

Széchenyi István Egyetem
Mezőgazdaság- és Élelmiszertudományi Kar

**Növényi joghurtalternatívák fogyasztói trendje az európai-
és magyarországi gyorsan forgó fogyasztási cikkek
árusító kiskereskedelmi hálózatok kínálatában**

TMDK dolgozat

Szerző: Nagy-Kovács Katalin

Élelmiszerbiztonsági- és minőségi mérnök szakos hallgató

Konzulens: Dr. Németh-Torkos Anett Szilvia

Mosonmagyaróvár

2022.

Tartalom

1. Bevezetés	4
2. Célkitűzés	5
3. Irodalmi áttekintés	6
3.1. A gyorsan forgó fogyasztási cikkek (FMCG).....	6
3.1.1. Európai FMCG üzletek	6
3.1.2. Magyarországi FMCG üzletek.....	7
3.2. A veganizmus eredete.....	9
3.3. Tejtermék alternatívák	10
3.4. A tejtermék alternatívák iránti kereslet a világpiacon	14
3.5. Növényi alapú joghurtok.....	16
4. Anyag és módszer	18
5. Eredmények és értékelésük	19
5.1. A növényi alapú joghurtalternatívák piaca Európában	19
5.2. Németország növényi alapú joghurt piaca	22
5.3. Franciaország növényi alapú joghurt piaca.....	23
5.4. Olaszország növényi alapú joghurt piaca.....	25
5.5. Hollandia növényi alapú joghurt piaca	26
5.6. Spanyolország növényi alapú joghurt piaca	28
5.7. Belgium növényi alapú joghurt piaca	29
5.8. Ausztria növényi alapú joghurt piaca.....	30
5.9. Anglia növényi alapú joghurt piaca	32
5.10. Dánia növényi alapú joghurt piaca	34
5.11. Magyarország növényi alapú joghurt kínálata az online FMCG piacon	35
6. Összefoglalás	40
7. Irodalomjegyzék	41

Köszönetnyilvánítás	43
----------------------------------	-----------

1. Bevezetés

Napjainkban a vegán élelmiszerek egyre nagyobb mértékű térhódítását tapasztalhatjuk. Ez a piac növekvő trendet mutat az egész világon. A szegmensen belül a tejalapú joghurtokat helyettesítő alternatívák iránt is egyre élénkebb a kereslet. Míg korábban leginkább erre specializálódott üzletekben, korlátozott kínálattal voltak kaphatóak, ma már egyre több termékkel, elérhető közelségben találkozunk velük a fogyasztó a boltok polcain, ráadásul egyre több növényfajta adja alapját eme termékeknek.

TMDK dolgozatom készítésének célja volt egy olyan kutatási anyag létrehozása, mely során megvizsgáltuk az európai gyorsan forgó fogyasztási cikkek árusító (Fast-Moving Consumer Goods, röviden FMCG) kiskereskedelmi üzletek vegán joghurtalternatíva kínálatát, és összehasonlítottuk a magyarországi FMCG üzletek kínálatával. Kutatásunk módszertanát a különböző statisztikai adatbázisokban megtalálható adatok, továbbá a vizsgált üzletek online elérhető adatbázisai adták.

2. Célkitűzés

Céljaink közé tartozik, hogy megvizsgáljuk, hazánkban mely növényi alapú joghurtalternatíva a legnépszerűbb, továbbá, hogy a kapott eredmény korrelál-e az európai piacon kapható termékekkel.

A dolgozat eredményeit felhasználva képet kaphatunk az Európában és hazánkban kapható vegán joghurtalternatívák vezető márkáiról, a felhasznált növényi alapokról, a legkedveltebb ízesítésekről, mely fontos szempont lehet a piac fejlesztése során.

A jövőben, a kapott eredmények remek alapot nyújthatnak a kutatás folytatására, melyben a magyar fogyasztók elégedettségét mérhetnénk a piaci kínálattal, feltérképezhetnénk a fogyasztási okokat és célokat, s a visszajelzések figyelembevételével célzottan lehetne fejleszteni vegán joghurtalternatívákat a magyar piacra

3. Irodalmi áttekintés

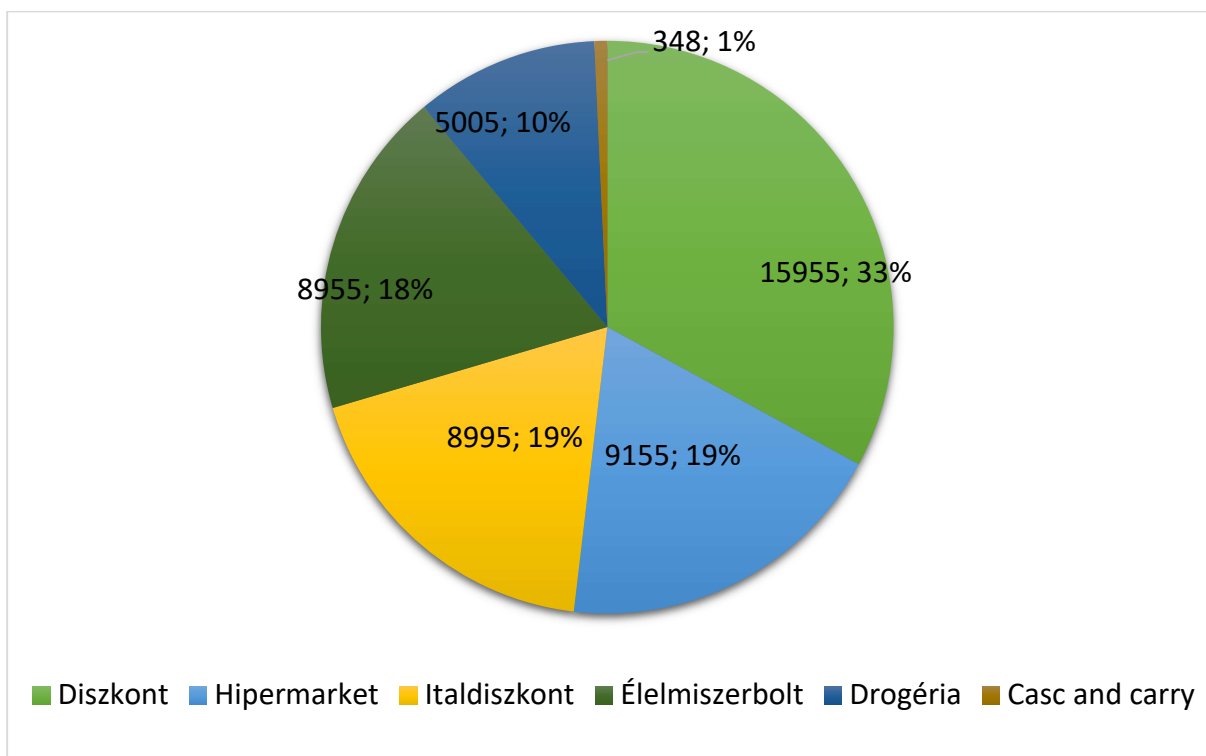
3.1. A gyorsan forgó fogyasztási cikkek (FMCG)

Az FMCG egy angol mozaikszó, a Fast-Moving Consumer Goods kezdőbetűiből áll össze, jelentése gyorsan forgó fogyasztási áruk. Ezeknek fő jellemzője, hogy folyamatos, napi kereslet van rájuk, az emberek nagy mennyiségekben fogyasztják őket a mindennapokban. Ezért az FMCG cégek – relatíve alacsony profitráta mellett -hatalmas mennyiségeket képesek eladni. Tehát naponta vásárolják ezeket az árukat, ezáltal gyorsan fogynak és forognak.

A legtöbb FMCG terméket nap mint nap használjuk, ide tartoznak a különböző pékáruk, tejtermékek, gyümölcsök és zöldségek, víz, sör, gyógyszerek, továbbá minden egyéb, ami folyamatosan használatban van, és ezért hamar elfogy (*URL¹*).

3.1.1. Európai FMCG üzletek

Németország FMCG üzleteinek típusait az első ábra szemlélteti. A piac több, mint harmadát a diszkontok teszik ki. A hipermarketek, italdiszkontok és a hagyományos élelmiszerboltok közel egyforma arányban képviseltetik magukat a szektorban.



1. ábra: Németország kereskedelmi egységeinek aránya ANON (2021) alapján, saját szerkesztés

3.1.2. Magyarországi FMCG üzletek

A magyarországi FMCG üzletek listája élén, forgalmat tekintve az első helyen a Lidl áll, öt követi a Spar, a harmadik pedig a Tesco. Az 1. táblázatban összesítve láthatjuk ezen üzletek rangsorát (*URL*²).

1. táblázat: Magyarországi FMCG kiskereskedelmi láncok üzleti rangsora alapján

Helyezés	Üzlet megnevezése	Üzletek száma	Összes bruttó forgalom milliárd Ft
1.	Lidl	186	823,7
2.	Spar	588	738,9
3.	Tesco	201	737,5
4.	Coop	4063	654
5.	CBA	1987	542
6.	Reál	1189	428
7.	Auchan	24	422,5
8.	Penny	226	372,9
9.	Aldi	226	357,9
10.	DM	262	122,0
11.	Rossmann	222	105,5

Forrás: *URL*² alapján, saját szerkesztés

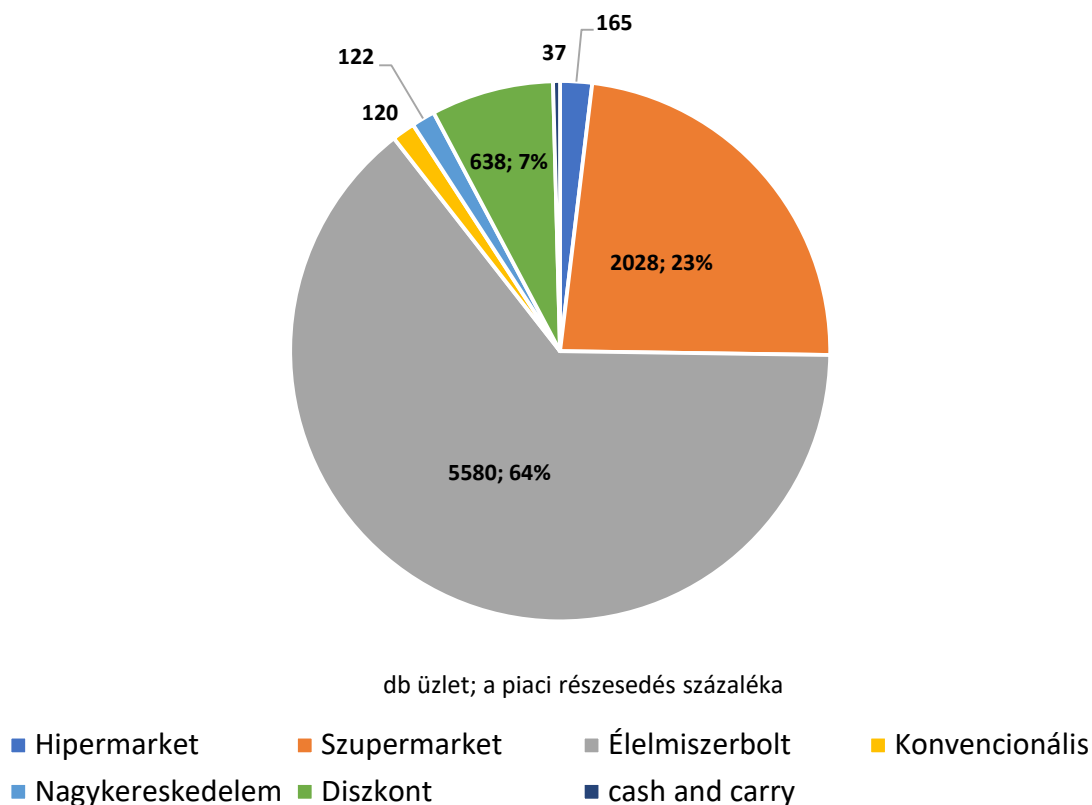
Fontos azonban kiemelni, hogy ezek az üzletek különböző típusú láncokból tevődhetnek össze, egy-egy üzlet akár többfajta modellt is alkalmazhat. Kivétel ez alól a Lidl, a Penny és az Aldi, ahol csak diszkont üzletek vannak, továbbá a DM és a Rossmann, melyek drogériaként üzemelnek. A többi lánc összetételét a 2. táblázat tartalmazza.

2. táblázat: Magyarországi FMCG üzletláncok típusai

Üzlet megnevezése	Lánc neve	Lánc típusa	Üzletek száma (db)
Spar	Spar	Szupermarket	324
	Spar Expressz	Konvencionális	85
	Spar Market	Nagykereskedelem	58
	Interspar	Hipermarket	34
	Spar Despar	Nagykereskedelem	34
	Spar Partner	Nagykereskedelem	30
	City Spar	Szupermarket	23
Tesco	Tesco	Hipermarket	112
	Tesco Expressz	Szupermarket	54
	Tesco Szupermarket, S-Market	Konvencionális	35
Coop	nem Coop kisbolt	Élelmiszerbolt	1780
	Mini	Élelmiszerbolt	1043
	ABC	Élelmiszerbolt	900
	Szuper	Szupermarket	303
	ADU	cash and carry	37
CBA	CBA Cél, CBA Partner	Élelmiszerbolt	1057
	CBA Príma, CBA Cent	Szupermarket, Élelmiszerbolt	918
	Príma	Nagy szupermarket	12
Reál	Reál Pont	Élelmiszerbolt	800
	Reál Élelmiszer, Reál Prémium, Reál C+C	Szupermarket, cash and carry	388
	Reál Alfa	Nagy szupermarket	1
Auchan	Auchan	Hipermarket	19
	Auchan	Szupermarket	3
	Auchan	Nagy szupermarket	2

Forrás: URL² alapján, saját szerkesztés

A fenti táblázatot elemezve jól látható, hogy az FMCG üzletek eltérő arányban üzemeltetnek különböző üzlettípusokat. A 2. ábrán láthatjuk, hogy összességében a magyar piac milyen típusú üzletekből tevődik össze.



2. ábra: A magyarországi FMCG kereskedők üzlettípusainak aránya *URL*² alapján, saját szerkesztés és számítás

Hazánkban az FMCG üzletek 64% élelmiszerbolt jellegű. 23%-a szupermarket, és csak 7% a diszkontok aránya. Ez a német szektor saját kategóriájának mintegy 20%-a.

3.2. A veganizmus eredete

A modernkori értelemben vett veganizmus első írott formája az USA-ban került kiadásra (*Ritson*, 1802) „Esszé az állati tápláléktól való tartózkodásról, mint erkölcsi kötelességről” címmel. Nem sokkal később, 1806-ban Európában Dr. William Lambe és Percy Bysshe Shelley nyilvánosan tiltakoztak a tej- és tojásfogyasztás ellen, Ritsonhoz hasonlóan szintén az etikai okokból. Őket korai vegánokként tartják számon. Az első „vegán” („vaj- és tojásmentes”) szakácskönyv 1849-ben jelent meg Angliában (*URL*³).

