

a falu

2017. nyár

XXXII. évfolyam

Megjelenés minden évszakban



› A lokális élelmiszerek fogyasztói megítélése és innovatív értékesítési lehetősége

› Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások értékelése Hajdúböszörményben

› Kézműves élelmiszerek iránti igények összehasonlítása (nemek közötti differenciák vizsgálata)

› A rövid ellátási lánc, valamint a helyi termékek szerepe a vidéki gazdaság erősítésében

Szerzők

Harcza Imre Milán	Ph.D. hallgató, Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola
Gódor Amelita Kata	PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani- és Vidékfejlesztési Intézet
Bakos Izabella Mária	PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani- és Vidékfejlesztési Intézet
Uzonyi Antal	gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
Dr. Horváth Péter	PhD adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztési és Regionális Gazdaságtani Tanszék
Dr. Balogh Péter	egyetemi docens, DE GTK Ágazati Gazdaságtan és Módszertani Intézet
Romvári Róbert	PhD hallgató, Szent István Egyetem, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola
Tóth Róbert	doktorandusz, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar; Nemzetgazdasági Minisztérium, Kereskedelmi Főosztály, kereskedelmi referens
Mester Éva	doktorandusz, Szegedi Tudományegyetem Közgazdaságtani Doktori Iskola
Túróczy Imre	főiskolai tanár, Pallasz Athéné Egyetem; Szolnok Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala, Pénzügyi Igazgató
Kozma Tímea	egyetemi docens, Szent István Egyetem



a falu

Bösze Balázs
HAZAFELÉ RÁBAPORDÁNYBA!

Végig a nyárfasoron,
dicsérő ének nyújtózik
a lombokon.
Kórus zengi az alleluját,
zizegő szél fújja az orgonát.
Mint rossz tüdő zihál az út,
port nyel, mérges gázokat,
s végig-végig, ahol az Emberfia
halad –
keresztet rajzol a déli fény,
könnyörtelen lándzsás testőrként
óvja egy-egy költemény!
Délben, ha tetőfokán a kaland,
imát morzsol egy árva harang!
Zengi e Teremtő dicséretét,
hirdeti Hunyad-fia diadalát!
A kanyar után, az első házak falán
otthonköszöntő fecskeraj zaján,
végig a madárröptető nyárfasoron:
köszönt, átölel vérségi fokon
kisdéd falu-Magyarországot!

Rábapordány, 1995. augusztus 1.

A FALU

Alapítva: 1985
Alapító: Agroinform Kiadó
és Nyomda Kft.

Szerkesztő bizottság:

Németh Tamás
elnök

Csatári Bálint
Csonka-Takács Eszter
Dinya László
G. Fekete Éva
Kovács Imre
Ligetvári Ferenc
Mezőszentgyörgyi Dávid
Ónodi Gábor
Podmaniczky László
Szörényiné Kukorelli Irén
Tóth Albert

Szerkesztőség vezetője:
Eperjesi Tamás

Felelős szerkesztő:
Dénes Zoltán

Felelős kiadó:
Mezőszentgyörgyi Dávid



1223 Budapest Park utca 2.
Telefon: 06-1-362-8100
Központi e-mail cím:
hermanottointezet@hoi.hu
E-mail: avalu@hoi.hu
www.agrarlapok.hu

ISSN 0237-4323

Megjelenik minden évszakban

Fotók forrása:
Cserháti László

Tartalom

5

Bakos Izabella Mária
A lokális élelmiszerek
fogyasztói megítélése
és innovatív értékesítési
lehetősége

15

Dr. Horváth Péter,
Uzonyi Antal
Az agrár- és vidékfejlesztési
támogatások értékelése
Hajdúböszörményben

25

Dr. Balogh Péter
Kézműves élelmiszerek iránti
igények összehasonlítása
(nemek közötti differenciák
vizsgálata)

33

Tóth Róbert, Mester Éva,
Túróczi Imre, Kozma Tímea
A rövid ellátási lánc, valamint
a helyi termékek szerepe a
vidéki gazdaság erősítésében



43

**Gódor Amelita Kata,
Bakos Izabella Mária**

A magyar egészségi állapot
és ételmiszerfogyasztás főbb
összefüggései

67

Romvári Róbert

Változások a tanyák
szerepében

53

Harcza Imre Milán

Turizmus és gasztronómia
adta lehetőségek a pálinka
népszerűsítésére

77

Herman Otto Intézet

Munkában a vidékfejlesztők
ernyőszervezete

Az **A falu** szerzői és lektorai – a folyóirat újraindítása óta – díjazás nélkül végzik a munkájukat, ezzel járulnak hozzá a fenntartásához. A megjelent írásművek ezért csak a szerző, illetve a Kiadó hozzájárulásával használhatók fel.





A lokális élelmiszerek fogyasztói megítélése és innovatív értékesítési lehetősége

Bakos Izabella Mária

A tanulmányban a helyi élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűdöket és a vásárlói közösségek ismertségét vizsgáló kérdőíves felmérésem részeredményeire támaszkodva világítok rá a „szatyor közösség” típusú *helyi élelmiszer rendszerek* kialakításának szükségességére, melyet a tudatos élelmiszerfogyasztói igények felerősödése mellett, a jelenlegi élelmiszerellátási rendszerek fenntarthatóságának dilemmái és a kistermelők háttérbe szorítása helyeztek érdeklődésem középpontjába.

A huszadik század második felétől kezdődően a mezőgazdaság iparosodásának és az élelmiszerkereskedelem globalizálódásának a folyamata megy végbe, ami olyan globális problémákat idézett elő napjainkra, mint a kisléptékű mezőgazdasági termelés és a helyi termékeket támogató fogyasztás háttérbe szorítása. A globális élelmiszerláncok egyre inkább kiszorítják a helyi termelőket és az ebből fakadó egyenlőtlen erőviszonyok világszerte jelentős társadalmi feszültségeket generálnak és fokozott terhelést jelentenek a környezetre (Réthy-Dezsény, 2013). Ugyanakkor ezzel párhuzamosan világszerte kezdenek megjelenni azok az ellentrendek, kezdeményezések, fogyasztói csoportok és turisták, akik

a Rousseau féle – „vissza a természethez, az autentikus gyökerekhez” – gondolatot alapul véve a tudatos és fenntartható élelmiszerfogyasztást preferálják. Mindezen törekvéseknek a közös keresztmetszete a globális trendek és hatások elleni lázadás és a gazdasági válság mellett a mélyen mentális, morális és kulturális válságokra reagáló válaszreakciók. Az autentikus értékek iránti élénk kereslet nyomom követhető a bio és funkcionális élelmiszerek iránti kereslettől kezdve egészen a természet közeli és autentikus turisztikai szolgáltatások iránti érdeklődésig. Ahogyan Khademi-Vidra (2013) is rávilágít fogyasztói magatartást vizsgáló kutatásában, a fogyasztók igénylik a „személyességet” vásárlásaik során és mindenképpen nagyobb hangsúlyt kell helyezni a tudatos fogyasztói szegmensre, ami szükségessé teszi a meglévő értékesítési modellek újragondolását.

A különféle világszervezetek (ENSZ, WHO, OECD, FAO), az Európai Unió és Magyarország is igyekszik különböző szakpolitikákkal és stratégiákkal előmozdítani a *fenntartható élelmiszertermelést és fogyasztást* (Gyulai, 2012). Felvetődik a kérdés, hogy elegendő-e a felülről jövő kezdeményezés és szabályozás a pozitív változások elő-



mozdításához. Megítélésem szerint szükség van olyan alulról jövő kezdeményezésekre és példaértékű önszerveződő közösségekre, akik támogatói és megvalósítói a tudatos és egészséges fogyasztásnak, és akik hozzá tudnak járulni a helyi gazdaság és turizmus fejlesztéséhez. Ilyen típusú kezdeményezések tekinthetők a *vásárlói közösségek*, melyek keretében a gazdálkodók és vásárlóik alkotnak közösséget, oly módon, hogy az együttműködés a termelő és a fogyasztó számára is előnyös. A termelő elsődleges előnye, hogy közvetlen és hosszú távú kapcsolatot tud kiépíteni a fogyasztóival, helyben tudja értékesíteni minőségi termékeit, ezáltal költséghatékonyan és optimálisan tud működni. A fogyasztó előnye pedig hogy egészséges és biztos forrásból szerezheti be élelmiszereit, hozzájárulva egészségi állapotának megőrzéséhez és a helyi gazdaság fejlődéséhez.

Anyag és módszer

A primer felmérés során négy olyan település (*Kecskemét, Esztergom, Érd, Csömör*) fogyasztói körében kérdőívetem 54 hallgató bevonásával¹, ahol már működnek vásárlói közösségek. A kutatás célja volt feltárni, hogy ezen eltérő területi és demográfiai sajátosságokkal rendelkező *városi és vidéki terekben élő fogyasztók hogyan viszonyulnak a helyben előállított élelmiszerekhez*, és hogy fogyasztói magatartásukat tekintve mennyire fontos számukra ezen élelmiszertermékek fogyasztása, hozzáférhetősége. A bevásárló közösségekben a helyi és közeli termelők, magas hozzáadott értékű termékeit lehet megvásárolni, ezért a terjeszkedési/fejlesztési lehetőségeik feltárása szempontjából fontos információnak számít, hogy a fogyasztók körében van-e kereslet/igény ezen élelmiszertermékek iránt. A mintaterületek közül kettő

– Érd és Csömör – a budapesti agglomeráció részét képezi, ami a vizsgálat szempontjából kulcsfontosságú. Súlyponti kérdése a kutatásnak, hogy ezen speciális terekben van-e létjogosultsága a vásárlói közösségeknek. Az előzetes kérdőíves felmérés során 561 főt sikerült megkérdezni, azonban állandó lakhellyel csak 493-an rendelkeztek, ezért a kutatás szempontjából ezen válaszadók jelentették a releváns célcsoportot. *A kérdőíves felmérés 2016 április 18 és 24 között zajlott.* A mintavétel önkényes volt és nem reprezentatív, de cél volt a demográfiai jellemzők szerinti minél heterogénebb mintavétel.

A kérdőíves adatbázis feldolgozásához az IBM SPSS Statistics 20 nevű statisztikai programcsomagot használtam. Az eredmények feldolgozásánál az általános leíró jelleg mellett megtörtént az egyes ismérvek közötti függőségi kapcsolatok feltárására a *kereszt-tábla-elemzés* segítségével. A kapcsolat meglétét a Pearson-féle Chi-square segítségével teszteltem. A kapcsolatok erőségének vizsgálatára pedig a Cramer's V, Gamma és Eta asszociációs együtthatókat alkalmaztam.

Vásárlói közösségek - a helyi élelmiszerek alternatív értékesítési lehetősége

Az élelmiszervásárlói közösségek olyan alulról szerveződő kezdeményezések, amelyek a helyi élelmiszertermelést és értékesítést támogatják. Ezek a jó gyakorlatok alapjaiban reformálhatják meg az egyre inkább globalizálódó élelmiszerfogyasztói magatartásokat, hiszen a gyakorlatba ültetik a fenntartható élelmiszertermelés és fogyasztás alapelveit, közösségépítő erejük van, erősítik a kis gazdaságokat és segítik a *vidéki térség fennmaradását* (TVE, 2016). Számtalan kutatás bizonyította a helyi élelmiszerek pozitív hatásait. Káposzta és szerzőtársai (2015) például a hungarikumok

¹ Szent István Egyetem, Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök alapszakos, másodéves hallgatók



területi jelentőségének a vizsgálatok arra a megállapításra jutottak, hogy a helyi termékek közvetve és közvetlenül is pozitívan hatnak a terméklánc szereplőire és a lokalitásra.

Hazai viszonylatban kevés kutatás foglalkozott a rövid élelmiszer rendszerek vizsgálatával (pl.: ESSRG, AKI, MTA KRTK, ÖMKI, Kaposvári Egyetem, Széchenyi István Egyetem, Campden BRI, stb.), viszont a jelenlegi, 2014-2020-as programozási időszakban a figyelem középpontjába kerültek. A globalizálódott kiskereskedelem hosszú távú fenntarthatóságával szemben támasztott aggályok valamint az egészségtudatos élelmiszerfogyasztói magatartás markánsabb jelenléte következtében az Európai Unió vidékfejlesztési szakpolitikájában nagy hangsúlyt fektet az ilyen típusú értékesítési láncok népszerűsítésére, fejlesztésére és a minőségi, lokális élelmiszertermékeket előállító kistermelők közvetlen piacra juttatásának az elősegítésére. Magyarországon is megnőtt az igény a rövid ellátási láncok hálózatának kialakítása és fejlesztése iránt, a kínálati és a keresleti oldalról egyaránt, ezért Magyarország a 2014-2020-as Vidékfejlesztési Programjában ezen igény kielégítésére kialakította a *Rövid Ellátási Lánc Tematikus Alprogramot (REL)*, melynek keretében 33,5 milliárd forint fordítható ezen törekvésekre. A hazai kistermelők körét jellemzően az egyéni és mikro vállalkozások alkotják, akiknek a többsége nem rendelkezik a megfelelő mértékű szaktudással, jogszabályi ismerettel, érdekérvényesítő és pályázó képességgel ahhoz, hogy bekapcsolódjanak a rövid értékesítési csatorna vérkeringésébe. Az alprogram azoknak a kulcsfontosságú területeknek a fejlesztésére koncentrálna, amelyeknél a kistermelők esetében igen komoly hiányosságok azonosíthatóak. Ezeket a célokat harmonizálták és összekapcsolták további nemzeti stratégiákkal és fejlesztési programokkal, melyek tételesen a következők:

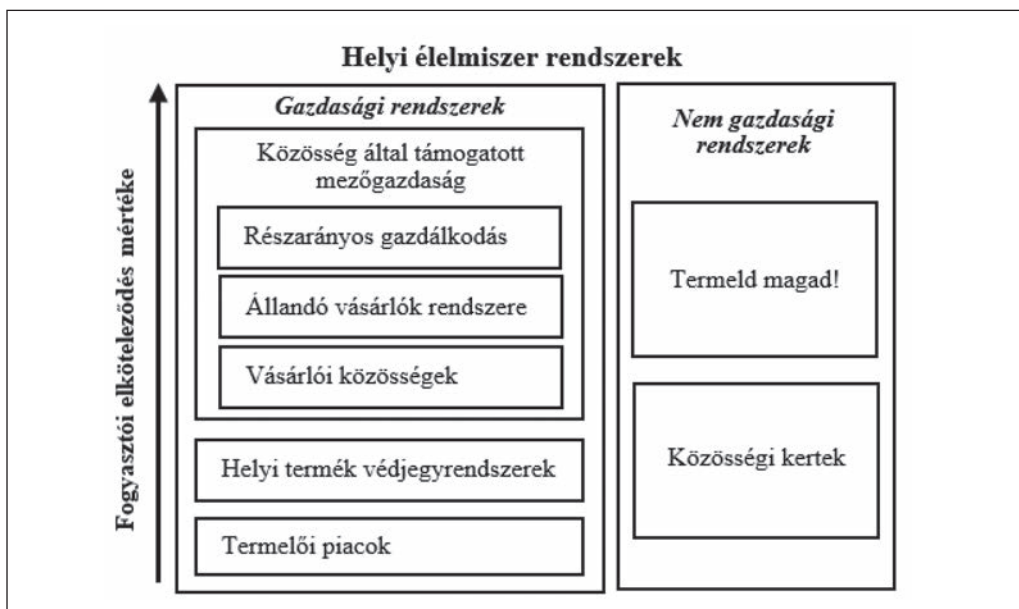
- Élelmiszerlánc-biztonsági Stratégia 2013-2022,

- Nemzeti Vidékstratégia,
- Magyarország közép és hosszú távú élelmiszeripari fejlesztési stratégiája,
- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program. (VP 2014-2020)

A hazai és a nemzetközi szakirodalomban számtalan definícióval fogalmazzák meg a rövid ellátási lánc lényegét. Az Európai Parlament és a Tanács 1305/2013/EU rendeletében nagy mozgásteret ad a tagállamoknak a saját igények szerinti REL fogalmak megalkotásához. Az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alap rendeletének meghatározása szerint „... olyan ellátási láncot jelent, amelyet kevés számú gazdasági szereplő alkot, akik elkötelezettek az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők, feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt.” (Kujáni, 2015) A tematikus alprogram megfogalmazásában a rövid ellátási láncok „... a termelők és termelők csoportosulása a fogyasztóknak, vagy fogyasztók csoportosulásának közvetlenül, vagy egy közvetítőn keresztül értékesíti élelmiszer-termékét.” (VP 2014-2020, 856 p.)

A helyi élelmiszer rendszerek lerövidítik a fizikai távolságot a termelő és a fogyasztó között, teret adnak a személyes kapcsolatok kialakulásának és a jellemzően ökológiai gazdálkodásból származó helyi élelmiszerek piacra jutásának, közvetlen értékesítésének.

A helyi élelmiszer rendszereknek a fogyasztói elköteleződés mértéke szerint egyre több formája ismert. Vadovics és Hayes (2007) tipizálása nyomán Réthy és Dezsény (2013, 5 p.) az 1. ábrán látható rövid élelmiszerlánc típusokat **különbözteti meg egymástól**. A szerzők a helyi élelmiszer rendszereket két nagy csoportba kategorizálják. Megkülönböztetik az úgynevezett „gazdasági rendszereket”, melyek alapját a gazdák és a fogyasztók közötti együttműködés adja valamint a „nem gazdasági rendszereket”, melynek keretében a fogyasztók saját maguk is termelnek otthonaikban vagy az



1. ábra

Helyi élelmiszer rendszerek a fogyasztói elköteleződés mértéke szerint

Forrás: Vadovics és Hayes (2007) nyomán Réthy-Dezsény (2013, 5 p.)

egyre divatosabbá váló „közösségi kertekben”. A gazdasági rendszereken belül megkülönböztetik a „közösség által támogatott mezőgazdaságot” és azok altípusait valamint a „helyi termék védjegyrendszereket” és „a termelői piacokat”. Látható, hogy a fogyasztói elköteleződés mértéke a közösség által támogatott mezőgazdasági rendszerek esetében a legmagasabb. Tanulmányomban a gazdasági rendszerek, azon belül is a közösség által támogatott mezőgazdaság ernyője alatt működő vásárlói közösségek **jelentik a fókuszpontot, melyek a rövid élelmiszerellátó rendszer viszonylag új és innovatív csatornájának tekinthető.**

A vásárlói közösségek a helyi élelmiszerek népszerűsítésében, a helyi gazdák támogatásában és a fenntartható élelmiszertermelés mellett kötelezték el magukat. A vásárlói közösségek jelenleg még gyerekcipőben járnak hazánkban, de számos helyi gazdaságot és turizmust serkentő látens potenciállal bír-

nak. Hazánkban jelenleg **12 darab vásárlói közösség** működik országszerte. A jelenlegi programozási időszakban lehetősége van dinamikus fejlődni a rövid élelmiszer ellátási lánc ezen innovatív formájának. A vásárlói közösségek magas hozzáadott értékű, biztos és visszakövethető forrásból származó, helyi élelmiszereket kínálnak a tagoknak és a vásárlóknak. Ezek a közösségek 50 maximum 80 km-es körzetből származó gazdáknak az élelmiszereit forgalmazzák, termelői áron. Azáltal, hogy az adott térség gazdáinak a termékeit értékesítik, közkincsé és jobban elérhetővé teszik a helyi kézműves és többnyire öko gazdálkodásból származó minőségi élelmiszertermékeket. Ugyanakkor közösségépítő szerepük is figyelemre méltó, hiszen az élelmiszerellátási feladatok megszervezése és lebonyolítása mellett ezek a közösségek több olyan programot is szerveznek, amelynek keretében élő népzene mellett alkalom nyílik közös nagy főzésekre, a beszállító gazdáknál történő látogatásra, az



együtt töltött idő örömeinek a megélésére a közösségi tagok körében stb.

Kérdőíves felmérés eredményei

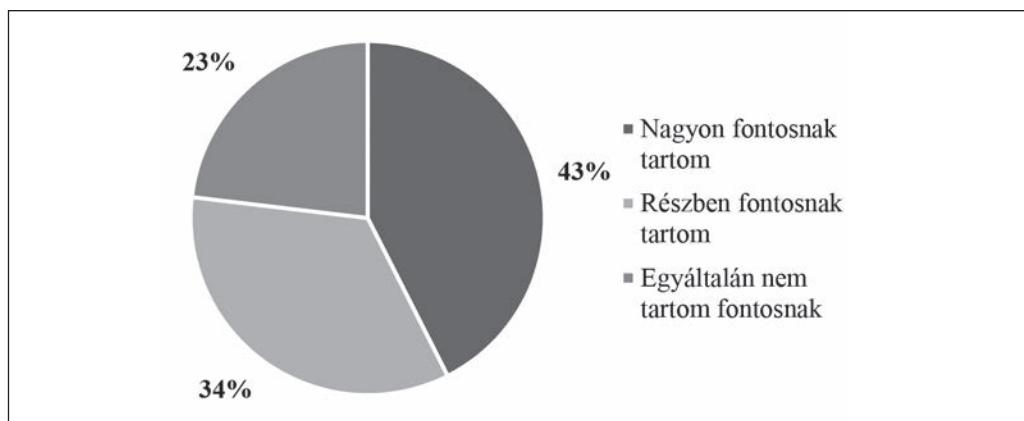
A mintában szereplő válaszadók közel 36%-a csömöri, 27%-a kecskeméti, 21%-a esztergomi és 16%-a érdi lakos. A válaszadói hajlandóság a férfiak (61%) körében volt nagyobb. A minta átlagos életkora 38 és 47 év között mozgott. Cél volt, hogy változatos korosztály szerepeljen a mintában, amit sikerült elérni. A legfiatalabb válaszadó 16, míg a legidősebb 85 éves volt. Mind az iskolázottság, mind pedig a foglalkozás és a jövedelmi helyzet tekintében sikerült széles válaszadói kört elérni.

A lokális élelmiszerekkel kapcsolatos attitűdök

Kutatásom szempontjából kardinális kérdés volt annak vizsgálata, hogy hogyan viszonyulnak a megkérdezettek a helyben előállított élelmiszerekhez és hogy fogyasztói magatartásukat tekintve mennyire fontos számukra ezen élelmiszerek fogyasztása. A bevásárló közösségekben a helyi és közeli termelők, magas hozzáadott értékű termékeit lehet megvásárolni, ezért a terjeszkedési/fej-

lesztési lehetőségeik feltárása szempontjából tudni kell azt, hogy a fogyasztók körében van-e kereslet/igény ezen termékek iránt. A válaszadók 43%-nak nagyon fontos és 34%-nak részben fontos, hogy helyi élelmiszerekhez jusson hozzá. A válaszadóknak csupán a 23%-a mondta azt, hogy ezt egyáltalán nem tartja fontosnak (2. ábra). **A kapott válaszok alapján megállapítható, hogy egyre nagyobb fogyasztói szegmens érdeklődik a minőségi, helyi élelmiszerek iránt.**

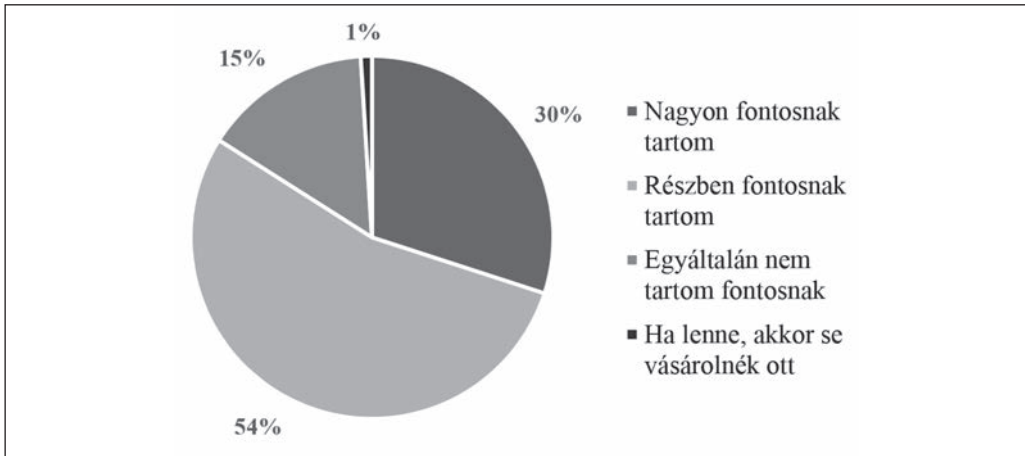
A fogyasztói magatartásról sokat elárul az, hogy milyen szempontok alapján hozza meg a vásárló az élelmiszervásárlási döntéseit és hogy milyen szempontokat tart fontosnak ezen folyamat során. A válaszok átlagai alapján nem meglepő módon fontos a megkérdezetteknek, hogy minden elérhető legyen egy helyen. Ez felgyorsult világunk és fogyasztói társadalmunk alapelvárása. A válaszadók árérzékenyek és fontos számukra az élelmiszertermék minősége is. Ugyancsak a fogyasztói tudatosság felerősödésének a jeleit mutatja, hogy a megkérdezetteknek fontos a magyar eredet és az egészség. Átlagosan inkább fontos élelmiszervásárlásaik során a bolt és az élelmiszermárka ismertsége, a család és barátok ajánlása valamint a környezettudatosság.



