunk megkérdezett szakértők becslése szerint 1 hektárnyi terület elindítási költsége 10 millió forintra tehető, üvegház, fólia nélkül, 3 év múltán

¹² A faiskolai termelésre legalkalmasabbak a sík területek (6-8%-osnál nagyobb szintkülönbségű területen gépekkel nehéz dolgozni, a lehullott csapadék egy része elfolyik, kimosva a talajból a tápanyagokat, eróziós károk keletkeznek).

kb. 20 millió forint nyereség van rajta, vagyis évi 3-4 millió forint nyereséget lehet elérni hektáronként. Egy hektár kb. két ember teljes munkaidős foglalkoztatására alkalmas. Fontos, hogy felszívja az alacsonyán képzett munkaerőt is és a minimálbérnél magasabb fizetést is elbír (legálisan) az ágazat. Ha így tekintjük, az egyik legolcsóbb munkahely-teremtési mód.

A hazai díszfaiskolák gyakorlatilag mindent termelnek, ami a magyar éghajlaton lehetséges. Mivel **nincsenek előre lekötött termelési kapacitásaik, vakon, megérzés alapján termelnek**. A nehézséget fokozza, hogy 5-6-8 évbe telik, mire az áru elkészül, de előre nem lehet tudni, hogy akkorra mi lesz az igény. **A faiskolák legfőbb termelési stratégiája emiatt, hogy minél több fajból, fajtából termelnek egy keveset, hogy lehetőleg sokféle igényt ki tudjanak elégíteni.**

Ezt az MgSzH (volt OMMI) statisztikai adatai is alátámasztják: **folyamatosan nő a termesztett taxonok száma**, 1987-ben még 1 073, 2001-ben már 2 619 taxon volt kultúrában [Lehoczkine, 2007]. A kisebb faiskolák is legalább 250-300, a nagyobbak akár 600-700 fajtát is termelnek. A kínálatból nem maradhatnak ki a legnépszerűbb termékek (örökzöld tuják, hamisciprusok, ezen belül leginkább a smaragd tuja és a leylandi ciprus, liliomfa, virágos cserjék, a nagy díszértékkel rendelkező gömbfák, színes lombú, virágzó fák, pl. díszcseresznyék). **Minimális specializáció tetten érhető a termelőkörzetek szerint: az alföldi faiskolák pl. kevésbé termelnek örökzöldeket, inkább a lombos fák és -cserjék termesztésére szakosodnak.** A nagyobb faiskolák körében is történt némi elmozdulás ebbe az irányba: a Tahi faiskola pl. nagyméretű szolitereket és sorfákat, Alsótekeres díszfákat és gyümölcsfákat termel, de a Prenor még teljes szortimentet állít elő.

A közepes és kisméretű faiskolák körében viszont **nagyon ritka az igazi specializáció, a monokultúra**. Két esetben akad rá példa: egy-két termelő, aki áruházlánccal áll szerződéses kapcsolatban próbálkozik azzal, hogy három-négyféle növényt termel, de ez az általunk megkérdezett termelők szerint nagyon kockázatos, mert a láncok bármikor visszamondhatják a szerződést vagy visszaélhetnek a beszállítójuk kiszolgáltatott helyzetével – ami abból adódik, hogy nagy mennyiségű egységes árut nehéz elhelyezni a piacon – és lenyomják az árat. A másik példa a specializált termelésre az olyan kistermelőké, akik főleg részmunkaidőben, keresetkiegészítésként művelik a faiskolai termesztést. Ők azért tudnak fennmaradni, működni, mert a Prenor vagy más nagyobb termelők közelében működve be tudnak szállni ezek értékesítési rendszerébe.

Értékesítési stratégiák

Az átlagos, professzionálisan termelő faiskolákat a heterogén termelési szerkezet miatt **erősen diverzifikált értékesítési stratégia** jellemzi. **Nincsenek vagy nagyon ritkák a hosszú távú, szerződéses kapcsolatok**, nem jellemzőek a privilegizált értékesítési csatornák, irányok, gyakorlatilag mindenkit kiszolgálnak, annak a vevőnek adnak el, aki „beesik”: magánszemélyek (direkt értékesítés és/vagy saját működtetésű díszfaiskola), viszonteladók (köztük kertépítők, faiskolai árudák, áruházlánccal, közületi megrendelők), export. A megkeresés általában e-mailen,

telefonon érkezik, fajtára, mennyiségre, a válaszájában gyakran fényképet mellékelnek az áruról és árajánlatot. Garanciát a hazai faiskolák nem vállalnak a növényre, mert nem tudják, mi történik vele, miután feltették a kamionra, de általában nincs minőségi kifogás.

A nagyobb faiskolák értékesítési lehetőségei egyelőre kielégítőek. Számukra elérhetők a közbeszerzési eljárások keretében meghirdetett megrendelések, méretüknél és alkalmazottaik felkészültségéből adódóan képesek önállóan exportálni. **Általában vannak bejáratott üzleti kapcsolataik is, bár ezek inkább informális jellegűek.**

Az **export leginkább a nagyobb és közepes faiskolák számára komoly lehetőség.** Kb. 1 000 km-es sugarú körben működik a kivitel, a szállítási költségek miatt addig éri meg elvinni az árut, persze ez függ a növény méretétől és értékétől. Ebben komparatív előnye van a magyar faiskoláknak a nyugati termelőkkel szemben: ők már nem tudnak gazdaságosan szállítani Kelet-Európa felé. Bulgária és Románia EU-hoz való csatlakozása után valósággal „kisöpörték” az országot faiskolai termékekből – smaragd tujából pl. rengeteget adtak el, és főleg a nagyobb nyugat-magyarországi faiskolák profitáltak belőle – de most, a válság hatására erősen visszaesett a kereslet.

A pillanatnyilag megoldott értékesítés ellenére, a további fejlődés érdekében **a nagyméretű faiskolák körében is lenne igény valamiféle együttműködésre, legalább az információ-áramlás szintjén.** A hazai kereslet – komoly nagykereskedelmi háttér híján – szétaprózódott, emiatt nehezen mérhető fel a termelők által. De érzik azt is, hogy hosszabb távon az exporttal is gond lehet, a jelenlegi üzleti gyakorlat nem megfelelő. Ha pl. egy külföldi megrendelésnél több kamionnyi egyöntetű árura van szükség, előfordul, hogy a nagyok közül is csak több termelő tudja „összeadni”. Ezt jelenleg *ad-hoc* jelleggel oldják meg, körbetelefonálgatnak egymásnak, de nyilvánvaló, hogy ez a későbbi előrelépés gátja lehet, hiszen „ha egy komoly vevő látja, milyen nehéz összeszedni az árualapot Magyarországon, többet nem jön ide”. Az ellenérdekek (saját piac, vevői érdekeltség védelme, áru szortiment titkolása, így is megéri jelenleg stb. szemlélet) miatt még gyerekcipőben sem jár az együttműködés. Ugyanakkor többekben felmerült már az igény, hogy az értékesítést, marketinget, piackutatást szakértőkkel, profi módon kellene intézni és ez előrelépést jelentene a termelési volumen, árbevétel, szakmaiság tekintetében.

Az értékesítés jobb megszervezése mégis a **közepes- és kisméretű faiskolák** esetében fontos leginkább. Számukra jelenthetne **nagy előnyt a közös értékesítés, beszerzés, de ez még az ágazatban nem jellemző.** Néhány közepes méretű termelő már létrehozott egy kft. formájában működő közös értékesítési céget Budapest környéki lerakattal (Profi Partner), ahol nagykereskedelmi tevékenységet végeznek, ez az együttműködés első lépésének tekinthető.

A **kis faiskolák** helyzete a legnehezebb, ami az értékesítési lehetőségeket illeti. Méretükből adódóan nem kerülnek a közbeszerzések közelébe: bár utcafásítás mindig van, de ehhez nagy méret kell, a kis faiskolák nem tudnak nagy tételt (több ezer darabot) előállítani, mert nincs elég területük, másrészt nem tudják megfinanszírozni.

A hazai fogyasztói piacra koncentrálnak, ott is elsősorban a **direkt értékesítés és tevékenységük diverzifikálása** (termelés mellett árudaként való működés, kertépítő tevékenység) az a két fő stratégia, ami a hosszú távú túlélést garantálja esetükben.

Problémák az ágazatban

A faiskolák az értékesítési árakkal kapcsolatban kevésbé panaszkodtak, bár megemlítették, hogy eddigi egyetlen gazdasági előnyüket, a kedvezményes, 12%-os ÁFA-kulcsot esetükben nemrég megszüntették: **2009-től 25%-os ÁFA sújtja őket.** Ez főleg a belföldi forgalmazásban okozott visszaesést, hiszen azonnali, automatikus 13%-os áremelkedést okozott.

A költségeik viszont nem nőttek olyan elviselhetetlenül, mint a fedett üzemeké (őket pl. nem érinti komoly mértékben az energiaárak emelkedése, és a szaporítóanyagok nagy része is hazai előállítású, némely esetben saját termék), **inkább a beruházás nagy tökeigénye merül fel problémaként.**

Egy üzem elindításának költsége nagyon magas (főleg, ha fólia, netán üvegház is létesül), de még ennél is fontosabb, hogy sokáig „áll” befektetve a pénz, mert míg az élelmiszertermelésnél általában már az első évben jelentkezik a haszon, a dísznövénynél ez minimum 3-4 év, de vannak olyan növények is, amit 10-20 évig nevelnek. Hitelt nem szívesen vesznek fel még a bővítésre sem, a legtöbb faiskolás más stratégiát követ: az egyik termelő pl. nulláról, önerővel, hitel nélkül építette fel a gazdaságát úgy, hogy először rövid tenyészidejű, kisebb méretű növényekkel indított, majd visszaforgatta a hasznot, bővítette a területet, hosszabb tenyészidejű növények termelésébe kezdett, és ma 50 hektáron gazdálkodik.

A faiskolai termelők számos olyan „hátrányos megkülönböztetést” soroltak fel, ami megnehezíti tevékenységüket. Példaként említették, hogy a 90 lóerő alatti traktorokra nincs támogatás, pedig dísznövénykertészetben ezek használatosak. Igaz, ez ma már megoldott, mert az EMVA keretében meghirdetett kertészeti gépek beruházási támogatása c. program keretében kisebb méretű traktorok, gépek is jogosultak támogatásra. Emellett főleg a kisebb méretű üzemek sérelmezték, hogy bár akadnak pályázati lehetőségek, de ezek elkészítése nehéz, a tőkeszegénység miatt a beruházások utófinanszírozása kedvezőtlen és megoldhatatlan. A támogatás igénybevételével ráadásul egy sor dolgot be kell vállalni, ami manapság kockázatos, pl. az árbevétel növelése, a foglalkoztatás fenntartása stb.

Számos adminisztratív nehézséget is gördítenek a hatóságok a faiskolai ágazat elé: pl. a fólia, üvegház telepítésekor ki kell vonni a földet mezőgazdasági művelés alól, a telephely létesítése nehézségekbe ütközik (nagyon alacsony a beépíthetőségi százalék), a díszfaiskolai művelésben elengedhetetlen utakkal kapcsolatban állandó vita van, hogy az minek számít (termőföld vagy útként van véglegesen hasznosítva). A díszfaiskolai tevékenységet számos hatóság ellenőrzi: növényvédelmi hatóság, MgSzH, ami a fajtaazonosságot vizsgálja. Az MgSzH minden dísznövényt szaporítóanyagként kezel, darabszámra fizetik az ellenőrzési, hatósági szemledíjat, ami elég megterhelő és feleslegesnek érzik a faiskolák.