Az áttörés 1944 novemberében érkezett, amikor Donald Watson öt társával egyetemben tanácskozást tartott a tejmentes vegtáriánus étrendről és életmódról, s megalkották a vegán kifejezést. 20 év múlva, 1964-ben bejegyezték jótékonyági szervezetüket The Vegan Society néven, majd 1979-ben részvénytársasággá alakultak. Filozófiájuk a mai napig érvényes: „...olyan filozófia és életmód, amely – amennyire lehetséges és kivitelezhető – kizárja az állatok élrelmezési-, ruházkodási- vagy bármilyen más célból történő kizsákmányolásának és

kegyetlenségének minden formáját; továbbá az állatmentes alternatívák kifejlesztését és használatát kiterjesztve az emberek, állatok és a környezet javára. Diétás értelemben azt a gyakorlatot jelenti, hogy a teljes egészében vagy részben állati eredetű termékek mellőzésére kerül sor.” (URL⁴).

A fentieket összefoglalva elmondhatjuk tehát, hogy eredendően a vegán irányzat etikai okokból indult ki. Manapság a vegán élelmiszereket fogyasztók preferenciája több okkal is magyarázható (URL⁵), mint például:

- a fogyasztói tudatosság, amely a testedzés, a táplálkozás és a környezettudatosság terén megmutatkozik,
- a feldolgozott termékek helyett a fogyasztók a természetesebb összetevőjű termékeket keresik,
- a különböző intoleranciák és allergiák növekvő előfordulása,
- a növényi fehérje előtérbe helyezése az állati fehérjével szemben.

3.3. Tejtermék alternatívák

A fogyasztók választásának oka nem pusztán élvezeti érték alapján dőlhet el. A tudatosan táplálkozókat ugyanis egyre inkább érdekli a kiválasztott termék beltartalmi értéke.

Míg a joghurtoknál hagyományosan a tehéntej, a növényi alapú joghurtok kiindulási terméke a folyékony növényi alap. A 3. táblázatban láthatjuk a tehéntej beltartalmi értékeit összehasonlítva a növényi italokkal. Eszerint a szója alapú ital közelíti meg leginkább a tehéntej beltartalmi értékeit, sőt, a borsó alapú ital kalcium tartalmában másfélszerese a tehéntejének, a mandula alapú italé pedig még ennél is több, 52%. Ha csupán a fehérje tartalmat nézzük, a borsó jó alternatívának tűnhet a tehéntej helyett. A szójaital B12 vitamin tartalma másfélszere a tehéntejének.

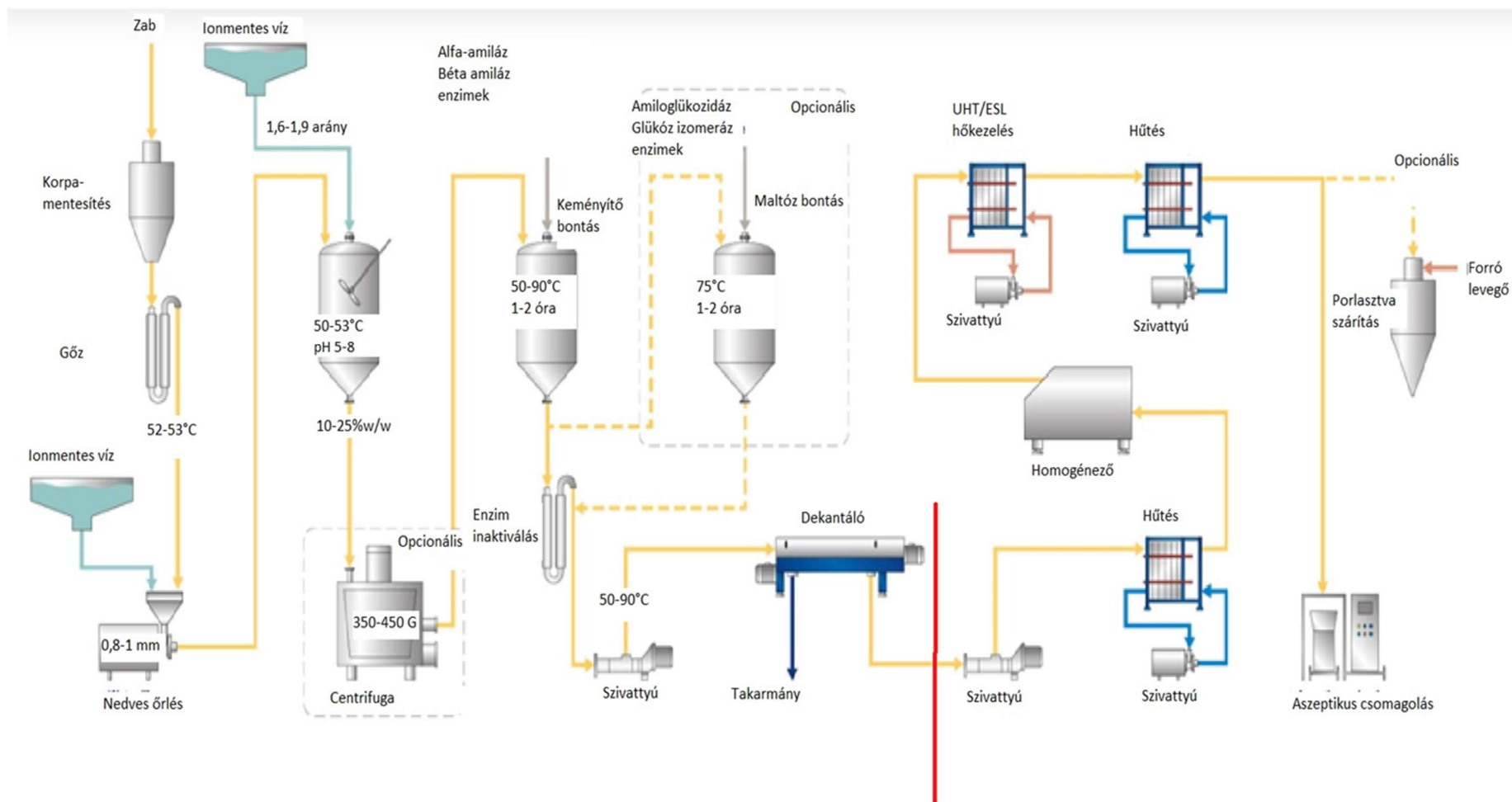
3. táblázat: A különböző növényi alapú tejek és a tehéntej összetevőinek összehasonlítása 1 adagban

Összetevő	Napi ajánlott mennyiség ¹	Tehéntej ²	Szója alapú ital ³	Mandula alapú ital ⁴	Borsó alapú ital ⁵
1 adag= 240 ml					
Fehérje	50 g	16%	12%	3%	16%
Kalcium	1000 mg	30%	30%	52%	45%
Kálium	3500 mg	10%	9%	5%	13%
A vitamin	5000 IU	10%	10%	7%	10%
B2 vitamin	1,7 mg	25%	25%	6%	N.a.
B12 vitamin	6 mcg	20%	30%	0%	N.a.
D vitamin	400 IU	30%	25%	28%	30%

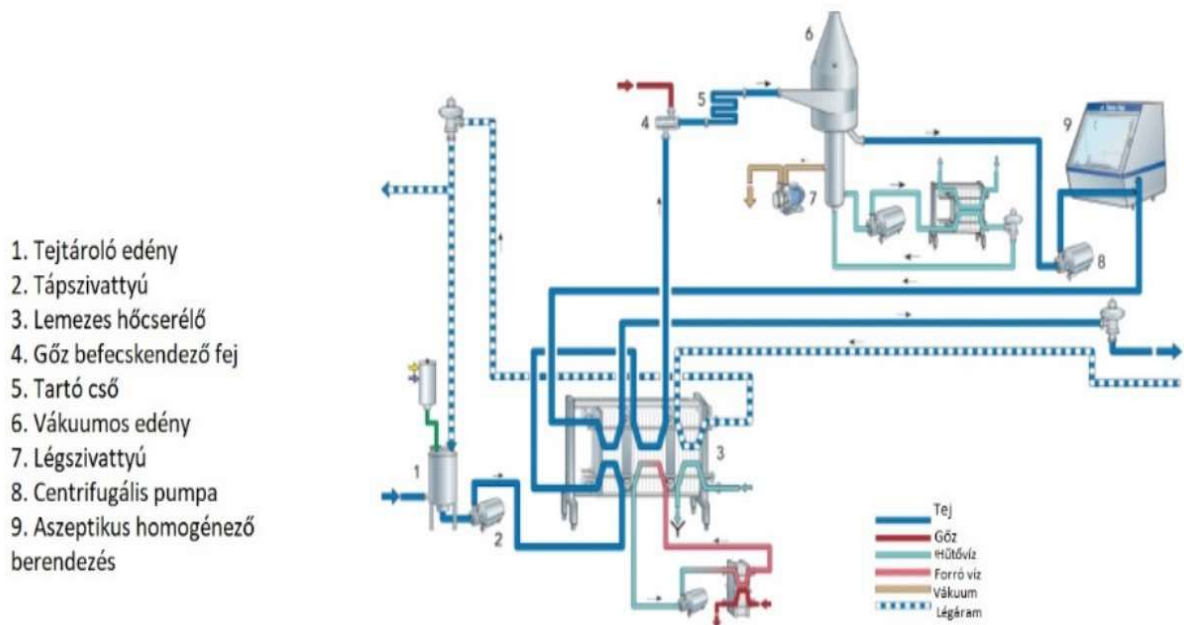
Forrás: Otten et al. (2006); URL⁷; URL⁸; URL⁹; URL¹⁰; URL⁶ alapján, saját szerkesztés

Az egészségtudatossághoz tartozhat, hogy a fogyasztók odafigyelnek a termék szénhidráttartalmára is. Míg a fogyasztói tejeknél a benne lévő laktózt kivonni nem, csak bontani tudják laktáz enzim hozzáadásával, addig a növényi tejeknél a gyártók többfajta cukortartalmú növényi italt is piacra dobnak. Ilyenek pl. a hozzáadott cukortól mentes termékek. Az orvosi kutatások becslése szerint a tejfehérje allergia gyakorisága 2-5% a 3 év alatti gyermekeknél (Sousa és Kopf-Bolan, 2017).

A növényi tej készítésének folyamatábráját a 3. ábrán mutatjuk be. Az ábra összetettsége jól szemlélteti, hogy mennyire eszköz- és speciális szaktudást igénylő művelet az, amíg a kiindulási alapanyagból -jelen esetben a zabból- eljutunk a belőle nyert növényi tejig. Ezt a szakaszt az ábrán piros vonallal jelöltük. A különböző növények ugyanis eltérő beltartalmi értékkel rendelkeznek, mindegyik feldolgozása külön gyártástechnológiát igényel. Az UHT fogyasztói tej folyamatábrája a 4. ábrán látható. A két folyamatábrát összevetve azt tapasztalhatjuk, hogy a tehéntej feldolgozása kevesebb és kevésbé bonyolult lépéseket igényel, mint a növényi alapú tejeké.

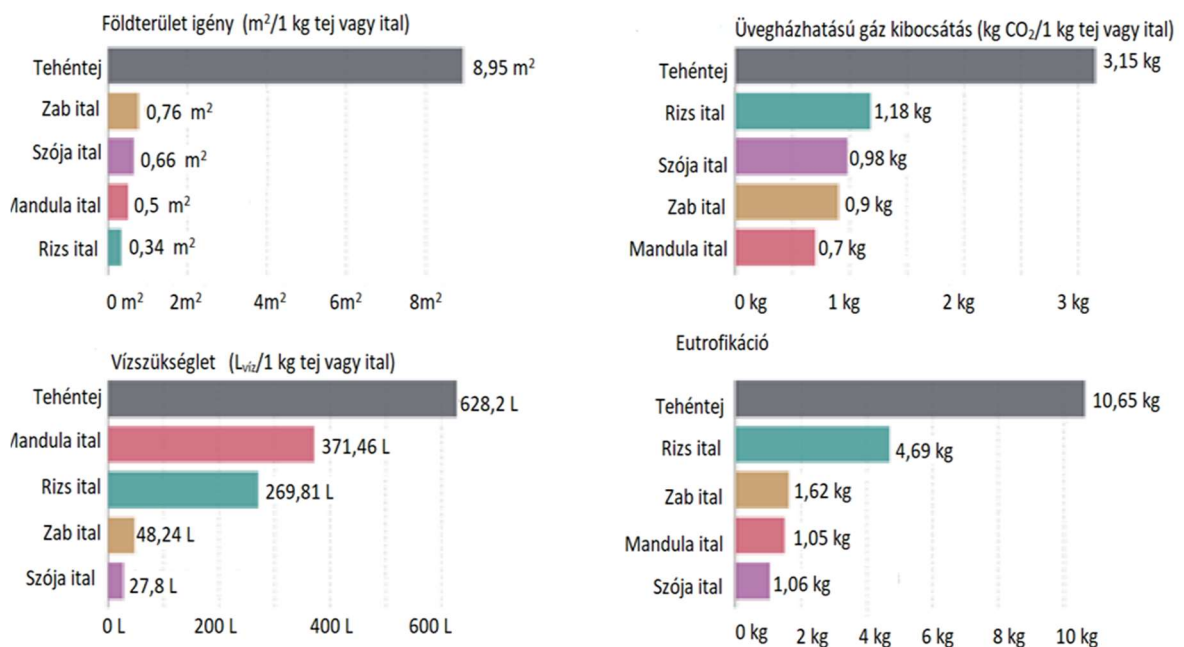


3. ábra: A zabalapú ital gyártástechnológiájának folyamatábrája alapján URL¹¹ alapján, saját szerkesztés:



4. ábra: UHT eljárás direkt gőz befecskendezéssel, lemezes hőcserélővel kombinálva *TetraPak* (2015) alapján, saját szerkesztés

A vegán terméket fogyasztók körében egyre több a környezettudatos vásárló, aki bolygónk védelme érdekében dönt a növényi alapú termékek mellett. A 5. ábrán a tehéntej, továbbá a zab-, szója-, mandula- és rizs tartalmú italok környezetre gyakorolt hatását láthatjuk.



5. ábra: A tej és különböző növényi italok ökológiai lábnyoma *Poore és Nemecek* (2018) alapján, saját szerkesztés

A földterület igény szempontjából a tehéntej igényli a legtöbbet. 1 kg tehéntej előállításához majdnem 9 m²-nyi terület szükségelteik, míg a növényi alapoknál egyik sem éri el az 1 m²-t. A legkesevebbet a rizs alapú ital előállítása igényli (0,34 m²), tehát elmondhatjuk, hogy 1 kg tehéntej előállításához 26-szor nagyobb földterület szükséges, mint ha 1 kg rizstejet állítanánk elő.