A helyben előállított élelmiszerek vásárlásának lehetősége

Forrás: Saját kutatás (2016)

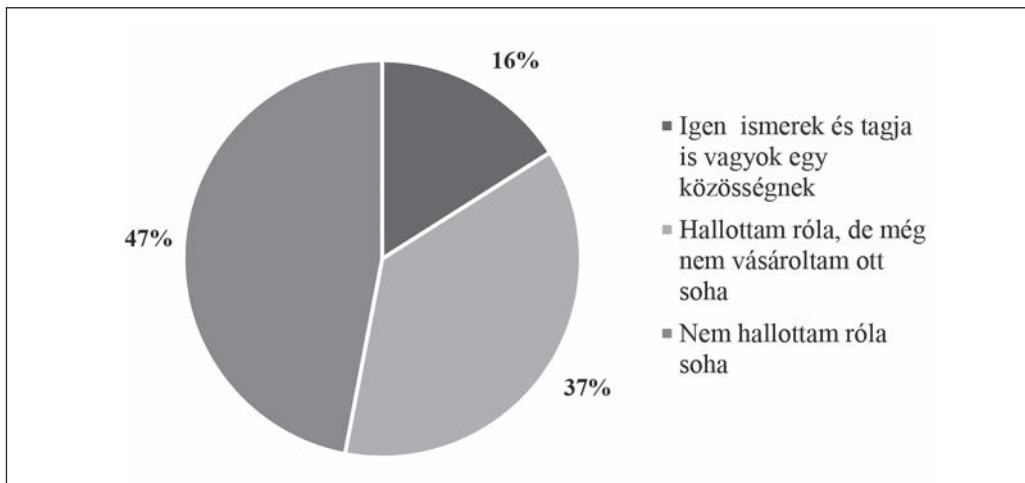
2. ábra



3. ábra

Mennyire tartaná fontosnak, hogy olyan élelmiszerboltok legyenek a településén, ahol csak helyi és magyar termelők élelmiszerei lennének kaphatóak?

Forrás: Saját kutatás (2016)



4. ábra

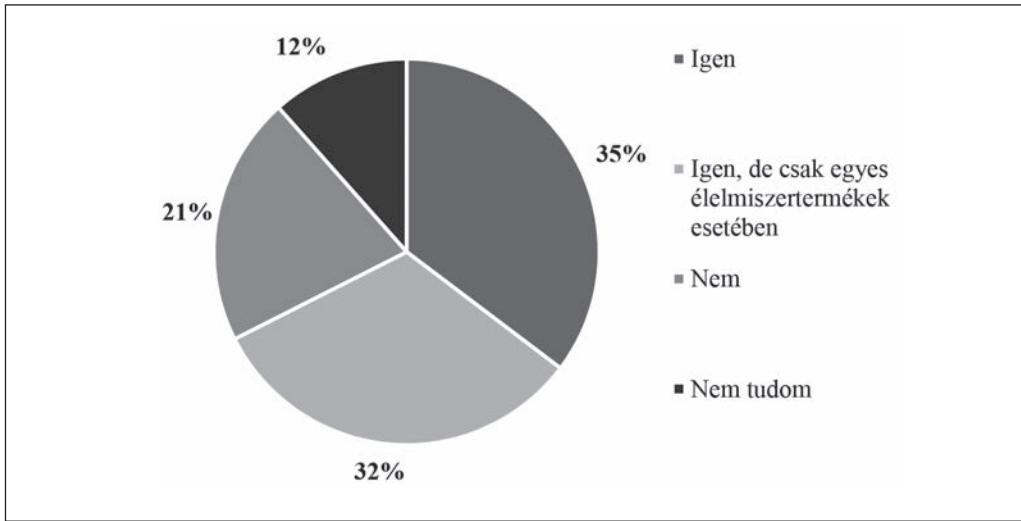
Ismer Ön konkrét bevásárló közösséget, ahol helyi és kizárólag magyar élelmiszereket lehet vásárolni?

Forrás: Saját kutatás (2016)

A vásárlói közösségek ismertsége

A megkérdezettek 30%-a nagyon fontosnak, míg 53%-a részben fontosnak tartja, hogy településén legyen olyan élelmiszerbolt, ahol kifejezetten helyi és magyar eredetű élelmiszertermékeket forgalmaznának (3. ábra).

A megkérdezettek 16%-a tagja a településén működő vásárlói közösségnek. A 37%-uk hallott már róla, de még soha nem vásárolt ott. A válaszadók közel fele, 47%-a még soha nem hallott a helyi bevásárló közösségről (4. ábra). A hazai közösségek alapvetően nonprofit módon működnek, melynek következtében nem



5. ábra

Hajlandó lenne valamelyest többet fizetni a helyi élelmiszerekért, amelyek a helyi gazdaságot támogatnák?

Forrás: Saját kutatás (2016)

tudnak sokat költeni marketingtevékenységre. Többnyire internetes fórumon hirdetik, menedzselik magukat, ami nem ér el minden potenciális fogyasztót.

Nyilvánvalóan van olyan szegmens is, aki nem szeretne vagy nem tud változtatni élelmiszerfogyasztói magatartásán. Ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy tekintettel arra, hogy szinte közvetlenül a termelőtől lehet megvenni ezeket az élelmiszereket, viszonylag alacsony, termelői áron lehet hozzájuk jutni. A fogyasztókban még az a sztereotípiát él, hogy ezek az élelmiszerek nagyon drágák és megfizethetetlenek, de ez a vásárlói közösségek által kínált élelmiszerek esetében koránt sem igaz.

Azon válaszadók, akik vásárolnak bevásárló közösségekben tisztában vannak azzal, hogy azáltal, hogy a helyi élelmiszerek mellett döntenek, mindamelllett, hogy egészséges, biztos forrású élelmiszerhez jutnak, támogatják a helyi gazdaságot és a helyi termelőket. A helyi identitás formálásában is jelentős szerepe van az ilyen közösségeknek, hiszen különféle

programjaikkal közösségfejlesztő tevékenységet is folytatnak. A vásárlói közösségekben vásárló válaszadók 69%-a mondta azt, hogy a vásárlói közösséghez való tartozása erősíti a helyi identitástudatát.

Arra is megkértük ezen válaszadókat, hogy néhány szóban fogalmazzák meg, hogy mit jelent számukra a vásárlói közösség tagjának lenni. A leggyakrabban a következő jelzőket használták: minőség, bizalom, helyi termékek, egészséges, kölcsönösség, közösség, barátok. Ezek a hívószavak teljes mértékben összecsengenek a közösség által támogatott mezőgazdaság, azon belül a vásárlói közösségek működési alapelveivel. A megkérdezettek 35%-a mondta azt, hogy hajlandó lenne valamelyest többet fizetni a helyi élelmiszerekért, míg 32%-uk bizonyos élelmiszertermékek esetében lenne hajlandó erre. A válaszadók 21%-a nem fizetne többet a helyi élelmiszerekért. (5. ábra).

A gyümölcsök, zöldségek, tojás, tejtermékek, húsfélék és pékáruk esetében a válaszadók 32%-ka hajlandó lenne többet fizetni.



Jellemzően tehát az alapélelmiszerek esetében lennének hajlandóak meghozni ezt az anyagi áldozatot.

Az összefüggés vizsgálatok eredményei

A keresztábra-elemzés segítségével megvizsgáltam, hogy kimutatható-e szignifikáns kapcsolat a válaszadók neme, foglalkozása, állandó lakhelye (független változók) és a kérdőív kérdéseire adott válaszok (függő változók) között. Alapvetően gyenge összefüggések voltak azonosíthatóak, de úgy gondolom, hogy mindenképpen jelzésértékűek. Az élelmiszervásárlások során az egészségtudatosság fontosságának a megítélése szignifikánsan függ a válaszadó nemétől ($\chi^2=31,464$; $df=5$; $p=0,000$). A kapcsolat közepesen erős ($Eta=0,253$). A női válaszadók élelmiszervásárlása során az egészségtudatosság markáns fontosságú, míg a férfiaknál ez a szempont fontos ugyan, de nem olyan mértékben, mint a női válaszadók esetében.

A női válaszadók azért szeretnek vásárolni a bevásárló közösségekben, mert ezáltal, hogy a helyi élelmiszertermékeket preferálják, hozzá tudnak járulni a helyi termelők támogatásához ($\chi^2=5,810$; $df=1$; $p=0,016$). A szignifikáns kapcsolat közepes erősségű ($Eta=0,268$). A bevásárló közösségek ismertsége szignifikáns eltérést mutat a vizsgált települések szintjén ($\chi^2=77,617$; $df=6$; $p=0,000$). A kapcsolat közepes erősségű a Cramer's V mutató értéke alapján (0,281). A településükön működő bevásárló közösségekkel kapcsolatban a csömöri válaszadók a legtájékozottabbak, sőt mi több sokan tagjai is a közösségnek. A másik három település válaszadóinak jelentős hányada nem ismeri azt. Nyilván e mögött az húzódik meg, hogy Csömör egy kis település és ennek okán sokkal gyorsabban eljut a lakossághoz egy újfajta kezdeményezés, szolgáltatás megjelenése. A másik három település jóval nagyobb mint Csömör és abból kiindulva, hogy a bevásárló közösségek jellemzően nonprofit

módon működnek, nem tudnak sokat fordítani a klasszikus marketingkommunikációra és többnyire az online térben népszerűsítik, menedzselik tevékenységüket, ami által egy kisebb fogyasztói szegmenst képesek elérni.

Következtetések és javaslatok

Az alternatív értékesítési csatornák számára adott a támogató közeg, hiszen az Európai Unió és Magyarország is támogatja a fenntartható élelmiszerellátó hálózatok kialakítását és a jelenlegi vidékfejlesztési politikájukban prioritásként kezelik a kisgazdaságok közvetlen piacra juttatását és ily módon, a piacon való, megfelelő ár/érték arányú élelmiszerek megjelenésének az elősegítését. Természetesen nem szabad túlbecsülni a rövid élelmiszerellátó láncokat, de megítélésem szerint mindenképpen támogatni kell őket, hiszen körülbelül 18 000 családi gazdálkodó és 11 700 kistermelő van ma Magyarországon, akik ki tudják szolgálni a helyi igényeket és optimális működésükkel nem csak a fogyasztói elégedettséghez, hanem a helyi gazdaságfejlesztéshez is hozzá tudnak járulni. Ugyanakkor az sem elhanyagolandó tény, hogy a mai iparosított élelmiszerellátó rendszerek hosszú távon nem fenntarthatóak és nem járulnak hozzá közvetlenül a helyi gazdaság fejlődéséhez, a helyi közösség összekovácsolásához, a „jólétéhez”, identitásának és lokális értékeinek megőrzéséhez, a környezetkíméléshez, a mezőgazdasági foglalkoztatottság megőrzéséhez és mindezek összességéként a vidék klasszikus értelemben vett jellegének megőrzéséhez, „életben tartásához”... Fontos megjegyezni azt is, hogy a közösség által támogatott mezőgazdasági rendszerek (ideértve a bevásárló közösségeket is) a jelenlegi kontextusban nem alkalmasak arra, hogy leváltsák a nagyipari élelmiszerellátó rendszereket és nem is céljuk. Csupán ezen rendszerek mellett illetve azok kiegészítése képen működőképeseek. A cél mindenképpen az, hogy felhívja a figyelmet



arra, hogy ellehet és el is kell mozdulni egy gazdasági-, társadalmi-, szociális-, környezeti- és kulturális szempontból fenntarthatóbb irányba. A helyi közösségekben meglátásom szerint kódolva van az önfenntartás bizonyos foka, amely a megfelelő támogató közeg és a helyi gazdaságfejlesztésben olyan gyakran emlegetett „helyi hősök” közösséget aktivizáló munkája révén felébreszthető és életképesen működtethető. Az a sok jó gyakorlat, amely hazai és nemzetközi viszonylatban megvalósult az utóbbi évtizedekben, ezen törekvések mentén, ékes bizonyítékai a helyi élelmiszer rendszerek létjogosultságának.

A magyarországi bevásárló közösségek a helyi közösségre és gazdaságra gyakorolt hatásai mellett, számtalan lehetőséget hordoznak magukban a helyi turizmus kapcsán is. A helyi élelmiszertermékek és az értékesítésüket szorgalmazó hagyományos és alternatív (pl. bevásárló közösség típusú boltok) helyi élelmiszer rendszerek, közvetve és közvetlenül hozzá járulnak a vidéki gazdasághoz és a helyi értékek közvetítéséhez. Bízom benne, hogy a jelenlegi programidőszakban az ezen csatornákat és szereplőiket támogató Európai

Unió források hatékonyan felhasználásra kerülnek és multiplikatív módon pozitív hatást gyakorolnak majd a lokális terekre. Természetesen ehhez elengedhetetlen az, hogy az adott település vagy térség rendelkezzen a sikeresség néhány fontos tényezőjével, melyek Molnár (2013, 65 p.) szerint a következők: „jól körülhatárolt, hasznosítható helyi adottságok; innovátor mag (kezdeményező erő); hiteles településvezetés; az innovátor mag és a településvezetés közötti szinkron; a jövőtervek „beágyazása” a helyi közösségbe; tevékeny közösség; pozitív „shadow-hatás”; kedvező közlekedés, földrajzi elérhetőség; pozitív belső imázs; pozitív külső imázs.”

A kérdőíves eredmények alapján megállapítható, hogy egyre nagyobb fogyasztói szegmens érdeklődik a minőségi, helyi élelmiszerek iránt és felerősödni látszik az egészségtudatos és fenntartható élelmiszervásárlás igénye. A helyi élelmiszer rendszerek, azon belül is a bevásárló közösségek kialakításához és optimális működtetéséhez elengedhetetlennek tartom az átgondolt és tudatos tervezést. A területi tervezés Tóth-Káposzta (2014, 17 p.) megfogalmazásában nem más mint „... a

1. táblázat

A vásárlói közösségek tudatos fejlesztésének speciális lépései

Helyzetfeltárás	I. lépés: A bevásárló közösség lehetséges szereplőinek a feltérképezése (helyi gazdák, fogyasztók, kosár szervezők)
	II. lépés: A helyi adottságok értékelése és az érintettek igényeinek és elvárásainak vizsgálata
Stratégia kialakítása	III. lépés: Stratégiai célok kitűzése
	IV. lépés: A bevásárló közösségek lehetséges modelljének, fejlesztési forgatókönyvének kidolgozása
	V. lépés: Hatásvizsgálatok
Operatív programozás	VI. lépés: Javaslatok a célokkal konform eszköz- és intézményrendszerre (pénzügyi erőforrások, nem pénz jellegű eszközök, a célok megvalósításának szervezeti /jogszabályi keretei és humánerőforrásai)
	VII. lépés: Megvalósítás
	VIII. lépés: Monitoring

Forrás: Tóth (2005) alapján átdolgozva



különböző területi szintekben kialakítandó területi fejlődés befolyásolásának eszköze, mely tudatos és többlépcsős, jól strukturált tervezési folyamatban testesül meg, a fejlesztés hatékonyságának és a célzott jólét, társadalmi megelégedés növelése érdekében". Nagyon fontos annak figyelembevétele, hogy minden helyi gazdaság más és más adottságokkal rendelkezik és ezeket figyelembe véve és ezekhez alkalmazkodva lehet csak tervezni. Káposzta és szerzőtársai (2012) tanulmányukban rendszereztek a vidéki területek fejlesztésével foglalkozó rendszer-elméleteket és ők is arra a megállapításra jutottak, hogy a fejlesztési koncepcióknak igazodni kell a lokális sajátosságokhoz. Ehhez nyújthat segítséget a kosár szervezőknek a Tóth által 2005-ben kidolgozott fejlesztési folyamat átdolgozott változatának (1. táblázat) a gyakorlatba ültetése.

A kutatás lehetséges folytatásaként a jó gyakorlatok gyűjtése és a további szereplők körében végzendő primer kutatásokkal elősegíthető a bevásárló közösségek mintamodelljének a kialakítása.

Köszönetnyilvánítás

A tanulmány AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.



Irodalomjegyzék

Élelmiszerlánc-biztonsági **Stratégia 2013-2022**

Gyulai I. (2012): A fenntartható fejlődés. Ökológiai Intézet a Fenntartható Fejlődésért Alapítvány Kiadó, Miskolc, 105 p. http://www.mtvsh.hu/dynamic/fenntart/a_fenntarthato_fejlodes.pdf

Káposzta J.-Goda P.-Nagy H.-Nagy A. (2012): The synthesis of system analyses in the

development of rural areas. Roczniki auk rolnicznych seria g ekonomiki rolnictwa. 99 (3) 21-26. pp.

Káposzta J.-Ritter K.-Kassai Zs. (2015): Hungarikumok területi jelentőségének vizsgálata, különös tekintettel a pálinkára. Tér és Társadalom. 29 (4) 139-153. pp.

Khademi-Vidra A. (2013): A fogyasztók döntéseit meghatározó stílusjegyek klasszifikációja. 165-180 pp. In: Sikos T. T. (szerk.): A válság hatása a kiskereskedelemre. Szent István Egyetemi Kiadó, 298 p.

Kujáni K. (2014): Fenntarthatósági és rövid ellátási lánc modellek alkalmazásának hazai vizsgálata – adaptációs lehetőségek a homokháti tanyavilág esetében. Doktori Értekezés. 188 p.

Magyarország – Vidékfejlesztési Program 2014-2020

Magyarország közép- és hosszú távú élelmiszeripari fejlesztési stratégiája 2014-2020

Nagyné Molnár M. (2013): Factors of success in case of local society. Deturope: central european journal of tourism and regional development. 5 (3) 63-70. pp.

Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020

Réthy K.-Dezsény Z. (2013): Közösség által támogatott mezőgazdaság. Útmutató gazdálkodóknak a rövid élelmiszerláncokról és a termelői-fogyasztói közösségek létrehozásáról. Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet Kiadó, Budapest, 28 p. http://orgprints.org/26263/1/kozosseg_altal_tamogatott_mezogazdasag.pdf

Tóth T. (2005): A területi tervezés és programozás főbb módszerei és a fejlesztés lehetőségei. Doktori Értekezés, 150 p., Gödöllő

Tóth T.-Káposzta J. (2014): Tervezési módszerek és eljárások a vidékfejlesztésben. Elmélet. Szent István Egyetemi Kiadó Nonprofit Kft., Gödöllő, 163 p.

Tudatos Vásárlók Egyesülete (2016): Közösségi mezőgazdálkodás. <http://tudatosvasarlo.hu/csa>



Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások értékelése Hajdúböszörményben

**Dr. Horváth Péter,
Uzonyi Antal**

Magyarország 2004. május 1-én történő Európai Unió csatlakozása után a vidékfejlesztés előtérbe kerülése mellett, maga az agrárszektorunk is nagy lehetőség kapujába került. Nem elhanyagolható tény azonban, hogy csatlakozásunk kötelezettségeket is rótt hazánkra, de mindemellett különböző pénzügyi források, illetve támogatási jogcímek nyíltak meg országunk előtt. Nagy jelentőség tulajdonítható ugyanakkor annak, hogy a csatlakozást követően hazánk számos támogatási forrásból (pl.: operatív programok) részesülhetett, amelyekből meghatározó szerepet töltenek be az agrár- és vidékfejlesztési célú támogatások. Ezen szubvenciók finanszírozása kezdetben az Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garancia Alap (EMOGA), majd 2007-től a közvetlen támogatások finanszírozására létrehozott Európai Mezőgazdasági Garancia Alap (EMGA) és a vidékfejlesztési célú támogatások finanszírozására szolgáló Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap (EMVA) révén valósult, illetve mind a mai napig valósul meg. A támogatások létjogosultságát mi sem jelzi jobban, mint hogy jelenleg a magyarországi gazdálkodók

éves jövedelmének kb. 70%-át támogatások képezik, amely százalékos érték megfelelően reprezentálja a téma aktualitását, nem mellékesen fontosságát is (Tóth, 2017).

A fent leírtakon túl elmondható, hogy a támogatások terén kétpólusúság figyelhető meg, hiszen egyrészt lehetőséget teremtenek a gazdálkodóknak a pénzügyi terheik csökkentésére, valamint a gazdaságuk további fejlesztésére, másrészt pedig problémák generálásához is vezethetnek, mivel az EMVA-ból finanszírozott támogatásokat különböző okok (pl.: üzemméret, intenzitás, pályázati feltételek) eredményeként, nem mindenki tudja igénybe venni. Ezzel szemben az EMGA-ból finanszírozott jövedelemkiegészítő közvetlen támogatások folyósítása nélkül, rengeteg gazdaság válna életképtelenné.

Kiemelendő azonban, hogy Hajdúböszörményben a tradíciók mellett a rendkívül kedvező talajadottságoknak köszönhetően, a lakosság jelentős hányadának nyújt jövedelemkiegészítést vagy akár fő megélhetési forrást a mezőgazdaság.

A tanulmány általános célkitűzésként minél pontosabb képet szeretne kapni a



Hajdúböszörményben gazdálkodók támogatásokhoz kapcsolódó viszonyairól, továbbá kiemelten kezeli a gazdálkodók személyes véleményét és meglátásait is. A tanulmány egyrészt arra keresi a választ, hogy Hajdúböszörményben 2011-2015 között hogyan alakult az agrár- és vidékfejlesztési támogatások koncentrálttsága, másrészt pedig választ kaphatunk arra is, hogy a hajdúböszörményi gazdálkodók hogyan vélekednek az agrár- és vidékfejlesztési támogatásokról.

A téma beágyazottsága

A tanulmány központi témájának az agrár- és vidékfejlesztési támogatások tekintendők, amely témakör vonatkozásában elsőként Afrika és az USA, majd az Európai Unió, végezetül pedig Magyarország agrár- és vidékfejlesztési politikája kerül bemutatásra.

Afrikában az agrárvertikum támogatottsága a mezőgazdaság és a vidékfejlesztés erős kohézióján keresztül valósul meg. Ennek eredményeként célzott vidékfejlesztési program csak néhány ország esetében jelenik meg.

Míg az 1960-as években Afrika nettó élelmiszerexportőr volt, addigra manapság folyamatosnak mondhatóak az élelmezési vészhelyzetek és szinte minden ország nettó élelmiszerimportőrnek tekinthető. Ennek egyik fő oka az állami támogatások alacsony mértéke (Bello, 2008).

Az **USA** mezőgazdasága az elmúlt 100 évben jelentős változásokon ment keresztül, ugyanakkor az USA agrárpolitikája gazdasági súlyánál fogva komoly hatást gyakorol az EU Közös Agrárpolitikájára (KAP), így közvetett módon hazánkra nézve is (Popp, 2004).

A jelenleg hatályos, 2014-ben 956 Mrd dolláros költségvetéssel elfogadott farmtörvény 2023-ig lesz érvényben. Fontos kiemelni az új törvénnyel kapcsolatban, hogy megszűnik az 1933 óta tradicionálisan megjelenő közvetlen támogatások rendszere (AGRARSZEKTOR, 2015).

Megállapítható, hogy a közvetlen támogatások eltörlése érdekes helyzetet teremt a KAP-ra nézve. A jövőben pedig egyre nagyobb hangsúlyt fognak kapni a termésbiztosítási, illetve a legnagyobb növekedési potenciállal rendelkező környezetvédelmi programok (CBO, 2014).

Az Európai Unióban a vidékfejlesztés kérdésköre a **KAP** kialakulását (1962) követően válik tetten érhetővé, ugyanis a Közös Agrárpolitika reformtörekvései kapcsán a mezőgazdaság mellett egyre nagyobb hangsúlyt kapott a vidék népességeltartó és –megtartó szerepe, valamint az agrárkörnyezetvédelmi és a tájképi funkciók (Bálint et al., 2007).

Az 1990-es években felismerték, hogy a gazdasági fejlődés és következményei a vidék értékeit veszélyeztetik. Ennek következtében a veszély elhárítása és mérséklése érdekében a kilencvenes évek 2. felében született meg a vidékfejlesztési politika 4 alapdokumentuma: a Vidéki Térségek Európai Kartája (1995), a Cork-i Deklaráció (1996), a Buckwell jelentés (1997), valamint a KAP 2000 Munkadokumentum (1997).

A KAP – jelenlegi – 2014-2020-as költségvetési időszakra vonatkozó pénzügyi kerete 2013-ban került elfogadásra. Ennek értelmében az EMVA rendeltetése, hogy az Európa 2020 stratégiával (a növekedést és a munkahelyteremtést támogató uniós stratégia) összhangban hozzájáruljon a területi és környezetvédelmi szempontból kiegyensúlyozott, éghajlatbarát, az éghajlatváltozással szemben ellenálló, versenyképes és innovatív mezőgazdasági ágazat kialakításához (Massot, 2016; Ragonnaud, 2016).

Az EMVA költségvetésében a 2014-2020 közötti időszakra vonatkozóan 99,58 Mrd € lett előirányozva, ami a KAP költségvetésének 24,4%-át jelenti. Ezzel szemben az EMGA költségvetése 308,73 Mrd € keretösszegben került meghatározásra, amely összeg 94,35%-a (291,27 Mrd €) a mezőgazdasági termelőknek juttatott közvetlen kifizetésekre, míg 5,65%-a



(17,45 Mrd €) piacszervezési intézkedésekre fordítható (Ragonnaud, 2016; Massot, 2016).