Jövőkép

Józsa [2008] szerint **a dísznövény-ágazaton belül a faiskolai termesztés a legperspektivikusabb terület.** Adottságaink alapján **a díszfaiskolai termelés akár 10-15-szörösére is növelhető lenne Magyarországon, elsősorban az exportpiacokra alapozva,** főleg Kelet-Európa felé, kihasználva komparatív előnyeinket. Előnyeink közé tartozik, hogy a magyar áruk minősége jó, az itthon iskolázott növények strapabíróbbak a nyugat-európaiaknál, emellett a szállítási rádiuszunk is alkalmasabb arra, hogy mi elégítsük a kelet-európai keresletet. Hátrányunk viszont, hogy drágább a magyarországi termelés, mert klímánkon lassabban nőnek a növények. A magyarországi faiskolák általában korszerű technológiát alkalmaznak, a felhasznált anyagok, beleértve a szaporítóanyagokat is, ugyanazok, amelyeket Nyugat-Európában is használnak, de az áruvá-készítés módjában még fejlődniük kell (tisza cserepek, jeltáblákkal ellátva, nem mohás, friss tőzeggel – ez a kertészeti árudák, kiskereskedelmi láncok, virágboltok felé való értékesítésnél is fontos). Mivel a nyugat-európai tapasztalatok alapján az értékesítési csatornák között a *garden centerek* egyre inkább átveszik a kertészeti árudák helyét, a magyar faiskolai termesztésben a korábbi földlabdás és szabadgyökerű kiszereles helyett a konténeres növények térnyerése következhet be. A konténeres értékesítés növekedése főleg a kisebb méretű, színes, tarka lombosított, illatos, télen is díszítő fás szárú növényeknél várható.

Előnyeink és hátrányaink gondos mérlegelése után Magyarországnak meg kellene találnia pontos a helyét az európai termelésen belül, azaz pozicionálnia kellene magát a többi európai termelőhöz képest, és ennek alapján kell fejlesztenie termelését és külkereskedelmét. Első lépésként mindenképpen megoldandó feladat, hogy a hazai faiskoláknak **nagyobb árualappal kell rendelkezniük** ahhoz, hogy ki tudják szolgálni a nagy partnereket. Ehhez **szakosodásra lenne szükség** a faiskoláknál, a **termékpálya végső szakaszában pedig összefogásra.**

Belső piacunk felvevőképessége korlátozott. Nemzetközi példák alapján elmondható, hogy egy magas életszínvonalú országban 10 millió embert kb. 3 000-4 000 hektárnyi díszfaiskola tud kiszolgálni. Tekintettel jelenlegi életszínvonalunkra, ez a terület Magyarországon jóval kisebb, ezért már a mostani 1 200 hektáron termelt faiskolai termékek 30-40%-a is exportra kerül. Mindezek ellenére **a hazai piacon is vannak még tartalékok.** Egyes áruházláncok évi 100 ezres nagyságrendben adnak el kommersz örökzöldeket, jelenleg főleg holland importárut. Ezt lehetne helyettesíteni jó minőségű, ide való, magyar áruval. A láncok előnye, hogy nagy mennyiséget képesek eladni, általában hosszú határidővel, de megbízhatóan fizetnek. Hátrányuk, hogy nehéz velük együttműködni, mert szigorú beszállítói feltételeket szabnak.

A hazai kereslet az életszínvonal emelkedésével valamelyest növekedhet, de **érdemes lenne a marketingre is költeni:** a faiskolák nem egymással konkurálnak, hanem más tartós fogyasztási cikkekkel. A fogyasztás növekedhetne, ha Nyugat-Európaéhoz hasonlóan a rendezett környezet és a szép kert presztízzsé válna Magyarországon.

3.5.4. Rózsató

Termelés

A szőregi rózsató oltalom alatt álló eredet-megjelölésű (OEM) termék, hungarikum. A termék különleges minősége egyrészt a termelés több száz éves múltra visszatekintő hagyományaiban, másrészt termőhely kiváló éghajlati és geológiai adottságaiban rejlik. Ez utóbbi a vastag termőrétegű öntéstalajból (40 AK-s földek), a megfelelő vízellátottságból (a Tisza és Maros által közrezárt terület miatt optimális a páratartalom, az éves átlagos csapadékmennyiség 580 mm és az öntözés is megoldott), valamint a speciális klímából (a napsütéses órák száma itt, a Tisza-Maros háromszögben a legnagyobb, meghaladja az évi 2100 órát) tevődik össze. A különleges termesztési körülményeknek köszönhetően a szőregi rózsza ellenállóképesebb, mint a tőlünk nyugatabbra és északabbra termelt példányok, jobban alkalmazkodik a szárazabb éghajlathoz, erős növény.

Becslések szerint 2008-ban mintegy 100-120 hektáron folyt rózsatótermesztés Magyarországon (ennek túlnyomó többsége Szőreg környékén). E területen kb. fele-fele arányban található egy- és kétéves rózsató, így az évente értékesíthető mennyiség kb. 3-4 millió tő. Egy hektáron átlagosan 100 ezer tő terem, ennek kb. 60%-a piacképes.

A körzetben 4-5 jelentős termelő van, egyikük egy szövetkezet (Szőregi Virág-Dísznövény ÁFÉSZ) 300-400 kistermelőt integrál. Emellett a Tóth, Barta, Hegedűs, Kocsis Flóra kertészet – utóbbi nem csak rózsát termel, hanem vágott virágot, cserepest, hajtattott hagymást is, emellett kereskedik – azok a termelők, akik nagy volumenben, professzionális körülmények között termelnek.

A koncentráció már elindult: 5-10 ezer rózsát termelni ma már nem rentábilis, minimum évi 50 ezer tőtől éri meg. Persze vannak kisebb termelők még, akik főleg részmunkaidőben termelnek (pl. nyugdíjasok, pedagógusok), őket az ÁFÉSZ integrálja, de közülük csak a meglévő termelők működnek, új belépők nincsenek. Nem éri meg: egy tőért 90-100 Ft-ot fizet a szövetkezet.

A rózsatermesztés a csipkebogyómag őszi vagy tavaszi vetésével indul, amiből ősszel (őszi vetés esetén a következő évben) lesz csemete. A magcsemeték őszi kitermelése után a gyökérnyak vastagság szerint válogatni kell, majd tél végéig elvermelni. A csemeték ültetését február közepén, március elején lehet elkezdni, majd a július második felétől szeptemberig terjedő időszakban lehet beszemezni a vadalanyokat. Ezután még egy évig gondozzák a töveket, amelyeket ősszel lehet kitermelni és értékesíteni. Egy hektár műveléséhez egy fő elég, de ezt kiegészítik az idénymunkák (ültetés, szemzés, kitermelés), amelyek már nagyon kézimunka igényesek.

Ma már szakosodnak a rózsató termesztésen belül is a termelők. A legtöbb kertész megveszi a csipkebogyó alanyt, és csak a rózsatót termeli. Hollandiából érkezik ide az alany, itt bérválogatást végeznek, a legerősebb alanyokat re-exportálják Hollandiába, Németországba. A maradék itthoni termesztésre alkalmas (mert itt

jobbak a termesztési feltételek), illetve tovább exportáljuk Románia, Szerbia felé. Így viszonylag kedvező áron van alapanyag. Kb. évi 30 millió csemete érkezik Hollandiából, ebből 2,5-3 millió kerül vissza Hollandiába és más EU országokba, Magyarországon kb. 1 millió tő marad, a többi Kelet- és Dél-Kelet-Európa felé kerül exportra.

Értékesítési stratégiák

A **hazai termesztés több mint 90%-a exportra kerül**. A jelenlegi nagy termelők egy meghatározó részének viszonylag biztos, régebb óta fennálló, kialakult kapcsolatai vannak Nyugat-Európában, **bértermelést végeznek francia, német katalógus-áruházaknak, kereskedőknek**. Ennek az értékesítési formának nagy előnye, hogy a partner megrendelése alapján **előre tudják, milyen fajtából, mennyit kell beszerezniük, és a megtermelt rózsatöveket egytől egyig el is adják**. **Hátrányt jelent viszont az alacsony ár**.

Kevesebben vannak azok a termelők, akik hazai áruházláncoknak árusítanak. A Kocsis Flóra Kft. pl. **gyökércsomagolt rózsát értékesít a láncok felé**. A rózsató részben saját előállítású, de fel is vásárolnak a környék termelőitől, és ők csomagolják. **A hozzáadott érték könnyíti az eladhatóságot, értékesebbé válik az áru**. Az áruházláncok a gyökércsomagolt terméket keresik, mert így a rózsató tovább és könnyebben tárolható, nem szárad ki a gyökere. A cégvezető szerint egyértelműen kedvező ez az értékesítési forma, mert bár **viszonylag kicsi a nyereség egy-egy növényen, hatalmas darabszámokról van szó**, emellett a teljes termesztett mennyiségre biztos vevőjük van. Annyi a kockázatuk, hogy kötbér terheli őket, azaz, ha nincs megfelelő mennyiség, vagy minőség, akkor fizetési kötelezettségük van és a 40-60 napos fizetési határidő sem kedvező számukra.

Az egyéb hazai eladás nem jelentős, főleg a kisebb termelők háztól vagy piacokon is árulnak.

Problémák az ágazatban

A **bértermelők sokszor egymás alá ígérnek az árban**, ez kiváló tulajdonságai ellenére nagyon olcsóvá teszi a szőregi rózsát. (Előfordult már 45 eurócentes ár is.) A termelők, elmondásuk szerint, 1996-ban többet kaptak a termékért, mint jelenleg. Ráadásul, miközben az árak csökkentek, a költségek nőttek, így ma csak átlagosan 5-10 eurócentet lehet keresni egy tővön.

Külföldön inkább nem adják el a termelők a rózsát, ha túl alacsony árat kínálnak érte, de itthon rákényszerülnek, mert kell a bevétel. Ebben a Magyar Rózsatermesztők Egyesülete is hibás, mert nem tudják elérni a termelőknél, hogy „tartsák ki” áraikat. **Ha lenne összefogás a kertészek között, akár az 1 eurós árat is el lehetne érni**. A külföldi cégek, akik bértermeltetnek, ezt a helyzetet jól kihasználva leszorítják az árakat, és így hatalmas árrésük van a Magyarországon termelt rózsán. Igaz, ennek a nyereségnek van valódi „tartalma” is, a fajtanemesítés, a marketing (prospektusok kiadása, eljuttatása a fogyasztókhoz), a szállítás, a csomagolás, a termékre vállalt garancia költsége.

Kedvezőtlen, hogy nincs megfelelő oktatása a rózsatermesztésnek, inkább helyben, tapasztalati úton lehet megtanulni. Nemesítés sincs itthon, ezért jut a magyar termelőknek a kevésbé jövedelmező bértermelés. További probléma, hogy nincs szaktanácsadás, ami különösen a növényvédelem terén hiányzik: a rózsatermesztés túl kicsi ágazat, a növényvédőszer-forgalmazók erre az ágazatra nem engedélyeztetik szereiket, és amióta bizonyos régi szereket kivontak a forgalomból, a rózsatermesztők maguktól próbálgatják a más kultúrában használható anyagokat, nekik kell kikísérletezniük az adagolást. Könnyebb lenne, ha ebben lenne profi segítség.