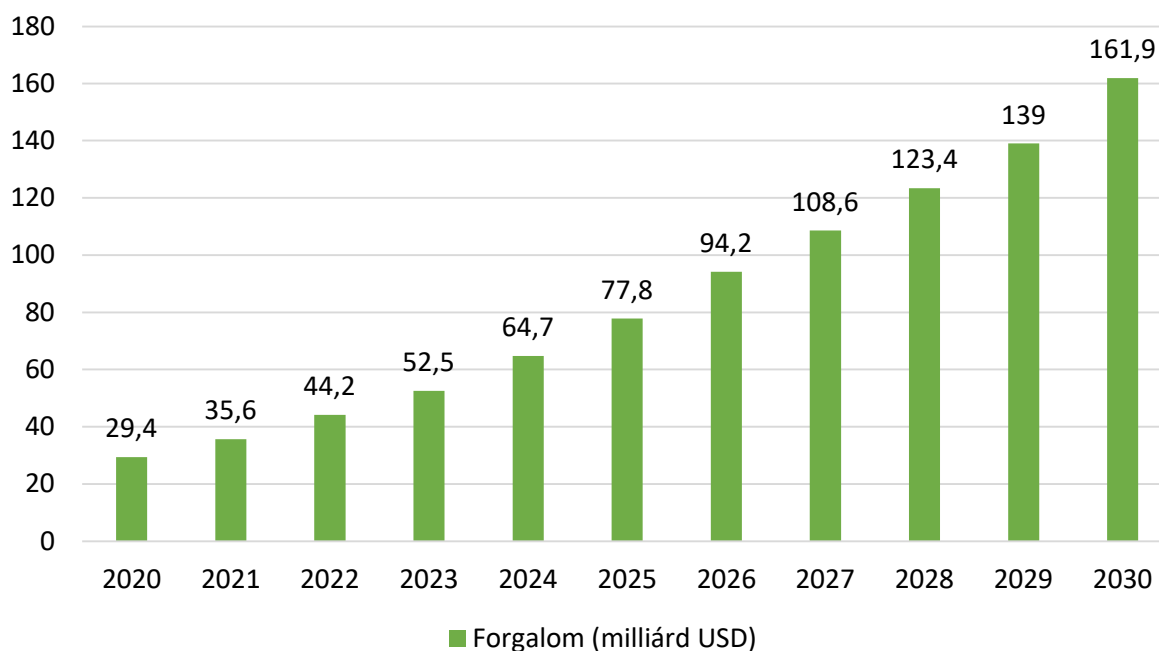
Az üvegházhatású gázok kibocsátása terén is a legnagyobb mértéket a tehéntej éri el. 1 kg tehéntej előállítása 3,15 kg CO₂-t szabadít fel a légkörbe. A legkevesbé környezetkárosító a mandula. 1 kg-nyi ital előállítása 0,7 kg CO₂-ot eredményez. A 4. ábrán ismertetett növények közül a legtöbb CO₂-t a rizsnél láthatjuk (1,18 kg CO₂/1 rizs ital), ám ez az érték is 37%-a a tehéntej előállítása során keletkező gáznak.

Vízszükséglet tekintetében a tehéntej igényli a legtöbbet. 1 kg előállításához 628,2 liternyi víz szükséges. A növények közül a mandula a legvízigényesebb, 1 liternyi italhoz 371,46 liter víz szükséges, ez 60%-a a tehéntej előállításához szükséges vízmennyiségnek. A legkevesebb vizet a szója igényli. 1 liter italhoz 27,8 liter víz szükséges, a tehéntej ehhez képest 22,6-szor vízigényesebb.

Fontos foglalkozni még az eutrofikáció mértékével is. 1 kg tehéntej előállítása során 10,65 kg PO₄ ekvivalenssel megegyező, eutrofizációs potenciállal rendelkező anyag jut a környezetbe. Ez az állatok takarmányozásához szükséges terménytől kezdve az életciklusuk alatt kibocsátott eutrofizációs hatású anyagok összességét magában foglalja. A növények közül a szója értéke a legkevesebb, 1,06 kg, ez 10%-a a tehéntejének. A növények közül a legtöbb ilyen hatású anyagot a rizs adja (4,69 kg/1 liter rizs ital), de a felét sem éri el a tehéntejének.

3.4. A tejtermék alternatívák iránti kereslet a világpiacon

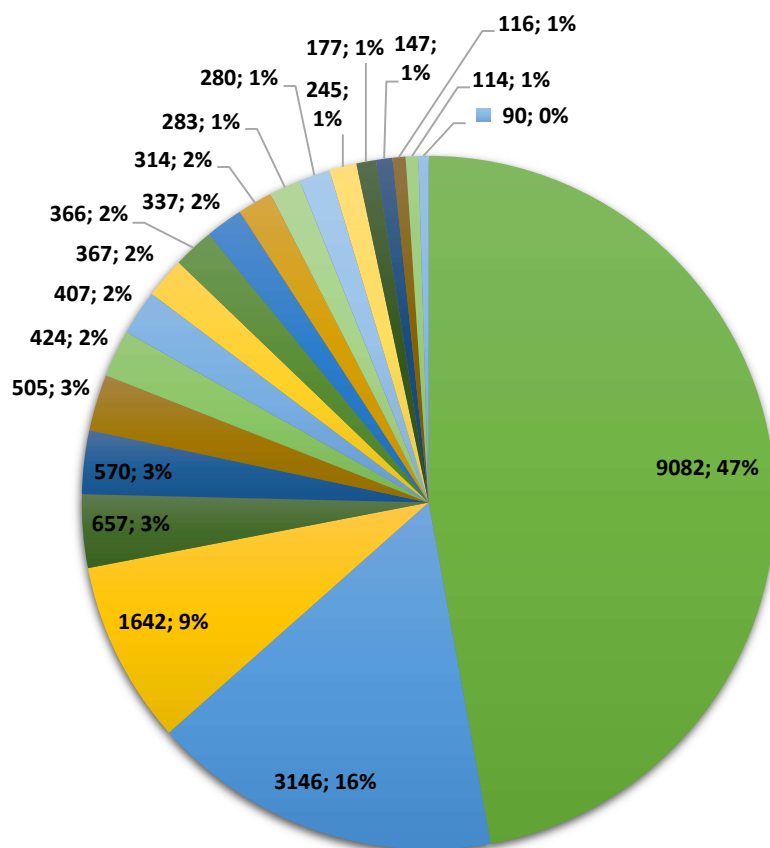
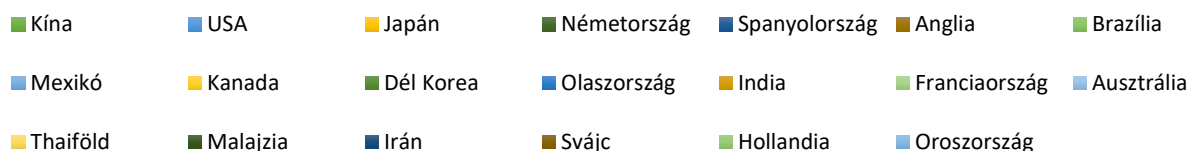
A világon a növényi eredetű élelmiszerek piaca évről-évre egyre növekvő tendenciát mutat. 2030-ban elérheti a 161,9 milliárd dollárt is (*URL*¹²). A kereslet várható alakulását a 6. ábra szemlélteti. Jól látható, hogy 2025-ben a várható kereslet a 2020-as évhez viszonyítva több, mint 2,5-szeres lesz.



6. ábra: A növényi alapú élelmiszerek piaca (*URL¹²*) alapján, saját szerkesztés

Ezzel párhuzamosan, az ágazaton belül a vegán élelmiszerek iránt is élénk lesz a kereslet. Míg 2020-ban 14,44 milliárd dollárnyi forgalmat bonyolított le a piac, addig 2025-ben ez várhatóan 22,77 milliárd dollár lesz (*URL¹²*), ez több, mint másfélszeres növekedés 5 év alatt.

A *Statista: Veganism and Vegetarianism Worldwide (URL¹²)* 2021-es adatbázisa szerint a tejhelyettesítő termékek piacán is növekedés várható. 2020-ban ez a piaci szegmens 18 milliárd dollárnyi forgalmat bonyolított le világszerte, 2025-ben várhatóan 32,6 milliárdra fog emelkedni. Ez a növekedés csaknem kétszeres, -mindez öt éven belül-, azonban 2026-ra már 37,66 milliárd dollár lesz. A legnagyobb fogyasztó 2022-ben Kína lesz a maga 9,082 milliárd dolláros forgalmával, öt követi az USA 3,146 milliárd dollárral, a harmadik helyezett pedig Japán 1,642 milliárd dolláros piaccal. A TOP 10-be 3 európai ország került be: negyedikként Németország (657 millió dollár), ötödikként Spanyolország (570 millió dollár), hatodikként pedig Anglia (505 millió dollár).



Globális piac felosztása (millió USD; a piaci részesedés százaléka)

7. ábra: A tejhelyettesítő termékek globális piaca 2022-ben (*URL¹²*) alapján, saját szerkesztés és számítás

Ha jobban megvizsgáljuk az európai piacot, akkor azt látjuk, hogy a növényi alapú termékek kereskedelme határozottan felszálló ágban van. 2018-hoz képest 2020-ban ez a piac 49%-kal növekedett, elérve a 3,6 millárd euró forgalmat (*URL¹³*).

3.5. Növényi alapú joghurtok

A boltok polcain igen nagy választékkal találkozhatnak azok a fogyasztók, akik valamilyen tejtermék növényi alapú alternatív megfelelőjét keresik. Ilyenek lehetnek például:

- tejet helyettesítő italok, melyek, mint azt a 3. táblázatban is láthattuk, többfajta növényi alapból készülhetnek,
- sajtot helyettesítő tömbök, melyek ízében és állagában is igyekeznek közelíteni az eredeti tejterméket (pl. mozzarella vagy cheddar ízű tömb, grillezhető növényi tömb stb.),

- joghurtot helyettesítő fermentátumok, melyek az igazi joghurthoz hasonlóan élő kultúrát tartalmazó, hűtött termékek.

Az első, nem állati eredetű, növényi alapú joghurtot 1977-ben, az USA-ban tették fel a boltok polcaira Soyogurt néven, Floridában. Natúr, málna, őszibarack és eper ízekben volt elérhető, és alapja a szója volt (*Schurtleff és Akiko, 2012*).

A vegán joghurtalternatívák gyártói napjainkban arra összpontosítanak, hogy kísérletezzenek: új alapanyagokat fedezzenek fel, továbbá a fogyasztók tetszését elnyerő új, egyedi ízeket alkossanak.

Az elsőként megjelent szója után ma már különböző növényekből gyártanak terméket. Gabonafélék (pl. zab, rizs, köles), álgabonák (pl. quinoa), hüvelyesek (pl. borsó, csicseriborsó, lencse) és egyéb növényi kivonatok különböző kombinációját használják a megfelelő beltartalom eléréshez. A diófélék közül érdemes megemlítenünk a kókusz-, a makadámia-, és a kesudiót, továbbá a mogyorót, a pisztáciát és a mandulát. Magvak közül a lent, a csillagfürtöt és a kendert (*Montemurro et al., 2021*).

4. Anyag és módszer

A dolgozat megírása során nyomtatott és elektronikus szakirodalmakat dolgoztunk fel, továbbá figyelembe vettük a szakirodalomban megtalálható vélemények ütköztetését is.

Adatainkat leíró-elemző módszerekkel nyertük, az eredményeket statisztikai módszerekkel határoztuk meg. Az elérhető adatokhoz trendvonalat illesztve határoztuk meg a jövőbeni kereslet lehetséges mértékét.

Az FMCG piacok elemzése során az adatokat a legnagyobb hazai és külföldi statisztikai oldalak adatbázisokból nyertük ki, azokat saját szerkesztéssel és számítással mutatjuk be.

A különböző online láncok vegán joghurtalternatíva termékkínálatát az interneten fellelhető online shopokban fellelhető adatok alapján állítottuk össze, ezeket szintén saját szerkesztéssel és számításokkal elemezzük az eredmények közzéte során.

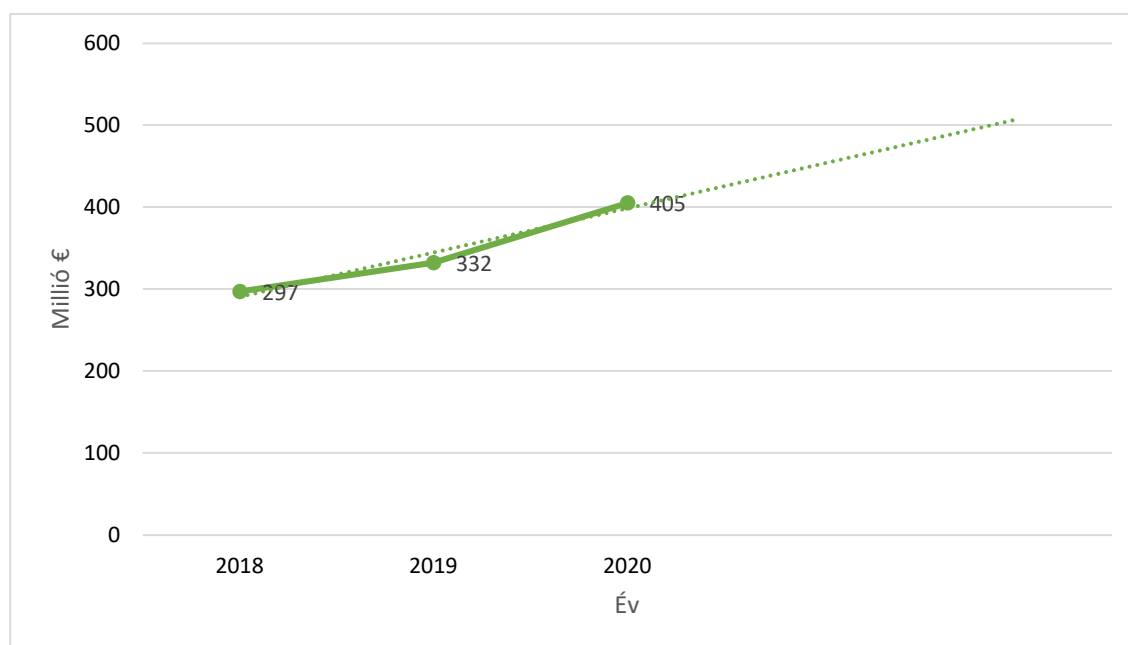
A magyar piaci kínálat elemzése során nem álltak rendelkezésre nyilvánosan elérhető adatok. A megszerzett információk saját kutatómunka eredménye.

5. Eredmények és értékelésük

5.1. A növényi alapú joghurtalternatívák piaca Európában

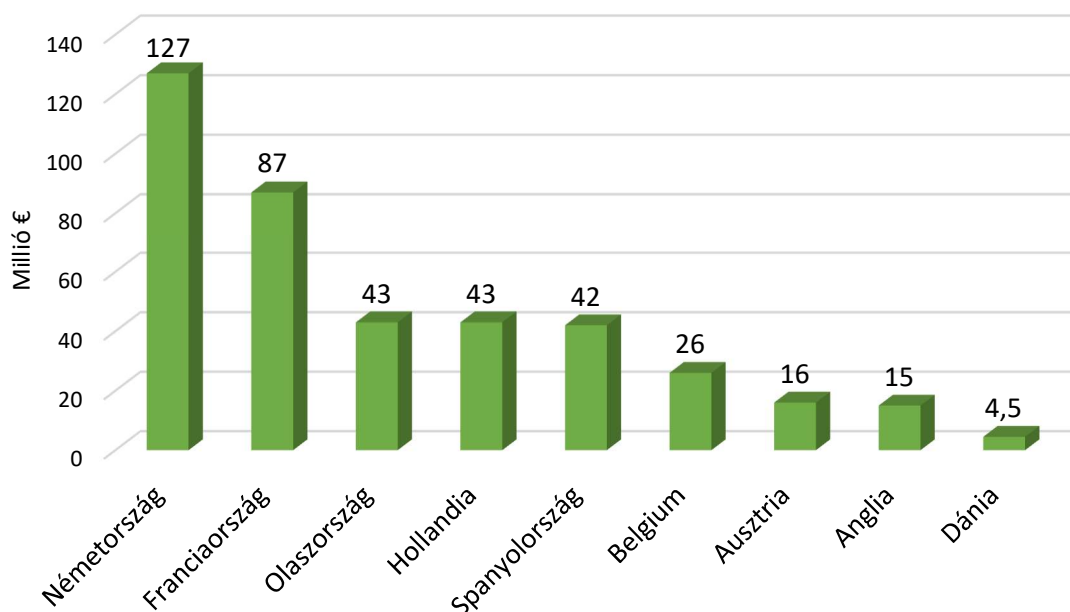
A vegán termékek piacán belül a növényi alapú joghurtalternatívák szegmense 2019-ben 1,6 milliárd dollár volt, és 2020-ig csaknem 20%-kal jósolták a növekedését a világban (*URL¹⁴*). Ezt támasztja alá egy 2021-es jelentés is, mely szerint a piac mérete 2020-ban 1,94 milliárd dollár volt, s ez 2026-ra várhatóan 18%-kal, 2,3 milliárd dollárra fog növekedni globálisan (*URL¹⁵*).