Fontos megjegyezni, hogy az EU költségvetésében a KAP kiadásainak részaránya a nyolcvanas évek elején még 66%-ot képviselt, azonban folyamatosan csökkenő tendenciát mutatva, a 2014-2020 közötti időszakban már csak 37,8%-ot tesz ki (Massot, 2016).

Magyarország európai uniós csatlakozásának felkészülésében jelentős áttörést eredményezett, az újonnan csatlakozni kívánó országok számára elindított, előcsatlakozási segélyprogramok működésbe állítása. Az alapok sorából kiemelendő a SAPARD program, amely a mezőgazdaság és a vidék fejlesztésének támogatását foglalta magában (Sarudi, 2003).

A csatlakozást követő években (2004-2006) hazánk agrár- és vidékfejlesztési politikájának strukturális intézkedéseit az Agrár- és Vidékfejlesztési Operatív Program (AVOP), míg kísérő intézkedéseit a Nemzeti Vidékfejlesztési Terv (NVT) tartalmazta. A NVT a komplex vidékfejlesztést az AVOP intézkedéseivel összhangban valósította meg (Popp – Potori – Udovecz, 2005; Jámbor – Mizik, 2014).

A 2007-2013-as programozási időszak során a támogatások lehívására a tagállamoknak vidékfejlesztési stratégiát, végrehajtására pedig vidékfejlesztési programot kellett kidolgozniuk. Ennek alapján Magyarország 2007-2013 közötti időszakra vonatkozó vidékfejlesztési programját az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVVP) jelentette, míg a dokumentum stratégiai kereteit az Új Magyarország Vidékfejlesztési Stratégiai Terv (ÚMVST) tartalmazta (Baksa – Vásáry, 2013).

Hazánk 2014-2020-as költségvetési ciklusra vonatkozó új Vidékfejlesztési Programja (VP), – némi csúszással – 2015. augusztus 10-én került elfogadásra, ugyanis a 7 éves tervezési időszak első éve (2014), olyan átmeneti év volt, amely során minden tagállamnak elő kellett készíteni a KAP reform

teljes körű végrehajtását (EUROPAEU, 2015; EUROPAEU, 2013).

A KAP költségvetéséből Magyarország számára előirányzott keretösszege 12,3 Mrd €, melyből 3,45 Mrd € (0,49 Mrd €/év) támogatás, – kizárólag elektronikus támogatási kérelemmel – nyújtható be a II. pillér (vidékfejlesztés) műveleteire (Palakovics et al., 2016).

Kiemelendő, hogy a VP 1300 Mrd Ft-os pályázati keretének közel 90%-át meghirdették 2016-al bezárólag, és a fennmaradó keretösszeg még 2017-ben kiírásra kerül (NAK, 2017).

Anyag és módszer

A cikkben szekunder, illetve primer adatgyűjtéseken alapuló eredmények egyaránt megjelennek. A téma beágyazottságának feldolgozásához szekunder információforrásként a témát érintő hazai és nemzetközi irodalmi források mellett, internetes források is felhasználásra kerültek.

A támogatások koncentráltságának Hajdúböszörményben történő vizsgálata során az MVH közérdekű adatbázisában elérhető, a 2011-2015 közötti időszakra vonatkozóan rendelkezésre álló támogatási adatok felhasználására került sor, amellyel kapcsolatban fontos leszögezni, hogy a vizsgálati körben nem szerepelnek a Hajdúböszörmény külvárosaiban (Hajdúvid, Bodaszőlő, Pród) élő lakosok. A támogatási adatokkal kapcsolatos vizsgálatok Microsoft Excel program segítségével történtek, amelynek első lépéseként minden vizsgált évben kivételre kerültek azok a gazdálkodók, akiknek az adott évben az összes kifizetésre kerülő támogatás vonatkozásában csupán visszafizetési kötelezettsége keletkezett. Így csak és kizárólag a ténylegesen támogatásban részesültek maradtak a vizsgálati körben, amelynek eredményeként a vizsgálat alá vont 5 év (2011-2015) mindegyikében, évenkénti 1572 és 1640 fő közötti támogatásban részesült gazdálkodóról beszélhetünk. A fejezet első részében a kifizetett támogatások mind az 5 évre



vonatkozóan összességében, források szerinti, alapok szerinti, illetve támogatási jogcímek szerinti bontásban is szemléltetésre kerültek. A fejezet további részében a támogatások koncentráltságának mérésére érdekében, három koncentrációs mérési módszer (Lorenz-görbe, CR koncentráció, HH index) alkalmazása valósult meg.

A primer kutatás során az MVH közérdekű adatbázisában fellelhető, a 2015-ös évre vonatkozóan Hajdúböszörményben – agrár- és vidékfejlesztési – támogatásban részesültek körében kérdőíves felmérés zajlott le. Ennek keretében a 4. fejezetben (Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások koncentráltságának vizsgálata Hajdúböszörményben) alkalmazott adatbázis került felhasználásra, és elmondható, hogy az 1640 fő által alkotott teljes sokaságból 100 – előre kiválasztott – gazdálkodó válaszolt az összeállított kérdéssorra, amely 6,1%-os mintavételezési arányként értelmezhető.

Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások koncentráltságának vizsgálata Hajdúböszörményben

Magyarország Európai Unióhoz történő csatlakozását megelőzően elsősorban nemzeti, illetve egyéb nemzetközi szervezetek (pl.: Világbank) által folyósított agrár- és vidékfejlesztési támogatásokban részesült (Baksa – Vásáry, 2013).

A csatlakozást követően ugyanakkor hazánk számára egyre nagyobb forráskeretből nyílt lehetőség a támogatások lehívására, amelynek eredményeként az általam vizsgált évek (2011-2015) mindegyikében a megelőző évhez képest – nemzeti forrással együttesen – magasabb, míg együttesen 3143,7 Mrd Ft támogatási összeg került kifizetésre (MVH, 2016).

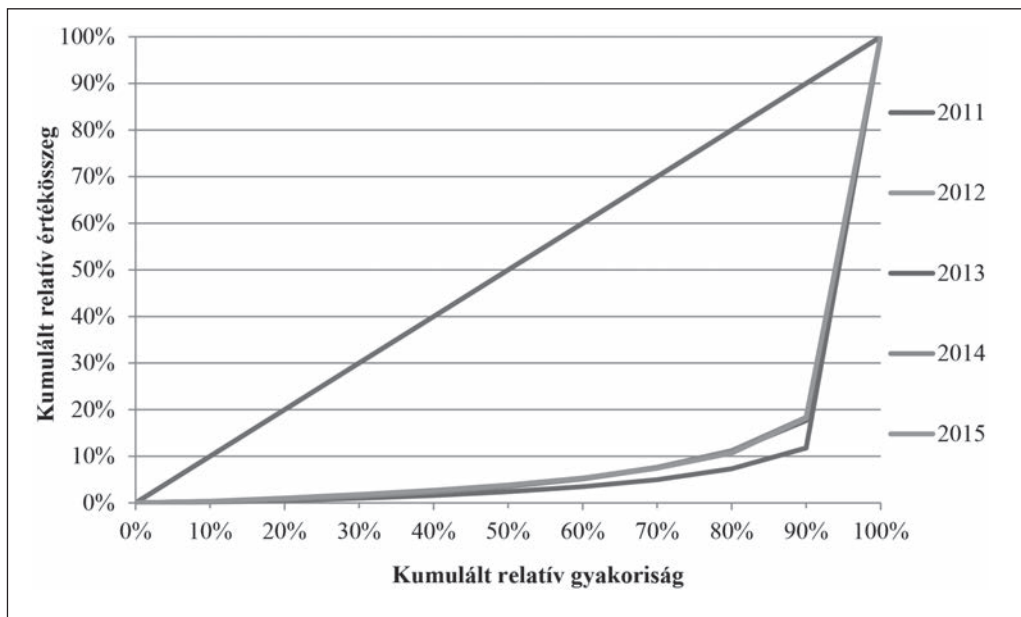
Igazodva az országos trendekhez 2011-2015 között települési szinten is évről-évre magasabb volt a kifizetett támogatások nagysága és

megfigyelhető, hogy míg 2011-ben 2,591 Mrd Ft, addig 2015-ben már közel kétszer akkora, 4,807 Mrd Ft támogatási összeg került kifizetésre. A kifizetett támogatásokról források szerinti bontásban vizsgálva elmondható, hogy a vizsgált időszakban a nemzeti forrásból finanszírozott támogatások 16-24%, míg az uniós forrásból finanszírozott támogatások 76-84% között alakultak, ami 5 éves átlagban 19,61% nemzeti és 80,39% uniós forrásból származó kifizetést jelentett (MVH, 2016).

Összességében a vizsgálat alá vont 5 évben (2011-2015) Hajdúböszörményben 18,365 Mrd forintnyi agrár- és vidékfejlesztési támogatás folyósítása valósult meg. Az egyes támogatási alapok részarányait elemezve megállapítható, hogy 2011 óta az EMGA kifizetési dominálnak, ami az elmúlt 5 évben együttesen, több mint 10 Mrd Ft (58,03%) kifizetett támogatási összeget eredményezett. Ezzel szemben az EMVA-ból nyújtott támogatásoknak köszönhetően az utóbbi 5 évben, 5 Mrd forintot meghaladó (29,17%) kifizetés realizálódott. A Nemzeti Alapból finanszírozott támogatások pedig, együttesen bő 2,3 Mrd forint (12,80%) támogatási összeget jelentettek (MVH, 2016).

Hajdúböszörményben a szóban forgó időszakban 96 jogcímen vettek igénybe agrár- és vidékfejlesztési támogatásokat. A legnépszerűbb jogcímként valamennyi évben a területalapú támogatások kifizetési (bő 7 Mrd Ft, 38,51%) dominálnak, amelyet a területalapú támogatáshoz kapcsolódó elkülönített cukortámogatás jogcím követ, mintegy 2 Mrd Ft (10,87%) kifizetéssel. A támogatási jogcímek sorában a 3. helyen az állattartó telepek korszerűsítése (1,343 Mrd Ft, 7,31%) jogcím áll, míg a további támogatási jogcímek mindegyike 1 Mrd Ft és 5% alatti részesedéssel rendelkezik (MVH, 2016).

Az 1. ábrán Lorenz-görbe segítségével, évek szerinti bontásban látható az összes kifizetett támogatás koncentráltságának alakulása Hajdúböszörményre vonatkozóan. Ennek



1. ábra

Támogatás koncentráció Hajdúböszörményben 2011-2015 között

Forrás: saját szerkesztés MVH, 2016 alapján

alapján kijelenthető, hogy a vizsgált évek mindegyikében magas volt a támogatások koncentrálttsága, és a legmagasabb koncentráció 2011-ben figyelhető meg. Kiemelendő továbbá, hogy a vizsgálat alá vont 5 évben (2011-2015) kiegyenlített volt a támogatások eloszlása, hiszen minden évben kevés támogatott kapott nagy összegű támogatást. Így összességében elmondható, hogy a legkoncentráltabb évben (2011) a támogatásban részesültek felső 10%-a rendelkezett a támogatások 88%-val, ezzel szemben a 2012-2015 közötti években a támogatásban részesültek felső 10% „csupán” a támogatások 81-82%-át kapta meg.

A CR koncentráció megmutatja, hogy a legnagyobb támogatásban részesült szereplők, mekkora részesedéssel rendelkeznek az összes kifizetett támogatásból. Az adatokat elemezve megállapítható, hogy 2011-ben a három legnagyobb támogatottra koncentráltott a támogatások közel 55%-a, továbbá

a vizsgált évek során ebben az évben volt a legmagasabb részarányú (33,98%) a legnagyobb támogatásban részesült szereplő (CR1) részesedése is. A további években mind a CR1, mind a koncentrációs arányszámok összegének tekintetében évről-évre csökkenő tendencia figyelhető meg, amelynek együttes következményeként 2015-ben már csak 28,4% volt a három legnagyobb támogatott részesedése (MVH, 2016).

Szintén a támogatások koncentrálttságának mérésére alkalmas mutató a Hirschman-Herfindahl index (HH index), amely minden vizsgált évben a támogatásban részesült szereplők összes kifizetett támogatásból való részarányának a négyzetösszegét jeleníti meg. Az elemzés során kirajzolódott, hogy az indexek értékét nagymértékben meghatározza a CR1 koncentrációs arányszám évenkénti változása, ami kihatással volt a HH indexek évenkénti alakulására (csökkenésére) is. Az index a legnagyobb értéket 2011-ben veszi fel



(0,1387), amely pedig alátámasztja a legkoncentráltabb (2011) évre vonatkozó Lorenz-görbe lefutását (MVH, 2016).

A kérdőíves felmérés eredményei

A kérdőíves felmérés 4 fő elkülönült tartalmi egységre tagolható, amelynek keretében először a válaszadók szociodemográfiai jellemzőinek, ezt követően a válaszadók gazdaságára vonatkozó eredményeinek, majd a válaszadók támogatásokkal kapcsolatos véleményeinek, végezetül pedig a válaszadók jövőbeli terveire vonatkozó elképzeléseinek feltárására került sor. A megkérdezettek életkorára vonatkozóan elmondható, hogy az 50 éves kor felettiek részaránya (66%) kiemelkedően magasnak tekintendő, ami az országos trendeknek megfelelően kitűnően reprezentálja az elöregedő gazdálkodói társadalmat, amely állítás alátámasztásaként megfigyelhető, hogy a 40 év alattiak (fiatal gazdák) mindösszesen 14%-os részesedéssel rendelkeznek.

A válaszadók által, a földtulajdon és a földhasználat alakulásával kapcsolatosan megadott legfontosabb számadatok alapján megállapítható, hogy a megkérdezettek mind-egyike (100 fő) földhasználattal rendelkezik. A 100 válaszadó használatában lévő összes földterület együttes nagysága meghaladja a 3900 hektárt, ami 1 gazdálkodóra vetítve átlagosan 39,34 hektárnyi földterületként jelenik meg. A művelési ágak tekintetében a szántó művelési ág rendelkezik a legnagyobb részesedéssel (87,92%), amelyet bő 10%-os részaránnyal – nagyságrendekkel lemaradva – a gyep, mint művelési ág követ.

A tevékenységi körökre vonatkozóan egyértelműen a növénytermesztés dominanciája figyelhető meg, hiszen valamennyi gazdálkodó (100 fő) foglalkozik növénytermesztéssel, míg vegyes gazdálkodást (növénytermesztés és állattenyésztés) csupán a kitöltők 27%-a végez. Elmondható továbbá, hogy 3 válaszadó esetében a vegyes gazdálkodási

forma egészül ki erdőgazdálkodási tevékenységgel.

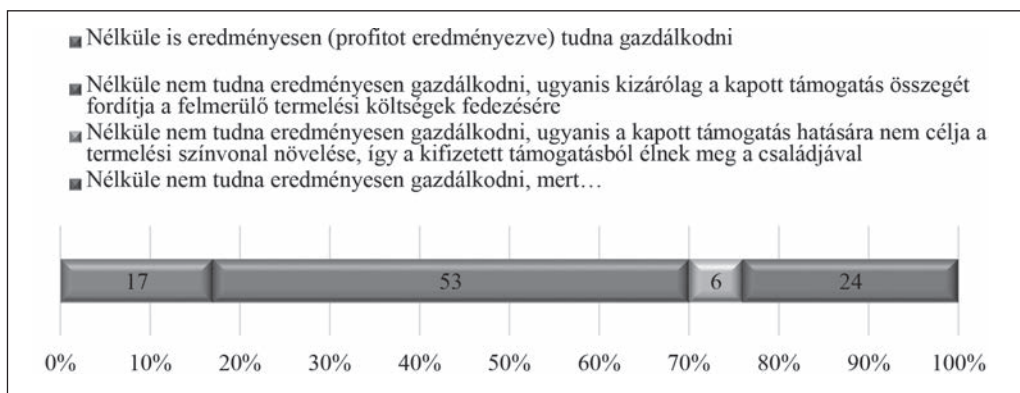
Kiemelendő, hogy a gazdálkodók 41%-a valamilyen típusú erőgéppel és/vagy munkagéppel rendelkezik. A válaszadók 79 darab traktor és 274 db munkagép segítségével végzik tevékenységüket, ahol a traktorok átlagéletkora 13,87 év, míg a munkagépeké pedig 11,07 év, utalván egyben a gépparkok elöregedtségére.

A jelenlegi támogatások által lehívható összegekkel kapcsolatban megállapítható, hogy a megkérdezettek 36%-a teljes mértékben, míg 60%-a részben vallotta magát elégedettnek, ugyanakkor a gazdálkodók csupán 4%-a elégedetlen a jelenlegi támogatások összegével.

A kifizetésre kerülő támogatások pontosságát a gazdálkodók 16%-a megfelelőnek tartja, ellenben a válaszadók 63%-a a kifizetésekkel kapcsolatosan tapasztalható csúszások ellenére sem elégedetlen. Az elégedetlenségükről nyilatkozók részaránya 11%-ot tett ki, továbbá a gazdálkodók 10%-a az előirányozottnál hamarabb szeretné megkapni a támogatási összegeket.

A 2. ábra a megkérdezetteknek a területalapú támogatások jelentőségéről alkotott véleményét hivatott bemutatni. Megfigyelhető, hogy csupán a válaszadók 17%-a tudna területalapú támogatás nélkül is eredményesen, tehát profitot eredményezve gazdálkodni, ezzel szemben a kitöltők 83%-a jelölte meg válaszadása során azokat a válaszlehetőségeket, amelyek arra irányultak, hogy területalapú támogatás nélkül nem lehetséges eredményesen gazdálkodni.

A gazdálkodók véleménye megoszlott azal kapcsolatosan, hogy a támogatásokkal szemben inkább kiegyenlített piaci felvásárlási árakra volna-e szükség. A kérdésfeltevés aktualitását az utóbbi években tapasztalható nyomott piaci felvásárlási árak indukálták, ami nem mellékesen a kitöltők jelentős részénél is problémaként merült fel. Elmondható, hogy a megkérdezettek 9%-a teljes mértékű



2. ábra

A megkérdezettek véleménye a területalapú támogatások jelentőségéről

Forrás: saját eredmények

egyértéktéséről, míg a gazdálkodók döntő többsége (66%) részbeni egyértéktéséről nyilatkozott, hiszen véleményük szerint a jelenleginél mindenféleképpen kiegyenlítettebb piaci felvásárlási árakra volna szükség. A válaszadók 25%-nak meglátása szerint ugyanakkor támogatások nélkül jelenleg nem lehetséges eredményesen gazdálkodni.

A kérdőíves felmérés utolsó kérdései a gazdálkodók jövőbeli terveivel kapcsolatosan kerültek feltevésre. A válaszok alapján elmondható, hogy a kitöltők 31%-a növelné, 68%-a szinten tartaná, míg csupán 1%-a csökkentené a jövőre vonatkoztatva a már meglévő gazdaságát. Fontos kiemelni, hogy a kitöltők 38%-a indult már, míg 62%-a nem indult még beruházás jellegű pályázatokon. A pályázók (38 fő) köréből 36 fő többségében nyertese, míg 2 fő többségében vesztese volt a pályázatoknak. A beruházásokkal kapcsolatos jövőbeli tervek alapján megállapítható, hogy a mintasokaságban szereplők 44%-ának vannak, és ezzel szemben pedig 56%-nak nincsenek ilyen irányú terveik a gazdaságukat illetően.

Következtetések

A tanulmány középpontjában az agrár- és vidékfejlesztési támogatások Hajdú-

böszörményben történő elemzése és vizsgálata állt. A cikk elején kitekintést láthattunk Afrika és az USA agrártámogatási rendszerével kapcsolatosan, amelynek alapján elmondható, hogy Afrikában és az USA-ban egyaránt hiányoznak a célzott vidékfejlesztési programok. Ezzel szemben az EU-ban a vidékfejlesztési programokat 2007-től kezdődően egy külön erre a célra létrehozott alapból (EMVA) finanszírozzák. Az alapnak köszönhetően hívható le a 2014-2020-as költségvetési ciklusban hazánk számára előirányzott agrár- és vidékfejlesztési támogatások keretösszegének közel 25%-a (4,145 Mrd €).

A gazdálkodók támogatásokhoz kapcsolódó viszonyaival kapcsolatban megállapítható, hogy 2011-2015 között a Hajdúböszörményben támogatásban részesültek 96 jogcímen vettek igénybe, összességében 18,365 Mrd forintnyi agrár- és vidékfejlesztési támogatást.

A támogatások koncentráltóságának vizsgálati eredményeire vonatkozóan elmondható, hogy települési szinten minden vizsgált évben egyaránt magas volt a támogatások koncentráltósága, mindemellett 2011-2015 között kiegyenlített támogatás eloszlás figyelhető meg, hiszen valamennyi évben kevés támogatásban részesült szereplő kapott nagy összegű támogatást.



A kérdőíves felmérés eredményei több problémára is rávilágítottak. A gazdálkodók 66%-a 50 év feletti, míg mindösszesen 14%-a 40 év alatti, utalván az elöregedő gazdatársadalomra, amely a mezőgazdaság túlmutató egyre nagyobb vidéki probléma. Az elöregedő gazdatársadalomhoz elöregedett géppark párosul, amit jól tükröz az az alacsony beruházási szándék, miszerint a gazdák 62%-a nem indult eddig beruházás jellegű pályázatokon, továbbá a válaszadók 56%-a nem is tervez a jövőre vonatkozóan beruházást. Kihívást jelent a jövőre nézve az állattenyésztés újbóli felvirágoztatása, hiszen a megkérdezettek csupán 30%-a foglalkozik állattenyésztéssel, szemben a valamennyi kitöltő által végzett, sokkal gazdálkodó barátabb növénytermesztéssel. A hajdúböszörményi gazdálkodók támogatásokról alkotott véleményformálása alapján kijelenthető, hogy a vizsgálati eredmények alapján megoszlanak a vélemények a jelenlegi támogatásokkal kapcsolatosan, ugyanakkor óriási problémát jelenthet a jövőre nézve, hogy mindösszesen a gazdálkodók 17%-a tudna területalapú támogatások folyósítása nélkül is profitot eredményezve gazdálkodni. Összességében elmondható, hogy a gazdálkodók jelentős része elkényelmesedett a támogatások hatására, hiszen sokan a szubvenciókat nem beruházásokra, a termelési színvonal növelésére használják fel, amely probléma a támogatások esetleges megszűnése, radikális csökkentése következményeként, rengeteg gazdaság tönkremenetelét vetítheti előre az előttünk álló időszakra vonatkozóan.

IRODALOMJEGYZÉK

- Agrárszektor (2015):** Farm Bill 2014. http://www.agrarszektor.hu/agrarpenzugyek/igy_sporolnak_az_amerikaiak_ezermilliard_dollar_a_farmereknek.3550.html Letöltés dátuma: 2015. 10. 30.
- Baksa A. – Kántor-Illés Á. – Kránitz L. – Palakovics Sz. – Szalai A. – Tóth B. – Vásáry M. (2013):** A Közös Agrárpolitika Magyarországon. Innosco Közhasznú Alapítvány, Budapest, 120 p. ISBN 978 963 08 6695 8
- Bálint J. – Juhász M. – Katonáné Kovács J. – Nagy G. (2007):** Vidékfejlesztés, vidékfejlesztés intézményrendszere. DE ATC AVK, Budapest, 212 p. ISBN 978 963 9732 16 2
- Bello W. (2008):** Manufacturing a Food Crisis. The Nation. New York. <http://www.thenation.com/article/manufacturing-food-crisis/> Letöltés dátuma: 2015. 10. 23.
- CBO (2014):** Congressional Budget Office. <https://www.cbo.gov/sites/default/files/113th-congress-2013-2014/costestimate/hr2642lucasltr00.pdf> Letöltés dátuma: 2015. 11. 10.
- EUROPAEU (2013):** Az Európai Parlament és a Tanács 1310/2013/EU rendelete. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/PDF/?uri=CELEX:32013R1310> Letöltés dátuma: 2016. 03. 14.
- EUROPAEU (2015):** A Bizottság elfogadta Magyarország 2014–2020 közötti vidékfejlesztési programját. http://ec.europa.eu/hungary/node/416_hu Letöltés dátuma: 2017. 02. 08.
- Jámbor A. – Mizik T. (2014):** Bevezetés a Közös Agrárpolitikába. Akadémia Kiadó, Budapest, 268 p. ISBN 978 963 05 9533 9
- Massot A. (2016):** A KAP finanszírozása. 5 p. http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hu/FTU_5.2.2.pdf Letöltés dátuma: 2016. 01. 30.
- MVH (2016):** Támogatási adatok a Bizottság 908/2014/EU végrehajtási rendelete alapján. <https://www.mvh.gov.hu/-/tamogatasi-adatok-a-bizottsag-908-2014-eu-vegrehajtasi-rendelete-alapjan-publication-of-data-according-to-commission-implementing-regulation-no-908-20> Letöltés dátuma: 2016. 07. 02.
- NAK (2017):** Minden vidékfejlesztési pályázatra nagy igény mutatkozik. <http://www.>



nak.hu/agazati-hirek/videkfejlesztés/161-gazdasagfejlesztés/93279-minden-vidékfejlesztési-pályázatra-nagy-igeny-mutatkozik Letöltés dátuma: 2017.02.10.