Jövőkép

Az ágazat egyik fő problémája, hogy **nincs összefogás a termelők között**. Egyelőre nincs rá gazdasági kényszer, fogalmaztak a megkérdezett termelők, bár már ma is érzik ennek negatív hatásait a nyugat-európai felvásárlók által kialakított alacsony értékesítési árakon keresztül. **Nagyobb önszerveződéssel jobb érdekérvényesítést lehetne elérni, ami javíthatná a tevékenység jövedelmezőségét.**

Elvileg növelhető lenne a termelés, de ehhez **jó közösségi marketingre** és technológia fejlesztésre lenne szükség. A szőregi jelzés használatának kritériumai még nincsenek pontosan kidolgozva, ezzel adós az érdekvédelmi szervezet, pedig lehetne (és kellene) belőle marketingértéket kovácsolni. Ennek hozadéka nem azonnal jelentkezik, hanem 20-30 év múlva. A sikert tovább lehetne növelni a **hozzáadott érték növelésével** (pl. gyökércsomagolt rózsza), egyáltalán csomagolással, amin feltüntethető az eredet, **és megfelelő értékesítési stratégiával**. Franciaországban pl. könnyebb eladni a drága rózsát, mint az olcsót, mert a különleges, jó minőséget keresik a fogyasztók. **Megfelelő ár- és termékpolitika kell a különböző piacokon**. Magyarországon például a fogyasztók nem ismerik eléggé, ezért nem is keresik a rózsafajtákat. Mivel a vásárláskor döntő tényező a látvány, ami impulzusvásárlásra ösztönöz, a rózsza eladásokat konténeres, virágzásban lévő tövek kínálatával növelni lehetne.

Nagyobb volumenű értékesítésre lenne lehetőség Kelet-Európa felé, Romániába, Ukrajnába, Oroszországba, de ehhez bővíteni kellene a termelést. Ha a magyar termelők nem lépnek időben, a kelet-, dél-kelet-európai termelők közül a szerb és bolgár rózsatermelők veszélyes versenytársak lehetnek. A szerbek a hasonlóan jó adottságaik miatt, Bulgáriában pedig hozzánk hasonlóan nagy hagyományai vannak a rózsatermesztésnek.

3.5.5. Karácsonyfa

Termelés

A karácsonyfatermesztés **fő termelőkörzetei** Magyarországon a **zalai dombság, Vas és Somogy megye**. A piacon ma legkeresettebb, legdivatosabb nordmann fenyő termelésének fő területe Vas megye, mert az kötött talajt, csapadékosabb, hűvösebb időjárást kedvel, a lucfenyőt, ezüstfenyőt viszont bármely termelőkörzetben lehet nevelni.

Magyarországon az éghajlat nem a legideálisabb a karácsonyfatermesztésre, mert az erős fagy kárt tud tenni a tenyészőcsúcsban, a melléksudaras fa pedig már nem első osztályú. Ezt úgy igyekeznek kivédeni a termesztők, hogy védettebb, déli lejtőkre telepítik a fenyőfákat, ám ez nehezíti a gépi művelést.

A rendszerváltásig Magyarországon a karácsonyfa jelentős részét az erdőgazdaságok hozták forgalomba karácsonyfatelepekről, erdősítésekben végzett tisztítóvágásokból, nevelővágásokból. Az **1990-es évektől kezdődően a privatizált földeken sok kis magántermelő telepített karácsonyfatelepet**, főleg lucfenyőből, mert ebből volt csemete. Az utóbbi években **több külföldi befektető is megjelent Magyarországon és nagy területeken telepítettek fenyőt**. E cégek a fenyők legjavát exportálják az EU felé, a maradékot értékesítik Magyarországon [Retkes, 2008]. A külföldi befektetők leginkább az olcsó föld és a piac miatt érkeztek Magyarországra, ugyanis a termesztő körzetek Nyugat-Európa szerte a főbb piacok közelében vannak, hiszen így olcsóbb a szállítás. Magyarországról remélték ellátni a még jórészt kiaknázatlan, de kockázatos dél-kelet-európai piacokat is. A legnagyobb külföldi befektetők egyike a *Green Team Europe*, dán cég, 2008-ban 130 hektáron termelt Magyarországon (bérelt területen, illetve két szerződéses termelővel), de tervei között további bővítés is szerepelt. Magyarországon mintegy 400-500 hektárra kívánták bővíteni a termesztő felületet [Pap, 2008].

A hazai termelők általában kis területen gazdálkodnak. **Az életképesnek tekinthető termelők területe 5-15 hektár**, az ennél is kisebb területen gazdálkodók jövedelemtermelő-képessége nem kielégítő. A karácsonyfa termesztése még az életképes üzemek esetében is **csak kiegészítő jövedelemtermelésre alkalmas tevékenység**, ezért általában minden hazai termelő dolgozik valami mást emellett, vagy nyugdíjas. **A termelés erős szezonalitása tulajdonképpen kedvez is ennek**. Amiért mégis érdemes foglalkozni ezzel a tevékenységgel, az az, hogy kis földterületen ez talán az egyetlen tevékenység, ami jövedelmező lehet.

Bár egyes termelők a fenyők magról való szaporításával is foglalkoznak (de ilyenkor a csemeték nagy részét faiskolák, erdészetek számára értékesítik), a klasszikus karácsonyfatermesztés a csemete ültetésével indul. Az első egy-két évben főleg az intenzív gyomirtás a legfontosabb teendő, amit főleg gyomirtó szerekkel végeznek. (Kézi erővel a drága munkaerő miatt, gépi módon a kistermelők a földterületek szűkössége és az apró parcellák miatt nem tudnak dolgozni. Nagyobb területtel rendelkező termelőknek van lehetősége gépi gyomirtásra.) Rendszeres feladat a metszés, a megfelelő tápanyag-utánpótlás, növényvédelem. Ehhez nincsenek „kész megoldások”, se a szerek használati utasításaiban nem szerepelnek a fenyőfélék, se megfelelő szaktanácsadás nincs, ezért saját maguk kísérleteznek. Az utolsó nagy munka a kitermelés, ami szezonális munka, 3-4 hét alatt folyik az éves kitermelés. Ehhez is főleg kézimunkát használnak, bár léteznek gépesített megoldások, pl. a csomagolásnál.

A fenyő 4-8 év alatt válik eladható, kb. másfél méteres karácsonyfává. Metszés nélkül csak az ültetett csemeték kb. 50%-a piaci minőségű, ami nem teszi rentábilissá a termelést. Csak akkor éri meg termelni, ha legalább 80-85% piacképes fává

nevelődik, amihez gondos metszés, ápolás szükséges. A fejlett országokban működő nagyméretű termesztő üzemekben a metszés is gépi úton történik, ami gyorsabb, hatékonyabb, bár a kézi metszés finomabb, pontosabb munka, ezért rövidebb idő múltán lehet piacra vinni a fákat.

A termékpaletta kialakítása a termelők saját tapasztalatai, megérzései alapján történik, hiszen nincs senki, aki képes megjósolni, 5-8 év múlva mi lesz az igény. Éppen ezért lehetőleg több fajt is telepítenek, kerülik a monokultúrát, még akkor sem „mennek el” egy-egy faj irányában, ha az egy adott évben nagyon jól értékesíthető, mert nem biztos, hogy a tendencia tartós lesz.

Értékesítési stratégiák

A külföldi cégek exportálják a termékeik egy részét, emellett gyakorlat, hogy áruházláncok felé kötik le termelési kapacitásaikat. Ezzel szemben **a kisebb hazai termelők kizárólag nagykereskedőknek értékesítenek. Nagy az árrés, de a kereskedő kockázata is nagyon nagy**, hiszen ez egy **szélsőségesen szezonális termék**, 2-3 hét alatt kell értékesíteni az adott évi termelést. További előnye a nagykereskedelmi értékesítésnek, hogy **míg kertészeti árudák esetleg több hónap után fizetnének, a kereskedők viszonylag gyorsan, ezért nem is törekszenek a termelők direktbb piaci kapcsolatokra**. Utólagos minőségi kifogások, trükközések nincsenek, az árut a kereskedők „még lábon” szemrevételezik, meghatározzák a méretkategóriát és az alapján fizetnek. A vételárat előre kialakítják, de néha van *ad-hoc* vásárlás is. Inkább ismeretségi alapon működik az üzletelés, ez egy zárt kör, a kereskedők ismerik a termelőket, általában ők keresik meg a termelőket áruért. **A direkt fogyasztói értékesítés nem éri meg, nincs a termelőknek kapacitásuk a szállításra, nincs személyzet a vevők kiszolgálására**. Valamilyen mértékben alternatív lehetőség még a faiskolák felé történő gyökeres értékesítés, ezt korlátozott mértékben, ahogy van rá lehetőség, használják is.

Problémák az ágazatban

A karácsonyfák ára évről évre alig változik, ugyanakkor a költségek jelentősen emelkedtek az utóbbi években. A termelés koncentrációja erre a tendenciára adott válasz az ágazatban: a csökkenő árrés miatt csak nagyobb területeken lehet kitermelni azt a nyereséget, amiért érdemes ezt folytatni. Ráadásul az elindulás nagyon tökeigényes a többi ágazathoz képestés az első 4-5 évben csak beleteszi a termelő a pénzt, a haszon csak utána jön.

A karácsonyfatermelés az ültetvény korától, időjárástól függően kb. 50-100 munkanapot igényel, de vannak időszakok, amikor gyorsan kell a munkát elvégezni, ezért szezonális munkaerőt igényel. Az ezeken kívüli munkákat főleg maguk a tulajdonosok végzik (a metszést pl. nem szívesen bízzák másra), de a legtöbb kistermelő nem számolja bele saját munkaidejét a költségekbe, ezért tűnik úgy számára, hogy megéri. Valószínűleg a legkisebb gazdaságok (5 ha alatt) számára ma már egyáltalán nem kifizetődő ez a tevékenység. E gazdaságok lemorzsolódnak, területük a nagyobb, sikeresebb termelők tulajdonába kerül, ezáltal lassú koncentráció zajlik az ágazatban.

A karácsonyfatermelők semmilyen támogatásra nem jogosultak, a SAPS hatálya alól is kivonták őket. Súlyos gond a lopáskár évről évre, de a termelők a sok kis parcella miatt nem tudják bekeríteni a területet.

Jövőkép

Mivel természeti adottságaink sem igazán ideálisak a karácsonyfatermesztésre, az ágazat komoly fejlődésével nem számolhatunk.

A nagy, külföldi kézben lévő gazdaságok kivételével még mindig túl kicsik az üzemek, emiatt nem vagyunk versenyképesek a dán, belga termelőkkel, akik nagy területen, olykor szövetkezetekbe tömörülve, gépesítve termelnek. Bár az utóbbi években koncentráltabb az őstermelői termelés is, a növekvő gazdaságok fejlesztései visszafogottak, mert nem látnak előre, érdemes-e növelni a termelésüket. Így csak minimális módon fektetnek be a növekedésbe, gépesítésbe, korszerűsítésbe. A kistermelők számára ajánlható a bevétel növelése érdekében a nem piacképes, selejtes karácsonyfák vágott zöldként való értékesítése, ami egyenletesebb és nagyobb árbevételt jelent. A Flora Hungaria nagybani piacon szerzett tapasztalataink alapján osztályozott, kötegelt koszorúalaphoz való vágott fenyőzöldből (*Abies nordmanniana*, *A. concolor*, *A. procera*) hiány mutatkozik, amit jelenleg illegális gyűjtésből elégítenek ki. A vágott zöld értékesítés a pótlólagos árbevétel mellett folyamatosabb foglalkoztatást is lehetővé tenné.