Európában a növényi alapú joghurt szektor 2018 és 2020 között 37%-kal növekedett, melyet a 8. ábrán láthatunk számokban kifejezve. Ha lineáris trendvonalat illesztünk az ábrára, akkor azt láthatjuk, hogy 2022-ben ez a forgalom elérheti az 500 millió eurót is.



8. ábra: Növényi alapú joghurtok kereskedelmének várható trendje 2022-ig *URL¹³* alapján, saját szerkesztés és számítás

A kontinensen belül azonban jelentős eltérés mutatkozik a szektorban. Országokénti bontásban a 9. ábrán láthatjuk a 9, legtöbb vegán joghurtalternatívát fogyasztó országot.



9. ábra: Európa növényi alapú joghurt szektorának kereskedelme, országonkénti bontásban
URL¹³ alapján, saját szerkesztés

Amint az a fenti ábrán látható, Németország piacvezető ebben a szegmensben, a növényi alapú joghurtok piacának értéke 127 millió euró. Franciaország fogyasztása csupán 68,5%-a németnek, ez 87 millió eurót jelent. Harmadikként szinte holtversenyben Olaszország, Hollandia és Spanyolország következik, ám ők a német fogyasztás kicsivel több, mint harmadát teszik ki (33%). Belgium fogyasztása az ötöde (20,4%) a németekének, esetükben 26 millió eurós piacról beszélünk. Ausztria és Anglia fogyasztása közel hasonló, valamivel több, mint tizede a német piacnak (12,6% és 11,8%). Utolsóként Dánia zárja a sort a maga 4,5 millió eurós piacával, ez 3,5%-os értéket jelent a német piachoz képest.

Ha lakosságarányosan nézzük a fogyasztást, akkor viszont már más képet kapunk. A 4. táblázatban azt láthatjuk, hogy az egyes országok népességének száma hogyan aránylik a vegán joghurtok piacának volumenéhez.

4. táblázat: Egyes európai országok évi növényi alapú joghurt fogyasztása, egy főre vetítve

Ország	Népesség (millió fő)	Piac mérete (millió €)	Lakosságarányos fogyasztás (€/fő/év)
Hollandia	17,4	43	2,47
Belgium	11,5	26	2,25
Ausztria	8,9	16	1,79
Németország	83,2	127	1,53
Franciaország	67,4	87	1,29
Spanyolország	47,4	42	0,89
Dánia	5,8	4,5	0,77
Olaszország	59,4	43	0,72
Egyesült Királyság	67,2	15	0,22

Forrás: URL¹⁶ alapján, saját szerkesztés és számítás

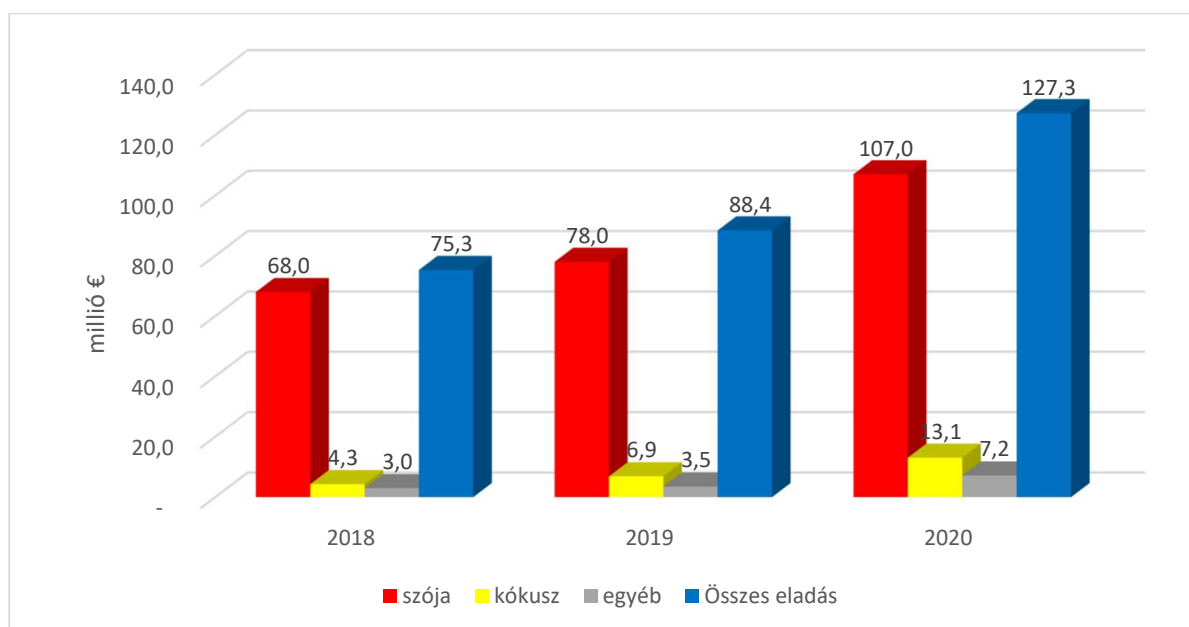
Meglepő, hogy bár Belgium piaca Európán belül a hatodik volt, mégis 2,25 €/fő/év az átlagos fogyasztás, mindössze 22 centtel előzi meg öt Hollandia, viszont a piaci számokat tekintve a holland forgalom több, mint másfélszerese a belgának. A legnagyobb fogyasztó, Németország csupán a negyedik e tekintetben, 1,53 €/fő/év fogyasztással. A németeket még az osztrákok is lekörözik, ha a lakosságarányos számokat tekintjük, mindezt úgy, hogy az osztrák piac volumene csupán 13%-a a németnek. Az olasz vegán joghurt piac mérete megegyezik a hollanddal, viszont, ha lakosságarányosan nézzük a fogyasztást, akkor azt látjuk, hogy az olasz fogyasztás csupán harmada a hollandnak. A francia piac mérete a második legnagyobb Európában, fogyasztást tekintve csak az ötödikek. Érdekes, hogy a dán piac volumene volt a legkisebb, azonban az angolok az utolsók fogyasztást tekintve.

Dolgozatom további részében a 9. ábra alapján, a legnagyobb piacmérettől, Németországtól kiindulva vizsgáljuk meg a piaci szereplőket.

5.2. Németország növényi alapú joghurt piaca

Németországban a növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi tej (396 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi alapú húsok piaca (181 millió euró). A zabtej 184 millió euróval a legmagasabb értékesítéssel rendelkező növényi alapú tej alternatíva, ezt követi a mandula (82 millió euró) és a szója (74 millió euró) (*URL*¹³).

A növényi joghurtok piaca 2018 és 2020 között egyértelműen felszálló ágban volt, melyet a 10. ábrán láthatunk. Míg 2018-ban az összes eladás értéke 36,6 millió euró volt, addig 2020-ban már ennek 1,9-szerese, 70,2 millió euró volt. A kókusz és egyéb növényi alapú joghurtok eladása 2020-ra több, mint 300%-kal nőtt.

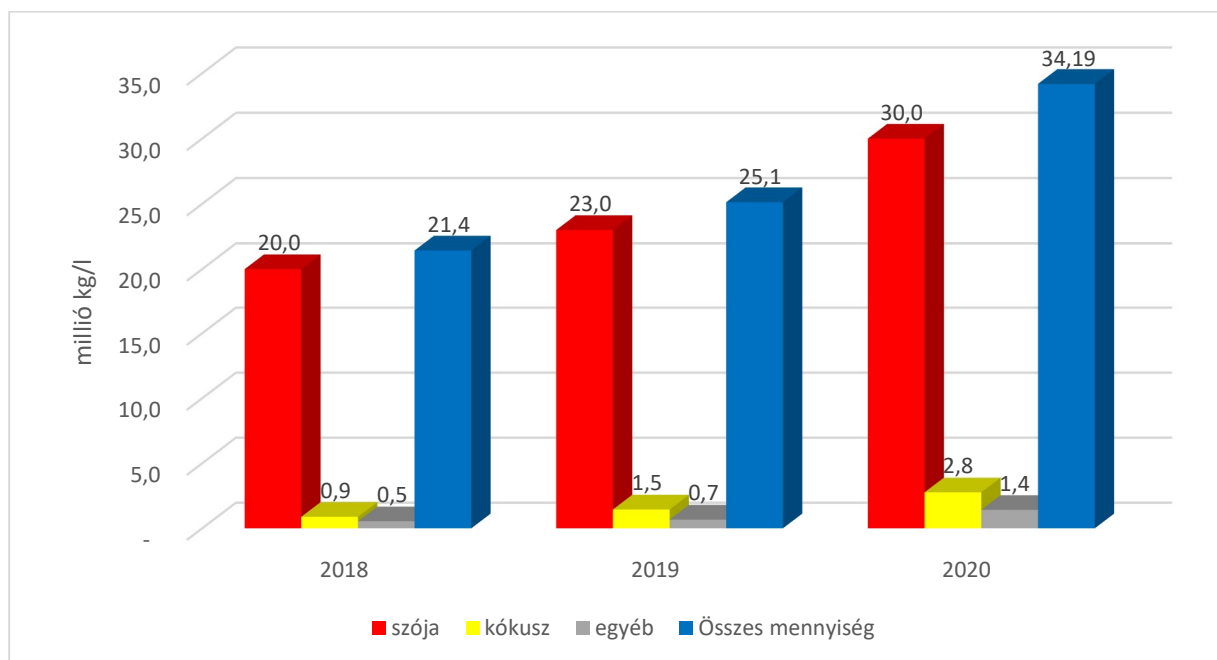


10. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Németországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

Az ehhez kapcsolódó eladott mennyiségeket a 11. ábrán láthatjuk. 2020-ban 2018-hoz képest az összes eladott mennyiség 1,8-szorosa. Elmondhatjuk tehát, hogy az eladott mennyiségek és az értük kapott ellenérték szorosan követték egymást.

A 10. ábrából tökéletesen kirajzolódik a szóját helyettesítő növények térnyerése. Míg 2018-ban az eladások csaknem 100%-a szója alapú joghurt volt, addig ez 2020-ban már csak

85% volt, tehát a szója értékesítési mennyisége 15%-kal csökkent a kókusz és egyéb növényi alapú joghurtok javára.



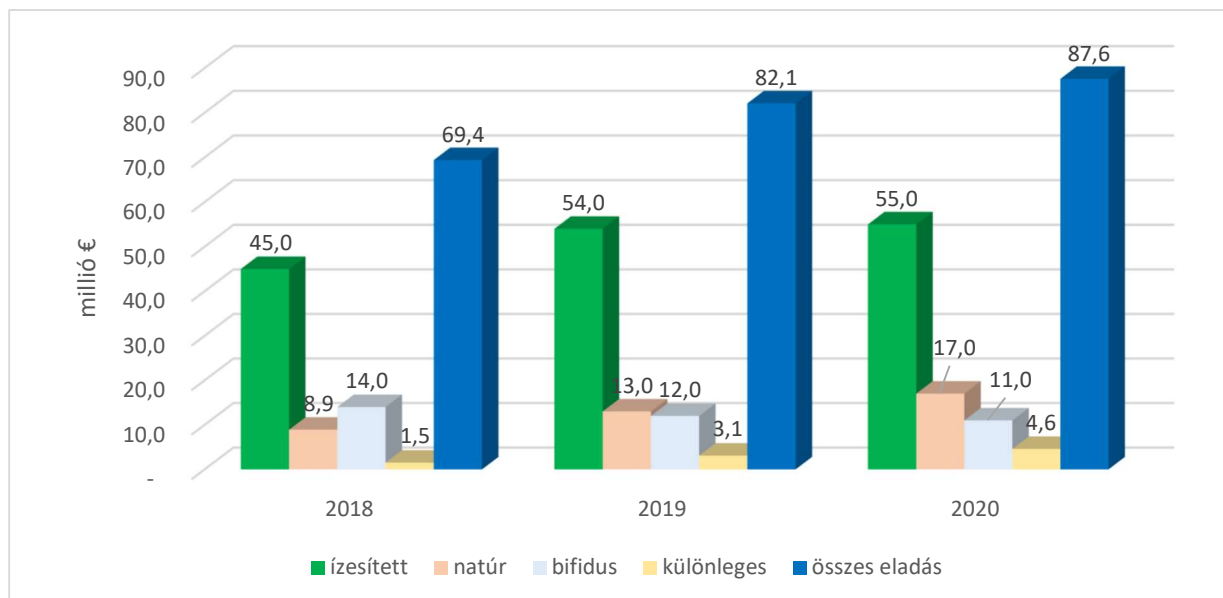
11. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Németországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

5.3. Franciaország növényi alapú joghurt piaca

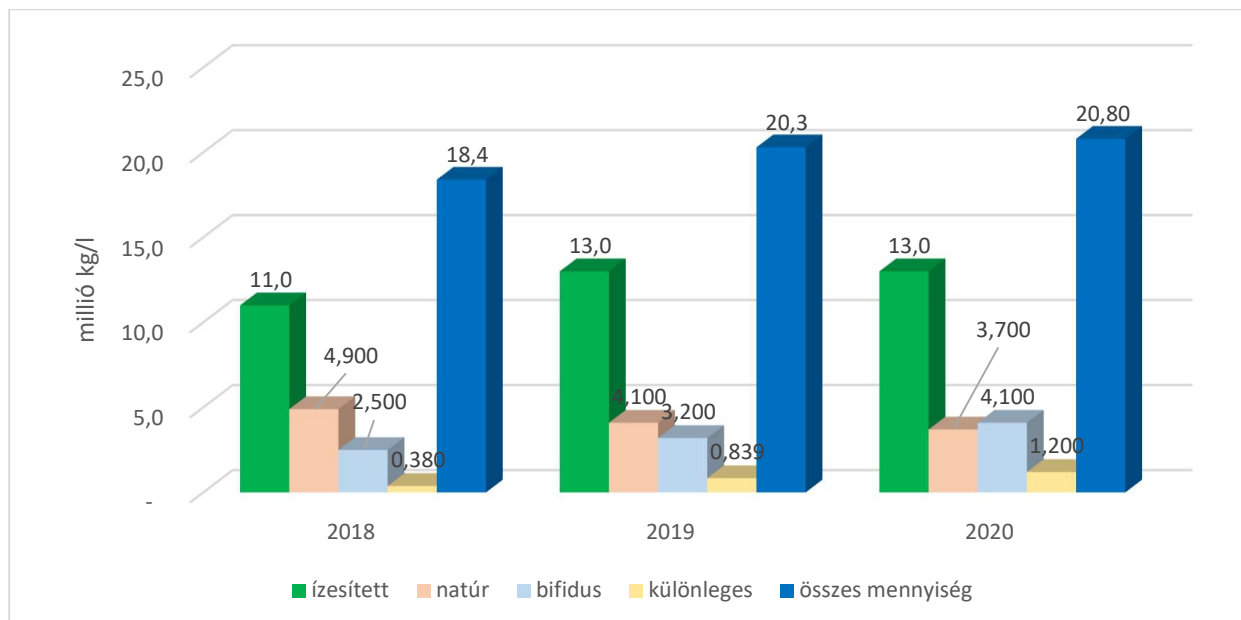
A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 21%-kal (355 millió euróval) emelkedett az 2018-2020 között, az eladások volumene 18%-kal (125 millió kg/l) (*URL*¹³). A diszkont üzletek még erősebb, 90%-os növekedést könyvelhettek el (21 millió euró) és 112% (12m kg/l). Az összes árbevételből 6%-os részesedéssel bírnak a diszkontok.