Palakovics Sz. – Fodor Z. – Takács A. (2016): Közvetlen támogatások gazdálkodói kézikönyv. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, Budapest, 56 p. ISBN 978 615 5307 24 9

Popp J. (2004): Az EU Közös Agrárpolitikájának elmélete és nemzetközi mozgástere. Európai Agrárpolitikai Kft, Budapest, 320 p. ISBN 963 217 735 5

Popp J. – Potori N. – Udovecz G. (2005): Főbb mezőgazdasági ágazatok várható kilátásai az EU-csatlakozás után. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest, 174 p. ISBN 963 9553 53 0

Ragonnaud G. (2016): A KAP második pillére: A Vidékfejlesztési politika. 5 p. http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/hu/FTU_5.2.6.pdf Letöltés dátuma: 2016. 01. 30.

Sarudi CS. (2003): Térség- és vidékfejlesztés: A magyar térgazdaság és az európai integráció. Agroinform Kiadó, Kaposvár, 308 p. ISBN 963 502 783 4

Tóth K. (2017): AgrárUnió: Agrárium 2020 után – A KAP reformja várható, szükség lesz a hatékonyság javítására. <http://www.agrarunio.hu/index.php/hirek/16-agrargazdasag/2411-agrarium-2020-utana-kap-reformja-varhato-szuekseseg-lesz-a-hatekonysag-javitasara> Letöltés dátuma: 2017. 02. 17.





Kézműves élelmiszerek iránti igények összehasonlítása

(nemek közötti differenciák vizsgálata)

Dr. Balogh Péter

Az elmúlt évtizedekben jelentős erőfeszítések történtek a vidéki térségek fejlesztése érdekében. A sikerek ellenére napjainkban vidéken még mindig tapasztalható olyan társadalmi-gazdasági probléma, mint a munkahelyek hiánya. Ezért kell az egyik hosszú távú fejlesztési iránynak tekinteni a munkahelyek megtartását esetleg bővítést.

A Nemzeti Vidékstratégia célja, hogy 2020-ig a vidék társadalmi és gazdasági folyamataiban látható és minden érintett számára érezhető javulás következzen be. Ennek érdekében négy átfogó területről; az agrárgazdaságról, a vidékfejlesztésről, az élelmiszergazdaságról valamint a környezet védelméről határoz meg tennivalókat. Alapcélkitűzésként szerepel többek között a lakosság jó minőségű és biztonságos élelmiszereket történő ellátása, a természeti erőforrásokkal való fenntartható gazdálkodás és a környezet védelme is. A Stratégia átfogó célkitűzése az ország vidéki térségeinek népességeltartó és népességmegtartó képességének javítása, melynek elérése érdekében öt stratégiai célt fogalmaz meg. Ezek között szerepel az élelmiszerbiztonság valamint a vidéki gazdaság létalapjainak biztosítása, a vidéki foglalkoztatás növelése is (VM, 2012).

Ennek a célnak az elérésében segíthet az, ha megismerjük a potenciális vásárlók igényeit azért, hogy piacot teremtünk a hosszútávon fenntartható vidéken előállított élelmiszereknek. Szerencsés helyzetnek tekinthető az a tény, hogy napjainkban növekszik azon vásárlók tábora, akik tudják, hogy az egészséges táplálkozás egyik alappillére a tiszta és tradicionális alapanyagokból készült adalékanyagmentes élelmiszer. Egyre több kiváló, prémium minőségű magyar élelmiszert, terméket előállító kisvállalkozás, családi vállalkozás működik ma Magyarországon, melyek üzleti filozófiája a kizárólag természetes alapanyag használatára és a manufakturális gyártási eljárásra épül. Így az előállított termékek a beltartalom tekintetében lényegesen jobb minőséget jelentenek a nagyüzemi termékekkel szemben.

Hazai fogyasztói megkérdezések alapján (Fürediné Kovács, 2007; Szente és szerzőtársai, 2011) a biotermékek vásárlását elsősorban egészségügyi megfontolások motiválják, de fontos tényező a termékek környezetbarát volta és megbízható eredete is. Ezek a szempontok az újabban hazánkban is egyre népszerűbb alternatív élelmiszer mozgalmak (helyi élelmiszer rendszerek és a rövid ellátási



láncok) esetében is megjelennek (Benedek, 2014; Farnsworth és szerzőtársai, 1996).

„Éves szinten 40 ezer tonna csokoládét, 5 ezer tonna mézet, 1,6 milliárd liter tejterméket, 330 millió liter bort, 14 ezer tonna sonkát 6,5 millió liter pálinkát fogyasztunk. Ha mindezt magyar termelőktől vásárolnánk, több százmilliárd forintot hagynánk a magyar gazdaságban. Egy év alatt 549,8 milliárd forintra döntünk, amikor belépünk a boltba” (Tuna, 2011)

A Magyar Élelmiszerkönyv 2-105 számú irányelve hivatalosan is használja a kézműves élelmiszer kifejezést egyes megkülönböztető minőségi jelöléssel ellátott tejtermékekre vonatkozóan. A fogalom az alábbi: „A Kézműves Tejtermék hagyományos technológiával, hagyományos eszközökkel, döntően kézzel végzett, vagy kézi beavatkozással irányított, nem automatizált technikák alkalmazásával előállított tejtermék.” (Magyar Élelmiszerkönyv, 2012)

A kézműves élelmiszer fogalma tehát körülírható úgy, mint olyan élelmiszertermék, amely regionális, helyi sajátosságokhoz köthető tulajdonságokkal bír, nem feltétlenül rendelkezik történelmi múlttal, azonban előállítása során hagyományos alapanyagokat és technológiát alkalmaznak, mely technológiában a kézzel végzett munka meghatározó és igazolható (Dogi és szerzőtársai, 2014).

A kézműves élelmiszerek előállításánál az egyik fő szempont a fenntarthatóság megteremtése. Ez magában foglalja az alapanyag megtermelésétől a gyártáson keresztül az értékesítésig a teljes folyamatrendszer. Kérdés, hogy milyen keretbe illeszkedik leginkább ez a lánc. Az 1990-es évektől egy új, alulról szerveződő mozgalom kezdődött el a világon, az ökofalu-koncepció, ami szervesen illeszkedik az ENSZ környezetvédelmi programjának (UNEP) *Fenntartható településfejlesztés előmozdítása* témaköréhez. A teljes sikerhez az ökológiai, a gazdasági, a politikai és a társadalmi fenntarthatóságot egyaránt biztosítani kell.

A kézműves élelmiszer-előállítás szervesen illeszkedik ebbe a rendszerbe (Balás, 2006).

Véleményem szerint a kézműves termékek előállítása és helybeni értékesítése a lokális gazdaság megerősödésének alapja lehet, így nem csak a termék közvetlen előállítói, hanem a termék vásárlói, valamint az adott kistérség is profitálhat belőle.

A tanulmányban kérdőíves felmérés segítségével arra kerestem a választ, hogy a nemek között kimutatható-e különbség a kézműves élelmiszerek vásárlása során.

Adat és módszer

A kvantitatív kutatás során egy standardizált kérdőívet állítottam össze Dogi és szerzőtársai (2014) alapján. A kérdőív kérdéseit, tartalmuk szerint két csoportra lehetett osztani, általános kérdésekre és kézműves élelmiszerekkel kapcsolatos kérdésekre. Az általános kérdések a megkérdezettekre vonatkozó általános szociodemográfiai jellemzőket mérték fel, amelyek a csoportosításokhoz és összefüggések vizsgálatához voltak szükségesek. A kézműves élelmiszerekkel kapcsolatos kérdések célja az volt, hogy információt szolgáltatassanak a kézműves élelmiszerekhez köthető vásárlási, fogyasztói szokásokról és a marketing szempontból fontos kérdésekről, mint például a vevők érzékenysége, a termékektől elvárt minőség, megjelenési forma, értékesítési csatorna kérdése, illetve a célcsoportok meghatározása.

A felmerülő relatíve alacsony költségek és a minél szélesebb körű válaszadás miatt választottam az online megkérdezés módszerét. 2015 május és szeptember között történt a kérdőívek kitöltése. Az adatgyűjtés lezárásakor a szűrések után 803 darab értékelhető kérdőív adata került kiértékelésre.

A mintavételi módszerem önkényes kiválasztáson alapult, így nem reprezentatív a magyarországi felnőtt lakosságra nézve (1. táblázat), és az eredmények csak feltáró jelle-



1. táblázat
A minta demográfiai tényezőinek leíró statisztikája

Demográfiai tényezők	Nők (n=400 fő)	Férfiak (n=403 fő)
Családi állapot (%)		
Házás	56,5	72,2
Egyedülálló	43,5	27,8
Gyermekeinek száma (%)		
0 gyermek	46,8	37,7
1 gyermek	35,5	34,0
2 gyermek	13,5	22,1
3 vagy több gyermek	4,2	6,2
Végzettség (%)		
Alapfokú	8,5	14,4
Középfokú	29,0	22,3
Felsőfokú	62,5	63,3
Életkor (év)		
Átlag	37,5	40,9
Szórás	11,2	12,3
Minimum	20,0	20,0
Maximum	87,0	70,0
Lakóhely (%)		
Főváros	22,0	18,3
Város	51,0	58,6
Község	27,0	23,1
Havi bruttó átlagkereset (%)	(n=393)	(n=399)
Jelentősen az átlag alatt	4,6	3,3
Valamivel az átlag alatt	38,7	39,6
Átlagos	42,7	35,1
Valamivel az átlag felett	8,4	15,0
Jelentősen az átlag felett	5,6	7,0

Forrás: saját kutatás

güek, viszont a relatíve nagy elemszám miatt a kézműves élelmiszereket preferáló vásárlók véleménye jól megismerhető a vizsgálatból. Az adatokat Excel táblázatkezelő programmal és SPSS 22.0 statisztikai feldolgozó és értékelő szoftverrel elemeztem.

A kérdőívet kitöltő nők (400 fő) többsége házas (56,5%), gyermektelen (46,8%) és felsőfokú végzettséggel rendelkező (62,5%) volt. Az átlagéletkoruk 37,5 év. A legfiatalabb válaszadó mindössze 20, míg a legidősebb

87 éves volt. A kérdőíves felmérésben résztvevők nagy része (51,0%) városban él, míg kisebb hányaduk (27,0%) községekben vidéken. A megkérdezettek jellemzően az átlagos (42,7%) és a valamivel az átlag alatti (38,7%) jövedelemkategóriába tartoztak. Jelentősen az átlag alatti jövedelemkategóriába sorolta magát 4,6%, és valamivel az átlag feletti jövedelemkategóriába a kitöltők 8,4%-a. Az általam megkérdezett férfiak (403 fő) jelentős többsége a női válaszadókhoz hasonlóan házas (72,2%), gyermektelen (37,7%) és felsőfokú végzettséggel rendelkező (63,3%) volt. Az átlagéletkoruk (40,9 év) valamivel magasabb volt, mint a nőké. A legfiatalabb válaszadó a férfiak között is 20 éves, míg a legidősebb 70 éves volt. A kérdőíves felmérésben résztvevő férfiak nagy része (58,6%) városban él, míg kisebb hányaduk (23,1%) vidéki községek lakója. A megkérdezettek többsége valamivel az átlag alatti (39,6%) és az átlagos (35,1%) jövedelemkategóriába tartoztak. Jelentősen az átlag alatti jövedelemkategóriába sorolta magát 3,3%, és valamivel az átlag feletti jövedelemkategóriába a kitöltők 7,0%-a.

Az adatelemzés módszere

Az adatok egyszerű leíró statisztikai elemzésén túl célom volt a férfiak és a nők vásárlási szokásainak összehasonlítása a kézműves élelmiszerekkel kapcsolatos kérdések mentén. A legtöbb kérdés bináris vagy ordinális skálájú választ eredményezett, ezért a csoportok gyakoriságait Khi-négyzet próbával, a csoportok átlagát (vagy mediánját) nem-paraméteres Mann-Whitney teszttel hasonlítottam össze.

A kézműves élelmiszerekkel/termékekkel kapcsolatos kérdésekre adott válaszok értékelése

A kézműves élelmiszerekkel/termékekkel kapcsolatos kérdésekre adott válaszok esetében a 2. táblázat alapján megfigyelhető, hogy



a különböző nemű válaszadók élelmiszer vásárlásra fordított összege jelentősen eltért egymástól ($p < 0,01$). A női fogyasztók között több volt az olyan válaszadó, aki jövedelmének csak kis részét (20 %-nál kevesebbet) fordította élelmiszervásárlásra. Ugyanakkor a férfiak esetében kb. minden negyedik válaszadó azt jelölte meg, hogy a jövedelmének 40 – 60 %-át

élelmiszerre költi. Ezzel szemben a nőknél csak minden hatodik választotta ezt a kategóriát.

A fogyasztók egyre tudatosabbá válását jelzi a fokozódó érdeklődés a termékek eredete, származása iránt. Mindinkább előtérbe kerül az élelmiszerek termelési, előállítás körülményeinek ismerete és az egységes védjegyek kialakításának fontossága. Mindkét

2. táblázat

A kézműves élelmiszerekkel/termékekkel kapcsolatos kérdésekre adott válaszok eredményei nemek szerint csoportosítva

Kérdések	Kategóriák	Nő	Férfi	Szignifikancia érték
Az összes havi jövedelmének körülbelül hány százalékát költi el élelmiszerre?	0 – 20%	39,5	32,0	< 0,01
	20 – 40%	42,5	43,4	
	40 – 60%	15,0	24,6	
	60% felett	3,0	0,0	
Mennyire fontos Önnek, hogy a kézműves élelmiszer/termék csomagolásán jelölve legyen annak eredete?	1: egyáltalán nem fontos 5: nagyon fontos	3,9	4,1	0,89
Mennyire fontos Önnek, hogy a megvásárolt kézműves élelmiszerek/termékek termelési körülményeit (mikor, ki és hogyan állította elő, mikor szedték le, stb.) ismerje?	1: egyáltalán nem fontos 5: nagyon fontos	3,3	3,2	0,12
Milyen mértékben erősíti Önben a termék iránti bizalmat, ha az országos tanúsítvánnyal rendelkezik A Kiváló Minőséget illetően? (Pl : Kiváló Magyar Élelmiszer, Kiváló Magyar Termék)	1: egyáltalán nem erősíti 5: nagyon erősíti	3,1	3,0	0,70
Mí az a többlet összeg, amit Ön reálisnak tart egy kézműves termékért, a hagyományos élelmiszerekhez viszonyítva?	10-25%	59,8	60,4	0,52
	25-50%	32,7	33,8	
	50-75%	6,0	5,4	
	75-100%	1,5	0,4	
Ön milyen gyakorisággal vásárol kézműves termékeket?	Soha	9,1	5,5	0,16
	Ritkábban, mint havonta	39,6	36,1	
	Havonta	21,7	25,3	
	Havonta többször	20,5	24,3	
	Hetente többször	9,1	8,8	
Az élelmiszerek vásárlására fordított összeg hány %-ából vásárol Ön Kézműves Élelmiszereket?	3% alatt	49,1	47,2	0,85
	3-6% között	42,1	43,6	
	6-9% között	4,8	6,2	
	9-12% között	2,5	1,6	
	több, mint 12%	1,5	1,4	

Forrás: saját kutatás.



nem egyformán fontosnak találta azt, hogy a kézműves élelmiszerek csomagolásán jelölve legyen azok eredete is (az átlagok: 3,9 – 4,1).

Arra a kérdésre, hogy a termelési körülmények ismerete fontos-e, a két válaszadó csoport egyformán a „közepesen fontos” választ jelölte meg (az átlagok: 3,2 – 3,3).

Az egészséges védjegy (országos tanúsítvánnyal rendelkező termék) kialakításának jelentőségéről elmondható, hogy mindkét nem esetében a megkérdezettek bizalmát csak közepes mértékben erősítené.

A magyar fogyasztók rendkívül érzékenyek, ezért különösen fontos tisztában lenni azzal, hogy a fogyasztók mekkora többletösszeget hajlandóak kifizetni. Abban az esetben, amikor arról érdeklődtem, hogy „Mi az a többlet összeg, amit Ön reálisnak tart egy kézműves termékért, a hagyományos élelmiszerekhez viszonyítva” mindkét nem hasonlóan vélekedett. A jelentős többség (kb. 60%) 10-25% közötti többlet összeget jelölt meg, míg további egyharmaduk választotta a 25-50% közötti kategóriát. Jóval 10% alatt volt azoknak a válaszadónak az aránya (5,8-7,5%), akik hajlandóak lennének többlet fizetni ennél.

A vásárlási gyakoriság felmérése nagy jelentőséggel bír, hiszen jelzi az adott termék iránti igény mértékét. Azonban nem találtam jelentős eltérést a kézműves termékek vásárlási gyakorisága között sem. A legtöbben egy hónapnál ritkábban vásárolnak kézműves élelmiszereket (36,1-39,6%). Sorrendben a következő két kategória a havonta többször (20,5-24,3%) és a havonta egyszer (21,7-25,3%) volt. A hetente többször és a soha kategóriákat a válaszadók kevesebb, mint 10%-a jelölte meg. A 2. táblázatban feltüntetett utolsó kérdés „Az élelmiszerek vásárlására fordított összeg hány %-ából vásárol Ön Kézműves Élelmiszereket?” volt. Erre a két nem hasonló válaszokat adott és mindössze a férfiak 8,8%-a, míg a nők 9,2%-a jelezte azt, hogy a fizetésének legalább 6%-át költi kézműves élelmiszerekre.

Kézműves élelmiszerek vásárlásának főbb szempontjai

Arra a kérdésre, hogy milyen szempontokat tartanak fontosnak a kézműves termékek vásárlása során, legmagasabb értéként a jó minőséget (4,48-4,54), a hazai eredetet (4,53-

3. táblázat

A kézműves termékek vásárlási szempontjainak fontossága nemek szerint

Szempontok	Nő		Férfi		Mann-Whitney-teszt p érték
	N	Átlag	N	Átlag	
Különleges minőség	389	4,54	401	4,48	0,09
Hazai termék	390	4,53	401	4,58	0,25
Ár	391	4,33	401	4,06	< 0,01
Egészséges táplálkozás	392	4,33	401	4,19	0,02
Termelő ismerete	391	3,96	401	4,03	0,48
Kiszerezés, csomagolás	391	3,92	401	3,99	0,52
Széles termék választék	389	3,52	394	3,51	0,54
Akciós termék	392	3,33	399	3,01	< 0,01
Márka ismertsége	390	3,00	399	2,94	0,43
Új termék legyen	392	2,94	401	2,91	0,61
Reklám	391	2,93	401	2,85	0,35

Forrás: saját kutatás.

4,58), az egészséges táplálkozást (4,19-4,33) és az árat (4,06-4,33) jelölték meg (3. táblázat). A legkevésbé fontos szempont volt a reklám (2,85-2,93), az hogy új termék legyen (2,91-2,94) és a márka ismertsége (2,94-3,00). A többi szempont átlaga 3,00 és 4,00 pont között volt. A válaszok alapján bizonyítható, hogy vásárláskor más szempontokat tartanak fontosnak a nők és a férfiak. A Mann-Whitney teszt elvégzése után megállapítható, hogy a nők számára szignifikánsan nagyobb jelentősége van az árnak, az egészséges táplálkozásnak illetve annak, hogy a termék akciós legyen. Ennek egyik magyarázata lehet az a tény, hogy a családon belül inkább a nők végzik a bevásárlást és ezért tartják fontosabbnak a termék árát és az árleszállítási akciót. Egy másik indok lehet az a feltételezés, hogy mint családanyák számukra fontosabb az egész család egészsége, mint a férfiaknak.

Legnépszerűbb beszerzési források

Kézműves termékek beszerzési forrásának legtöbbször a kiállításokat/vásárokat, a termelőket, illetve a piacokat jelölték meg (33,5-64%), ahogyan azt a 4. táblázat is mutatja. Egyelőre kevésbé népszerű az interneten ke-

resztüli és a hiper-/szupermarketekben való beszerzés. Előbbi oka a körülményességben és a vásárlás, illetve a konkrét tulajdonlás idejének eltolódásában, utóbbi oka pedig a hiper- és szupermarketek csekély választékában keresendő. A nemek szempontjából szignifikáns volt az eltérés a kiállítás, vásár és a piacon történő vásárlás esetében is. A nők 64%-a, míg a férfiaknak csak 52%-a vásárol kiállításokon, vásárokon. A piacokon történő vásárlás esetében a nők jelentősen többen (40,8%-a) választották azt, hogy piacon szerzik be a kézműves élelmiszert. Ezzel szemben a férfiaknak mindössze 33,5%-a jelölte meg a piacot, mint beszerzési helyet. Bár még nem annyira elterjedt a kézműves termékek internetes vásárlása (nem kaptam szignifikáns különbséget), de az már látható az eredményeimből, hogy inkább a nők körében népszerűbb ez a beszerzési forma, ugyanis míg a női fogyasztóknak 7,5%-a, addig a férfiaknak csak 5,7%-a vásárol interneten keresztül kézműves terméket.

Legfőbb információszerző csatornák

A kézműves termékekről legtöbbször (42,8-47,4%) személyes tájékozódás útján üzletek-

4. táblázat

A kézműves élelmiszerek/termékek vásárlásának helyszínei nemek szerint

Helyszín	Válasz	Nő (%)	Férfi (%)	Khi-négyzet teszt p érték
kiállítás, vásár	igen	64,0	51,9	<0,01
	nem	36,0	48,1	
termelő	igen	43,0	46,4	0,33
	nem	57,0	53,6	
piac	igen	40,8	33,5	0,03
	nem	59,2	66,5	
diszkont	igen	1,8	1,5	0,77
	nem	98,2	98,5	
hipermarket, szupermarket	igen	6,5	6,9	0,80
	nem	93,5	93,1	
internet	igen	7,5	5,7	0,31
	nem	92,5	94,3	

Forrás: saját kutatás.



Az új kézműves élelmiszerek vásárlásához felhasznált információ források nemek szerinti megoszlása

Információ forrás	Válasz	Nő (%)	Férfi (%)	Khi-négyzet teszt p érték
hirdetések, reklámok	igen nem	8,2 91,8	7,7 92,3	0,77
személyes tájékozódás üzletekben, piacon, vásárokon	igen nem	42,8 57,2	47,4 52,6	0,19
internet	igen nem	19,8 80,2	18,1 81,9	0,55

Forrás: saját kutatás.

ben, piacokon, vásárokon értesülnek, ezt követi másodikként az internetes információszerzés (18,1-19,8%), amit a hirdetések, reklámok (7,7-8,2%) szerepe követ. Azonban a khi-négyzet próba nem mutatott ki jelentős eltérést a nemek között a keresztátlák elemzése során.

Felhasznált Irodalom

Balás D., (2006): Balanced Sustainability in Rural Communities. A better understanding. Thesis. Dronen Professional Agricultural University, Dronen, The Netherlands. Manuscript p. 48.

Benedek Zs., Fertő I., Baráth L., Tóth J. (2014): Differences of small-scale farmers and the related short agri-food value chains – an empirical evidence from Hungary, in: Vince, P. (szerk.), MT/DP műhelytanulmányok. MTDP-2014/9. MTA KRTK KTI, Budapest.

Dogi I., Nagy L., Csipkés M., Balogh P. (2014): Kézműves élelmiszerek vásárlásának fogyasztói magatartásvizsgálata a nők körében. *Gazdálkodás*, 58: 160-172.

Farnsworth R.L., Thompson S.R., Drury K.A., Warner R.E., (1996): Community supported agriculture: filling a niche market. *Journal of Food Distribution Research*, 27: 90-98.

Fürediné Kovács, A., (2007): A fenntartható táplálkozás az ökoélelmiszerek példáján keresztül. *ÖKO*, 15: 77-103.

Magyar Élelmiszerkönyv (2012): Magyar Élelmiszerkönyv 2-105 számú irányelv: Megkülönböztető minőségi jelöléssel ellátott kézműves tejtermékek. <http://www.omgk.hu/Mekv/2/2-105.pdf/>

Szente V., Szakály Z., Széles G. (2011): Ökoélelmiszerek megítélése Magyarországon - Alakuló fogyasztói tudatosság. *Gazdálkodás*, 55: 512-517.

Tuna J., (2011): Shopaholic. http://divany.hu/shopaholic/2011/11/04/a_vizibivaly_szalami_kiloja_5190_a_mangalica-szarvas_fustolt_kolbasz_pedig_3460_forintba_kerul/

Vidékfejlesztési Minisztérium (VM) (2012): Nemzeti Vidékstratégia 2012 – 2020. Vidékfejlesztési Minisztérium Budapest. p. 126.