A külföldi befektetők egy része Románia uniós csatlakozása után továbbment dél-keleti szomszédunk felé, ahol alkalmasabbak a termesztési körülmények és a piac is közelebb van. A termesztésben ezért nem várható nagy bővülés, a kereslet is (kül- és belpiacon egyaránt) erősen korlátozott. A kisméretű hazai üzemek gazdasági ereje, felkészültsége nem elegendő ahhoz, hogy exportálni tudjanak, a külföldi tulajdonban lévő cégek pedig inkább a termelést viszik a piac felé, ezért kivitelünk felfutása nem várható. A hazai piacon a fogyasztás mennyisége állandó, maximum a fajták, méretek tekintetében van ingadozás. A nordmann fenyő népszerűsége évek óta töretlen, mert egyszerűbben kezelhető, esztétikus formájú. A kereslet ilyen irányú eltolódása a somogyi termesztés visszaszorulását eredményezheti, hiszen azokon a területeken ez a faj nem termesztendő.

3.5.6. Évelők

Termelés

Magyarországon kis területen, maximum 15-20 hektáron folyik évelő dísznövények termesztése. Mintegy 10-15 kertészeti foglalkozik e növénycsoport előállításával, de közülük **csak hárman-négyen vannak, akik nagyobb volumenben termelnek, és kizárólag erre szakosodtak** (Hegede, Zsohár, Mocsáry kertészetek és az Évelő Park Kft.).

A Hegede kertészeti 10 hektáron, főleg szabadföldön nevel évelőket. 1 200-nál több fajtát termelnek, sziklakerti, virágágyai, árnyéki évelőket, fűszernövényeket, mocsári- és vízinnövényeket, díszfüveket, bambuszféleket és cserjéket. Az

évelőkertészetekre külföldön is gazdag fajtaválaszték jellemző, mert a termelők igyekeznek teljes szortimentet tartani, hogy a viszonteladók lehetőleg minden növényt megtaláljanak.

A kertészet specialitása és erőssége, hogy nem magról, hanem saját anyanövényekről vegetatív módon (dugványozással, tőosztással) szaporítanak. Ez egyrészt életképesebb, egyöntetűbb és sok esetben hosszabb élettartamú növényeket eredményez, másrészt költségtakarékos, ezért **a növényeik ára kedvezőbb az importból érkező termékekénél**. A gazdaság külföldről is vásárol szaporítóanyagot, de inkább csak akkor, ha valamilyen szabadalmaztatott, licenccijás újdonságról, különlegességről van szó, egyéb esetben gazdaságtalan az importált szaporítóanyagra alapozott termesztés.

Értékesítési stratégiák

A **nagyobb kertészetek** (így a Hegede is) **csak viszonteladók felé értékesítik termékeiket**. A nagy évelőtermesztők már akkora mennyiséget termelnek, hogy nagykereskedők, áruházláncok vagy csomagküldők felé történő értékesítés nélkül nehéz lenne eladniuk a teljes kínálatukat. A csomagküldő cégekkel való együttműködés nagy előnye, hogy előre megmondják, milyen növényből mennyit kell termelni. Ilyen részletezett megrendelés az áruházláncoknál nem jellemző, csak az együttműködés keretei vannak rögzítve a szerződésben. Az együttműködés azonban így is problémás a láncokkal, ezért pl. a Hegede kertészet a közvetlen együttműködést megszüntette velük, s most (ugyanaz a lánc) az áruít nagykereskedő közbeiktatásával vásárolja tőlük. A kertészetek nagykereskedőknek, árudáknak, kertépítőknek, sőt, exportra is értékesítenek, Ausztriába, valamint Kelet- és Dél-Kelet-Európába. A kertépítők inkább akkor vásárolnak tőlük közvetlenül, ha viszonylag közel helyezkednek el.

Problémák az ágazatban

A válság hatására kb. 15%-kal esett vissza a forgalom, de ez úgy oszlott meg, hogy az árudák, kertépítők ennél is kevesebbet vásároltak, az áruházláncok viszont növelték az eladásukat. A vásárlók az olcsó beszerzési forrásnak tekintett láncokhoz pártoltak, viszont ott veszélyes **verseny társaként megjelenik a holland, német, olasz termék, ami gyakran tetszetősebb, mert fedett helyen nevelték**, igaz, a minősége, mérete, a magyar éghajlathoz való alkalmazkodóképessége rosszabb, mint a hazai évelőké. Ám ezt a fogyasztók nem tudják, ezért a külsín alapján vásárolnak.

Az évelőket a **laikus fogyasztók számára csak akkor lehet eladni, ha teljes pompájukban vannak**, virágoznak (mint pl. az egynyáriak), ezért szakaszos az értékesítés. Kivételt képeznek a kertépítők, parképítők, akik jól ismerik a növényeket és kertterv alapján telepítik, használják fel őket. A termesztés időjárásfüggő, előfordul, hogy a szél megtépázza, elszáritja a leveleket, de kiültetve a növény magához tér. Az évelők könnyebben értékesíthetők, ha fejlettek és egészségesek, ezért **várható, hogy e növények termesztése – legalább időszakosan, pl. a bimbóképződés és az értékesítésre való előkészítés szakaszában – bevonul a növényházakba**. Ennek egyszerű módszere a gördülő asztalok alkalmazása lehetne, ez viszont egyszeri, nagyobb beruházást igényel.

A szakosodás hiánya miatt egy-egy fajtára nem tudnak eléggé odafigyelni, nem tudnak mindenben megfelelni a növények eltérő igényeinek (jelenleg sémákba szorítva gondozzák a növényeket).

Az évelőtermesztés **munkaigényes ágazat, de erős szezonális jellemzi**, nem tudják a teljes munkaerő-létszámot egész évben foglalkoztatni, ezért ősszel kijelentik, majd tavasszal újra bejelentik a dolgozókat.

Az ágazatot sújtja az energiaárak emelkedése, mert a szállítás, öntözés, fűtés energiaigényes. Ha a szaporító házakat nem fűtenék, abban az esetben a téli szaporítást ki kellene hagyniuk, és csökkenne a foglalkoztatás is.

Jövőkép

Az évelők újabban nagyon keresettek, mert olcsók, kis területen ültethetők, tartásuk egyszerű, ezért sikerélményt ad. **A hazai piac azonban kicsi, a jelenlegi termelők lefedik**, ki tudják elégíteni a belső keresletet. Némi import érkezik az országba, ami főleg magról szaporított évelő. A magyar áru árban nagyon versenyképes és a szaporítás módjának köszönhetően a minősége is jobb, ezért az import komoly veszélyt nem jelent a hazai termelők többsége számára. **Látens kereslet van a kelet-, dél-kelet-európai országokban**, de a hazai évelőkertészetek még nem igazán kutatták fel ezeket a lehetőségeket, **nem alakultak ki azok az értékesítési utak**, amelyek a gördülékeny kivitel tudnák.

Mind a hazai, mind az export piacon az értékesítés időben való széthúzását, sikerességének javítását szolgálná a színes jeltábla használata, amelyen a növény fényképe, ültetési és gondozási tanácsok, esetleg a termesztő neve, elérhetősége szerepelne. Ezáltal a potenciális fogyasztók nem csak kifejlett, virágzó állapotban vásárolnák az évelőket, a termelő neve, elérhetősége pedig növelné a vásárlók bizalmát és a magyar termék iránti lojalitását.

Szakértők szerint az évelők nemesítésében, fajtásorok előállításában és nemzetközi értékesítésében (szaporítóanyagként vagy készárúként) óriási lehetőségek vannak. Ennek több oka van: az évelők esetében a fajtavédelem csak a közelmúltban indult el, ezért nincs lemaradásunk ezen a területen. Az évelők generatív úton könnyen szaporíthatók, rövid tenyészidejük és fajgazdagságuknál fogva számtalan mutációval rendelkeznek, ezért drága eljárások alkalmazása nélkül is nemesíthetők. Nagy potenciál van a hazai vad évelő fajok termesztésbe vonásában is, ami nem a védett fajok ritkítását, hanem ellenkezőleg, legális felszaporítását szolgálná (pl. hóvirág, kockás liliom, egyes Iris fajok).

3.5.7. Szárazvirág

Termelés

A szárazvirágtermelés főleg az Alföldön, Kecskemét, Békéscsaba, Szentes környékén, illetve Tolna és Győr-Moson-Sopron megyékben jellemző.

Termelésben lévő fajok: mák, *Achillea*, szalmarózsa, egynyári és évelő sóvirág, *Ammobium*, cirok, fénymag, zab. **Bizonyos fajok** (gombvirág, szarkaláb, gabonafélék, borzaskata, sáfrány, muhar, köles, kék szamarakenyér) **a termelésben visszaszorultak**, amiben szerepet játszott, hogy megszáritva potyognak, ezért virágkötészeti célra már kevésbé alkalmasak, illetve kimentek a divatból.

Magyarországon 10-11 olyan vállalkozás van, amelyek viszonylag nagy területen, mintegy 5-7 hektáron termelnek szárazvirágot. Ezek fele a saját termelés mellett termeltet és felvásárol szárazvirágot. Általában a jól gépesíthető fajok (mák, *Achillea*) saját termesztésben vannak. Azokat a fajokat azonban, amelyek termesztése nem gépesíthető, ennél fogva kézimunka igényük jelentős (pl. szalmarózsa, *Ammobium*), vagy más talajigénnyel bírnak, mint ami a felvásárló működési területén található, termeltetéssel szerzik be.

A termeltetésben levő fajokat kis területen, 1-2 ezer négyzetméteren állítják elő, mert egyes munkafolyamatai (kapálás, bimbózás, folyamatos betakarítás, válogatás, osztályozás) nagyon munkaigényesek. A virágokat intenzíven, folyamatos tápanyagellátás mellett, öntözött körülmények között termesztik. A felvásárlók a termeltetés keretében biztosítják a termeléshez szükséges inputanyagokat, pl. a vetőmagot, amivel a beszállításkor kell a termelőknek elszámolniuk. A termelőket ellátják szaktanácsokkal, hogy minél jobb termést és bevételt tudjanak realizálni. A termést fajtól függően általában napon, árnyékban vagy sötétben, de természetes úton szárítják. Abban az esetben viszont, ha hűvös, csapadékos az időjárás, a szárítást a felvásárló végzi saját meleglevegős szárítójában, így nő a termésbiztonság.

A termelés nem folyamatos, nincs minden faj minden évben termesztésben. Az igények sem egyenletesen jelentkeznek, hiszen a szárazvirágok felhasználása divatfüggő. A szárazvirágok nem tárolhatók túl sokáig, mert kifakulnak, és ilyenkor már csak festve értékesíthetők. A natúr termékek keresettebbek, és nagyobb értéket képviselnek.

Értékesítési stratégiák

Az értékesítés fő színterei a nagybani piacok, elsősorban a Flora Hungaria. Itt kiskereskedők, virágkötők és nagykereskedők vásárolnak tőlük, sokan úgy, hogy előre leadják a rendelést, és itt veszik át az árut. Egyesek a nagykereskedésekbe közvetlenül is szállítanak, pl. az általunk meglátogatott Szárazvirág Kft. a Virágpaletta Szövetkezet nagykereskedéseibe. Nem csak saját termelésű árut, hanem egyéb virágkötészeti anyagokat, importból származó egzotikus szárazvirágokat, gallyakat, kagylókat is árusítanak azért, hogy a virágkötők minden igényét kielégítsék. Amely cég rendelkezik csomagolóüzemmel, a kiskereskedelembe, pl. a barkácsáruházakba közvetlenül is értékesít. A Szárazvirág Kft. saját nagykereskedést működtet a telephelyén.