A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi tej (187 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi joghurt (87 millió euró) és növényi alapú hús (80 millió euró). A növényi tej (187 millió euró) tekintetében a mandula (72 millió euró) a legdominánsabb szegmens, amelyet a szója követ (41 millió euró), a zabnál ez 21 millió euró. Nagy az alszegmensek változatossága (pl. rizs, mogyoró, kókusz, több mint 20-féle egyéb összetevőjű tej található meg a piacon).

A növényi joghurtok szegmensében (87 millió euró) a növényi alapú ízesített joghurt (55 millió euró) a legdominánsabb alszegmens, ezt követik az ízesítetlen joghurtok (17 millió euró) és a bifidus tartalmú joghurtok (11 millió euró). A különböző alszegmensek eladási értékeit szemlélteti a 12. ábra. Az eladott mennyiségeket pedig a 13. ábrán láthatjuk.



12. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Franciaországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés



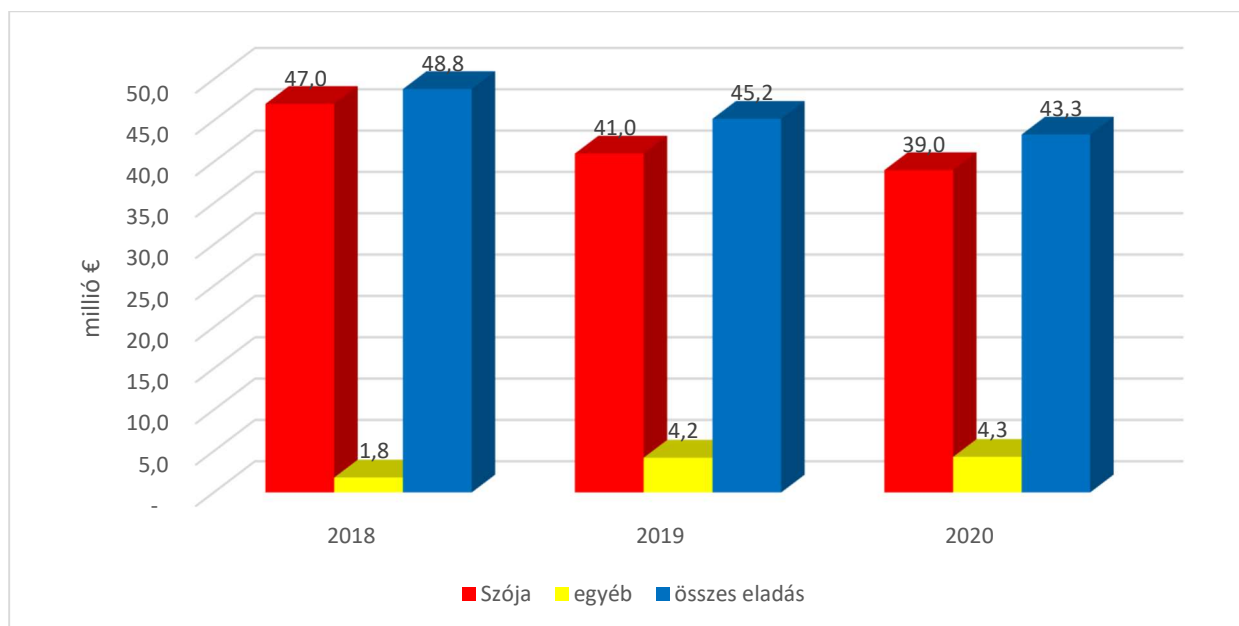
13. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l -ben kifejezve 2018-2020 között Franciaországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

5.4. Olaszország növényi alapú joghurt piaca

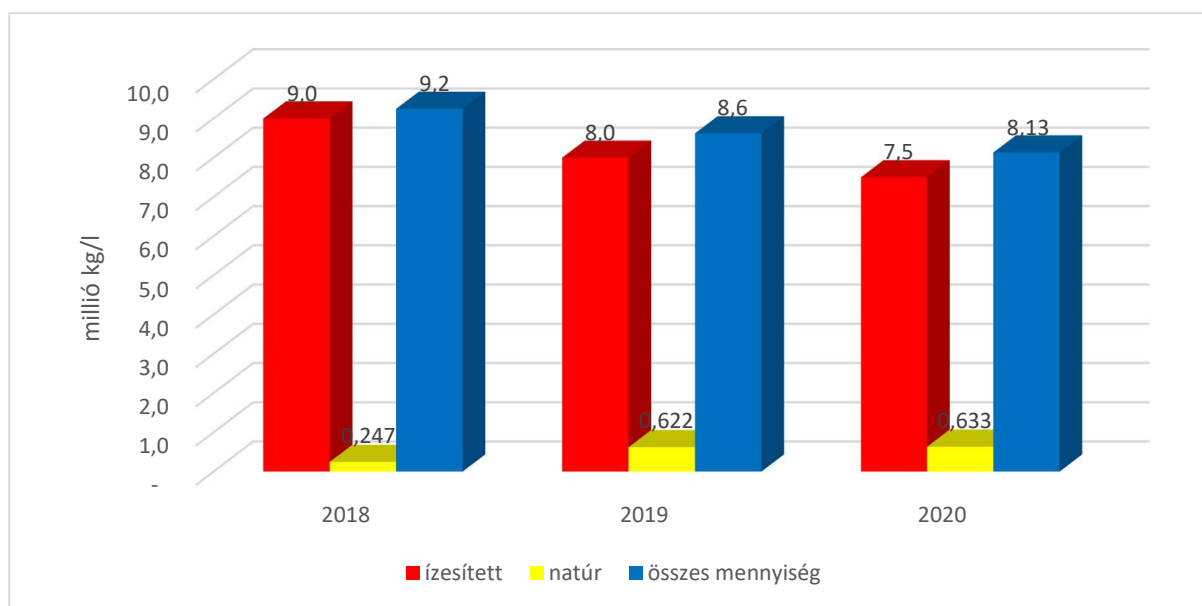
A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi tej (231 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi alapú hús (111 millió euró) és növényi joghurt (43 millió euró). A legerősebben a növényi tej (7%) nőtt az értékesítési értékben is, ezt követi a növényi fagylalt (5%) és a növényi hús (1%) (*URL*¹³).

A növényi alapú tejágazatban (231 millió euró) a szója dominál (87 millió euró), ezt követi a rizs (46 millió euró) és a mandula (44 millió euró). Mindkét időszakban a zabnál volt a legerősebb az értékesítési érték növekedése (23%) (*URL*¹³).

A növényi alapú joghurtok értékesítése a 2018-as 48,8 millió euróról 43,3 millió euróra apadt, ez 12%-os csökkenést jelent. A domináns itt is a szója alapú termékek. Az eladási értékeket a 14. ábrán, az eladott mennyiségeket a 15. ábrán láthatjuk.



14. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Olaszországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés



15. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Olaszországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

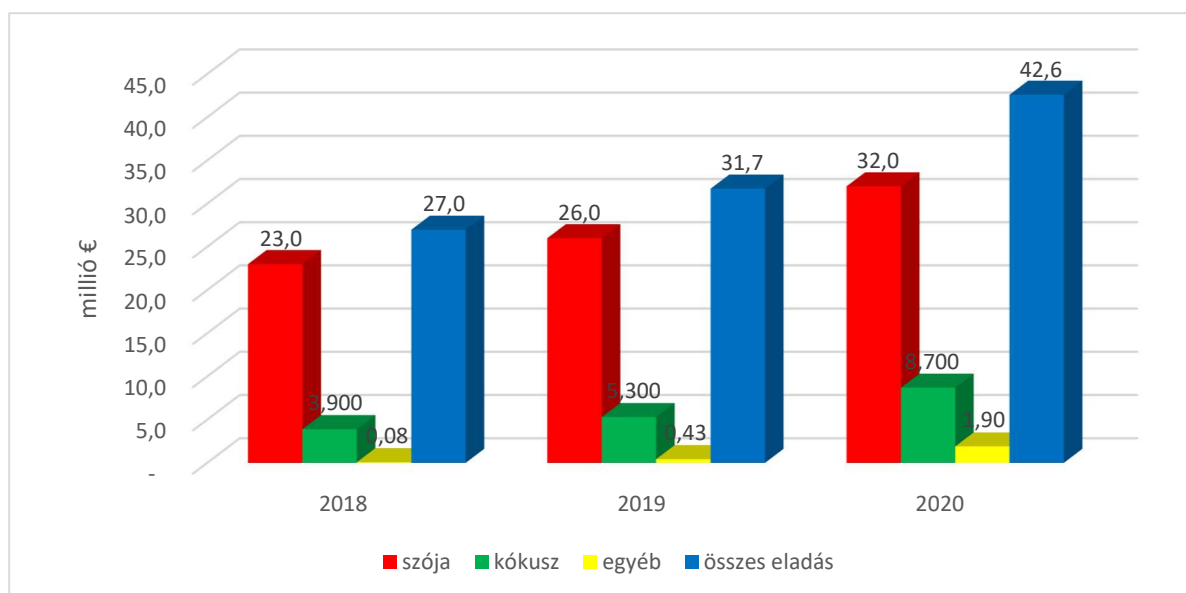
5.5. Hollandia növényi alapú joghurt piaca

A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 50%-kal (291 millió euróval) emelkedett a vizsgált 2018-2020 közötti időszakban, miközben az eladott mennyiségek 35%-kal nőttek (72 millió kg/l) (*URL*¹³). A diszkont üzletek még erőteljesebb, 83%-os növekedést könyvelhettek el (22 millió euró) és 58% -os mennyiségi növekedést (7m Kg/L). Az összes árbevételből 10%-os részesedést értek el a diszkonttársaságok.

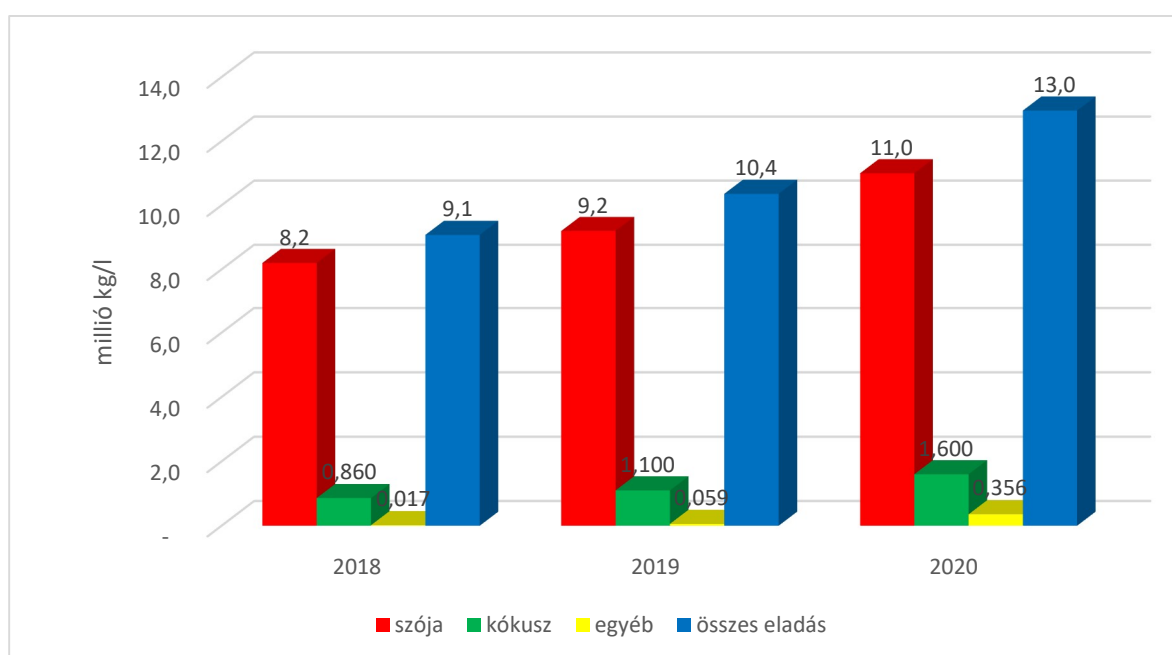
A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi hús (174 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi tej (62 millió euró) és növényi joghurt (43 millió euró). A legerősebb növekedést a növényi alapú sajtok (140%) mutatták, ezt követi a növényi joghurt (35%) (*URL*¹³).

A növényi tej (62 millió euró) piacát a mandula (20 millió euró) uralja, ezt követi a szója (19 millió euró) és zab (14 millió euró). A legerősebben a zabtej (69%) növekedett az értékesítési értékben. A növényi alapú sajtok (4,8 millió euró) értékesítési értéke rendkívüli mértékben, 400%-kal nőtt az elmúlt két időszakban.

A 16. ábrán a növényi joghurtok piacát láthatjuk euróban kifejezve. A domináns itt is a szója alapú termékek, de feltörekvőben vannak az egyéb összetevőjű joghurtok is. Az eladott mennyiségeket a 17. ábrán láthatjuk.



16. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Hollandiában *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

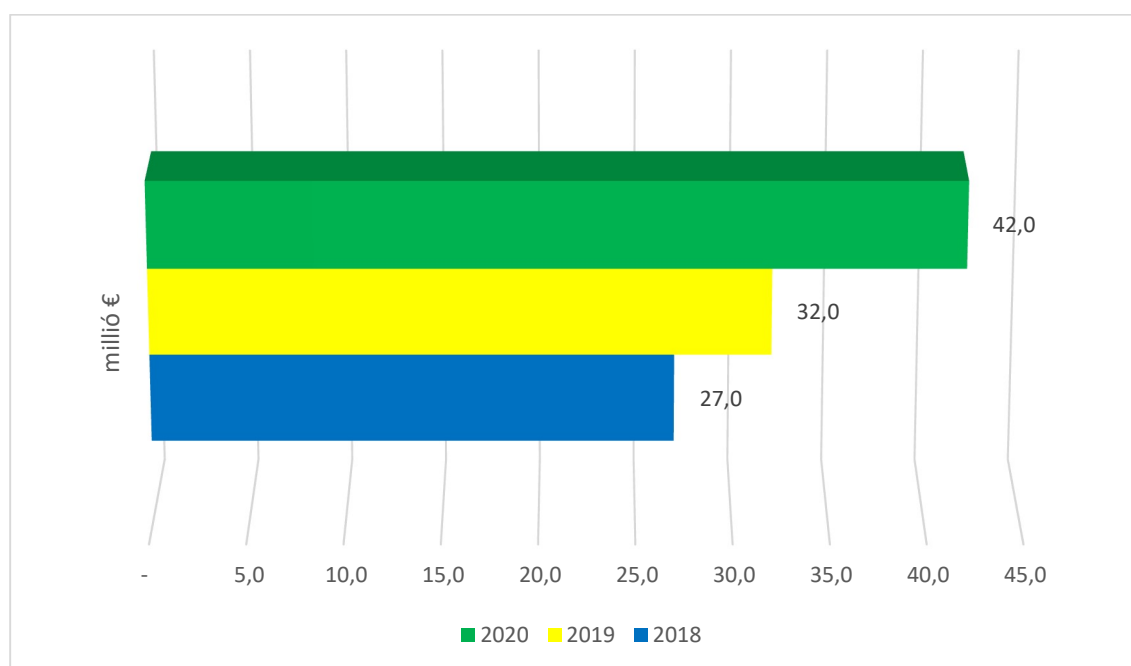


17. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Hollandiában *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

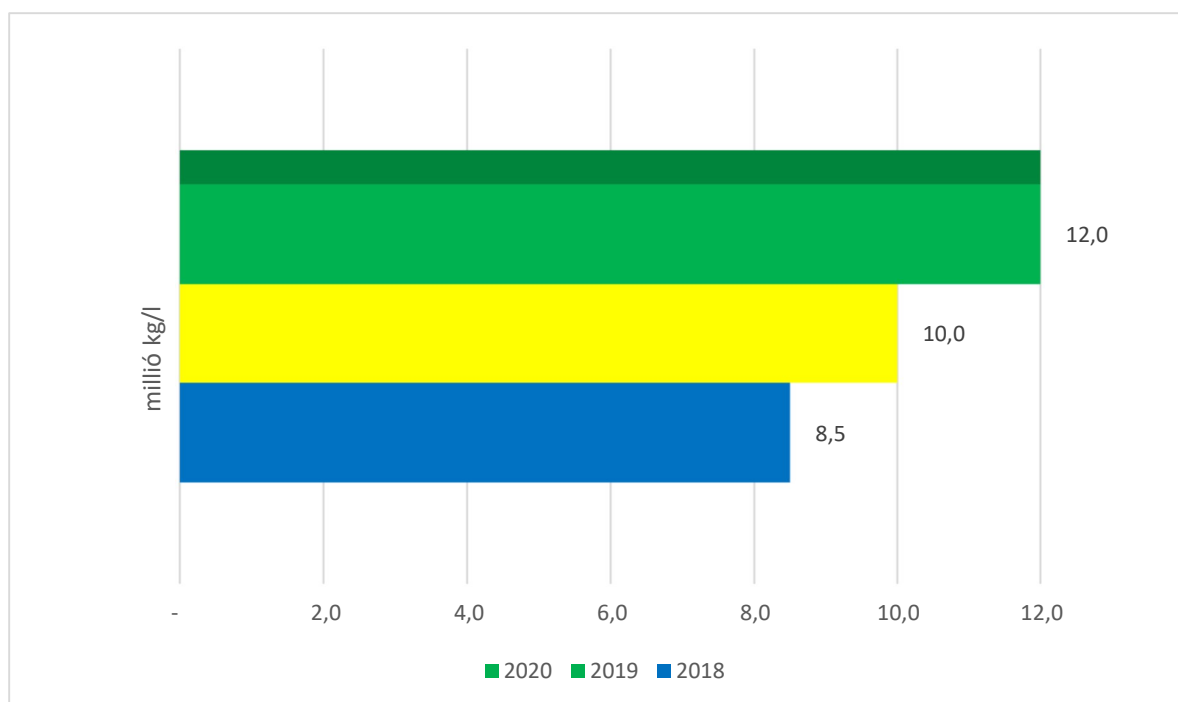
5.6. Spanyolország növényi alapú joghurt piaca

A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 48%-kal (448 millió euróval) nőtt az elmúlt két időszakban, miközben az eladások volumene 20%-kal emelkedett (*URL*¹³). A diszkont üzletek is erőteljes növekedést mutattak, 35%-kal (33 millió euró) és 37% mennyiségi növekedéssel (31 millió kg/l). Az árbevételből 7%-os részesedést értek el a diszkont társaságok. A növényi alapú élelmiszerek ágazatát a növényi tej vezeti (318 millió euró), ezt követi a növényi alapú hús (87 millió euró) és növényi joghurt (42 millió euró). Minden kategória kétszámjegyű növekedést mutatott.

A növényi alapú tejágazatban (318 millió euró) a zab dominál (125 millió euró), ezt követi a szója (91 millió euró) és mandula (57 millió euró). Az értékesítési érték növekedésében a zab mutatta a legerősebb növekedést a teljes piacon (25%) valamint diszkont üzletekben (49%). A növényi joghurtok eladása szintén kétszámjegyű növekedést mutatott (55%). A piacon a vizsgált időszakban csak szója alapú joghurtok voltak elérhetőek. A 18. ábrán a növényi alapú joghurtok piaca látható euróban kifejezve, a 19. ábrán az eladott mennyiségeket olvashatjuk le.



18. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Spanyolországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés



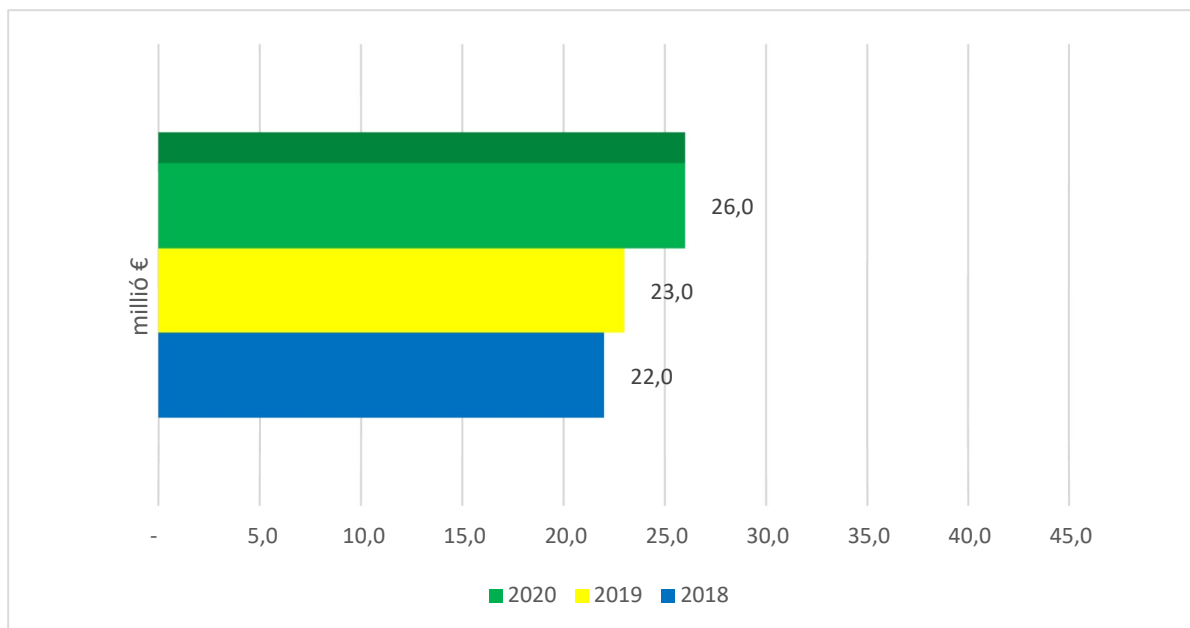
19. ábra: A növényi joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Spanyolországban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

5.7. Belgium növényi alapú joghurt piaca

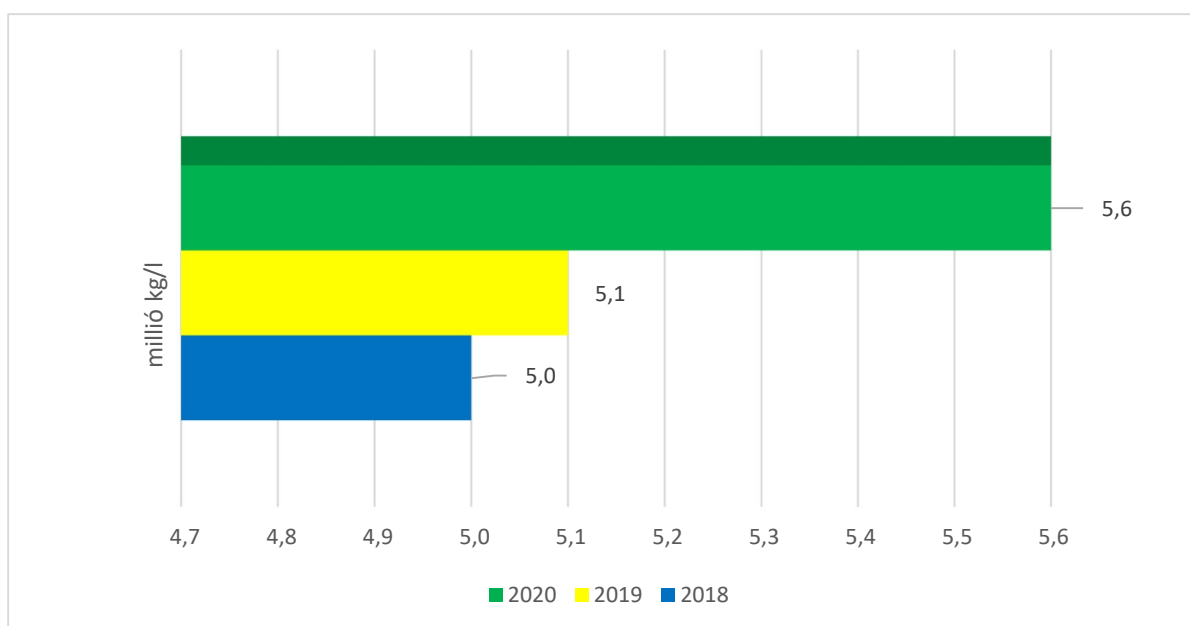
A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 17%-kal (134 millió euróval) emelkedett az elmúlt két időszakban, miközben az eladások mennyisége 8%-kal nőtt (*URL*¹³). A diszkont üzletek még erősebb növekedést könyvelhettek el, 35%-kal (8,9 millió euró), illetve 19% (4,1 millió kg/l). Az árbevételből 7%-os részesedéssel bírnak a diszkontok. A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi hús (48 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi alapú ízesítetlen tej (39 millió euró). Legnagyobb árbevétel-növekedést (19%) a növényi húsok mutattak.

A növényi alapú ízesítetlen tej (39 millió euró) szektort a szójatej (14 millió euró) uralja, ezt követi a mandula (11 millió euró) és zab (5 millió euró).

A növényi alapú joghurt háromszámszámjegyű növekedést (497%) mutatott a diszkont üzletekben (163 000 euró) az elmúlt két évben. Általánosságban elmondható, hogy a szegmens hatalmas növekedést mutatott (26 millió euró, 20%). A 20. ábrán a belga piac növényi alapú joghurtjainak eladási értékét láthatjuk, a 21. ábrán pedig az ebben az alszegmensben eladott mennyiségeket.



20. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Belgiumban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés



21. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Belgiumban *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

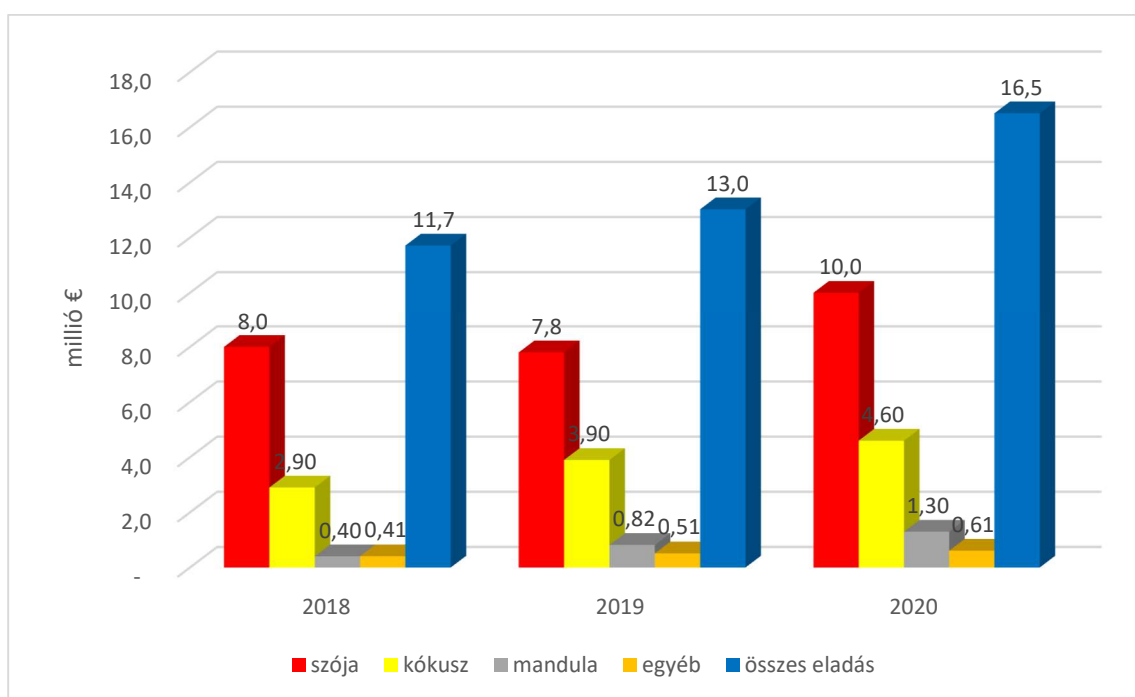
5.8. Ausztria növényi alapú joghurt piaca

A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 57%-kal (82 millió euróval) nőtt az előző két időszakhoz képest, míg az eladások mennyisége 52%-kal emelkedett (*URL*¹³). A diszkont

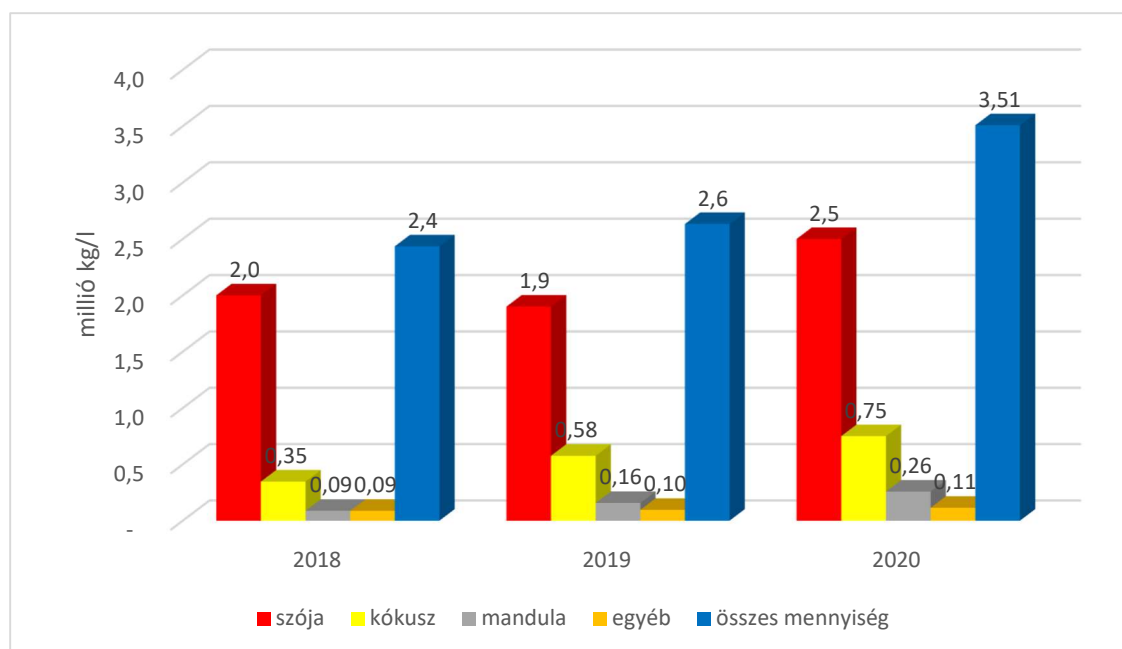
üzletek még erősebb növekedést könyvelhettek el, 83%-kal (15 millió euró), illetve 82%-al nőttek az eladási volumenek (6 millió kg/l). Az értékesítési értékben 18%-os részesedéssel bírnak a diszkontok.