A rövid ellátási lánc, valamint a helyi termékek szerepe a vidéki gazdaság erősítésében

**Tóth Róbert, Mester Éva,
Túróczy Imre, Kozma Tímea**

A helyi termékek és ezzel összefüggésben természetesen az ún. rövid ellátási láncok is egyre nagyobb figyelmet kapnak a fogyasztók, a helyi szerveződések, valamint a felső szintű döntéshozók körében egyaránt. Ezen témakör napjainkban rendkívül aktuális. A biztonságos és egészséges élelmiszerellátás a XXI. századi vidéki térségek egyik legnagyobb kihívása, amely társadalmi és gazdasági konfliktusok, valamint környezeti változások alapján előre jelezhető. Az egyik legjelentősebb törést az jelenti, hogy míg korábban a mezőgazdaság fontos megélhetési forrást jelentett a vidéki népesség számára, ma alacsony számuk és termelési potenciáljuk inkább ellenszenvet vált ki az elszegényedő vidéki társadalom megítélésében. A helyi termékek és REL-ek nem csak Magyarországon, hanem a világ egészén jelen van, sőt más országokban sokkal dominánsabban uralják a helyi termelők termékei a piacot. Amerikában, de Franciaországban és Ausztriában is több évtizedes hagyományai vannak ezen értékesítési rendszernek, azonban hazánkban még viszonylag gyerekcipőben jár e kezdeményezés. A tanulmány elsődleges célkitűzése az ellátási láncokkal, az

ellátásilánc-menedzsmenttel, majd azon belül a rövid ellátási láncokkal és azok hatásaival foglalkozó hazai és nemzetközi szakmairódalom összegzése.

A helyi termékek térnyerése

A 21. század globalizált, rohamosan változó gazdasági környezetében jelentős változások következtek be a fogyasztói igények, a termékválaszték, a vidéki gazdaságok és a szállítási lehetőségek területén is. A fogyasztók a fokozódó (mennyiségi és minőségi) információellátottságának köszönhetően, valamint a fenntartható gazdálkodás egyre fokozódó térnyerésének hatására egyre tudatosabbá válnak, amely tudatosság az egészség területére is kiterjed. A fogyasztói, azaz keresleti oldal mellett érdemes megemlíteni a kínálati oldalon jelentkező kiéleződött versenyt is, amely miatt a hatékonyság és termelékenység (ebből következően természetesen a profitabilitás is) kulcskérdéssé vált. Mindezt elsősorban a megfelelő technológia, szaktudás, intenzív termelő eljárások (Farnsworth és szerzőtársai, 1996), alkalmazott módszerek támogatják. Érdemes megjegyezni továbbá,

hogy számos új élelmiszerfogyasztói trend is hatást gyakorol a fogyasztási struktúrára, úgymint (Fehér,2010):

- kényelmi trend,
- egészség és wellness trendje,
- környezettudatosság trendje,
- élménykeresés trendje,
- etikus fogyasztás trendje,
- időtudatosság trendje.

Fontos változásnak tudható be az is, hogy napjainkban megfigyelhető a kiskereskedelmi láncok térnyerésének fokozódása (Ilbery es Maye, 2006; Bertazzoli A. et al. (2010):), melynek jelentősége a tanulmány további részében látható lesz. Napjainkban az élelmiszerkereskedelem több mint háromnegyede a nagyvárosok bevásárlóközpontjaiban zajlik. A fennmaradó közel húsz %-ot elsősorban a piacok (5 %), és többek között az egyre nagyobb hangsúlyt kapó rövid élelmiszerellátási módszerek teszik ki, amelyek a közvetlen értékesítést, a rövid élelmiszerláncokat és az egyéb termelő-fogyasztó interakciókat jelentik pl. tájboltok, gazdaboltok, gazdapolcok, dobozrendszerek, termelői piacok, „szedd magad akciók” stb..(Major et.all., 2013). A kis és közepes méretű gazdaságok helyi szintű fejlesztésének alappillérvé vált a közvetlen értékesítési csatornák körének tágítása, mivel a felesleges, közbenső felvásárlók kiiktatásával megbízhatóbb jövedelemhez jutnak a termelők.

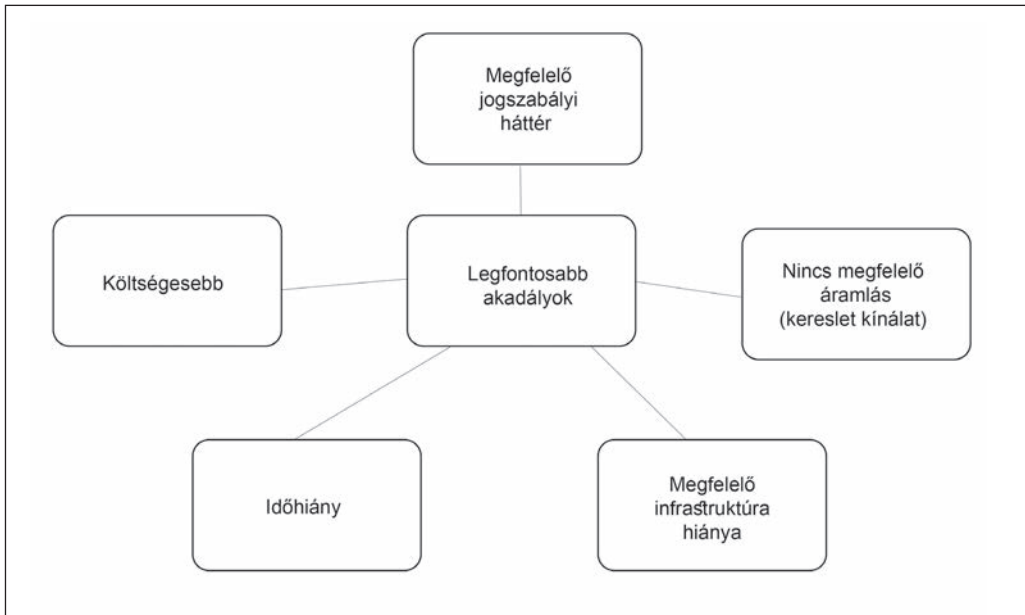
Továbbá a termelők kezdik felismerni a világunkban zajló folyamatokat és ezekhez kezdik kifejleszteni az alkalmazkodási készségeiket, képességeiket. A termelők felismerték, hogy ma már a fogyasztók a tömegtermékek helyett egyre inkább az egyedi termékek (és/vagy szolgáltatások) felé orientálódnak, mely fogyasztói szükségletek kielégítése jelentős hatást képes gyakorolni a vállalatok hosszú távú, versenyképes, profitábilis működésére. Ennek tudatában felismerték a termelők, hogy egyre nagyobb szerephez jut a friss, helyi

termékek értékesítése. A helyi termékek definíciójának alapjául a 123/2009 FVM rendelet meghatározása szolgál, mely szerint „helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból hagyományosan, nem nagyüzemi vagy gyáripari technológiával, eljárással, illetve az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült, mikro- vagy kisvállalkozás által előállított termék (Internet-1). A definícióból látható, hogy itt elsősorban a mezőgazdasági termelők, a mikrovállalkozások (kistermelők, őstermelők) kerülnek előtérbe.

A fentiek alapján megállapítható, hogy az elmúlt néhány évben egy újabb vásárlói trend megerősödése zajlik az európai piacokon. Mindez magában foglalja a termelői termékek megjelenését, valamint a hagyományos, egészséges és megbízható forrásból származó élelmiszerek keresletének élénkülését. A hazai fogyasztói igények azt mutatják, hogy a hazai fogyasztók az elmúlt időszakban látványosan előtérbe helyezik a termelői, illetve a magyar termékeket. Ezzel ellentétben áll azonban a meglévő vásárlóerő, hiszen az még rendkívül alacsony szinten áll, így mégsem ezek a termékek teszik ki ma a fogyasztás nagy hányadát.

Az 1. ábra alapján látható, hogy a helyi termékek beszerzésének különböző korlátai ismeretesek, amelyek közül az alábbiak a legfontosabbak:

- **Költségtényező:** A magas hozzáadott érték, a magasabb beltartalmi érték, valamint a kiszériás, sokszor egyedi előállítás rendre magasabb árat követelnek meg, amire még a logisztikai (raktározási és szállítási) és szervezési költségek és az ÁFA is hozzárakódik.
- **Időtényező:** Sok esetben előfordul az, hogy a fogyasztónak nincsen ideje teljes körűen informálódni a körülötte lévő helyi termékek köréről. A termelői oldal pedig a jövedelmezőségi szempontok miatt egyben, nagyobb mennyiségben szeretné termékét értékesíteni, és a biztos felvevőpiacra viszi



Helyi termékek beszerzésének legfőbb akadályai

1. ábra

Forrás: saját szerkesztésű ábra

termékét még akkor is, ha ott lényegesen kevesebb áron tudja értékesíteni megtermelt termékeit.

➤ **Infrastruktúra:** Az infrastruktúra tényező arra utal, hogy milyen csatornán keresztül kerül eljuttatásra az adott termék a termelőtől a fogyasztóig.

➤ **Kereslet-kínálat összehangolása:** Sok esetben a fogyasztók nem rendelkeznek arról információval, hogy honnan, milyen jellegű termékeket tudnak beszerezni. Fontos tényező a digitális kereskedelem fejlődésével, hogy ezen termékeket egyre inkább már online szeretnék beszerezni a fogyasztók (a kényelmi szempontokat figyelembe véve). Mindezek alapján a beszerzés (értékesítés) területén fontos egy online platform működtetése, amely megkönnyítheti a termelők és fogyasztók igényeinek összehangolását.

➤ **Jogszabályi háttér:** Ezen értékesítés ösztönzésére jelenleg még hiányzik egy megfelelő jogszabályi háttér kidolgozása, amely

ösztönzően hathat a helyi termékek értékesítésére.

Mindezek alapján kijelenthető, hogy azok termelők (és velük kapcsolatban álló beszállítók) kerülhetnek versenyelőnybe, akik képesek teljesen kiszolgálni a fentiekben bemutatott tényezők figyelembevétele mellett a fogyasztói igényeket. A kistermelői eredményes értékesítésének tehát ezek a legfontosabb versenykritériumai. Természetesen mindezt kiegészíti a minőségre vonatkozó feltételek, továbbá az élelmiszerbiztonságra, higiéniára, arculatra, megközelíthetőségre és folyamatoságra vonatkozó kritériumok is (Balázs,2011).

A helyi termékek gazdaságban betöltött szerepe

A gazdaság politikailag és társadalmilag egyaránt olyan stabil környezetben képes a legjobban fejlődni, melyben a demokratikus jogállami elvek és normák megfelelően érvé-



nyesülnek. „Minden nemzetgazdaság (egyik) legfontosabb hajtóerejét az adott ország területén működő vállalkozások jelentik. A vállalkozások esetében fontos kiemelni, hogy a vidéki, falusi vállalkozások is rendkívül fontos szereppel rendelkeznek, nem csak gazdasági értelemben, de a társadalmi viszonyok fejlesztésében is. A vállalati szféra tekinthető a tartós növekedés és a jól(l)ét egyik fontos mozgatórugójának, mivel olyan erőforrások birtokában van, amelyek az új munkahelyek teremtésében, a legmodernebb technológia, a kutatás-fejlesztés és az innováció alkalmazásában kiemelkedő szerepet játszanak” (Tóth et. all.,2016). A helyi termékek értékesítésével foglalkozó vállalkozások pedig rendelkeznek ezen kompetenciákkal, melyek alkalmazásával jelentősen hozzájárulhatnak a vidéki térség fejlesztéséhez. Mindez tovább erősíti annak tényét, hogy igen is jelentős potenciál húzódik meg a ezen a területen, így érdemes további elemzéseket folytatni.

A helyi termékek gazdaságban betöltött szerepére egy további definícióval szeretnénk utalni. Ezen megközelítés alapján a helyi termékek „azok a termékek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. A helyi termékeket jellemzően a lakosság, valamint a mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás.”(Internet-2). A fenti megközelítésből látszik a helyi termékek értékesítésében rejlő legnagyobb előny, miszerint a helyi termékek, a helyi termelők a helyi gazdaság élénkülését hozzák magukkal.

Így a vidéki gazdaság és az egyes régiók vizsgálatakor nem hagyhatjuk figyelmen kívül a falvakban, kistérségekben működő vállalkozásokat. Tanulmányunk további részében elsősorban a falusi vállalatok jelentő-

séget emeljük ki a fejlődéshez való hozzájárulás tekintetében. A vidéki településeken lévő vállalkozások és az állam együttműködését vizsgálva megjegyzendő, hogy mind a vállalkozásfejlesztés, mind a vidéki infrastruktúra és gazdaságfejlesztés területén hangsúlyos a mindenkori kormány szerepvállalása. Ennek vonatkozásában megemlíthető a Széchenyi 2020 támogatási rendszerhez tartozó Vidékfejlesztési Program (VP). Ennek keretében került sor több vidéki vállalkozások fejlesztését célzó pályázatok meghirdetésére, úm. a „Mezőgazdasági termékek értéknövelése és erőforrás- hatékonyságának elősegítése a feldolgozásban” tárgyban létrehozott, 2018-ig hatályos pályázat, mely nem csak a kisebb településeken működő gazdálkodó szervezetek gazdaságos működésnek, innovatív fejlődésének biztosítására törekszik, hanem ezen vállalkozások humán tőke állományának fenntartásához is hozzájárul. A vidéki vállalkozások humán tőke állományának fejlesztése vonatkozásában megjegyzendő továbbá a Nemzetgazdasági Minisztérium 2016. szeptemberében meghirdetett, költségmenetes igénybe vehető programja, mely elsősorban a KKV-szektor foglalkoztatottjainak fejlesztését célozza.

Rövid ellátási lánc szerepe

Juhász et. all.(2012) szerint a magyar REL-nek a társadalmi együttműködésen és a szolidaritáson szükséges alapulnia, amely magába foglalja a helyi termelői potenciál kiaknázását, a tájfajták termesztésére alkalmas házi kertek és a kistermelői vertikumok fejlesztését és a helyi közvetlen termelői piacok szervezésének ösztönzését. A rövid élelmiszer-ellátási lánc alkalmazása által biztosítható, hogy

➤ kiváló minőségű, helyi termékek kerüljenek a végső fogyasztókhoz.

➤ Mindezen felül fontos megjegyezni, hogy jelentősen képes elősegíteni a munkahelyteremtést a vidéki térségekben, vagyis ki-



szelesíti a helyi munkavállalási lehetőségeket a lakóhelyhez közeli, az idősebb generációtól átvett helyi tudást kamatoztató, társadalmilag hasznos munkát biztosít az alacsonyabb iskolai végzettségűek számára is. Azáltal, hogy hozzájárul a helyi munkahelyteremtéshez, bővíti a jövedelmet és csökkenti a szociális támogatási igényt vidéken.

➤ A rövid ellátási láncok működésének térnyerése természetesen a környezetvédelemhez is nagymértékben hozzájárulna, hiszen túl azon, hogy az élelmiszerpazarlás is enyhítené, a helyben történő értékesítés lényegesen kevesebb károsanyag-kibocsátással jár együtt (a kisebb közlekedési távolságok miatt), így a levegő szennyezettsége mellett a vidéki úthálózatok igénybevétele is mérséklődik.

➤ A mezőgazdasági termelők régóta alkalmazzák saját maguk által termelt áruk közvetlen értékesítését, ami azt jelenti, hogy a termelők közvetlenül fogyasztókhoz juttatják el a terméküket. A közvetlen termékértékesítés pedig természetesen közvetlen kapcsolatot jelent a keresleti és a kínálati oldal között, ami biztosítja a kölcsönös előnyös kapcsolati rendszer kialakítását. Egy vidéki termelő esetében mindez azt jelenti, hogy amennyiben a fogyasztó folyamatosan elégedett a termelő által eladásra kerülő termékekkel, akkor a fogyasztó a jövőben is tőle fogja megvásárolni azt a (mindig friss) terméket. Ez pedig a termelő számára lehetővé teszi, hogy egy biztos, állandó vevői kört alakítson ki (Csíkné – Lehota, 2013), amely a jövedelmezőség szempontjából nagyon előnyös. A vásárlói kör pedig mindig friss, egészséges termékhez képes így jutni. Összességében azt mondhatjuk, hogy ún. win-win kapcsolat alakul ki, vagyis mind a termelő, mind a vásárló kedvező pozícióba kerül, hiszen a termelő munkához és bevételhez, a vásárló pedig egészséges élelmiszerhez jut.

➤ A rövid ellátási láncok ösztönzésének fokozása mellett szól továbbá, hogy nemcsak ja-

vítja az élelmiszerláncsal szembeni bizalmat, hanem hozzájárul a helyi gazdaság és közösségek felélénküléséhez, azáltal, hogy erősíti a vidéki turisztikai lehetőségeket megjelenő új beszállítókön keresztül. Az előző pontok egyikében bemutatott munkahelyteremtés nem csak egyedi szintén értelmezhető, hanem térségi szinten is, azaz a REL tovább fokozza a foglalkoztatottságot és a vidéki jövedelmeket. Mindez lehetőséget teremt a vidéki térségek egyedi arculatának megalkotásában, turisztikai vonzerő fokozásában. A Zala Termálvölgye Egyesület (2009) által elkészített tanulmány továbbá kitér arra is, mindez a képzett népesség elvándorlását visszafogó, a fiatalok letelepülését ösztönző térségi identitástudat erősítésében, a kiveszőfélben lévő használati tárgyak, technológiák, motívumok megőrzésével ápolja a térség kulturális örökségét és ezzel stabilitást, és egyben lehetőséget biztosít a társadalom megújulásához.

➤ Végezetül említsük meg, hogy a rövid ellátási lánc a társadalom felelősség vállalása szempontjából is jelentős, hiszen a termékek előállításának és fogyasztóhoz történő eljuttatásának környezeti hatásai jelentősen mérséklődnek és így a fenntartható fejlődés szempontjai is érvényre jutnak.

➤ A fentieket átgondolva kijelenthetjük, hogy a törekvés szinkronban van az EU Közös Agrárpolitikájával, annak célkitűzéseivel.

A fent részletesen bemutatott modellek külföldön már hosszabb ideje eredményesen működnek. Talán az egyik legtudatosabb ország e tekintetben Ausztria, ahol már jól kidolgozott rendszerszintű mechanizmus működik. A legtöbb helyen már egy weboldal segítségével lehet jó minőségű termékeket beszerezni közvetlenül a termelőtől. Ez a weboldalon való regisztráció lehetőséget biztosít a termelőknek a pontos árualap megjelölésére, a különböző szállítási-, termékátvevési lehetőségek feltüntetésére, valamint egy személyes bemutatkozásra is. Az osztrák



példák jól mutatják, hogy mennyire fontos a vevő számára, hogy a feltüntetett termékek közül saját maga válogathatja össze a virtuális bevásárlókosár tartalmát, melyet többnyire házhoz szállítás keretében vehetnek át a termelőktől. Ezen szerveződés nem csupán egyedi szinten, hanem termelői együttműködés keretében is megfigyelhető. Amennyiben kooperációval valósul meg ezen rendszer, az esetben lehetőség nyílik egy „márkanév”, „védjegy” megteremtésére, ami tovább erősíti a fogyasztókban a termék-kiválóságot.

Természetesen hasonló kezdeményezések hazánkban is találhatóak, melyre talán az egyik legjobb példa a 2015 októberében Sarkadon megnyílt Önkormányzati Bolt, ahol kizárólag a település által irányított közmunkaprogramokban megtermelt termékeket értékesítik. A program célja, hogy a helybéli munkások által megtermelt, azonban fel nem használt jó minőségű termékekhez a helyi lakosság is hozzájuthasson.

Az értékesítés és a finanszírozás összekapcsolódásának lehetősége a helyi termékeknél - sharing economy

A fentiekben bemutatott rövid ellátási lánc tehát olyan struktúrát jelent, amely kevés számú gazdasági szereplőből áll, akik elkötelezettek az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők, feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt. Ezen újszerű értékesítési lehetőség pedig lehetőséget teremt újszerű üzleti modellek, finanszírozási források, konstrukciók megalkotására is, amelyek tovább erősíthetik a térségi – együttműködésen alapuló – társadalmi és gazdasági fejlődést egyaránt.

A technológiai haladás és az egyre intenzívebb internethasználat következtében jelentős átalakulás megy végbe az emberiség mindennapjaiban. A szélessávú internetnek köszönhetően az akár azonnali igények ta-

lálkozhatnak az aktuális kínálattal, ráadásul sokkal nagyobb tömegek számára, strukturált formában válnak elérhetővé a megosztást lehetővé tevő platformok. A kollaboratív együttműködés területén új lehetőségek előtt nyílnak ki az ajtók, úgymint a sharing economy előtt is. A sharing economy, vagyis a megosztáson alapuló közösségi gazdaság nem újdonság az emberiség történelmében. Korábban mindez csak kisebb közösségeken belül – család, baráti kör – működött, mára azonban, az internet és az okos telefonok elterjedésével sokkal szélesebb körben alkalmazható (Tóth et.al.,2016). Ami tehát az újszerűséget jelenti ezen hagyományos gazdasági gyakorlattal szemben, az az internet, valamint az abból fakadó hálózati szerveződés (Deloitte,2015). A közösségi gazdaság mögött néhányan olyan globális, megállíthatatlan trendet feltételeznek, amely gyökeresen átalakíthatja a gazdaság számos területét: elsősorban a túlfogyasztáson alapuló életmódból vezethet el egy zöldebb, fenntarthatóbb fogyasztáshoz, valamint a helyi, közösségi termelés megerősödéséhez – ez pedig következőképpen a személyek közötti kapcsolatok fontosságának növekedését eredményezi gazdasági és társas értelemben egyaránt (Kalóz,2015). Arun Sundararajan (2016) a *The Sharing Economy*, vagyis *A közösségi gazdaság* című könyvében az üzleti modellről, mint egy új „ipari forradalomról” ír. Fontos azonban leszögezni, hogy a sharing economy ilyen szintű rohamos elterjedése azért lehetséges, mert változás következett be a fogyasztók termékekhez, szolgáltatásokhoz, valamint termékszolgáltatásokhoz való viszonyukban. Mindezt összegezve azt mondhatjuk, hogy az eltérés az alkalmazott üzleti modellben van.

A magyarul megosztáson alapuló közösségi gazdaságnak nevezett modell alapja a bizalom. A bizalom alapvető értelmezés a társadalmi csereelméletből származtatható. Az elmélet abból indul ki, hogy minden emberi kapcsolatot a ráfordítások, illetve előnyök



elemzése határoz meg (Homan,1961). Homan elméletében azt állítja, hogy az egyének olyan tranzakciókban vesznek részt, amelyek számukra haszonnal járnak, reciprocitást tételeznek fel, és a kapcsolatok addig tartanak, amíg a részt vevő felek egymás számára a másik által értékelt forrásokat, vagy valamilyen előnyöket, jutalmat képesek nyújtani.

A fentiekben bemutatott újszerű együttműködés a REL keretein belül lehetővé teszi (Kujáni,2015):

➤ **erőforrások megosztását:** eszközök, feldolgozó kapacitás, logisztika a költségek csökkentése érdekében. Tudásmegosztás pl.: kompetenciák fejlesztése, humánkapacitás növelése.

➤ **a termékalap növelését:** nagyobb mennyiséget igénylő fogyasztók kiszolgálása pl.: közétkeztetés

➤ **fenntartási költségek megosztását**

➤ **érdekképviselet erősítését**

➤ **verseny csökkentését:** pl: sok szervezetlen REL csoport között egy régió belül

➤ **kölcsönös támogatást:** elszigeteltség csökkentése a kistermelők esetében, fiatal gazdák belépésének megkönnyítése

➤ **egészségtudatos táplálkozási igény fokozását,**

➤ **társadalmi bizalom erősítését.**

Hogyan használhatják ki a helyi gazdaságok ma a sharing economy nyújtotta lehetőségeket. Például a közösségi (crowdfunding) finanszírozáson keresztül. Lehetőség számukra a "peer –to- peer" (P2P) platformokon az ún. "revenue based" befektetések, melyek esetében a befektetők nem a visszafizetett hiteltől, vagy üzletrészből térülnek, hanem a befektetett tőke által generált jövőbeli bevételből részesednek. A crowdfunding e formája a magánszemélyek vásárlásaira összpontosul, vagyis a közösségi finanszírozás esetében a forrást maguk a „vevők” biztosítják, míg a vállalkozások ellátják őket olyan termékkel, amelyekre vágnak: egészséges élelmiszerrel,

megbeszélés szerinti használati tárgyakkal és szolgáltatásokkal. A közösségi finanszírozás e formája elsősorban az új, egyedi termék vagy szolgáltatás bevezetése előtt álló vállalkozóknak szól. Egyes vélemények szerint a crowdfunding paradigma-váltást eredményezhet – hiszen az innovatív gondolkodásmóddal abszolút konform ez a megoldás – amely folyamatból nem lenne célszerű kimaradni. Egyetlen óriási hátránya van ma még: hatóságilag a mai normák szerint ellenőrizhetetlen.

Hiába nézik mindenhol ferde szemmel a hatóságok, a bankok, annyi biztosnak látszik, hogy a sharing economy velünk marad a következő évtizedekben, ezért nem árt számot vetni vele, hogyan alakíthatja át a piactereket.

Összegzés

A hagyományos élelmiszerellátás (konvencionális rendszerek) problémáit felismerve egyre jelentősebb igény mutatkozik olyan rendszerek kialakítására, amelyek az élelmiszereink eredetéről, elkészítéséről, teljes termelési folyamatáról teljes körűen tájékoztat, ami lehetővé teszi a mezőgazdálkodás egy újabb, a jelenlegi fogyasztó igényeknek megfelelő, fenntarthatóbb formájának kialakítását. Mindezt képviseli a rövid ellátási láncok rendszere, amely tulajdonképpen egy alulról szerveződő kezdeményezés, amely a helyi térségek sajátosságain (erőforrások figyelembe vételével) alapul és a lakosság aktív részvételével működik. A REL módszerének tehát legnagyobb előnye, hogy a végső fogyasztó és a termelő többnyire közvetlenül – vagy egy közösségen keresztül –, személyesen ismerik egymást, és a létrejött kapcsolati rendszer egyik legmeghatározóbb alkotóeleme a kölcsönös bizalom. A bizalmon nyugvó e fajta együttműködés biztosítja mindkét fél részére a haszonmaximalizálást:

➤ A fogyasztó a minőségi élelmiszerért cserébe hajlandó magasabb árat fizetni,



➤ a termelő pedig az árújára így biztosan talál felvevő piacot.