Közös értékesítésben a szárazvirágtermelők nem vesznek részt, de pl. az exportot több Kecskemét környéki cég ugyanazon külkereskedő segítségével bonyolítja. Együttműködnek az inputok (vetőmag, növényvédőszer) beszerzésében, szállításban, illetve a kiállításokon is közösen vesznek részt. Együtt harcolták ki azt is, hogy a nagyobb morfintartalmú díszmák az EU-csatlakozást követően is termesztethető legyen Magyarországon.

Problémák az ágazatban

A munkaigényes fajokat részmunkaidőben, családok termelik. Problémát jelenthet azonban a jövőre nézve, hogy **a termelők kiöregszenek**, és nem lesz, aki folytassa a kultúrát.

A szárazvirágok divatját a virágkötők diktálják, emiatt a szárított, preparált importtermékek elárasztották a piacot. E termékek Indiából, Brazíliából, Dél-Afrikából, Kínából és Olaszországból érkeznek. Vannak közöttük virágszirmok, termések, preparált színezett levelek, gombák, száraz ágak, lombok, valamint csigák, kagylók is.

A hazai szárazkötészeti termékek exportja visszaesett ugyan, de a kelet-európai országok piacára (Románia, Bulgária, Szerbia, Horvátország, Litvánia) még szállítanak szárazvirágot, de sokkal kevesebbet, mint tíz évvel ezelőtt. A közelmúltban egy sóvirággal foglalkozó spanyol cég csődbement, így ismét megnőtt az igény a magyar árura.

Jövőkép

Tekintve, hogy **a hazai szárazvirágokat elsősorban a kegyeleti kötészetben használják, és ez a szegmens viszonylag konzervatívnak tekinthető, a magyar termékekre stabil maradhat az igény.** Más a helyzet az adventi, karácsonyi és húsvéti díszekkel, egyéb kompozíciókkal, ahol a virágkötők diktálják a divatot. Ezekre a termékekre is folyamatosan lesz igény, a kérdés csak az, hogy a magyar vagy az importterméket részesítik-e előnyben a virágkötők. Ezzel kapcsolatban biztosan mondható, hogy az import szerepe nagy lesz, olcsósága és óriási változatossága miatt. **A túlélés stratégiája lehet, ha a hazai szárazvirágtermelők is segítik a virágkötőket az újdonságok, különlegességek, pl. új fajták, színek stb. termelésével.**

Összefoglalás, javaslatok

1. Az elmúlt két évtizedben átrendeződött a világ dísznövénytermelése. A kedvezőbb ökológiai adottságok, illetve az olcsó munkaerő miatt mind Európából, mind Észak-Amerikából egyre inkább az afrikai és a dél-amerikai körzetekbe tevődött át a termelés. A felhasználás és a termelés helyszínének egyre élesebb különválása a vágott virágok esetén a legjellemzőbb. Különösen a könnyen szállítható, jól tárolható és nagy mennyiségben forgalmazott virágokat állítják elő nagy mennyiségben a magas szállítási költségek ellenére is versenyképes fejlődő országokban. Ma már az EU vágottvirág-importjának 83%-a Kenyából, Etiópiából, Ecuadorból, Kolumbiából, és Izraelből származik. Ebből adódóan a vágott rózsát, szegfűt vagy krizantémot termelő üzemek mind az EU-ban, mind pedig az USA-ban profilváltásra kényszerültek. Az üzemek a fejlődő országokban nem termesztett, nehezen vagy költségesen szállítható vágott virágok (pl. flamingóvirág, lilium) előállítására álltak át vagy a cserepes szobanövényekre és az egynyári dísznövényekre helyezték a hangsúlyt. Meg kell azonban említeni, hogy a legtöbb afrikai vagy dél-amerikai üzem európai és észak-amerikai cég leányvállalataként jött létre, ebből adódóan az anyavállalatok standardjait alkalmazó és szaporítóanyagait felhasználó „kihelyezett üzemekként” termelnek az európai és az észak-amerikai felhasználók számára.
2. Az EU dísznövénypiacán gyakorlatilag minden termékcsoporthoz túlkínálatról beszélhetünk. Az erősödő konkurencia, illetve a magas energiaárak és munkaerőköltségek miatt még a leghatékonyabban termelő Hollandiában, Németországban és Dániában is egyre csökken a növényházi termesztés jövedelmezősége. Ennek következtében folyamatosan esik a fedett felületek alatti termelés részaránya a Közösségben – a mediterrán országokat kivéve. Míg a kommersz vágott virágok termelése egyre inkább kiszorul, addig a faiskolai termékek, illetve az egynyári és balkonnövények előállítása döntően az EU-n belül történik.
3. Hollandia, mint az EU dísznövény-kereskedelmének központja, alapvető áruelosztó és ármeghatározó szerepet tölt be. Hollandiában a növénynevelés és a szaporítóanyag-előállítás továbbra is hazai kézben maradt, vagyis az igazán értékteremtő, innovatív része az ágazatnak nem került át a fejlődő országokba.
4. Az európai dísznövényágazatra hatalmas innovációs nyomás nehezedik, hiszen a technológia fejlődésével egyre több termék válik könnyen és olcsón szállíthatóvá, tárolhatóvá, ezért a jövőben egyre több vágott virág vagy hosszabbtávon akár cserepes növény előállítása tevődhet át az EU-n kívüli országokba. Az EU meghatározó dísznövénytermelő országai számára az innováció, azaz az új fajok és fajták folyamatos piacra juttatása az egyetlen lehetőség jelenlegi pozíciójuk megtartására.
5. A magyar dísznövénytermesztésről nem állnak rendelkezésre pontos statisztikai információk, de a több forrásból származó, különböző tartalmú adatok, továbbá a Dísznövény Szövetség és Terméktanács, valamint a Nyugat-Dunántúli

Díszfaiskolások Egyesülete és a Magyar Rózsatermesztők Egyesülete becslései alapján megállapítható, hogy jelenleg mintegy 2 000 hektáron folyik dísznövénytermesztés. Ebből a fedett terület kb. 230 hektár, a szabadföldi dísznövénytermesztés területe 390 hektár, míg a legnagyobb hányadot a díszfaiskolai termesztés képviseli mintegy 1 300 hektárral, amiből mintegy 100-120 hektárt foglal el a rózsatőtermesztés.

6. Bár a dísznövényágazat területi részesedése a mezőgazdaságon belül elhanyagolható (az egyéb faiskolai területtel együtt az ország mezőgazdasági területének mindössze 0,16%-a), más mezőgazdasági ágazatokhoz képest lényegesen nagyobb termelési értéket realizál, és munkaerő-felhasználása is nagy, ezért nemzetgazdasági szempontból kívánatos lenne a fejlesztése.
7. A hazai dísznövényvásárlási adatok értékben számottevő lemaradást jeleznek a fejlett európai országokhoz képest, de a kereslet tendenciái a nemzetközi irányzatokhoz hasonló jellegzetességeket mutatnak. A vásárlási adatoknak a nettó átlagkeresettel és az egy háztartásra vetített kiadásokkal való összevetése során úgy találtuk, a hazai fogyasztók az arányokat tekintve közel ugyanannyit költenek dísznövényekre, mint a leggazdagabb európai országok lakói. Ezért úgy véljük, elsősorban az alacsony jövedelmeknek tudható be, hogy az EU-15 egyes országaiban kétszer-háromszor annyit fordítanak virágokra, faiskolai termékekre, mint nálunk. Noha a hazai jövedelmi helyzet alapvető változása a közeljövőben nem várható, szükségesnek és előnyösnek tartanánk, ha vásárlói tudatformálással növelnék a hazai keresletet, elsősorban a magyar termékek iránt. Szakértők egységes véleménye szerint még lennének tartalékok a hazai piacon, ha tovább fejlesztenék a kert-, lakás- és ajándékozási kultúrát. A dísznövények közületi felhasználása lassan növekszik. Ezek döntő része az állami, önkormányzati beruházásokhoz kapcsolódik, a magán vállalatok többsége még nem igazán költ dísznövényekre.
8. Kutatásunk során bizonyosságot nyert, hogy a dísznövénytermesztés alágazatainak jelenlegi helyzetét elsősorban értékesítési stratégiájuk szabja meg. Megfigyelhető, hogy azon alágazatoknál, amelyeknél az értékesítés szervezettebb keretek között folyik (pl. saját értékesítési háttérrel rendelkező vágottvirágtermelők), jellemzőbbek a nagyüzemek, a specializáció, és jobb helyzetben vannak, mint a szétaprózott, diverzifikált termékpalettával és értékesítési csatornákkal rendelkező termelők. Ennek köszönhető, hogy Magyarországon máig fennmaradt a rózsza, a krizantém és a szegfű termelése, míg más termelő országokban a kultúrák délebbre vándorolnak. Ugyanakkor a jövőbeli fejlődési lehetőségek tekintetében a hazai dísznövényágazat sem vonhatja ki magát a nemzetközi kereskedelemben zajló folyamatok hatásai alól: a jövőképet az határozza meg, hogy mely alágazatokban van, lehet esély az export növelésére és mely területeken várható az importnyomás erősödése.
9. Dísznövény-külkereskedelmünk egyenlege erősen negatív, exportunk az import értékének csak negyedét éri el. A külkereskedelem termékszerkezete olyan előnyökön, illetve gyengeségeken alapul, amelyek nehezen befolyásolhatók vagy

egyáltalán nem is változtathatók meg. Ennek megfelelően a behozatalban meghatározó szereppel azon dísznövények bírnak,

- amelyek olcsók, de jól szállíthatók (pl. vágott virágok, palánták);
- amelyek nálunk időjárási okok miatt nem termelhetők versenyképesen (pl. virághagymák, örökzöld faiskolai áruk);
- amelyek melegigényes fajok, így előállításuk nagy energiaigényű (pl. szobanövények, vágott virágok);
- amelyek termelése drága innovációkra, üzemszerű technológiákra épül (pl. egy- és kétnyári palánták, balkonnövények dugványai, szaporítóanyagai, szobanövények, vágott virágok);
- amelyek tőlünk délebbre szabadföldön nevelhetők, gyűjthetők (pl. vágott zöldek, egyes pálmák és egzotikus szárazkötészeti termékek).

10. Ezzel szemben dísznövényexportunkat azon termékek adják és adhatják a jövőben is,

- amelyek termeléséhez természeti adottságaink kedvezőek (pl. díszfák, díszcserjék, évelők, rózsató) és időjárásunk a tőlünk északabbra fekvő országokéhoz képest megfelelőbb (pl. hajatott hagymások);
- amelyek esetében a szállítási távolságot tekintve előnnyel rendelkezünk Kelet- és Dél-Kelet-Európa felé (pl. faiskolai termékek);
- amelyek növekvő igényű (a gazdasági válság átmeneti hatásaitól eltekintve), de alacsony önellátottsággal rendelkező piaca közelünkben megtalálható (pl. vágott virágok, egyes alacsony hőigényű cserepes növények, évelők).

11. A hazai dísznövény-kereskedelem alágazonként eltérő struktúrát mutat. A faiskolai termékek általában kevés közvetítőn keresztül jutnak el a fogyasztókig, a nagykereskedelem e szegmensben kevésbé terjedt el. Ennek az oka az, hogy a nagy faiskolák – egyelőre legalábbis – képesek önállóan exportálni és importálni, a kisebb faiskolák pedig inkább a fogyasztók közvetlen elérésére, kiszolgálására törekszenek. A jövő útja egyértelműen az üzemek koncentrációja és specializációja. A faiskolák fő funkciójakra, azaz a termelésre fognak összpontosítani, az eladást, kereskedelmet pedig az erre szakosodott nagykereskedőkre bízzák, ezért előbb-utóbb ebben az alágazatban is nagyobb hangsúlyt kap majd a nagykereskedelem. A kiskereskedelmi értékesítés megoszlása a különböző csatornák között ebben az alágazatban a legegyszerűsebb. Bár a multinacionális kiskereskedelmi láncok szerepe jelentős, de még tartani tudja pozícióját a hagyományos értékesítési forma, a faiskolai áruda. A *garden centerek* akár növelhetik is eladásukat a jövőben. Mellettük egyre nagyobb szezont hasíthatnak a piacból a kertépítő cégeken keresztül realizált eladások.