A növényi alapú élelmiszer-szektor a növényi alapú, ízesítetlen tej vezeti (37 millió euró), ezt követi a növényi alapú hús (25 millió euró). A legerősebben a növényi hús szegmensben nőtt az értékesítési érték (58%). A növényi tej kétszámjegyű növekedést mutatott (37 millió euró) minden szegmensben, a zab (10 millió euró) és a mandula esetében (9,5 millió euró) a legfejlettebb. A diszkont üzletekben a zab (1,7 millió euró) és a rizs (1,6 millió euró) volt a domináns (URL¹³).

Ausztriában sokféle növényi joghurt található. Az osztrák növényi alapjoghurtpiac 16 millió euró volt 2020-ban, ebben benne van a szója- (10 millió euró), a kókusz- (4,6 millió euró), a mandula- (1,3 millió euró) és egyéb összetevőjű (csillagfűrt, kesudió, zab) (608 ezer euró) növényi alapú joghurtok. A 22. ábrán láthatjuk az osztrák piac méretét euróban kifejezve, az eladott mennyiségeket pedig a 23. ábra szemlélteti.



22. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Ausztriában URL¹³ alapján, saját szerkesztés

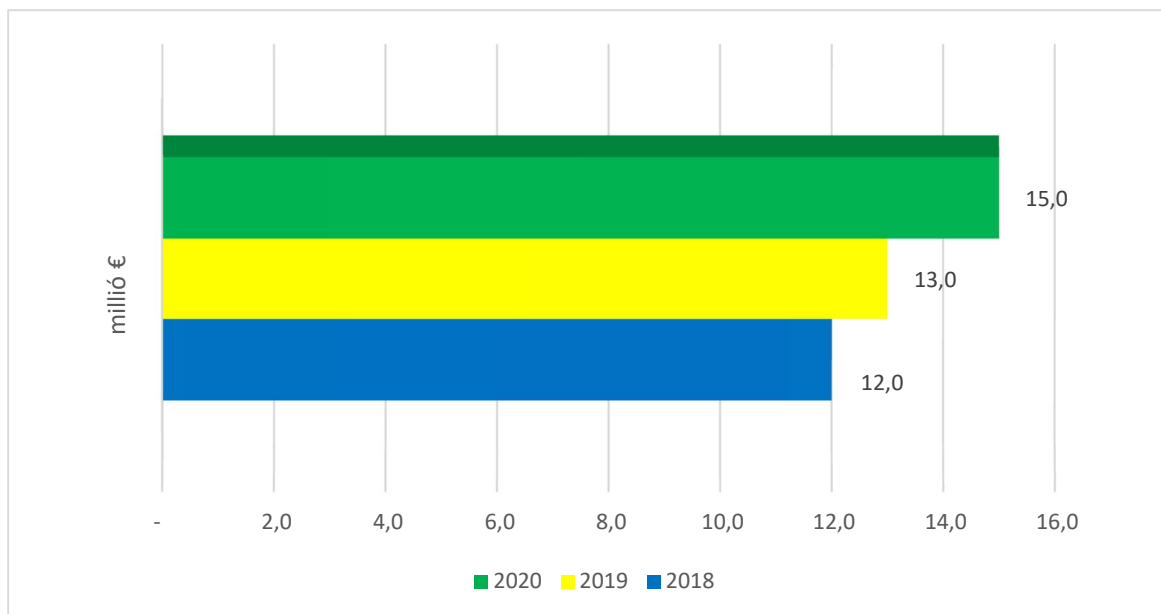


23. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Ausztriában *URL¹³* alapján, saját szerkesztés

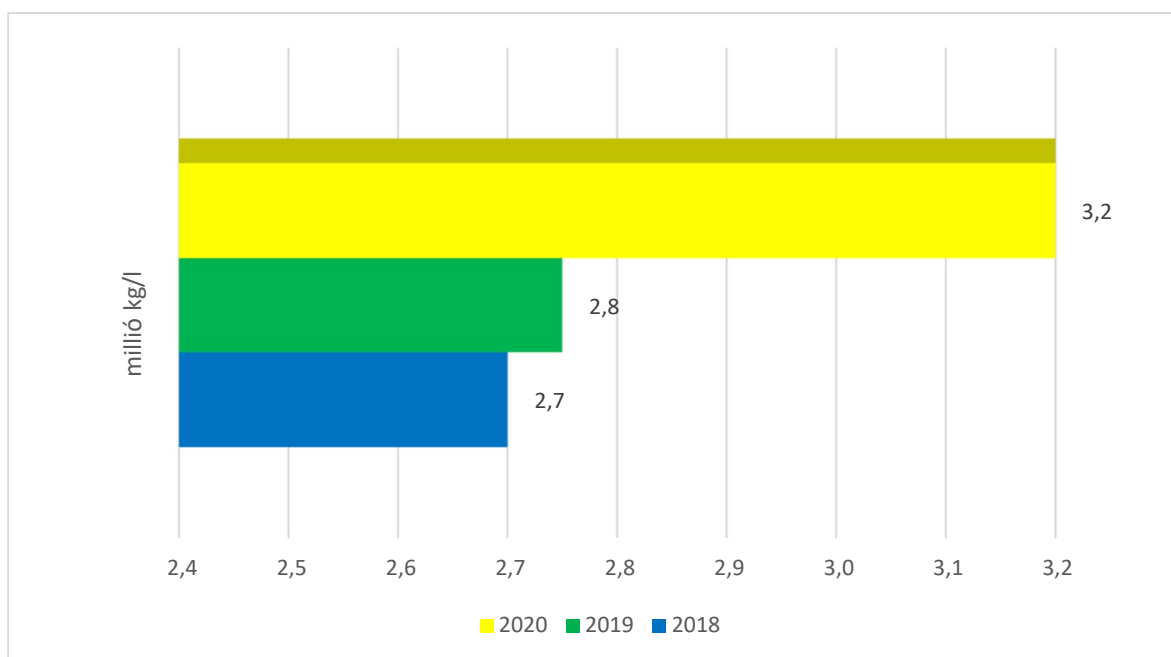
5.9. Anglia növényi alapú joghurt piaca

A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 73%-kal (750 millió euróval) nőtt az elmúlt két időszakban, mennyisége pedig 67%-kal (*URL¹³*). A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi hús (502 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi tej (226 millió euró).

A növényi eredetű hús értékesítési értékét tekintve a fagyasztott húsimitátumok piaca (231 millió euró) jobb teljesítményt nyújtott, mint a hűtött termékek piaca (264 millió euró) 2018-2020 között. A növényi alapú kolbász a legdominánsabb szegmens, mind a növényi eredetű hűtött (53 millió euró), mind a fagyasztott (50 millió euró) hús tekintetében. A növényi tej (107%) és a növényi alapú sajt (165%) értékesítése három számjegyű növekedést mutatott értékesítési értéke az elmúlt két időszakban (*URL¹³*).



24. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Angliában *URL¹³* alapján, saját szerkesztés



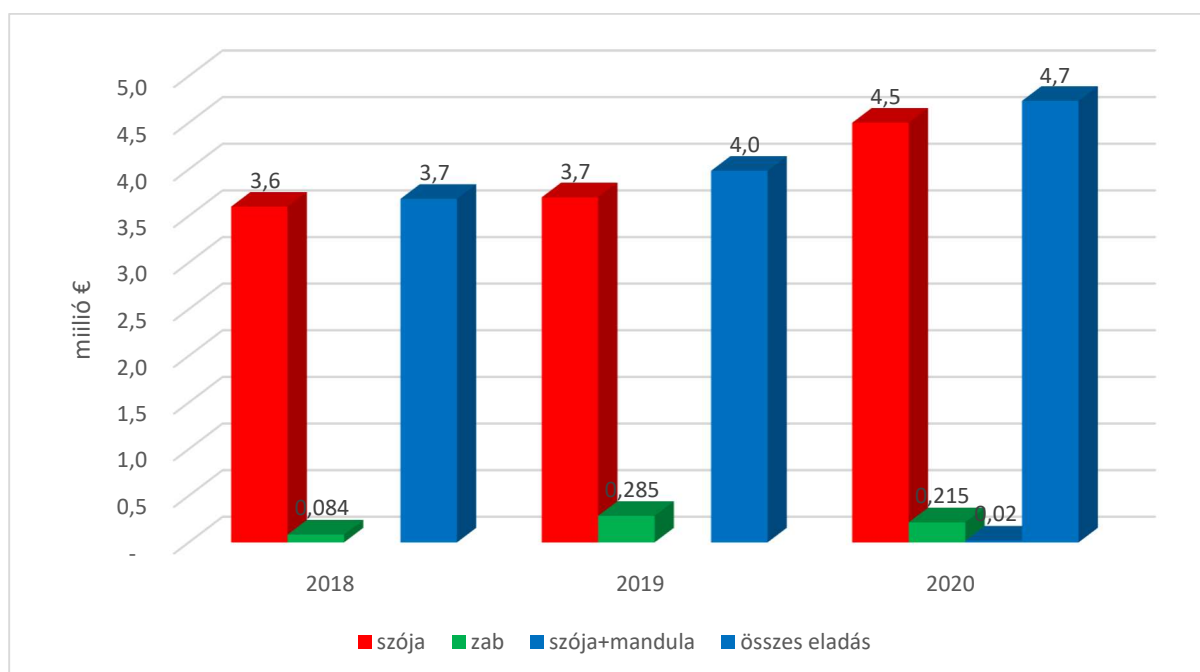
25. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Angliában *URL¹³* alapján, saját szerkesztés

5.10. Dánia növényi alapú joghurt piaca

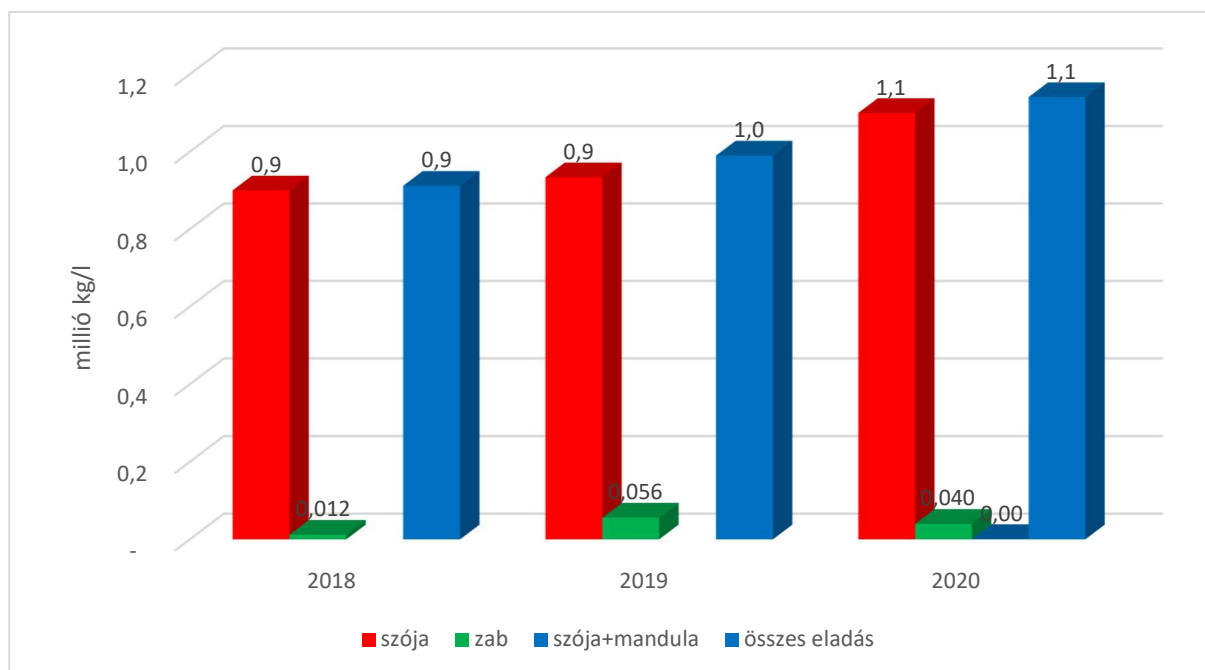
A növényi alapú élelmiszerek értékesítési értéke 29%-kal (30 millió euróval) emelkedett 2018-2020 között, eközben az eladások térfogata 46%-kal (*URL*¹³). Ha alaposabban megvizsgáljuk az eladási adatokat, akkor azt látjuk, hogy hasonló növekedést könyvelhettek el a diszkont üzletek, 31%-kal (14,5 millió euró).

A növényi alapú élelmiszerek szektorát a növényi tej (26 millió euró) vezeti, ezt követi a növényi joghurt (4,7 millió euró). A legerősebben a növényi hús és a növényi joghurt nőtt az értékesítési értékben (mindkettő 16%-kal). A növényi alapú tej piacát (26 millió euró) a zab (14 millió euró) uralja, ezt követi a szója (5,3 millió euró) és mandula (4,5 millió euró). Az értékesítési érték tekintetében a legerősebben a zab nőtt (26%) 2018-2020 között.

A növényi alapú joghurtok piacát a 26. ábrán, az ehhez kapcsolódó eladott mennyiségeket pedig a 27. ábrán szemléltetjük. Ezen a piacon is a szója alapú termékek a dominánsak.



26. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió euróban kifejezve 2018-2020 között Dániában *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés



27. ábra: A növényi alapú joghurtok eladási adatai millió kg/l-ben kifejezve 2018-2020 között Dániában *URL*¹³ alapján, saját szerkesztés

5.11. Magyarország növényi alapú joghurt kínálata az online FMCG piacon

A magyar e-kereskedelmi piac a pandémia óta robbanásszerű fejlődésen ment keresztül. A magyar online kiskereskedelmi piac 2021 első félévében 30%-os bővülés mellett 494 milliárd forintos forgalmat bonyolított le (*URL*¹⁷). Az egy főre jutó átlagos rendelés a GKI Digital szerint 2021 augusztusában 17 online rendelés/fő/év volt.

Az online FMCG szereplők 2020-ban 76,6 milliárd forint forgalmat bonyolítottak le (*URL*¹⁸). Ezek közül az első helyen a Tesco végzett, másodikként a cseh háttérű kifli.hu, harmadikként az Auchan, a negyedik és ötödik helyen két drogérialánc, a DM és a Rossmann végzett. Külön említést érdemel a kifli.hu, mivel új belépőként, 2019 decemberében lépett be a piacra.

2021-ben mintegy 22 százalékkal nőtt a növényi alapú élelmiszerek piaca Magyarországon. (*URL*¹⁹). A sajt, a tej és a joghurt növényi alapú helyettesítőinek forgalma a 2020-as 18,5 milliárd forintról 2021-ben 23 milliárd forintra nőtt. A növényi alapú italok a piac háromötödét tették ki.