A REL alkalmazása és a helyi termékek forgalmazása a helyi gazdaságfejlesztés egyik lehetséges eszköze. A REL, mint újszerű üzleti modellnek fontos jelentősége a fogyasztói tudatformálás.

Irodalomjegyzék

Arun Sundararajan (2016): *The Sharing Economy, The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, The MIT Press

Balazs, B. (2011): Kooperatív kutatás a hazai alternatív elelmiszer-hálózatok elősegítésére, in: Pataki, G., Vari, A. (Eds.), *Reszvetel - akció - kutatás. magyarországi tapasztalatok a részveteli „akció- és kooperatív kutatásokból*. MTA Szociológiai Kutatóintézet, Budapest, pp. 140-162.

Beke J. és Forgács A. (2010): A modern mezőgazdaság teljesítményének mérhetőségéről – komparatív szektorelemzés. Budapest. Proceedings of Budapest Business School. pp. 89-101

Bertazzoli A. et al. (2010): Short supply chain: analysis of the competitiveness of organic horticultural farmers at italian regional level. In: 118th EAAE Seminar „Rural development: governance, policy design and delivery”. Ljubljana, 25-27 August 2010., pp. 771-783.

Csíkné M. É. és Lehota J. (2013): Mezőgazdasági termelők értékesítési csatornaválasztási döntéseinek vizsgálata, különös tekintettel a közvetlen értékesítésre. *Gazdálkodás*, 5. (4) pp. 36-53.

Deloitte AG. (2015): *Sharing Economy, Teile und verdiene! Wo steht die Schweiz?* <https://www.pwc.de/de/digitale-transformation/assets/pwc-bevoelkerungsbefragung-share-economy.pdf> (Letöltve: 2016. szeptember 11., 13 óra 07 perc)

Farnsworth, R.L., Thompson, S.R., Drury,

K.A., Warner, R.E.(1996): Community supported agriculture: filling a niche market. *Journal of food distribution research* 27, 90-98.

Fehér I. (2010): A helyi termékek szerepe a vidéki turizmusban, egyetemi tanár, Szent István Egyetem, egyetemi előadás

Forgács Cs. (2008): Csak azért mert kicsi, még hasznos a társadalomnak. *A Falu*. XXIII. évf. 1. szám, pp. 17-39.

G.Fekete É. (2009): Helyi termékek előállítás és értékesítése a Zala Termálvölgyében, Kutatási zárótanulmány, Zala Termálvölgye Egyesület, http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (Letöltve: 2017. március 09. 11 óra 50 perc)

Homans, G.C. (1961): *Social Behaviours: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich

Ilbery, B., Maye, D. (2006): Retailing local food in the Scottish–English borders: A supply chain perspective. *Geoforum* 37, 352-367.

Juhász A. et al. (2012): A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában; *Élet a modern kiskereskedelmi csatornákon kívül?* Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet. 120 p.

Kalóz E. (2015): A közösségi gazdaság: elméleti megfontolások és a gyakorlat jellemzői, *Kaleidoszkóp*, http://epa.oszk.hu/01900/01963/00047/pdf/EPA01963_informacios_tarsadalom_2015_1_044-067.pdf (Letöltve:2016. augusztus 28. 11 óra 11 perc)

Karmazin Gy. (2014): Készletek és termékciklusok hatása a vállalatok versenyképességére. In: Szabó-Kocsis J. (főszerk.): *Transpack*, XIII. évfolyam, 1. szám, 2014. január, 46. oldal

Karmazin Gy. (2016): A logisztikai szolgáltatók stratégiai sikertényezői, *Akadémiai Kiadó*, Budapest

Kujáni K. (2015): *Hogyan működik a rövid*



ellátási lánc Magyarországon? Kistermelői élelmiszerek útja a fogyasztókhoz. Hogyan működik a rövid ellátási lánc? Földművelésügyi Minisztérium, <https://smbleader.hu/images/cikkek/2014-2020/FM%20KujaniKatalin%20-%20Hogyan%20mukodik%20a%20REL%20Mo-n%20-%202015jul27.pdf> (Letöltve: 2017. március 12. 9 óra 51 perc)

Major Á. - Kujáni K. - Szabadkai A. (2013): Termelői boltok, non-profit gazdasági társaságok, bevásárló közösségek (doboz rendszerek) kialakításának jogi feltételeinek megteremtése http://www.kisleptek.hu/doboz_rendszerek_jogi_feltetelei/, Letöltés dátuma: 2016. december 20. 8 óra 57 perc

Tóth R., Mester É., Hezam L. M. (2016): A stratégia szerepe a vállalati működésben - Magyarország regionális különbségei, különös tekintettel a humán tőke szerepére, A Falu, ISSN: XXXI:(4) pp. 57-66.

Tóth R., Mester É., Kozma T. (2016): A megosztásos üzleti modell: a logisztikai vállalkozások új finanszírozási lehetőségei, BI-KA: Logisztikai trendek és legjobb gyakorlatok, ISSN:2416-05555, pp.32-35. DOI: 10.21405/logtrend.2016.2.2.08

Internet-1: http://epa.oszk.hu/02000/02067/00016/pdf/EPA02067_AWETH2009575581.pdf (2014. 10. 03.) Troján Szabolcs, Varga Zsuzsanna, Kalmárné Hollósi Erika: Állati eredetű „helyi termékek” értékesítési lehetőségei, avagy termékpálya – röviden. 2009, 576–577.

Internet-2: http://liliomkert.lapunk.hu/tarhely/liliomkert/dokumentumok/bene_eszter_szakdolgozat2012.pdf (2014. 10. 02.) Bene Eszter: A termelői piacok szerepe a Balaton régió fejlesztésében, a liliomkert példáján keresztül. 2012, 10.





A magyar egészségi állapot és ételmeiszerfogyasztás főbb összefüggései

Gódor Amelita Kata,
Bakos Izabella Mária

Napjainkban egyre szélesebb körben válogathatunk az ételmeiszerek közül, ezzel egyidőben megfigyelhetjük a korszerű táplálkozás elveit is, melyek pozitív hatással van a fogyasztásunkra. A várható növekvő élettartamunkat befolyásolják az ételmeiszerek sokszínűsége. A modern ételmeiszerek megjelenése háttérbe szorítja a tradicionális étkeket, de az egészségesebb ételmeiszerek jóval drágábbak, mint például a zsír vagy gabona ára. Magyarország régióiban látható, hogy szignifikáns összefüggés van a jövedelem szintje és az elfogyasztott étel minősége között.

Tanulmányunk célja az volt, hogy megvizsgáljuk a magyar fogyasztói viselkedést, illetve, hogy a jövedelmi szinttel összefügg-e a fogyasztói magatartás, melyek azok ételmeiszerek melyek preferálunk magasabb, illetve alacsonyabb jövedelem mellett.

Bevezetés

A 20. század folyamán a magyar mezőgazdaság a lakosság ételmeiszer fogyasztását megfelelő minőségben és mennyiségben hivatott kielégíteni. Az ínséges időszakok rendszerint rövid ideig tartottak és ezek után a fogyasztás

hamarosan visszatért az európai átlagszínvonalra, vagy meghaladta azt. A századforduló idején a táplálkozás átlagos szintje lényegesen alacsonyabb volt, mint az évszázad későbbi szakaszaiban, amikor az ételmeiszer-termelés növekedett. Számottevő volt az ételmeiszerek választék bővülése és az ételmeizési alapelvek korszerűsödése, amely szintén kedvezőbb irányba befolyásolta a fogyasztást. Az ételmeiszer-fogyasztás összetételét befolyásolta többek között az átlagos életkor meghosszabbodása is. A korszerűbb táplálkozást a hagyományokon kívül az is akadályozza, hogy az „egészségesebb” ételmeiszerek ára lényegesen magasabb, mint a sok energiát adó zsír, vagy gabonafélék árai. A jövedelmek és a táplálkozás színvonala között szoros a kapcsolat. Az országos átlagon belül a különböző jövedelmű rétegek fogyasztása mindig nagymértékben szóródott. Az 1960-as évektől kezdődően a gyorsan fejlődő ételmeiszer - termelés bővülő fogyasztást tett lehetővé, amely meghaladta az európai országok átlagát. A fogyasztás szerkezete azonban ekkor sem volt minden tekintetben optimális. 1990 után a mezőgazdasági termelés visszaesett, az ételmeiszerek drágultak. A lakosság ételmeiszer fogyasztása így az 1980-as szint alá süllyedt.



A kedvező folyamatok közül a húsfélék és a tojás fogyasztásán a nyugat-európai színvonalra való emelkedését kell kiemelni. Húsból – különösen baromfihúsból – és tojásból a század első feléhez képest rendkívül nagy volt az előrelépés. Tejből az 1980-as évekre sikerült a korábbi szintet számottevően felülmúlni. Sajnálatos, hogy a szervezet számára értékes halból az éves fogyasztás – bár 50 év alatt megtöbbszöröződött – 3 kg alatt maradt. A gyümölcs- és zöldségféléknek az étrendben elfoglalt mind fontosabb szerepe az utóbbi negyedszázadban megtorpant. (Kollega Tarsoly, 1997)

Magyarország jelenleg 120%-os önellátásra képes az alapvető élelmiszerekből. Ez a szint 150%-ra növelhető, ami a globális élelmiszerigény várható jelentős emelkedésével komoly nemzetgazdasági előnyt jelenthet. Minden lehetőség meg van ahhoz, hogy a magyar lakosság ellátása magyar termékekkel történjen, az élelmiszeripar kivitele tovább növekedjen. A vidéki foglalkoztatás, népesség megtartása, növelése szempontjából is fontos az élelmiszergazdaság mivel:

- .. a magyar élelmiszeripar a 2. legnagyobb foglalkoztató a feldolgozóipari ágazatok között,

- .. vidéki munkahelyek megőrzésében nagyon fontos szerepe van az ágazatnak,

- .. különösen fontos szerepet játszanak a vidék munkahelymegtartó képességében a családi vállalkozások, kistermelők, mikro-, kis- és középvállalkozások,

- .. kistermelők, őstermelők a helyi igények kielégítésére saját terményeik feldolgozása útján állítanak elő élelmiszert. (Nemzeti Vidékstratégia, 2012-2020)

Az élelmiszergazdaság jelentősége átfogó társadalompolitikai cél is mivel a „Magyar élelmiszer – termelés és a magyar agrárgazdaság komparatív előnyeit kihasználva az európai élelmiszer - előállítás fontos tényezője, és a magyar mezőgazdaság kiegyensúlyozott, versenyképes szereplője, amely az egész lakosság biztonságos és jó minőségű élelmi-

szerekkel történő ellátása mellett jelentősen hozzájárul a vidék jólétéhez.” Magyarország nemzeti érdeke:

- .. a hazai lakosság egészséges, biztonságos és megbízható élelmiszer ellátását a lehető legnagyobb mértékben hazai forrásokból biztosítani;

- .. az élelmiszerlánc optimalizálásával a lehető legmagasabb hozzáadott értéket itthon előállítani, és a hazai szükségletet meghaladó élelmiszerek exportjával javítani a nemzetgazdaság helyzetét;

- .. a vidék önfenntartó képességét, munkalehetőségeit megőrizni, az élelmiszer-feldolgozás arányának növelésével is javítani, ennek érdekében a fenntartható élelmiszertermelő rendszereket fejleszteni. (ÉFS, 2014-2020)

Egyetértve Tóth-Káposzta (2014) szerzőpárossal, úgy gondoljuk, hogy a hazai élelmiszer ellátásban is kulcsfontosságú, hogy a helyi erőforrásokat előnyben részesítsék, ezáltal biztosítva azt, hogy a beljük fektetett tőke a területen belül maradjon és lehetőség szerint „újrahasznosuljon”.

Nemzetgazdasági érdek továbbá a lakosság egészségi állapotának a javítása, mely a minőségi élelmiszerellátással és az egészséges táplálkozási szokások népszerűsítésével nagymértékben befolyásolható. A helytelen táplálkozás és a mozgásszegény életmód együttesen eredményezi a hazánkban mára már civilizációs betegségnek számító túlsúly és a kapcsolódó szív- és érrendszeri megbetegedések problémáját. A KSH adatai szerint a világon évente három millió ember hal meg a túlsúly okozta betegségek következtében. A magyar helyzetkép igen aggasztó, hiszen a 15 év feletti lakosság 36%-a túlsúlyos és 20%-a elhízott. (KSH, 2010)

Anyag és módszer

Magyarország közép- és hosszú távú élelmiszeripari fejlesztési stratégiája (2014-2020) alapján az egészséges életmódot támogató



élelmiszer-előállítás előmozdítása az átfogó társadalompolitikai célok egyike, az ágazat jövőképében meghatározó jelentőséggel bír. Fontosnak tartjuk a hazai lakosság egészséges, biztonságos és megbízható élelmiszer ellátását a lehető legnagyobb mértékben hazai forrásokból biztosítani. A Stratégia megvalósításával a hazai élelmiszer-gazdaság egyre inkább az egészséges táplálkozást elősegítő természetes, hazai, friss alapanyagokból készülő élelmiszereket állít elő, hozzájárulva a lakosság általános egészségi állapotának javulásához. (ÉFS, 2014-2020) A jövedelem emelkedése az élelmiszer-fogyasztás mennyiségi és minőségi növelésére ösztönöz. A fogyasztók tájékoztatása és ösztönzése szükséges ahhoz, hogy az élelmiszer-fogyasztásuk megváltoztatásával kedvező egészségügyi hatásokat érjenek el, és ez a természeti erőforrások mérsékeltebb használatához is hozzájáruljon. Tanulmányunkban vizsgáljuk a magyar lakosság élelmiszerfogyasztói szokásait és az egészségi állapot közti összefüggéseket, időbeli és térbeli alakulását.

Szekunder adatok segítségével mutatjuk be a magyar élelmiszerfogyasztás regionális szintű alakulását és főbb tendenciáit. Matematikai statisztikai módszerekkel vizsgáltuk továbbá, hogy kimutatható-e szignifikáns összefüggés regionális szinten a magyar háztartások egy főre jutó éves élelmiszerfogyasztása és az egészségi állapotot tükröző mutatók között. A regionális szintű, 2014-es adatokat a KSH-ról gyűjtöttük ki és a korrelációs és regressziós vizsgálatokat az SPSS statisztikai programcsomaggal végeztük el. A vizsgálatba bevont indikátorok a következők voltak:

- ..Nők születéskor várható átlagos élettartama, év
- ..Férfiak születéskor várható átlagos élettartama, év
- ..Élveszületések száma, fő
- ..Halálozások száma, fő
- ..Háztartások egy főre jutó éves összes cereália fogyasztása, kg

–..Háztartások egy főre jutó éves összes húsfogyasztása, kg

–..Háztartások egy főre jutó éves összes zsiradék fogyasztása, kg

–..Háztartások egy főre jutó éves összes gyümölcsfogyasztása, kg

–..Háztartások egy főre jutó éves összes zöldség és burgonya fogyasztása, kg

–..Háztartások egy főre jutó éves összes cukorfogyasztása, kg

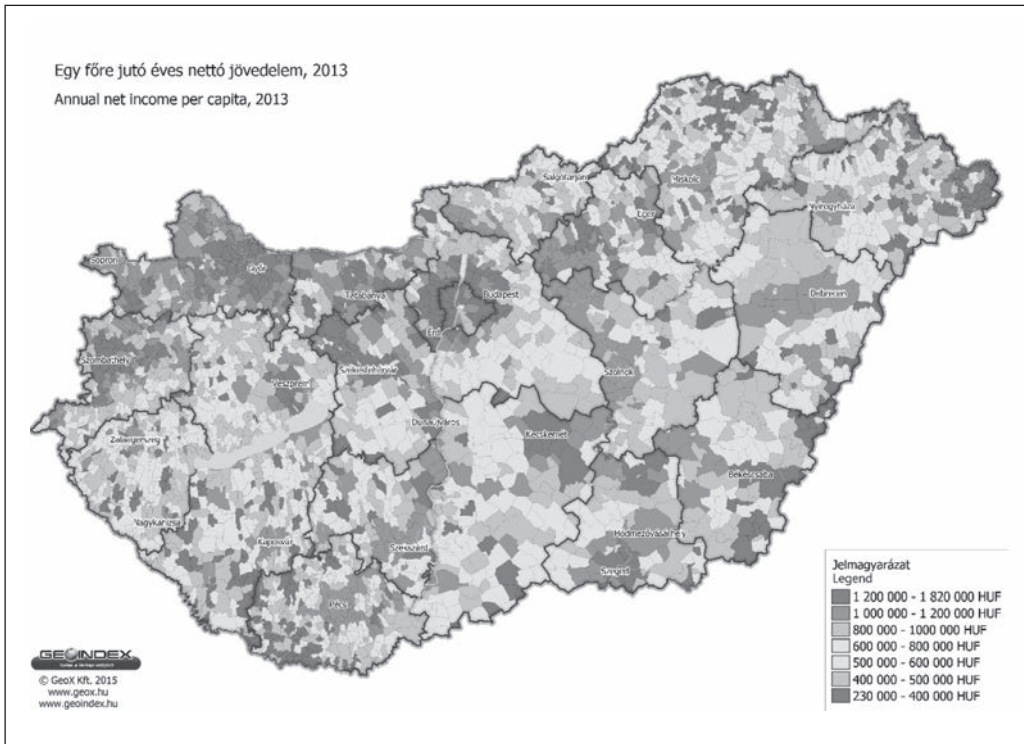
A változók közötti összefüggés meglétét és szorosságát, a kapcsolat erősségét és irányát a *Pearson-féle lineáris korrelációs együtthatóval* vizsgáltuk. Ez a módszer nem tesz különbséget a függő és független változó között, ezért a feltárt korrelációkat a *parciális korrelációs együtthatóval* teszteltük. Ezen módszer két változó közötti kapcsolat szorosságát méri, egy vagy több további változó hatásának kiszűrésével. A feltárt összefüggések jellegének meghatározásához pedig a *kétváltozós regressziós alapmodell* módszerét alkalmaztuk. (Sajtos-Mitev, 2007)

Eredmények

A magyar élelmiszerfogyasztás tendenciái

Az 1. ábra jól szemlélteti, hogy a fejlettebb térségek egy főre jutó éves nettó jövedelme magasabb, mint a fejletlenebb, hátrányos helyzetűeké. Részben ebből következik, hogy az élelmiszerfogyasztásra szánt kiadás a magasabb áru minőségi termékek irányába mozdul el ezeken a területei egységeken. Megállapítható továbbá, hogy az egészségesebb, prémium kategóriás élelmiszereket a nagyobb vásárlóerővel rendelkező (tehetősebb) réteg részesíti előnyben.

Az alacsony jövedelmű rétegek fő problémája az elegendő mennyiségű élelmiszerhez való hozzáférés, míg a magas jövedelmű rétegnél ezzel szemben az egészséges, magas hozzáadott értékkel rendelkező termékek iránti igény a meghatározó tendencia. „Az



1. ábra

Egy főre jutó éves nettó jövedelem Magyarországon, 2013 (Ft)

Forrás: www.geoindex.hu

élelmiszerek iránti kereslet rövid-távon kevésbé változik, mint hosszú távon. A kereslet változását hosszútávon befolyásoló fő tényezők között alapvető a lakosság létszámának és megoszlásának (kor, településtípus, nem, jövedelem szerinti) változása és a fogyasztói jövedelmek nagyságának és elosztásának változása. Ár oldalon az adott termék saját árának és a helyettesítő kiegészítő termékek árának változása hat a keresletre. A helyettesítő (közvetlen) termékek elérhetősége, ennek módosulása, valamint a fogyasztói ízlések és preferenciák változása is befolyásolja hosszú távon az adott termék keresletének változását.” (Fogarassy et. al., 2004, 94 p.)

A magyar fogyasztói kosárban az élelmiszerek súlya igen jelentős. A fogyasztók kiadásainak közel egynegyedét teszik ki az

élelmiszer-jellegű kiadások. Az élelmiszereket az elmúlt 45 évben folyamatos drágulás jellemezte. A gyenge fogyasztói kereslet és a mezőgazdasági árak alakulásának következtében viszont 2014-ben 0,4%-kal csökkent az élelmiszerek ára. Ehhez az éves átlagos árcsökkenéshez képest nagyobb mértékben csökkent a cukor (16%), a liszt és a burgonya (14%), a tojás (3,4%), valamint a kenyér (2,2%) fogyasztói ára. Drágult viszont egy év alatt a sajt (6,6%), a tej (6,5%), a munkahelyi étkezés (2,4%), és az iskolai és óvodai, bölcsődei étkezés (2,2, illetve 1,9%-kal). (KSH, 2015)

Az 1. táblázat az egy főre jutó alapélelmiszer kiadások alakulását mutatja a régiók és a településtípusok szintjén, 2010 és 2014 között. A bázisviszonszámok jól szemléltetik az élelmiszerkiadások alakulásának



1. táblázat

Az egy főre jutó élelmiszerkiadások alakulása, régiók és településtípusok szerint, 2014 (%)

Megnevezés	Cereáliák összesen	Hús össze- sen	Tej, tojás, sajt ösz- szesen	Olaj és zsiradékok összesen	Gyü- mölcs összesen	Zöldség és burgo- nya ösz- szesen
	2010=100 %					
Magyarország	118	122	120	115	125	109
Közép-Magyarország	111	113	109	105	109	93
Közép-Dunántúl	129	120	135	116	137	123
Nyugat-Dunántúl	128	127	131	117	156	135
Dél-Dunántúl	128	141	123	123	141	135
Észak-Magyarország	119	133	130	130	132	105
Észak-Alföld	124	132	126	124	127	125
Dél-Alföld	104	108	108	106	118	96
Budapest	123	121	119	110	118	100
Megyei jogú városok, vidéki nagyvárosok	126	121	119	116	125	113
Többi város	116	119	117	110	114	100
Község	113	125	123	122	143	122

Forrás: KSH alapján saját számítás

térbeli különbségeit. Jellemzően minden élelmiszerkategória tekintetében nőtt a régió szintű egy főre vetített kiadás. Egyedül Dél-Alföldön és Közép-Magyarországon csökkent 4-7%-kal a zöldségekre fordított kiadás. A Közép-Dunántúlon, Nyugat-Dunántúlon és Észak-Magyarországon jelentős mértékben nőtt a tej, tojás, sajt és gyümölcs termékek iránti kereslet. A húsról fordított kiadások a Dél-Dunántúlon, az Észak-Magyarországi régióban és az Észak-Alföldön nőtt számottevően. Egyre több gyümölcsöt és zöldséget vásárolnak a Nyugat-Dunántúliak és a Dél-Dunántúliak, valamint a községekben élők.

Országos viszonylatban a cereália fogyasztás még mindig nagyon hangsúlyos, ugyanakkor pozitív tendencia figyelhető meg a zöldségfogyasztás tekintetében. A gyümölcsfogyasztás elmarad a kívánatostól és a cukor és zsiradékfogyasztás egy főre vetített mennyisége is meghaladja az ajánlott értéke-

ket, ami táplálkozás-egészségügyi oldalról aggasztó.

A 2. táblázatban a háztartások egy főre jutó éves élelmiszer-fogyasztásának alakulását mutatjuk be a régiók és a településtípusok szerint. Színekkel jelöltük, hogy 2014-ben a 2010-es fogyasztási szinthez képest milyen irányú változás volt megfigyelhető. Országos és régiós szinten is minimálisan változott az egyes élelmiszerek fogyasztása. Az egészségtudatosság irányába való elmozdulás jeleit mutatja az egyes régiók szintjén a növekvő gyümölcs és zöldségfogyasztás valamint a mérsékelt cereália és zsiradékfogyasztás.