12. A cserepes növényeket előállító kertészek, bár termesztési körülményeik a vágottvirág-termesztőkéhez hasonlítanak, értékesítési stratégiájukat tekintve inkább a díszfaiskolásokhoz állnak közelebb. A termesztő berendezések optimális kihasználása és a sokféle piaci igény kiszolgálására való törekvés, a több lábos állás miatt a legtöbb termelő széles szortimentet tart, ami kis volumenseredményez egy-egy fajból, fajtából. A szétaprózott termelési szerkezet miatt a kertészek

értékesítési szempontból is többféle megoldásra törekszenek. Szívesen válnak a multinacionális láncok beszállítóivá, hiszen egy ilyen értékesítési kapcsolat általában nagy volumenű és biztos felvevőpiacot jelent, tervezhetővé válik az árbevétel, az áruszerkezet. Ugyanakkor a termelők nem kívánnak teljes mértékben elköteleződni ilyen irányban, részben az alacsony árak, részben a kiszolgáltatottságtól való félelem okán, ezért egyéb csatornákon keresztül is értékesítenek. E diverzifikált termelési és értékesítési szerkezet egyértelműen azzal magyarázható, hogy a cserepes dísznövényt termesztő kertészek többsége túl kicsi méretű, nem képes jelentős beruházásra egy professzionális, monokultúras termelés kialakítására, emellett az önszerveződésük sem kielégítő. A kiskereskedelmi értékesítést a cserepes dísznövények esetében a multinacionális láncok uralják. Olcsón, ma már egyre jobb minőségben kínálják ezeket a termékeket, néhány áruházláncban már az árusítás körülményei is javultak. A virágboltok, *garden center*ek csak a különlegesebb fajtákkal, exkluzívabb növények kínálatával, járulékos szolgáltatással lehetnek versenyképesek a láncokkal szemben.

13. A Magyarországon termelt vágott virág legnagyobb része közvetlenül a nagykereskedőkhöz kerül vagy a nagybani piacokon értékesítik a termelők. A nagybani piacra az alacsonyabb árak ellenére azért mennek szívesen, mert nagyobb volumenben, egyszerre tudják eladni az árut. Előfordul, hogy a termék több kézen is átmegy, mire a fogyasztóhoz kerül (importőr-nagykereskedő, nagybani piac, nagykereskedő, kiskereskedő), ezért a termelői árra rakódó többszörös árrés magas fogyasztói árat eredményez. Mind a magas árak, mind a termékek frissessége miatt előnyösebb lenne, ha az értékesítési csatornákat le lehetne rövidíteni. A kiskereskedelmi értékesítésben a virágboltok az uralkodók, az üzletláncok próbálkozásai egyelőre kevésbé sikeresek, az egyéb hagyományos értékesítési módok (piac, utcai árusítás) pedig mind inkább visszaszorultak az utóbbi években. Véleményünk szerint a vágott virágok nagyobb volumenben is értékesíthetők lennének, ha az alacsonyabb árak és a termékek frissessége, vázatartóssága mellett javulna az elérhetőségük, és bővülnének az olcsó vágott virágot forgalmazó értékesítési csatornák.
14. Bár a magyar dísznövénytermesztők kénytelenek néhány hazai sajátosságnak számító nehézséggel szembenézni (az ágazat agrárpolitikai szempontból hátrányos megkülönböztetése, bizalmatlanság az ágazat szereplői között, a mezőgazdasági idénymunkával kapcsolatos adminisztrációs gondok, magas járulékok, megemelt ÁFA-teher), dísznövényágazatunk legsúlyosabb problémái nem térnek el más, a mi égővünkön termelő kertészetektől. A magas energiaárak, munkaerőköltségek miatt a mi éghajlatunkon termelt üvegházi vágott virágok egy része (rózsa, szegfű, krizantém) nem versenyképes a meleg égővön előállított termékekkel, ezért ezek termesztése fokozatosan visszaszorul. A technológiai fejlesztések (megújuló energia hasznosítása, energiatakarékossági, szigetelési megoldások) csak lassíthatják ezt a folyamatot, bár meg kell jegyeznünk, hogy Magyarország nagyon jó adottságokkal rendelkezik a geotermikus energia terén. A virágtermesztés fő központjainak számító országok (Hollandia, Dánia) stratégiája, miszerint a

nemesítésen, szaporítóanyag-termesztésen keresztül „ellenőrzik” a világ dísznövénytermesztését, számunkra jelenleg nem járható út, mivel a dísznövény-nemesítés Magyarországon teljesen leépült. A nemesítés, mint fő innovációs tevékenység nélkül azonban csak bértermelők lehetünk a globalizált dísznövénypiacon. A nemesítés fellendítésének feltételei az oktatás és képzés színvonalának javítása, a nemesítés intézményi hátterének (kutatóhelyek, akkreditált laboratórium, segítség a nemzetközi fajtaoltalmi eljárás lefolytatásában) megteremtése. A magas költségigény miatt célszerű lenne a nemesítői tevékenységet azokra az ágazatokra koncentrálni, amelyekben a termelés és szaporítás már ma is versenyképesen folyik, pl. faiskolai és évelőtermesztés. Ezekben az ágazatokban tudnánk leghatékonyabban kihasználni a nemesítői munka eredményeit.

15. Ezen kívül Magyarországnak az olcsóbb energiatípusok, pl. a geotermikus fűtés kiterjedt használatára kellene helyezni a hangsúlyt, mert enélkül a fűtést igénylő kultúrák termesztése visszaesik. Az ilyen fejlesztések gazdaságos megvalósítása egy üzem keretein belül nem megoldható, ezért előnyös lenne átfogó megoldásokban gondolkodni, pl. a dísznövénytermesztők közötti vagy a dísznövénytermesztők és önkormányzatok, esetleg más kertészeti növénykultúrák termesztői közötti összefogás a geotermikus, egyéb alternatív energiatípusok, hulladékhasznosítására, akár az üzemek áttelepítésével, ún. *Gärtnersiedlung*-ba való tömörülésével is. A geotermikus fűtés elterjedésével bővíthető lenne a hazai szobanövények választéka, ami jelenleg csak a kevésbé melegigényes fajok termesztésére terjed ki.
16. Jelenleg a faiskolai ágazatok és az évelőtermesztés számítanak igazán perspektívikus területeknek, de a geotermikus fűtés elterjedése esetén a vágott virágok és a melegigényes cserepes dísznövények is azzá tehetők. Am mind a cserepes, mind a faiskolai dísznövénytermesztés csak akkor tudja kiaknázni a potenciális lehetőségeket, ha előrelépés történik néhány területen. Ezek összefoglalóan a termelés bővítése (alapfeltétel lenne a nagyobb volumenű, egységes árualap), a jobb termékminőség és kedvezőbb költség szint elérése érdekében a specializáció, összefogás a technológiai fejlesztés területén, az értékesítésben pedig a hatékonyabb szerveződés, összefogás. Csak ilyen feltételek mellett tudnak a kiskereskedelmet nagyobb volumenben bonyolító fontosabb értékesítési csatornába (barkácsáruházak, kiskereskedelmi láncok, *garden center*ek) beszállítani, illetve exportálni.
17. Emellett a magyar termelőknek is hatékonyan kellene alkalmazniuk a marketing eszközöket, kiemelve a hazai termékek előnyeiket. Erre példa a hazai vágott virágok, cserepesek frissességének, eltarthatóságának propagálása a fogyasztók körében, illetve a faiskolai termékek, rózsató ellenálló képességének hangsúlyozása, hungarikum jellegének bemutatása külföldön is. Szükség lenne a potenciális piacok (Románia, Szerbia, Horvátország, Ukrajna, Oroszország) felmérésére, az ottani dísznövényvásárlási szokások, kert- és lakáskultúra, ízlésvilág, jelenlegi értékesítési csatornák megismerésére. Különösen fontos lenne az EU-n kívüli országok piacának felmérése, mert több termelő, kereskedő jelezte, hogy

bürokratikus előírások nehezítik a velük való kereskedelmet. Véleményünk szerint az ottani rendszer, előírások pontos ismerete e problémákon is enyhíthetne. Az ilyen felmérések, marketing programok pénzügyi alapját a termelői befizetések is képezhetnék. A magyar dísznövénytermelők – más mezőgazdasági termelőkhöz hasonlóan – jelenleg szinte semmit sem költenek marketingre, holott a nálunk fejlettebb országokban ez bevett gyakorlat. A marketinget az is indokolja, hogy e termékek olyan ajándéktárgyakkal (pl. csokoládé) vagy tartós fogyasztási cikkekkel (pl. autó, műszaki cikkek) versenyeznek a vásárlói döntések során, amelyek árbevételre vetített marketingköltsége nagyon magas. A marketing részeként érdemes lenne bekapcsolódni a fejlett országokban már használatos védjegyek, minőségbiztosítási rendszerek használatába vagy saját, magyar rendszer kidolgozását célul kitűzni.

Mellékletek

TERVEZET

1. melléklet

A tanulmány elkészítésében közreműködők névsora

- 1) Árendás Csilla, Árendás Virág Kft., Szeged
- 2) Babos András, Kiss Kertész Duó, Fülöpháza
- 3) Biza Klára, Magyar Kertészeti Árudák Egyesülete
- 4) Csordás Tibor karácsonyfatermelő, Berzence
- 5) Dr. Bach István, Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal
- 6) Dr. Boross István, Oázis Kertészeti Kft.
- 7) Dr. Eke Sándor liliumtermelő, Virágpaletta Szövetkezet, Dabas
- 8) Dr. Józsa Miklós, Nyugat-Dunántúli Díszfaiskolások Egyesülete, Szombathely
- 9) Fráter György, Magyar Rózsatermesztők Egyesülete, Szeged-Szőreg
- 10) Gombás Attila, Magyar Virágkötők, Virágkereskedők Szakmai Egyesülete
- 11) Gyenes István cserepesnövény-termelő, Gyenes Kertészet, Kecskemét
- 12) Gyuris Attila vágottrózsa-termelő, Zsombó
- 13) Hegede István, évelőkertész, Helvécia
- 14) Horváth József, Profi Partner Kft., Szigetszentmiklós
- 15) Izer Gábor, Nyugat-Dunántúli Díszfaiskolások Egyesülete, Prenor Díszfaiskola, Szombathely
- 16) Kirmé Feicht Ágnes, Magyar Önkormányzati Főkertészek, Díszkertészek, Kertépítők és Parkfenntartók Szövetsége (MÖFÖSZ)
- 17) Kiss Csaba, Kiss Kertész Duó, Fülöpháza
- 18) Kocsis Savanya András, Kocsis Flóra Kft., Szeged-Szőreg
- 19) Kovács Zoltán, Perintkert Kft., Szombathely
- 20) Magyar Károlyné, Magyar Szárazvirág Kft., Lajosmizse
- 21) Méh Sándor cserepes hagymás termelő, Szigetszentmiklós
- 22) Nagy Márta szaporítóanyag-forgalmazó, Farmer 2001 Kft., Budapest
- 23) Németh Andrea, Magyar Szárazvirág Kft., Lajosmizse
- 24) Ocskay Mária, Dísznövény Szövetség és Terméktanács
- 25) Pete Andrásné, Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal
- 26) Retkes József, Flora Hungaria Kft., Szigetszentmiklós
- 27) Simon László karácsonyfatermelő, Berzence
- 28) Szenzenstein Mihály cserepesnövény-termelő, Szigetcsép
- 29) Tóth Ferenc rózsakertész, Deszk
- 30) Tóth Péter, Nyugat-Dunántúli Díszfaiskolások Egyesülete, Szombathely
- 31) Varga Kovács Hortenzia tulipántermesztő, Dél-Magyarországi Kertészek Egyesülete, Kistelek