Primer kutatásunkat az Auchan, kifli.hu, Tesco és Spar üzletek online platformján végeztük. Az online platformmal nem rendelkező üzleteket levélben kerestük meg információszerzés céljából, azonban az üzletvitelükre hivatkozva portfólió adatokat nem állt módjukban számunkra kiadni. Ezért az Aldi, Lidl, és Reál üzletek növényi alapú joghurt kínálatát az online szórólapokon megjelenő kínálatból merítettük.

A hazai online piacon 7 márkát azonosítottunk. Egy-egy márka több termékkel is jelen van a piacon.

5. táblázat: Magyarországi online kínálatban megtalálható növényi alapú joghurt márkák

Márka	Árusító üzlet	joghurt típus (db)
All in Natural Food	Spar, kifli.hu	9
Alpro	Aldi, Auchan, kifli.hu, Reál, Spar, Tesco	14
Harvest Moon	kifli.hu	7
Joya	Auchan, Tesco, kifli.hu	4
Life is so Yummy	Aldi	2
Natur Aktiv	Aldi	5
Vemondo	Lidl	3
		44

Forrás: *URL*²⁰; *URL*²¹; *URL*²²; *URL*²³; *URL*²⁴; *URL*²⁵; *URL*²⁶ alapján, saját szerkesztés és számítás

A legnagyobb hazai kínálattal az Alpro rendelkezik, ezen túlmenően, néhány kivételtől eltekintve szinte valamennyi üzletben megtalálható valamilyen növényi alapú joghurtja. Ezért kijelenthetjük, hogy ez az a márka, ami a legszélesebb körben ismert lehet a fogyasztók számára. Második legnagyobb termékpalettával az All in Natural Food rendelkezik, viszont öt csak a Spar vásárlói találhatják meg, továbbá a kifli.hu online kínálatában is elérhető. A harmadik lett e-tekintetben a Harvest Moon, viszont ez a márka kizárólag a kifli.hu-nál érhető el. A 6. táblázatot az üzletekben található választék alapján állítottuk össze.

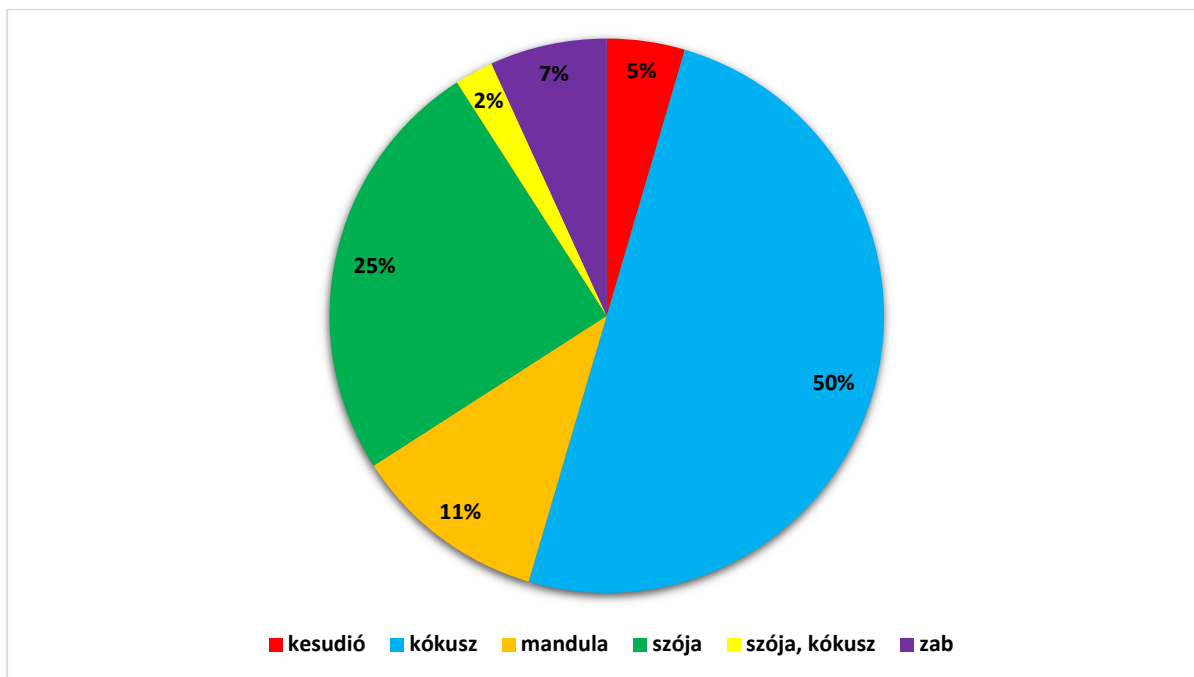
6. táblázat: Magyarországi FMCG üzletekben forgalmazott növényi alapú joghurtok

Árusító üzlet	Forgalmazott márka	joghurt típus (db)
Aldi	Alpro	3
	Life is so Yummy	2
		5
Auchan	Alpro	12
	Joya	2
		14
kifli.hu	All in Natural Food	6
	Harvest Moon	7
	Joya	4
		17
Lidl	Vemondo	3
Reál	Alpro	3
Spar	All in Natural Food	9
	Alpro	9
		18
Tesco	Alpro	10
	Joya	3
		13

Forrás: URL^{20} ; URL^2 ; URL^{22} ; URL^{23} ; URL^{24} ; URL^{25} ; URL^{26} alapján, saját szerkesztés és számítás

A legnagyobb kínálattal a Spar rendelkezik, a vásárlók 18-féle növényi joghurt közül választhatnak. Mindössze egy darab termékkel marad el tőle a kínálatban a kifli.hu. Az Auchan és a Tesco szinte fej-fej mellett végeztek darabszám tekintetében. További közös vonás bennük, hogy ugyanazokat a márkákat listázták be a kínálatukba. Diszkontok közül az Aldi többféle növényi joghurtot kínál a fogyasztóknak, mint a Lidl. A Reál üzletekben 3-féle Alpro termék közül lehet választani.

A fogyasztók a boltokban azt tapasztalhatják, hogy márkánként eltérő, milyen növényi alapokat használnak fel a gyártók a növényi joghurt készítése során. A magyar piacon megtalálható növényi alapokat és azok piacon betöltött mértékét a 28. ábrán láthatjuk.



28. ábra: Különböző növényi alapokból készült joghurtok megoszlása a magyar piacon *URL²⁰; URL²¹; URL²²; URL²³; URL²⁴; URL²⁵; URL²⁶* alapján, saját szerkesztés és számítás

A korábban ismertetett európai piaci elemzéssel ellentétben hazánkban az online kínálatban a kókusz alapú joghurtok dominálnak a piacon, ez pontosan 50%-ot jelent. Második legnagyobb arányban a szója alapú termékeket találjuk meg a boltok polcain. A maradék 25%-on eltérő arányban osztoznak a különböző növényi alapú joghurtok: 7% a zab alapú-, 5% a kesudió alapú-, és két százalék szója-kókusz vegyes alapú joghurtok aránya.

6. Összefoglalás

A külföldi trendeket figyelembe véve egyre nagyobb a fogyasztói érdeklődés a növényi alapú joghurtok iránt. Nem csak a divat miatt, hanem egyre több a diagnosztizált étel-érzékenyek ill. intoleránsok száma. Ezen személyeknek a tehéntej fogyasztásának mellőzése ajánlott, a speciális diéta csupán növényi alapú tejtermék helyettesítők fogyasztását engedélyezi.

Európa növényi alapú joghurtpiacának egészére elmondható, hogy a szója alapú termékek dominálják. Ugyanakkor a kókusz és egyéb növényi alapokból készült fermentált termékekre is élénkült a kereslet a vizsgált időszakokban, azaz 2018-2020 között.

Németország piacán az egyéb növényi alapok közül a kókusz a második legkedveltebb a fogyasztók körében. Az egyéb növényi alapú joghurtok eladási mennyisége 300%-kal emelkedett a vizsgált időszakban.

Franciaország piacán szója alapú termékek vezetnek. 2018-2020 között 17%-kal növekedtek az eladási mennyiségek.

Olaszországban a mind a piac nagysága, mind az eladott mennyiségek 12%-kal csökkentek.

Hollandiában a piac közel 60%-kal bővült, az eladott mennyiségek 42%-kal nőttek a vizsgált időszakban.

Spanyolországban és Belgiumban a vizsgált időszakokban kizárólag szója alapú termékekből választhattak a fogyasztók.

Ausztriában a vizsgált években az egyéb növényi alapokból készült termékek iránt Németországhoz hasonlóan többszörös igény merült fel a fogyasztókban.

Angliában több, mint 20%-kal növekedtek az eladott mennyiségek.

Dánia piacának több, mint 90%-át a szója alapú termékek teszik ki, emellett jelentős a zab alapú joghurtok iránt is a kereslet.

Magyarországról jelenleg nincs elérhető nyilvános adat a növényi alapú joghurtok kereskedelmét illetően. Hazánk online piacán az európai piacon tapasztaltakkal ellentétben a kókusz alapú joghurtokkal találkozhat a legtöbbször a fogyasztó.

7. Irodalomjegyzék

- 1) *Anon* (2021): Wachstum Dank Trading-Up. Lebensmittel Zeitung. Nr.4. 48.p.
- 2) *Montemurro, M.- Pontonio, E.- Coda, R.- Rizello, C.* (2021): Plant-Based Alternatives to Yogurt: State-of-the-Art and Perspectives of New Biotechnological Challenges-A Review. *Foods*. 10. (2.), 316.p. DOI: 10.3390/foods10020316
- 3) *Otten, J.J.- Hellwig, P.J.- Meyers, L.D.* (2006): The Essential Guide to Nutrient Requirements. US The National Academic Press, Washington D.C., USA. pp.529-541.
- 4) *Poore, J.- Nemecek, T.* (2018): Reducing food's environmental impacts through producers and consumers. *Science*. 360 (6392), pp. 987-992. DOI:10.1126/science.aag0216
- 5) *Ritson, J.* (1802): An essay on abstinence from animal food, as a moral duty. Wilks and Taylor Printers, London
- 6) *Schurteff, W.- Akiko, A.* (2012): History of soy jogurt, soy acidophilus milk and other cultured soymilks (1918-2012): Extensively annotated bibliography and sourcebook. Lafayette, CA, USA.
- 7) *Sousa, A.,- Kopf-Bolan, K.A.* (2017): Nutritional Implications of an Increasing Consumption of Non-Dairy Plant-Based Beverages Instead of Cow's Milk in Switzerland. *Advances in Dairy Research*. 05. DOI:10.4172/2329-888X.1000197.
- 8) *TetraPak* (2015): Dairy Processing Handbook. S-221 86 Lund, Svédország; Tetra Pak Processing Systems AB. pp.225
- 9) *URL¹*: <https://www.investopedia.com/terms/f/fastmoving-consumer-goods-fmkg.asp> (letöltve: 2022.03.29)
- 10) *URL²*: https://trademagazin.hu/wp-content/uploads/2021/05/FMCG-Kereskedelmi-Toplista-2020_poszter.pdf (letöltve: 2022.03.29)
- 11) *URL³*: <https://www.vegansociety.com/about-us/further-information/key-facts> (letöltve: 2022.03.29)
- 12) *URL⁴*: <https://www.vegansociety.com/about-us/further-information/memorandum-and-articles-association> (letöltve: 2022.03.29)
- 13) *URL⁵*: <https://www.alliedmarketresearch.com/vegan-protein-market-A15536> (letöltve: 2022.03.26)
- 14) *URL⁶*: <https://www.a2milk.com/blog/cows-milk-vs-plant-based-nutritional-comparison> (letöltve: 2022.03.29)
- 15) *URL⁷*: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/746778/nutrients> (letöltve: 2022.03.29)
- 16) *URL⁸*: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/172456/nutrients> (letöltve: 2022.03.24)
- 17) *URL⁹*: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/1999631/nutrients> (letöltve: 2022.03.24)
- 18) *URL¹⁰*: <https://fdc.nal.usda.gov/fdc-app.html#/food-details/1945193/nutrients> (letöltve: 2022.03.21)
- 19) *URL¹¹*: <https://www.alfalaval.com/industries/food-dairy-beverage/beverage-processing/plant-based-drink-production/> (letöltve: 2022.03.23)
- 20) *URL¹²*: <https://www.statista.com/study/106479/veganism-and-vegetarianism-worldwide/> (letöltve: 2022.03.29)

- 21) *URL*¹³: <https://smartproteinproject.eu/plant-based-food-sector-report/> (letöltve: 2022.03.29)
- 22) *URL*¹⁴: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/vegan-yogurt-market> (letöltve: 2022.03.28)
- 23) *URL*¹⁵: https://www.researchandmarkets.com/reports/5441886/vegan-yogurt-market-global-industry-trends?gclid=Cj0KCQjwl7qSBhD-ARIsACvV1X2oytUBtGTglPz2Q8N7LKkaJUVpBFCpvLkkMPU0edoSPE3UXC77cVAaAserEALw_wcB (letöltve: 2022.03.27)
- 24) *URL*¹⁶: https://www.ksh.hu/stadat_files/nep/hu/nep0052.html (letöltve: 2022.03.29)
- 25) *URL*¹⁷: <https://gkidigital.hu/2021/08/26/2021-felev-online-kereskedelem/> (letöltve: 2022.03.25)
- 26) *URL*¹⁸: <https://gkidigital.hu/2021/05/20/e-toplista-2020/> (letöltve: 2022.03.29)
- 27) *URL*¹⁹: <https://bbj.hu/budapest/gastronomy/food/plant-based-food-product-market-grows-22> (letöltve: 2022.03.27)
- 28) *URL*²⁰: <https://online.auchan.hu/shop/tudatos-taplalkozas/egeszseges-etelmod/specialis-etrend.c-5592?qq=%7B%22filterParams%22%3A%7B%22subcategory%22%3A%5B%227287%22%5D%7D%7D> (letöltve: 2022.03.29)
- 29) *URL*²¹: <https://www.lidl.hu/p/vegetarianus-es-vegan-kinalatunkrol/vegan-kokuszjoghurt/p108800> (letöltve: 2022.03.21)
- 30) *URL*²²: http://realbolt.hu/produkty?id_eshop_category_name=0&hladanie=alpro (letöltve: 2022.03.20)
- 31) *URL*²³: <https://bevasarlas.tesco.hu/groceries/hu-HU/shop/specialis-es-egeszseges-taplalkozas/vegetarianus-es-vegan/joghurt-joghurtital-desszert/joghurt> (letöltve: 2022.03.23)
- 32) *URL*²⁴: <https://www.spar.hu/onlineshop/search/?preselectedFacets=&q=vegan&query=vegan&hitsPerPage=36&substringFilter=pos-visible:6108207> (letöltve: 2022.03.29)
- 33) *URL*²⁵: <https://www.kifli.hu/c300116644-novenyi-alapu-keszitmeny-szojagurt-desszert> (letöltve: 2022.03.28)
- 34) *URL*²⁶: <https://www.aldi.hu/hu/kinalatunkbol/mindenkire-figyelenk/vegan-es-vegetarianus-termekek/> (letöltve: 2022.03.29)

Köszönetnyilvánítás

Dolgozatom nem jöhetett volna létre konzulensem, Dr. Németh-Torkos Anett Szilvia segítségével nélkül. Az ő iránymutatásával megvalósíthattam az elképzeléseimet, vethettem papírra gondolataimat. Ezúton szeretném megköszönni, hogy időt, energiát és szabadidőt nem kímélve mindig segítő szándékkal fordult felém.