Az élelmiszerfogyasztás és az egészségügyi mutatók regionális összefüggései

A Pearson féle korrelációs számításunk alapján szignifikáns és erős kapcsolat mutatható ki a régiók szintjén a születéskor várható női

2. táblázat

A háztartások egy főre jutó éves élelmiszer-fogyasztásának mennyisége régiók és a települések típusa szerint (2010, 2014), (kg/fő)

Megnevezés	Cereáliák összesen		Húsfélék összesen		Zsiradék összesen		Gyümölcs összesen		Zöldség és burgonya összesen		Cukor	
	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014	2010	2014
	kg/fő											
Magyarország	85	78	53	54	17	16	38	39	77	75	14	14
Közép-Magyarország	74	64	48	46	16	13	42	36	79	65	12	10
Közép-Dunántúl	82	75	52	52	17	15	33	39	69	71	15	14
Nyugat-Dunántúl	87	74	50	49	17	15	32	38	60	67	15	13
Dél-Dunántúl	92	94	51	64	17	16	39	45	80	99	14	16
Észak-Magyarország	91	87	53	56	19	18	34	36	81	78	15	15
Észak-Alföld	86	90	54	60	19	19	35	39	72	82	16	17
Dél-Alföld	99	84	67	61	18	16	42	41	95	83	14	14
Budapest	60	60	41	44	13	12	42	42	69	64	8	8
Megyei jogú városok, vidéki nagyvárosok	78	73	53	51	16	15	40	41	74	72	11	12
Többi város	88	78	55	52	18	15	40	37	82	71	15	15
Község	99	92	58	62	19	18	33	38	79	88	17	17

Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

és férfi átlagos élettartam és a cereália (nők: -0,833; férfiak: -0,816), a zsiradék (nők: -0,884; férfiak: -0,920), valamint a cukor (nők: -0,838; férfiak: -0,844) fogyasztás között. Amennyiben tehát csökken ezen élelmiszerek fogyasztása úgy az statisztikailag igazolhatóan jó hatással van az egészségi állapotot tükröző mutatóra. Közepesen erős negatív kapcsolat van továbbá ezen termékek fogyasztása és a születési és halálozási mutatók között. A parciális korreláció még inkább megerősítette a kapcsolat meglétét és erősségét. A kétváltozós lineáris regresszió vizsgálatunk is a várt eredményt hozta. Modell értékű ok-okozati kapcsolat volt azonosítható a születéskor várható átlagos

élettartam és a cereália, a zsiradék, illetve a cukorfogyasztás között. A regressziós modellek alapján, a cereália fogyasztás a nők esetében 70%, a férfiak esetében 67%-ban játszott szerepet a születéskor várható átlagos élettartam alakulásában. A cukorfogyasztás élettartamra gyakorolt hatása szintén jelentős (nők: 70%, férfiak 72%). A zsiradékfogyasztás még markánsabb hatással bír, főleg a férfiak esetében (nők: 78%, férfiak: 85%). A gyümölcs és zöldség valamint a húsfélék fogyasztása a regresszió számításunk alapján nem hat szignifikánsan az élettartamra. Valószínűsíthetően azért, mert ezen termékek megfelelő mértékű fogyasztása hozzátartozik szervezetünk opti-



Táblák a regressziós együtthatók becsléséhez

Coefficients

Nők	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Cereáliák összesen (kg/fő)	-,042	,013	-,833	-3,365	,020
(Constant)	82,178	1,022		80,433	,000
Férfiak	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Cereáliák összesen (kg/fő)	-,073	,023	-,816	-3,153	,025
(Constant)	77,828	1,887		41,241	,000
Nők	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Zsiradék összesen (kg/fő)	-,260	,061	-,884	-4,232	,008
(Constant)	82,937	,991		83,663	,000
Férfiak	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Zsiradék összesen (kg/fő)	-,478	,091	-,920	-5,245	,003
(Constant)	79,593	1,471		54,121	,000
Nők	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Cukor (kg/fő)	-,211	,061	-,838	-3,436	,019
(Constant)	81,760	,880		92,907	,000
Férfiak	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Cukor (kg/fő)	-,375	,107	-,844	-3,521	,017
(Constant)	77,252	1,529		50,538	,000

Forrás: KSH adatok felhasználásával saját vizsgálat

mális működéséhez és túlzott fogyasztásuk nem jelent egészségügyi szempontból akkora veszély, mint a szénhidrátban és zsírban gazdag élelmiszerek. Az alábbi táblákból le-

olvasható regressziós egyenesek (3. táblázat), az ANOVA-táblák alacsony SEE értékei (Std. Error of the Estimate) okán pontos előrejelzésre és modell értékű becslésre alkalmasak.



A One-Sample Kolmogorov-Smirnow Test eredményei is alátámasztják a modell helytállóságát (p szignifikanciaszint $> 0,05$ -nél).

A regressziós egyenesek egy átfogó képet adnak arról, hogy a születéskor várható átlagos élettartam a nők és férfiak esetében várhatóan hogyan változna a cereália-, a zsiradék-, és a cukor fogyasztás változásának hatására. Az előrejelzéssel körültekintően kell bánni, hiszen az egészség mutatószámaira a táplálkozás mennyiségi ismérvein kívül további tényezők is nagymértékben hatással lehetnek, mint például az egészséges életmód (rendszeres testmozgás megléte vagy hiánya) valamint további táplálkozási és velünk született biológiai adottság. Mindemellett úgy gondoljuk, hogy vizsgálatunk eredményei jelzésértékűek.

Az egészséges étkezés fontossága és támogatása kormányzati szinten is jelentős. Hosszas szakmai egyeztetéseket követően 2014-ben megjelent a 37/2014. (IV. 30.) EMMI rendelete, mely tartalmazza a közétkeztetésre vonatkozó táplálkozás-egészségügyi előírásokat. Magyarországon több, mint 1 100 000 fő az aki részt vesz a közétkeztetés rendszerében. A 2014-ben hatályossá vált rendelet fő célkitűzése az, hogy a napi bevitt sómennyiség 2015 és 2021 között 10%-al csökkenjen. Nem titkolt törekvései közé tartozik, hogy növelje a helyi és bio élelmiszerek arányát a menzákon, bevonja az országban tenyésztett halakat a menzai kínálatba. A rendszer feladata, hogy a résztvevők számára étkezési időben élettani igényeiknek megfelelő jellegű és összetételű táplálékot biztosítsa; táplálkozási szokásait, ízlését, magatartását, étkezési kultúráját kedvező irányba terelje. Az ételeknek a rendelet alapján mennyiségileg és minőségileg is meg kell felelniük a feljükk támogatott szakmai követelményeknek, elvárásoknak. A közétkeztetésben résztvevő cégek számos intézkedést kötelesek betartani: étrendtervezés szabályai, ellátás során biztosítandó étkezéssel kapcsolatos

követelmények, tájékoztatási kötelezettség, naponta biztosítandó élelmiszerek / élelmiszercsoportok diétás étkezés szabályai stb.

Az iskolai közétkeztetés számos tekintetben javult az elmúlt évekhez képest. Megjelentek a teljes kiőrlésű pékáruk, többször kerül friss zöldség, gyümölcs az asztalokra. Az így létrehozott táplálkozás-egészségügyi rendelettel jelentős megbetegedéseket lehet visszaszorítani, mint például az elhízás, magas vérnyomás, szív- és érrendszeri betegségek. A rendeletben helyet kapott többek között új általános alapelvek, minimum követelmények egész napos étkeztetés esetén. 2009-ben az OÉTI és az ÁNTSZ meghirdette a Mintamenza Programot, melynek 3 fő célkitűzése van:

1. A közétkeztetésbe bevont nyersanyagok körének bővítése, új ételsorok kialakítása, egészséges alapanyagok alkalmazása.

2. Helyi kistermelők, vállalkozások által termelt és előállított nyersanyagok felhasználása.

3. Az étkezési kultúra, a közétkeztetés tárgyi feltételeinek javítása

A rendelet alapján többek között tilos felhasználni a közétkeztetésben sótartalmú ételport / leveskockát, krémeket, 30%-nál magasabb zsírtartalmú húst, 18 év alattiaknak koffeintartalmú italt, alkoholtartalmú élelmiszert, szénsavas / cukrozott üdítőt, szörpöt.

Következtetések

Az élelmiszerfogyasztás területi megosztottsága tükröződik az egyes élelmiszerfélék egy főre jutó évi mennyiségének alakulásában, amelyben érzékelhető a tradicionális, illetve az egészségtudatosabb táplálkozási szokások területenként változó hatása. Empirikus kutatásunk eredményei is rávilágítottak arra, hogy regionális szinten statisztikailag igazolható a szénhidrátokban és zsiradékokban gazdag élelmiszerek túlzott fogyasztásának élettartamra gyakorolt negatív hatása. Ennek tudatában rendkívül



fontosnak tarjuk az olyan nemzeti élelmiszeripari- és egészségügyi stratégiák kidolgozását és operatív szintre helyezését, amely közvetve hozzájárul a lakosság egészségi állapotának megőrzéséhez/javításához, közvetlenül pedig a területi termelékenység és versenyképesség növeléséhez, a vidék lakosságmegtartó képességéhez, munkahelyek teremtéséhez valamint a napjainkban hatalmas terhet jelentő egészségügyi kiadások csökkentéséhez. Nagy felelősség hárul tehát az élelmiszeriparra és a stratégiai döntéshozatalra egyaránt.

Köszönetnyilvánítás

A TANULMÁNY „AZ EMBERI ERŐFORRÁSOK MINISZTERIUMA ÚNKP-16-3-I KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT”

Hivatkozott források

- Földművelésügyi Minisztérium (2015): Magyarország közép- és hosszú távú élelmiszeripari fejlesztési stratégiája 2014-2020. 128 p.
- Kollega Tarsoly I. (Szerk., 1997): Magyarország a XX. században 2. Természeti környezet, népesség és társadalom, egyházak és felekezetek, gazdaság. Babits Kiadó, Szekszárd, 704. p.
- KSH (2010): Társadalmi helyzetkép 2010, Központi Statisztikai Hivatal, Budapest.
- KSH (2015): A fogyasztói árak alakulása 2014-ben.
- Sajtos L.- Mitev A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest, 402 p.
- Tóth T - Fogarassy Cs -Vasa L - Pércsi K - Nagy H - Tornyai E - Orlovits Zs. (2004): Mezőgazdasági és élelmiszerpiac általános és sajátos vonásai. In: Villányi L - Fogarassy Cs (szerk.): Agrárgazdaságtan I. SZIE Kiadó, Gödöllő, 80-109. pp.
- Tóth-Káposzta (2014): Tervezési módszerek és eljárások a vidékfejlesztésben. Elmélet. SZIE Kiadó, Gödöllő, 163 p.
- Vidékfejlesztési Minisztérium: Nemzeti Vidékstratégia 2012 – 2020 („a magyar vidék alkotmánya”). 126 p.
- 37/2014. (IV. 30.) EMMI rendelete a közétkeztetésre vonatkozó táplálkozás-egészségügyi előírásokról





Turizmus és gasztronómia adta lehetőségek a pálinka népszerűsítésére

Harcza Imre Milán

A XXI. században minden nemzet számára az értékek, hagyományok felismerése és ápolása vált fontossá. Hazánk ilyen értéke, kincse a pálinka, mellyel kell és érdemes foglalkozni. Az elmúlt bő tíz évben hihetetlen utat járt végig, kilépett a falusi ember italának szűk köréből, és egy ország kedvencévé, nemzeti kincsünké vált. Ebben jelentős szerepe volt az Agrármarketing Centrumnak, hiszen évről évre egyre több forrást biztosított a pálinka, illetve a hozzá kapcsolódó pálinkakultúra, a kulturált pálinkafogyasztás népszerűsítésére. Ugyanakkor szükség volt a gyártók minőségre irányuló törekvésére, szakértelmére, tapasztalatára is. Szintén ezt segítette elő a magánfőzés engedélyezése (50 liter gyümölcsszesz mennyiségig, ami 86 liter 50 térfogatszázalékos párlatnak felel meg). Az ország legkülönbözőbb pontjain rendeznek pálinkafesztiválokat, vásárokat, van már több pálinka dalunk is. „Egyre több látványfőzde épül, pálinkáriumok nyílnak, hangulatos pálinkakóstolókat, pálinkafesztiválokat rendeznek, van a pálinkának szentje (Szent Miklós), napja, városa, lovagrendje, sőt már pálinkaszentelést is tartottak a miskolci ferences templomban.” (BALÁZS, 2012) A pálinka felől más nemzetek italaihoz, mely mind mi-

nőségében, mind árában is megmutatkozik. A tanulmány célja, hogy bemutassa azokat az új, és lehetséges irányvonalakat, amelyek a kulturált pálinkafogyasztást elősegítik, különösen a turizmus és a gasztronómia adta lehetőségekkel. A Magyar Turisztikai Ügynökség által fenntartott internetes oldal, a pálinka kóstoló helyek kifejezésre mindössze 20 találatot listáz. Ellentétben osztrák, német, francia esetekben a kóstoló helyek száma a legkisebb esetben is elérte a 80-at, de a 100 fölöttiek a dominánsok. Hipotézisem, hogy a döntően csak Magyarországon ismert Hungarikum termék hazai és nemzetközi elismertsége fokozható a turizmus és gasztronómia egyes speciális eszközeivel.

A téma feldolgozásának módszertana

Mivel magam is pálinka bérffőzéssel foglalkozó családi vállalkozásunkban tevékenykedek, így releváns szakmai tapasztalatokkal rendelkezem, továbbá a jogszabályi környezet vállalkozásokra gyakorolt hatásait személyesen is megtapasztalom, egyúttal a bérffőzetők közvetlen visszajelzésit is figyelemmel tudom kísérni.

Munkám során elsősorban szekunder kuta-



tást végeztem. Személyes megkérdezés és internetes beszámolók alapján megvizsgáltam a nemzetközi italturizmust, majd bemutattam a hazai gyakorlatot. Röviden ismertettem a magánfőzés intézményrendszerét és a minőség javítását kiváltó hatását. A Pálinkamester szakmérnök egyetemi képzés ismeretanyagára támaszkodva bemutattam a pálinka gasztronómiai helyét és szerepét, majd erre vonatkozóan SWOT analízist készítettem. Megvizsgáltam a pálinka népszerűségét egyes vendéglátó helyeken, végezetül a hipotézis alátámasztására vonatkozó következtetéseket vontam le.

Eredmények és értékelésük

Nemzetközi példák

Az „Etapes du cognac” elnevezésű konyakút három útvonalat kínál, végig a Charente folyó mentén, ahol megismerhetik a konyak-készítés titkait és a még ma is használatos ősi módszerét. Az érdeklődők számára egy napos, egy hétvégés, illetve egyhetes programcsomagokat kínálnak. (<http://ee.france.fr>)

Ausztriában kiválóan működik a Genuss Region Marketing, ami szabad fordításban annyit jelent, hogy ínycenc régió marketing iroda. Az egyedi és különleges specialitások alapján osztályba sorolták az egyes régiókat, és ellátták őket a kitüntető „ínyencrégió” címmel. Ausztria-szerte összesen 116 térségnek ítelték oda a megtisztelő ínycencrégió címet egy-egy különleges élelmiszernek vagy terméknek köszönhetően. Az „Ausztria ínycencrégiója” címet kizárólag olyan térségek nyerhették el, amelyek kimagasló minőségű, regionális specialitásokkal büszkélkedhetnek. Ennek az „irodának” a célja, hogy ezt a nem kevés ínycenc régiót koordinálja, marketing anyagokkal támogassa, támogatókat gyűjtsön, rendezvényt szervezzen, illetve a régiókban készült termékeket árulja webshopon keresztül. Együttműködik, a

helyi élelmiszeripari minisztériummal, az esetleges külföldi megjelenést is biztosítja részükre. (<http://www.gr-marketing.at/>) Az egyik ilyen régió Ober-Garfendorf, ahol minden év októberében megrendezésre kerül a „Pielachtaler Dirndlkirtag”, a som gyümölcse köré épülő fesztivál. Aradi Péter pálinkamester, a Húsos Som Társaság alapítója szerint egy jól megszervezett fesztiválra látogathat el az érdeklődő, ahol kiállítás és vásár várja, melyen megtalálhatók a somból készült ékszerek, gombok, kozmetikumok, lekvárok, mustárok, szörpök, likőrök, csokoládék, deszszeretek, különböző ételek és természetesen a párlatok. Az érdeklődők részére vezetett gyalogtúrát biztosítanak a városban, illetve a közeli ültetvényeken, melynek hossza 5 km. Nem maradhat el a gépbemutató, a párlatverseny, illetve az esti zenés-táncos mulatság.

Németországban szintén egy adott gyümölcs, az eper köré épült vendéglátóipari komplexum. Előrelépést mutat, hogy az üzem közelében szálláslehetőség van, külön programmal és játszótérrel állnak a gyermekek rendelkezésére, valamint a termékek online is megvásárolhatók. (www.karls.de)

Hazai helyzetkép

Balázs Géza nyelvész, néprajzkutató 2008-ban már használta a pálinkaturizmus kifejezést. Doktori értekezésében Kopcsay László szintén ebben az évben használta a fogalmat, azonban „még nem létező lehetséges piaci vonzerő”-ként beszél róla. Szöllösi Edit pálinkamester 2016-ban úgy vélekedett, hogy még nem beszélhetünk szervezett pálinkaturizmusról, csak egymástól elszigetelt kezdeményezések léteznek. Abban a szerzők egyetértenek, hogy különösen azokon a vidékeken van realitása a pálinkaturizmus megteremtésének ahol a hagyományos italkultúra a pálinkához kötődik. Mit is jelent maga a fogalom? A már létező és gyakran emlegetett borturizmus példájából kiindulva, a pálinkaturizmus szintén



az agroturizmus egyik ágának tekinthető, ahol a mezőgazdasági alapanyag a gyümölcs (vagy törköly), az élelmiszeripari üzem a pálinkafőzde képviseli, a terméket maga az ott készült és tárolt pálinka, a termékbemutató pedig pálinkakóstolás formájában valósul meg.

A magánfőzés engedélyezése – minőségjavulás

KOPCSAY, L. (2008, 88.o.) doktori értekezésében az alábbiakban taglalja a magyar pálinka helyzetét: „A legnagyobb veszélyt változatlanul a feketegazdaság jelenti a pálinka számára. Világosan, a konfliktusokat is vállalva, meg kell fogalmazni, hogy pillanatnyilag a bérfőzdek és a gasztronómia jelenti a minőségi pálinkaforgalmazás növekedésének és a pálinka hitelességének a legnagyobb akadályát. A potenciális szövetséges e kérdés megoldásában a magyar kormány lehetne...” Számos helyen ugyanezzel a váddal illetik a magánfőzőket, miszerint millió liternyi pálinkát állítanak elő otthoni körülmények között, ellenőrizetlenül.

Magyarország jelenlegi kormányának még az előző választások során tett ígérete volt, hogy visszaadják az embereknek a szabad pálinkafőzés jogát. 2010. szeptember 27-től bevezették a korábban nem létező magánfőzés intézményét. Magánfőző az a természetes személy, aki 18. életévét betöltötte, saját tulajdonú gyümölcsből származó alapanyagból, saját tulajdonú desztillálóberendezésen állít elő párlatot. Magánfőzés és bérfőzés esetén az előállított végtermék párlat, kereskedelmi szeszfőzde esetén pálinka, pedig azonos az alapanyag, az előállítás folyamata, valamint az alkalmazott technológia is megegyezik. A megkülönböztetésre a hungarikum pálinka védelmének érdekében volt szükség. (Harcsa, 2016)

Természetesen, ahogy a kereskedelemben is, úgy a bérfőzetett és az otthoni pálinkák

között is vannak jó és kevésbé jó termékek. Azonban amióta legalizálták a házi pálinkafőzést, számos dologgal járultak hozzá az ország legkiválóbb szakemberei, egyetemi tanárai, hogy aki pálinkát szeretne készíteni, minél magasabb tudással tegye azt.

Mindenképpen említésre méltó a Budapesti Corvinus Egyetem Élelmiszeripari Karán indult számos OKJ-s képzés, továbbá a BSC végzettséget adó Pálinkamester képzés. A szakirányú továbbképzésen az ország legkiválóbb szakemberei tanítják a pálinkakészítés mesterségét.

Fontos megemlíteni, hogy az első évfolyam végzett hallgatói alakították meg az első magyarországi pálinka ügynökséget, amely a pálinka turisztikával, pálinka utak szervezésével, versenyek, szakmai programok, képzések szervezésével foglalkozik, ezzel is fejlesztve a pálinkát, mint nemzeti kincsünket.

További tény, hogy amióta magánfőzők is nevezhetnek a párlataikkal a versenyekre, évről évre magasabb minőséget állítanak elő mind bérfőzetett mind magán mind kereskedelmi szinten.

Két kimagasló magyarországi bejegyzett magánfőző és eredményeik:

- Gyenesei Pálinkárium - Gyenesei István - Többszörös magyar, európa- és világ bajnok párlatkészítő
- Pavlinkárium – Pavlicsek Csaba – Magyarország legjobb magán főzője (2014), világ- és európa bajnokság többszörös érmes pálinkakészítője

Összefoglalva tehát nem jelenthető ma már ki, hogy a pálinka hanyatlófélben van a számos rossz és minősíthetetlen párlat miatt, hiszen évről évre jobb minőségű pálinka készül, eddig ismeretlen gyümölcsfajtákból készülnek kimagasló termékek. Nagyon fontos megemlíteni, hogy a képzések, a versenyek új generációt építettek ki szakmailag, ahol nem az irigység és szakmai féltékenység jellemző, hanem az összetartás és a szakmai motiváció



van jelen, ami elengedhetetlen a folyamatos szakmai fejlődéshez.

Pálinkafesztiválok, pálinkaturizmus

A turizmus rendszerén belül a tematikus utak és fesztiválok egyenrangú, egymást kiegészítő, használó részei kell, hogy legyenek, felváltva betöltve az attrakció szerepét. (Michalkó, 2007) Itthon még nem beszélhetünk szervezett pálinkaturizmusról, de vannak kezdeményezések, amik kidolgozásra várnak. Ezek azon a vidéki térségekben valósulhatnak meg, ahol jelentős gyümölcsstermesztés van és a hagyományos italkultúra a pálinkához köthető és ez szerves részre, de nem csak ez az egyetlen egy a vidék kínálatában. Ehhez a főzdeknek megfelelő színvonalú programot kell kínálniuk.

„Fesztiválnak nevezhető minden olyan – egy vagy több téma köré szerveződő, rendszeresen megrendezésre kerülő, egy vagy több helyszínen történő, meghirdetett programmal rendelkező kulturális, művészeti, gasztronómiai, sport vagy egyéb – eseménysorozat, amelynek célja, hogy közönsége részére kiemelten színvonalas, értékközvetítő, minőségi, ismereteket is bővítő és egyben szórakoztató, szabadidős közösségi élményt nyújtson.” (Magyar Fesztivál Szövetség)

Lovász Sándor 2000-ben rendezte meg az első hazai pálinkafesztivált Gyulán. Ez azonban nem volt olyan egyszerű, mint ahogyan gondoljuk. „A Jó magyar pálinka” című könyv egyik fejezetében taglalja a történetét, hogy a gondolattól hogyan és milyen úton jutott el a megvalósításig. (DLUSZTUS 2014) Azóta nemzetközivé szélesedett a fesztivál keretében megrendezett pálinka- és párlatverseny, valamint nyomdokain további, pálinkát népszerűsítő kezdeményezések indultak. Ilyenek például a Debreczeni Zamat pálinka- és pároskolbász fesztivál, vagy az „otthoni” pálinkafőzést ünneplő Zempléni szabad pálinka nap.

A fesztiválok fontosak a fogyasztók számára, mivel ilyenkor egy adott időben, egy helyen találkozhatnak több gyártó teljes termékpalettájával. Ez azért fontos, mert nem csupán az alapízek léteznek, a szortiment szinte végtelenül széles, nagyon sok ízt és illatot rejt. Egyesek számára teljesen megváltozhat hatására a pálinkáról kialakult kép: itt nem szúrós, bűdös, kellemetlen italtól van szó, hanem tiszta gyümölcsösségről, kellemes illatokról és ízekről. „Egy fesztiválszezon legnagyobb célja a megismertetés. És nem a fogyasztóképzés. Ismerjék meg minél többen, tudatosuljon, hogy a pálinka finom, legyen meg az állandó érdeklődés. Ha ez sikerül, lassan az információéhség is ki fog alakulni. Na, ettől a ponttól beszélhetünk fogyasztónevelésről. És ez nem az alkoholizmus felé megtett első lépésre bátorítás. Nem. Ez egy prémiumital megkedvelésének, a minőség dicséretének pillanata. A magyar nemzeti ital értékének elismerése.” (Guth Róbert: Te pálinkázol? In Pálinkavilág)

A **Békési Szilvapálinka Út** három településen vezet keresztül: Békésen, Békéscsabán és Gyulán. A Békési Szilva eredetvédett gyümölcsfajta, mely Békés megyében vörös szilvából 17 településen készíthető. Az Út-hoz csatlakozhatnak a helyi gasztronómia képviselői, éttermek és turisztikai vállalkozások is.

Békési Szilvapálinka Centrum: Békés város központjában, egy 42 férőhelyes kóstoltatóval és egy 80 férőhelyes országos rendezvényeknek helyet biztosító centrum. Személyesen is volt alkalmam megcsodálni, az épületről készült fotót az 1. kép szemlélteti.

Árpád Pálinka tanya: Békéscsaba északi kerületén, több 10 éve működő főzde. Ifjú vállalkozók biztosítják ennek bővítését mind a termékkínálat és mind a szolgáltatás felől, édesapjuktól átvett tudással és tapasztalattal teszik az újonnan létrehozott Kistrét Manukaftúra Kft. keretein belül. Itt található egy 24 férőhelyes kóstoltató- és bemutatóhely, ahol saját prémium pálinkáikat mutatják be a



1. kép

A Békési Szilvapálinka Centrum épülete. Forrás: a szerző saját felvétele, 2016.08.11

nagyérdeműnek, valamint emellett turisztikai programcsomagot is kínálnak.