2. melléklet

A dísznövények közé sorolható termékek vámtarifaszámai a kombinált nomenklátúra szerint

KN-kód	Árumegevezés
06	Élő fa és egyéb növény; hagyma, gumó, gyökér és hasonló; vágott virág és díszítő lombzat
0601	Hagyma, gumó, gumós gyökér, gyökércsira és rizóma vegetatív nyugalmi állapotban, fejlődésben, növekedésben /vegetációban/, vagy virágzásban
060110	Hagyma, -gumó, -gyökér, -gyökércsira, rizóma nyugalmi állapotban
06011010	Jácinthagyma, -gumó, -gyökér, -gyökércsira, rizóma nyugalmi állapotban
06011020	Nárciszbagyma, -gumó, -gyökér, -gyökércsira nyugalmi állapotban
06011030	Tulipánbagyma, -gumó, -gyökér, -gyökércsira nyugalmi állapotban
06011040	Kardvirághagyma, -gumó, -gyökér, -gyökércsira nyugalmi állapotban
06011090	Más hagyma, gumó, gumós gyökér, gyökércsira nyugalmi állapotban (kiv. a jácint-, nárcisz-, tulipán- és kardvirághagymát)
060120	Hagyma, gumó, gumós gyökér, gyökércsira és rizóma fejlődésben, növekedésben /vegetációban/ vagy virágzásban
06012010	Cikóriánövény és -gyökér, fejlődésben, növekedésben /vegetációban/ vagy virágzásban
	HAGYÁSOK ÖSSZESEN
0602	Más élő növény /beleértve azok gyökereit is/, dugvány, oltvány és oltóally; gombacsira
060210	Nem gyökeres dugvány és oltvány
06021010	Nem gyökeres szőlődugvány és oltvány
06021090	Más nem gyökeres dugvány és oltvány (kiv. a szőlőből származó)
060220	Emberi fogyasztásra alkalmas gyümölcsöt vagy diót termo fa, bokor, cserje oltva is
06022010	Szőlődugvány, oltott vagy gyökeres
06022090	Más emberi fogyasztásra alkalmas gyümölcsöt vagy diót termo fa, bokor, cserje oltva is (kiv. a szőlődugványt)
060230	Rododendron és azálea oltva is
06023000	Rododendron és azálea oltva is
060240	Rózsza oltva is
06024000	Rózsza oltva is
06024010	Rózsza szemzés vagy oltás nélkül
06024090	Rózsza szemzeve vagy oltva
060290	Más élő növény (kiv. nem gyökeres dugvány és oltvány, emberi fogyasztásra alkalmas gyümölcsöt vagy diót termo fa, bokor, cserje, rododendron, azálea és rózsza)
06029010	Gombacsira
06029020	Ananász cserje
06029030	Zöldség és szamóca /földieper/ palánta
06029041	Erdei fa
06029045	Fa /nem erdei/; emberi fogyasztásra alkalmatlan gyümölcsöt vagy diót nem termo bokor és cserje gyökeres dugványa és cseméje
06029049	Más szabadföldi növények gyökeres oltványa (kiv. az emberi fogyasztásra alkalmas termést hozó növényt)
06029050	Más szabadföldi növény, gyökerei (kiv. az emberi fogyasztásra alkalmas termést hozó növényt, valamint a fűket, bokrokat, cserjéket)
06029051	Szabadföldi évelő növény gyökeres dugványa és cseméje (kiv. az emberi fogyasztásra alkalmas termést hozó növényt)
06029059	Más szabadföldi, nem évelő növény dugványa és cseméje (kiv. az emberi fogyasztásra alkalmas termést hozó növényt)
	DÍSZFAISKOLAI TERMÉKEK, SZABADFÖLDI ÉVELŐ ÉS EGYÉB NÖVÉNY ÖSSZESEN
06029070	Szobanövény gyökeres dugványa és cseméje
06029091	Virágok bimbóval vagy virággal (kiv. a kaktuszokat)
06029099	Más, pl. kaktusz dugványa, oltványa és cseméje
	SZOBANÖVÉNYEK
0603	Díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló vágott virág és bimbó frissen, szárítva, fehérítve, festve, impregnálva vagy másképpen kikészítve
06031100	Rózsza virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez
06031200	Szegfű virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez
06031300	Orchidea virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez
06031400	Krizantém "chrysanthemums" virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez
06031910	Kardvirág virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez
06031990	Más virág és bimbó frissen vágva díszítés és csokorkészítéshez (kivéve rózsza, szegfű, orchidea, kardvirág "gladioli" és krizantém "chrysanthemums")
060390	Díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló vágott virág és bimbó szárítva, fehérítve, festve, impregnálva vagy másképpen kikészítve
06039000	Más, díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló vágott virág és bimbó szárítva, fehérítve, festve, impregnálva vagy másképpen kikészítve
	VÁGOTT VIRÁG ÖSSZESEN
0604	Díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló lombzat, ág és más növényi rész, virág vagy bimbó nélkül és fű, moha, zuzmó, mindezek frissen, szárítva, fehérítve, festve, impregnálva vagy más módon kikészítve
060410	Moha és zuzmó
06041010	Rénzuzmó
06041090	Más moha és zuzmó (kiv. a rénzuzmó)
060491	Díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló lombzat, ág és más növényi rész, virág vagy bimbó nélkül és fű frissen
06049120	Friss karácsonyfa
06049140	Friss tűlevelű ágak
06049141	Tűlevelű ágak nordmann és nemes fenyőről /Abies procera Rehd./ frissen
06049149	Tűlevelű ágak frissen (kiv. a nordmann fenyőről és a nemes fenyőről /Abies procera Rehd.) származókat)
06049190	Más lombzat, ág és növényi rész frissen (kiv. a karácsonyfát és a tűlevelű ágakat)
060499	Más, díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló lombzat, ág és más növényi rész, virág vagy bimbó nélkül és fű szárítva, fehérítve, festve, impregnálva vagy másképpen kikészítve
06049910	Lombzat, ág és más növényi rész legfeljebb szárítva
06049990	Más, lombzat, ág, más növényi rész fehérítve, festve, impregnálva vagy másképpen kikészítve
	LOMB, ÁG, FŰ DÍSZÍTÉSRE, KARÁCSONYFA

Forrás: 1031/2008/EK Bizottsági rendelet

A dísnövény-ágazat számára hozzáférhető, fejlesztési típusú támogatások

Az elmúlt tíz év (2001-2010) során a magyar mezőgazdasági termelők számos fejlesztési típusú támogatásban részesültek. Ezek a biológiai alapok fenntartása és fejlesztése, építési beruházások és a hozzá tartozó technológia korszerűsítése, új gépek beszerzése és pénzügyi lízingje, ültetvénytelepítések, valamint az öntözési beruházások támogatása. **E támogatások a dísnövénytermesztők számára is elérhetőek voltak**, de nem vonatkoztak a növénytermelési szolgáltatásokra, pl. a kertépítőkre. Az ültetvényberuházások keretében vágott zöldek (fenyők, tuják, mahónia, buxus), szárazkötészeti termékek (kecskerágó, csavart fűz), valamint hajtatásra szánt cserjék (*Paenoia*, orgona, aranyvessző) telepítése esetén pályázhattak a dísnövénytermesztők támogatásért, bár a támogatás intenzitása nem érte el az egyéb kertészeti (szőlő, gyümölcs) ágazatokét. A saját gazdaság létrehozásához, a generációváltás elősegítéséhez a 40 évesnél fiatalabb gazdák részére külön támogatások is meghirdetésre kerültek tárgyi eszközök, készletek beszerzésére, termőföld vásárlására, beruházásra és felújításra. Az EU-csatlakozás előtt a fejlesztési típusú támogatások vissza nem térítendő részből, illetve meghatározott összegű hitelre és futamidőre vonatkozó kamattámogatásból álltak. A támogatási rendszer segítette a termelői csoportok létrehozását is, ennek keretében az egyes termékek beszerzését, értékesítését, illetve szolgáltatást nyújtó szervezetek alapítására, forgóeszköz-feltöltésre is kérelmezhetek támogatást, illetve a beruházásaikat kiegészítő támogatásokkal ösztönözték.

Az EU-csatlakozást követően is fennmaradtak az említett támogatások; de míg a biológiai alapok fejlesztését és a dísnövénytelepítést tisztán állami forrásból, addig a beruházásokat és a fiatal gazdák indulását az uniós (és nemzeti társfinanszírozású) Agrár- és Vidékfejlesztési Operatív Programból (AVOP), a termelői csoportokat a szintén közösségi és nemzeti eredetű Nemzeti Vidékfejlesztési Terv (NVT) forrásaiból támogatták. A 2004-2006. évekre meghirdetett támogatások igen népszerűnek bizonyultak, ezért a források kimerülése miatt a géptámogatásokat már 2004 novemberében, a növénytermesztést és kertészetet szolgáló építési beruházások támogatását nem sokkal később, 2005 márciusában lezárták. Ezt követően 2006-2007-ben új pályázatokat már nem hirdettek. **A mezőgazdasági beruházások támogatásának fő kedvezményezettjei a gabonatermelők voltak, ehhez az ágazathoz tartozott a nyertes pályázatok számának 63%-a, értékének 59%-a.** A zöldség- és dísnövénytermesztés (ugyanaz a TEÁOR számuk, ezért együtt kezelték a két ágazatot) a nyertes pályázatok számából és beruházási értékéből egyaránt csak 4%-kal részesedtek. A szerződött 92 db pályázat értéke 2,34 milliárd Ft-ot tett ki, amiből 24 db növényház létesült [FVM, 2008].

Az új költségvetési ciklusban (2007-2013) az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) finanszírozott beruházási támogatásokat a kertészeti ágazatokra már külön jogcímekek („Kertészet korszerűsítése” és „Kertészeti gépek, technológiai berendezések beszerzése”) alapján hirdették meg. **A kertészeti kultúrák fejlesztése az új programban prioritást élvez,** az FVM terve, hogy hét év alatt

kétszeresére növeljék az üvegház- és fóliafelületet. Ez a források rendelkezésre állása szempontjából is kedvező, mert míg 2001-től nemzeti forrásból közel 210 milliárd Ft-ot, az AVOP-ból 57 milliárd Ft-ot fordítottak mezőgazdasági beruházások támogatására, addig az indikatív pénzügyi terv szerint **2007-2013 között 420 milliárd Ft, azaz évente 60 milliárd Ft jut erre a célra.**

Az EMVA keretéből a kertészeti termelés létesítményei mellett az energiaellátás biztosítására, termálkút fúrására, a termálvíz visszajuttatására, szénhidrogén-meddő kút termálkúttá való átalakítására is lehet támogatási pályázatot benyújtani. A támogatható kertészeti létesítmények köre kiterjed az üvegházakra, a blokkrendszerű fóliaházakra, a fóliasátrakra és a mobil fóliaházakra, valamint a tároló és manipuláló létesítményekre, hűtőházakra és ezek technológiai berendezéseire is. Új építésű üvegházak esetén az egy szerkezeti egységbe tartozó támogatható alapterület minimuma 5 000 m², bővítés esetén a meglévő és a bővítéssel megvalósuló alapterületnek el kell érnie legalább az 5 000 m²-t. Meglevő fóliaház, üvegorítású növényház technikai korszerűsítésének korszerűsített technológiaként legalább 2 500 m² területű egybefüggő vagy különálló üvegházra vagy fóliaházra kell irányulnia. A korszerűsítés vonatkozhat energiaernyőre, árnyékoló ernyőre, klímakomputerre, légcserélőkre, az öntözés, tápoldatozás kiszolgáló egységeinek cseréjére, párasító rendszerre, asszimilációs pótmegvilágításra, CO₂-trágyázásra, a fűtésrendszerre és az asztalos termesztéstechnológia kialakítására.

TERVEZET

Irodalomjegyzék

1. AIPH/Union Fleurs [2007]: International Statistics Flowers and Plants. Institut für Gartenbauökonomie der Leibnitz Universität Hannover.
2. Akkerhuis, F. [2008]: Genomics help Roses to Move Forward. FlowerTech, vol. 11. no. 5.
3. Algeier W. – Pap E. – Treer A [2009]: Összefogás a kertészetben. Sikerebb együtt, mint külön. Flora Magazin. vol. 7. no. 2. pp. 25-28.
4. Algeier W. [2008]: Megújuló vágott virágok. Kertészet és Szőlészet, vol. 57, no. 3. pp. 6-9. (A holland Flower Tech című szaklap cikke alapján.)
5. Állami Számvevőszék [2009]: Jelentés a települési önkormányzatok tulajdonában lévő zöldterületek fejlesztésének és fenntartásának ellenőrzéséről. 2009. szeptember. www.asz.hu
6. Ascoflores Fresh News [2008]: Ascoflores Fresh News Newsletter Nr. 2, April-June 2008.
7. Biza K. [2009]: Válság idején is nőnek a fák. Kertészet és Szőlészet, vol. 58, no. 5, p. 21.
8. Biza K. [2010]: Gyakorlati piaci ismeretek. Kertészet és Szőlészet, vol. 59, no. 2, pp. 16-17.
9. CBI [2009]: The cut flowers and foliage market in the EU. www.cbi.org
10. Chen, J. – McConnell, D.B. – Henny, R.J. [2005]: The World Foliage Plant Industry. Chronica Horticulturae, 2005.
11. China Flower International Trade [2009]. www.flowertrade.org.cn
12. Conrad, J. [2009]: Yunnans Flower Industry Blooms. China International Business. www.cibmagazine.com.cn
13. Dísznövény Szövetség és Terméktanács [2008]: A magyar dísznövény termékek piaci lehetőségei Romániában. Készítette a Dísznövény Szövetség és Terméktanács a piackutatási programkeret alapján.
14. Eenennaam, F. – Soesman, R. [2008]: The Dutch Flower Cluster. Nyenrode Strategy Center. Concept version.
15. Ethiopian Horticulture Producers and Exporters Organization [2009]. www.ehpea.org.et
16. Etiópia washingtoni Nagykövetsége [2009]: Investing in Ethiopia: Floriculture. www.ethiopiaembassy.org
17. Európai Bizottság [2006]: The Commission Staff on the Situation of the Flowers and Ornamental Plants Sector. Working Document. www.ec.europa.eu
18. European Commission [2009] Development of the live plants and products of floriculture sector in the European Union over the period 2000-2008. Working Document.

19. Faber, D. C. [2008]: The European Market: developments in production and distribution, International Association of Horticultural International Producers (AIPH) and Association of Dutch Flower Auctions (VBN Association). Előadás. Mereveld, Utrecht. 28. November 2008.
20. Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium [2008]: Jelentés az Európai Bizottság számára az Agrár- és Vidékfejlesztési Operatív Program 2007. évi megvalósításáról.
http://www.fvm.gov.hu/doc/upload/200812/avopeves2007_monbiz080611_jav_agrid20573.pdf
21. Floraholland Newsletter [2009]: Floraholland newsletter 2009 November.
www.floraholland.com
22. Galen, M. van, Y. Dijkxhoorn, G. Jukema en J. Bremmer [2010]: Tree nursery competition monitor. Report 2009-107. The Hague, LEI
www.lei.wur.nl
23. Gebreyesus, M. [2008]: Micro Evidence ont he Development of Cut-flower Industry in Ethiopia. Presentation „Initiative for Policy Dialog Task Force on Afrika”, Columbia University, USA.
http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/cut_flower_Mulu
24. Gmo-compass [2008]: Genetic Engineering of Cut Flowers. Published: March 14, 2008. www.gmo-compass.org
25. Gmo-compass [2009]: Japan: Blue Roses Through Gene Technology. Published: November 4, 2009. www.gmo-compass.org
26. Hall, Ch. R. [2005]: The U.S Floriculture Industry: Structural Changes, Marketing Practices and Economic Impacts. www.ellisonchair.tamu.edu
27. Hanmstra, G. – van den Berg W. [2005]: A magyarországi faiskolai szektor áttekintése, Faiskolai Értesítő, 26. szám (Különszám) 2005. január.
28. International Labour Organisation [2000]: The World of Cut Flowers: Trends and Prospects. www.ilo.org
29. Józsa M. [2008]: A díszfaiskolai termesztés fejlesztési lehetőségei Magyarországon. Előadás. Bük, 2008. február 9.
30. Józsa M. [2009]: Díszfaiskolai termesztés Magyarországon. Kézirat.
31. Lehoczkiné Kardos G. [2007]: Díszfaiskolák 1985-től napjainkig. Kertészet és Szőlészet, vol. 56, no. 10, pp. 22-25.
32. Maas, J. – Verheij, R. A. – de Vries, S. – Spreeuwenberg, P. – Schellevis, F.G. – Groenewegen, P.P. [2009]: Morbidity is Related to a Green Living Environment. Journal Epidemiol Community Health. 2009 Dec; 63(12):967-973.
33. Market News Service UNCTAD/WTO [2007]: Cut Flowers and Ornamental Plants. Issue No. 9. September 2007

34. Merényi A. [2007]: Ünnepe előtt: karácsonyfa árak. Dísznövény Kereskedelem, 2007/5. szám, pp. 22.
35. Merényi A. [2009]: Merre tovább magyar dísznövénykertészet? Kertészet és Szőlészet, vol. 58, no. 49. pp. 24-25.
36. Merényi A. [2009]: Merre tovább, magyar dísznövénykertészet? (1) Kertészet és Szőlészet, vol. 58, no. 10, pp. 20-21.
37. Merényi A. [2009]: Nyíltan a kereskedelemről (1) Flora Magazin, vol. 7, no. 2, pp. 10-11.
38. Merényi A. [2009]: Nyíltan a kereskedelemről (2) Beszélgetés Golmitz Gáborral. Flora Magazin, vol. 7, no. 3, pp. 10-12.
39. Merényi A. [2009]: Nyíltan a kereskedelemről. (3) Beszélgetés Korba Attilával. Flora Magazin, vol. 7, no. 4, pp. 10-12.
40. Nagy B. ed. [1984]: Dísznövénytermesztés. Egyetemi jegyzet. Kertészeti Egyetem: Budapest.
41. Nagy I. [2008]: Virágot? Ajándékba! Dísznövény Kereskedelem. 2008/2. szám. pp. 6-7.
42. Netherlands Business Support Office [2006]: Flower Industry in Yunnan. www.nlpekagr.com
43. Ocskay M. [2009]: Beszámoló a dísznövények vásárlási és fogyasztási igényeinek felméréséről. Dísznövény Szövetség és Termék Tanács, 2009. november 12. Kézirat.
44. Összefogtak a virágboltosok és saját kezükbe vették a sorsukat. Dísznövény Kereskedelem. 2009/2. szám. pp. 5.
45. Pap E. [2008]: Karácsonyfa-táblák. Kertészet és Szőlészet, 2008. augusztus 22. pp. 6-9.
46. Pap E. [2008]: Sikerágazat – Új lehetőségekkel. Kertészet és Szőlészet, vol. 57. no. 9. pp. 23-25.
47. Pap E. [2009]: Faiskolások Nyugat-Magyarországon. Kertészet és Szőlészet, vol. 58, no. 11, pp. 22-24.
48. Retkes J. [2008]: Karácsonyfa és fenyő vágott zöld termesztése és forgalmazása. Alternatívák a termesztésben II. Flora Magazin, vol. 6. no. 3. pp. 19-21.
49. Schmidt G. – Tóth I. [2009]: Díszfaiskola. Mezőgazda Kiadó: Budapest.
50. Schmidt G. ed. [2002]: Növényházi dísznövények termesztése. Mezőgazda Kiadó: Budapest.
51. Schmidt G. ed. [2007a]: Élő dísznövények termesztése, ismerete, felhasználása. A Budapesti Corvinus Egyetem Kertészettudományi Kara és a Mezőgazda Kiadó közös kiadása.
52. Schmidt, G. [2007b]: Olaszországban van-e Európa díszfaiskolója? Kertészet és Szőlészet, 2007. augusztus 23. pp.: 6-8.

53. Sokkal több, mint csak cigányzene. Magyar faiskolák svájci szemmel, Jardin Suisse G'plus kertészeti szaklap 4/2009-es száma nyomán, Faiskolai Értesítő, 2009/4. szám.
54. Statistisches Bundesamt [2009]: Baumschulen 2008: Zahl der Betriebe und Flächen rückläufig. Pressemitteilung Nr. 158 vom 24.04.2009 http://destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Presse/pm/2009/04/PD09_158_412,templateId=renderPrint.psml
55. Sum I. [2009]: Virágvásárlók Magyarországon, Dísznövény Kereskedelem, 2009/1. szám.
56. Szabó M. [2002]: A piac szereplői és intézményei 1-2. Kertészet és Szőlészet, vol. 51, no. 1-2, pp. 10-11.
57. Treer A. [2007]: Kína Dísznövénytermesztése. Dísznövény Szövetség és Terméktanács. www.dszt.hu
58. Treer A. [2009]: Flora Hungaria belépési adatok 2008. Flora Magazin, vol. 7, no. 1, pp. 3.
59. U.S. International Trade Commission [2003]: Cut Flowers: Industry and Trade Summary. USITC Publication 3580. Office of Industries. U.S. International Trade Commission, Washington DC
60. USDA [2006]: Floriculture and Nursery Crops Outlook. Sept. 22, 2006. www.ers.usda.gov
61. USDA [2009]: Floricultural Crops 2008 Summary. April 2009.
62. Váradi É. [2009]: Családi kertészet az Őrségben. Kertészet és Szőlészet, vol. 57, no. 45, pp. 6-8.
63. Vélez, E. [2006]: Floriculture in Columbia. Presentation Texas University 11. 9. 2006. www.ellisonchair.tamu.com
64. Williams, A. [2007]: Comparative Study of Cut Roses for the British Market Produced in Kenya and The Netherlands. Précis Report for World Flowers 12 February 2007.
65. www.dst.dk
66. www.fairflowers.de
67. www.florahungaria.hu
68. www.floracoop.hu
69. www.growersonline.nl
70. www.interflora.co.uk
71. www.oasis.hu
72. www.viragker.hu
73. www.viragpiac.hu/
74. www.yunnan-flower.org

75. Zentralverband Gartenbau e.V. [2009]: Branchendaten: Zierpflanzenbau. Zahlen und Fakten.
http://www.g-net.de/content/branche/daten_zierpflanzenbau.php

TERVEZET