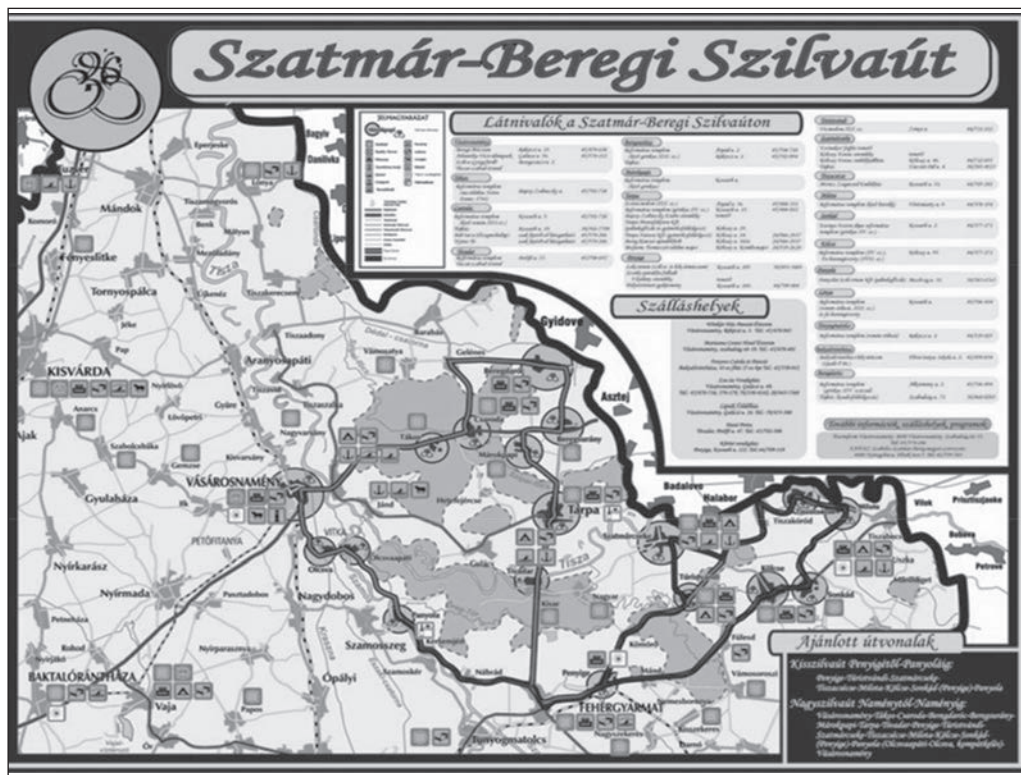
Gyulai Pálinka Kóstolóház: A 44-es számú főút elkerülő szakasza mentén, a román határtól nem messze helyezkedik el, Gyula külterületén. A Gyulai Pálinkamanufaktúra Kft. működteti, ahol 42 férőhelyes kóstoltató található, továbbá megismerkedhetnek a szilvatermelés előállításával és annak felhasználásával az ide látogatók.

Békési Szilvapálinka Út- Információs iroda: Gyula központjában található, aminek üzemeltetését a fent felsorolt három vállalkozás közösen üzemelteti, Pálinkaút Kft. révén. Koordináló szerepet tölt be, feladata a turistacsoportok informálása, szervezése és segítése, ezen kívül a három vállalkozás termékeit értékesíti.

A **Szatmár-Beregi Szilvaút** nem kifejezetten

mondható tipikus pálinkaútnak. Mivel a tematikus út állomásait járva nem csak a pálinkával ismerkedünk meg, hanem a szilvalekvár készítésével is, ahol a turista saját szilvalekvárját is elkészítheti. Ezen kívül megismerkedhet a szilvaaszalás tudományával is. A szilvaút térképét a 2. kép mutatja be. „Az út népszerűségét annak is köszönheti, hogy a települések helyi, falusi ünnepeik felélesztésével, rendezvénysorozattal gazdagítják a programkínálatot” mondta el Dr. Hanusz Árpád, a Nyíregyházi Főiskola Turizmus- és Földrajztudományi Intézetének igazgatója. Egyben elmondta azt is, hogy „a Pálinka-út szolgáltatásai minősítettek és garantáltan megfelelnek a nemzetközi elvárásoknak” (Forrás: www.turizmusonline.hu)

Három részegységre osztható, melyhez szervesen kapcsolódik a programkínálat:



A Szatmár-Beregi Szilvaút térképe. Forrás: <http://slideplayer.hu/slide/2162904/>

2. kép

- Kis szilvaút (9 település cca. 90 km) Penyigétől – Panyoláig,
- Nagy szilvaút (16 település, cca. 340 km) Vásárosnaménytől- Vásárosnaményig,
- Szatmár-Szatmár szilvaút (29 település cca. 560 km) Vásárosnaménytől – Szatmárnémetiig.

Egyre több pálinkafőzde alakul át olyan vállalkozássá, ami képviseli a gasztronómiát, a kulturális lehetőségeket és látogatóbaráttá alakítják főzdéjüket. Ilyenre példa az Agárdi Pálinkafőzde, a Bolyhos Pálinkafőzde vagy a Zsindelyes Pálinkafőzde. Itt bemutatják a pálinkafőző berendezéseket, a pálinkafőzési folyamatot, továbbá az érlelést, a palackozást és kóstolókat is tartanak, amit összekötnek egy ebéddel vagy vacsorával.

Elindultak olyan kezdeményezések, amik

segítik közelebb hozni a tudatos fogyasztót a turizmus adta lehetőségekhez. Ilyen kezdeményezés a Tuzsér pálinkafőzde által megpályázott Uniós támogatás, melynek felhasználásával alakítottak szálláshelyeket a pálinkafőző telephelyén. Az átadás során elhangzott, hogy ez a kezdeményezés nagyban segít az olyan hátrányos helyzetben lévő településeken, ahol évek, sőt évtizedek óta probléma a munkanélküliség. Az új munkahelyek megteremtése biztosítani tudja a megélhetést, segít azoknak, akik szeretnének a turizmus szakmában elhelyezkedni.

Komáromi János ügyvezető igazgató elmondta, hogy a telephelyen már egy kóstolóház található ahol öt darab többszemélyes, teljesen felszerelt faház épült. A pihenésre a szauna és a dézsás fürdő valamint a tiszai



Italturisztikai desztinációk összehasonlítása.

Megnevezés	Etapes du cognac	Ober-Garfendorf	Rövershagen	Szilvautak
kóstolás	X	X	X	X
étkezés	X	X	X	X
szállásadás	X	X	X	X
üzemlátogatás	X		X	X
ajándékbolt	X	X	X	X
kulturális programok	X	X	X	X*
gyermekprogramok	X		X	

*Szatmár-Beregi Szilvaut esetében

Forrás: saját szerkesztés.

vízitúrázási lehetőség is rendelkezésre áll a vendégek részére. Ezáltal lehetőséget nyitottak a családosok számára a többnapos szórakozás biztosítására.

(Forrás: <http://www.palinkafozes.com>)

Turizmusmarketing szempontjából létrejött egy olyan kezdeményezés, ami még öregbítheti nem csak a város, hanem a pálinka üzem hírnevét is. A Keresztúri Pálinka Manufaktúra a 2009-es Pálinkadal sikerén felbuzdulva szerződést kötött a Magna Cum Laude együttessel a névhasználat jogáért. A zenekar koncertjein, főleg a kisebb klubkoncerteken mindig visznek magukkal a pálinkakínálat valamelyik darabjából, amit a közönség is megkóstolhat. Ez a Pálinka dal egyik felvezetője. Nagyobb fesztiválokon kis standot is állítanak, ahol a nagyközönség is találkozhat a termékeikkel. Ez azért is jó kezdeményezés, hiszen az együttes Gyuláról indult el, mely város az eredetvédett Békési szilvapálinka földrajzilag meghatározott területén található. Ez a városnak is egy olyan reklám, ami turisztika szempontjából még a jövőben is gazdagodhat.

Mindenképp nagy jövőjük lehet a tematikus utaknak, mint például a Békési Szilvapálinka Út, ahol nem csak külföldről érkező turista, hanem az itthoni közönség is megismerkedhet Békés megye örökségével, a pálinkájával ismeretterjesztő körülmények között.

A korábban felsorolt nemzetközi példákhoz

történi összehasonlítást az 1. táblázat összegzi. A két magyar szilvautat a nemzetközi példákkal összehasonlítva kijelenthető, hogy számos vonzerővel rendelkeznek, a turisták igényeit szinte teljes mértékben képesek kielégíteni. Ugyanakkor a magyar pálinkautak fiatalok miatt még országhatárokon belül sem tettek szert megfelelő ismertségre. Nagyban segíthetné a látogatottság növekedését egy, az osztrák minta alapján létrehozott marketingközpont.

Pálinkagasztronómia

A pálinka összetettebb, különlegesebb ital, mint más nemzetek italai. Mindegyiknek egyféle az alapanyaga, melyet aztán a hordós érlelés tesz értékessé, az ízét pedig szinte bele kell magyarázni. Ezzel szemben a hungarikum pálinka a sokféle gyümölcs, sokféle íz- és illatvilágát hűen képviselő párlat. Egyediségét pedig annak köszönheti, hogy tükrözi, viszszaadja a főzőmester szakmaiságát, a pálinkáról alkotott filozófiáját. A pálinka szót legalább olyan ismertté kellene tenni a külföldi fogyasztók fejében, mint a szalámit, vagy a gulyást.

KOPCSAY, L.(2008, 89. o.) az alábbiakban fogalmazta meg a pálinkafogyasztás és a gasztronómia kapcsolatát: „A másik szokás, az étkezés előtti, aperitif italként való fo-



gyasztás ugyancsak korszerűtlenné vált. Az egészséges táplálkozási kultúrában semmi sem indokolja, hogy étkezés előtt, éhgyomorral tömény szeszesitalt igyunk, Európa fejlett italkultúrával rendelkező országaiban töményitalt nem isznak étkezés előtt. Ha tehát a pálinkafogyasztás növekedésében bíznak a forgalmazók, ki kell találniuk, újra kell fogalmazniuk az ital fogyasztásának motivációját. A feladat nem túl bonyolult, hiszen számos országban már túljutottak ezen a problémán, s a röviditalokat az étkezés végén, digestívként fogyasztják...”

Ez a tézis 2008-ban még talán helytálló lehetett, hiszen akkoriban kezdett a valódi pálinka marketing szempontjából is egyre mélyebben ismertté válni a fogyasztók körében. A szerző nagyon jól látta a helyzetet, miszerint újra kell fogalmazni az italfogyasztás motivációját. Erre napjaink fejlődő trendje, a pálinkagasztronómia a legideálisabb megoldás. A pálinka már nem csak aperitif vagy digestív szerepet tölthet be, hanem szerves része lehet az elfogyasztásra kerülő ételeknek.

A pálinkagasztronómia legmegfelelőbb módja, az úgynevezett tematikus pálinkavacsorák, melyek során a vendégek a fogásokhoz – akárcsak a borvacsoráknál – pálinkákat fogyasztanak, vagy kombináltan pálinkával készülnek maguk az ételek is.

Az egyik legegyszerűbb és vendégorientált stílus az azonos alapanyaghoz azonos alapanyagból készült pálinka kínálása. Egyszerű, kellemes élményt nyújtó megoldás, azonban egy idő után unalmassá válhat.

Az italok ízben gazdagabbnak tűnnek, ha étkezés közben fogyasztjuk őket. A jól kiválasztott ital a tökéletesen elkészített ételt még jobba teheti, az ételek kellemes íz hatását azonban teljesen elronthatjuk egy rosszul kiválasztott itallal. A tévhitell ellentétben az italt nem egy-egy falat étel lenyelése után kell fogyasztani. Közöttük harmónia csakis abban az esetben jöhet létre, ha a szájban egy időben találkoznak egymással. Csak így derülhet ki,

hogy támogatják, kerekítik, felemelik egymást – azaz harmonizálnak – vagy éppen ellenkezőleg, az egyik elnyomja a másikat.

Az egyes ételekkel összhangban lévő, azokat zamathatásukkal kiegészítő italok kiválasztása jelentős mértékben növelik azok gasztronómiai értékét: az étel és ital szakszerű párosítása ugyanis érzékelhetőbbé teszi – kiemeli vagy kiegészíti – az ételek ízét. Néhány példa pálinkás ételekre:

- „Körtepálinkával párolt burgonyából, burgonyakrém leves, pirított mangalicasonkával
- Szőlő pálinkában érlelt sertésvese leves savanyú káposztával és velős galuskával
- Füstölt mangalica sonka, birs pálinkás lencse salátával, zeller chips-szel
- Erdei gombákkal töltött, alma pálinkában érlelt sertésszűzpecsenye, snidlingmártással
- Kemencében sült savanyú káposztával és füstölt kolbással töltött csülök, szilvapálinkával locsolva, vele sült hagymával és burgonyával
- Malacnak oldalasa kemencében sütve, almapálinkával locsolva, szalonnás pirított burgonyával
- Kemencében sült, velővel és füstölt csülökkel töltött dagadó hagymával és burgonyával egybesütve, szilvapálinkával locsolva” (KRIZL, 2014.)

Fontos megjegyezni, hogy a pálinkával másképp kell elkészíteni az ételt, mintha ugyanezt borral tennénk. Mivel aromaanyagai igen könnyen elillannak, fontos, hogy használata az ételkészítés befejező műveleteként történjen, utána már hőkezelést ne kapjon az étel.

Új trendként jelenhet meg a pálinka, mint zöldfűszer használata a különféle zöldségpárlatoknak köszönhetően. Ilyenek például a cékla, medvehagyma, paradicsom, sárgarépa, spárga, zeller párlatok. A zöldségfélék alkoholkivonata igen alacsony, ennek köszönhetően áruk magas, azonban különlegesebb, pikánsabb hatást érhetünk el ezek használatával.



Nem mindegy azonban, hogy milyen egyéb összetevők szerepelnek az ételben, hiszen azok tompíthatják, elnyomhatják a pálinka ízét. Tipikusan ilyen adalék a fekete bors, de nagy mennyiségben a menta is kiválthatja ezt a hatást. A túlzottan csípős ételek nagymértékben redukálják a párlatok kellemes aromáját.

A konyhatechnológia döntő szerepet játszik egy – egy adott fogásban, azonban itt kiemelkedőbb figyelmet kíván meg. A szerepkör ez esetben azért fontos, mert az adott pálinkát úgy kell megválasztani mind ízre, mind szájérzetre, mind alkoholtartalomra, hogy maximálisan igazodjon a fogásokhoz, hogy az összehatás hibátlan legyen. Például: egy libamáj pástétomhoz könnyedén ajánlanak Irsai Olivérből készült szőlőpálinkát. A fogáshoz jár még karamellizált mazsola, briós. Ebben az esetben az Irsai Olivér szőlő pálinka már úgy mond „túl sok”. Kiváló párosítás lenne, ha a mazsola nem jelenne meg. A mazsola édes, a máj lágy, a briós ropogós. Ebben az esetben meg kell vizsgálni, mi képezi a magasabb arányt az íz és illat viszonylatában. Vegyük úgy, hogy a libamáj és a briós karakteressége, egy fűszeresebb pálinkát kíván meg, amely fűszert harmonikusan ellensúlyoz majd az édes mazsola. Erre a célra egy megfelelően

elkészített 45 V/V%-os Aszütörköly pálinka lehet a megfelelő. Természetesen a pálinkagasztronómia is szubjektív, azonban törekedni kell az objektivitásra, amennyire csak lehet, az összhangra kutatásakor.

Magyarországon elsőként a Brill pálinkaház szervezett pálinkás ételek versenyét, ahol pálinkával készült ételek receptjeit kellett beküldeni, majd a recepteket a Brill pálinkaház séfje készítette el, és értékelte a zsűri. A Brill pálinkaház nemcsak ezzel a versennyel járul hozzá évek óta a pálinka gasztronómiához, hanem első gyártóként a zöldségpárlatok készítésével is. Krizl Edit a Brill pálinkaház tulajdonosa szerint, a zöldségpárlatokat kizárólag a főzés végén adjuk csak az ételhez, ezzel is megőrizve az aromatikát, amely az ételt még intenzívebbé teszi.

Swot analízis a pálinkagasztronómia helyzetéről

A SWOT-analízis segítségével megvizsgáltam a pálinkagasztronómia belső és külső környezetét, fényt derítve az erősségekre és gyengeségekre, melyek belső adottságok; valamint a lehetőségekre és veszélyekre, melyek külső feltételek.

2. táblázat

A pálinkagasztronómia swot analízise. Forrás: saját szerkesztés.

Erősségek	Gyengeségek
kiváló minőségű, széles gyümölcsválaszték jó minőségű párlatok terjedőben lévő pálinkakultúra pálinka szakboltok folyamatos innovációk	italhoz illő gasztronómiai kínálat hiánya szűkös pálinkaválaszték a vendéglátóhelyeken túl sok érdekvédelmi szervezet
Lehetőségek	Veszélyek
bővülő az eredetvédett pálinkák köre pályázati lehetőségek kilépés a nemzetközi piacra pálinkautak bővítése ínyenc fogyasztói réteg kialakulása érelt és ágyas pálinkák térnyerése bevizsgáltatási kötelezettség bevezetése	szakmai széthúzás gyakran változó jogszabályi környezet jövedéki adó további emelkedése hagyományos gyümölcsfajták (pl. Jonatan alma) eltűnése illegális zügőfőzés és értékesítés



Az erősségek közül kiemelendő, hogy Magyarország klímája a gyümölcsstermesztés szempontjából kitűnő. Ennek köszönhetően megfelelő mennyiségű és kiváló beltartalmi értékekkel rendelkező termés áll rendelkezésre pálinka alapanyagként.

A pálinka imázsa az utóbbi évtizedben jelentősen átalakult. Erről ad tanúbizonyságot, hogy már kaphatóak olyan – nagyon magas minőségű – prémium és szuper prémium pálinkák, amelyek a legkiválóbb whisky verseny társai. A minőségi pálinka fogyasztása és a fogyasztás kultúrája terjedőben van, sőt kialakulóban van a presztízsfogyasztás kultúrája. Itt már nem az ital alkoholtartalma a fogyasztás alapja, hanem az élmény.

Manapság már nem szükséges a fogyasztóknak magyarázni a tulipán formájú pohár előnyeit, illetve a hűtés szükségességét. (Ugyanakkor személyes tapasztalataim azt mutatják, hogy a fesztiválokon üdítő kivétel, ha pálinkás pohárban kerül az ital felszolgálásra.) Egyre tudatosabbak, a pálinkafogyasztás kultúrája érezhetően terjedőben van.

A laikus fogyasztónak vásárlása során segítségre lehet szüksége, melyet nagyáruházakban egyáltalán nem, éttermekben már jó eséllyel kaphat. A legszélesebb választékkal és szakértő eladóval azonban pálinka szakboltokban lehet találkozni. Ilyen például a Magyar Pálinka Háza üzletek Budapesten és több vidéki városban, vagy a Király Pálinkárium és Hungarikum Győrött.

A gyártók és a szakma törekszik a folyamatos innovációra, a fogyasztói igények minél szélesebb körű kielégítésére. Folyamatosan bővül a pálinkák és párlatok szortimentje, Pannonhalmán pedig már pálinka parfümöt is gyártanak, melyet desszertek ízesítéséhez kiválóan hasznosíthatunk. (Szűcs Péter: Amikor az ital megismeri az embert. In: Pálinkavilág I. Évf, 3. szám, 26-28 p.)

Gyengeségekként említhető, hogy nem minden esetben áll rendelkezésre a pálinkához megfelelő gasztronómiai kínálat. A fesztiválok esetében jellemzően egyetlen termék kerül a pálinka mellett kiemelésre, pl. Budavári Pálinka- és Kolbászfesztivál, Debreczeni ZAMAT Pálinka és Pároskolbász Fesztivál.

Az éttermek pálinkaválasztéka néhány esetben szegényes, ha az alapízeken kívül rendelkeznek is kuriózzummal, az általában egyazon előállító termékeit jelenti.

A pálinkához kapcsolódóan számos szakmai szervezet működik. Tevékenységüket nem részletezve ezek a következők: Magyar Szeszipari Szövetség és Termék Tanács, Pálinka Nemzeti Tanács, Magyar Pálinka Lovagrend, Pálinka Céh Egyesület, Pannon Pálinkafőzők Egyesülete, Délkelet-Magyarországi Pálinkafőzők Egyesülete, Kisüsti Pálinkafőzők Országos Egyesülete, Nógrád Megyei Pálinkabarátok Köre Egyesület, valamint a három kisebb lovagrend; Szabolcsi Pálinka Lovagrend, Szatmár-Beregi Pálinka Lovagrend, Bükki Pálinka Lovagrend. Sokak érdeke feszül egymásnak pálinka fronton, az egység csak látszólagos, sőt valójában nem is létezik.

A lehetőségek közül kiemelendő, hogy jelenleg hat Uniós oltalom alatt álló, valamint négy nemzeti oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel védett termékkel rendelkezünk. Ez utóbbiak közé 2016-ban került be a Nagykunsági szilva és Nagykunsági birs pálinka. Az oltalom adta lehetőségeket még nem használtuk ki a megismerés (marketing) a kóstoltatás (organoleptikus tesztek) és az értékesítési lánc kialakításában sem.

Fontos lenne további támogatásokkal, pályázati lehetőségekkel erősíteni az üzemet, ezáltal az ágazatot. Ezen belül is nagyobb hangsúlyt kellene helyezni a jellemzően mikro vállalkozásként működő bérdfőzők fejlesztésére.

Az Agárdi pálinkafőzde tulajdonosa szerint „a pálinka Magyarországon világhírű”. Ezen kellene változtatni, a külföldi piacok irányába történő nyitással, ami azonban állami támogatás és erős marketing nélkül elképzelhe-



tetlen. 2014-ben Ausztráliában, a TopShelf italkiállítás- és vásáron Magyarország is képviseltette magát. „A pálinkákat kivétel nélkül minden látogató egyedi terméknek minősítette. Hasonlítani szerették volna valamihez, de sehoggy sem sikerült, köszönhetően annak, hogy az italok kizárólag gyümölcsből készültek.” (<https://businessstraveller.hu/>) A magyar pálinka összetettebb, mint például egy whisky, hiszen befolyásoló hatással van a végtermékre az „évjárat hatása”, vagyis az adott évre jellemző időjárási körülmények. A standard minőséghez szokott külföldi vásárlónak nehéz megmagyarázni, hogy miért másabb ugyanazon gyártó ugyanazon terméke eltérő évjáratban. Ebben jelenthetne segítséget a tételek házasítása, melyet például a Rézangyal végez.

Jelenleg két pálinkaúttal rendelkezik Magyarország, mindkettő a szilvapálinkára épül. Érdemes lenne létrehozni például a Szabolcs-Szatmár-Bereg megye három eredetvédett termékét, a szabolcsi almát, szatmári szilvát és az újfahértői meggyet együttesen bemutató pálinkautat, a hozzá kapcsolódó megyei értéktár elemeit bemutatva.

A minőségi termékeket kereső, kulturált alkoholfogyasztó réteg kialakulása és megerősödése rendkívül fontos tényező a pálinkaturizmus szempontjából.

A különféle érlelt (például a gyümölcs saját fájából készült hordóban) és ágyas pálinkákkal Magyarország a nemzetközi mezőnyben teljesen egyedi termékkel lenne képes megjeleníteni. Ennek azonban gátat szab, hogy jelenleg még az évjárat befolyásoló hatását is nehéz elfogadtatni.

Jelenleg nincs bevizsgálatási kötelezettség a kereskedelmi forgalomba kerülő párlatok esetén, így ha elenyésző mértékben is, de találkozhat a fogyasztó élvezhetetlen termékkel). Bár a műszeres analitikai vizsgálat költséges, ennek bevezetésére számolni lehet, mely tovább drágíthatja a pálinka árát.

A veszélyek közül a legfontosabb a napja-

inkban jellemző szakmai széthúzás, az önös érdekek figyelembe vétele, az összefogás hiánya. Az üzemek összefogásával fel lehetne lépni a külföldi piacon egységes (blendelt, azaz több pálinka házasításával készült) termékkel, kapacitásprobléma esetén egymás között megoldhatnák a bérnyártást, tartalék szesz mérő gépet üzemeltethetnének, stb. Erre azonban számos üzemvezető elmondása alapján ritkán akad példa.

Problémát jelent a 2010 (a magánfőzés engedélyezése) óta gyakran változó jogszabályi környezet, melynek követése, az előírásoknak való megfelelés többlet terhet ró a vállalkozásokra. Az államháztartás bevételeinek biztosításához elengedhetetlennek tűnik az alkoholtermékek adójának lassú, de folyamatos növelése. A bérnyártás forgalma vélhetően ezáltal tovább csökken majd.

Személyes tapasztalataim szerint a hagyományos gyümölcsfajták, például a szabolcsi almapálinka karakteres alapanyagául szolgáló jonatan alma eltűnőben van. Ennek oka a magas ráfordítási igény és az alacsony felvásárlási ár.

Szeszfőzdevezetőként gyakran hallom, hogy szinte minden településen működik „maszek” pálinkafőzde, ahol illegálisan, a jövedéki adó megfizetése nélkül vállalnak bérnyártást és vélhetően piacra is bocsátják az elkészült, kétes minőségű terméket. Sajnos a magánfőzők ellenőrzése nem az adóhatóság, hanem a jegyző feladata, aki első alkalommal csak figyelmeztetésben részesítheti a törvényszegőt.

Italválasztékok a vendéglők itallapjai alapján

Nem reprezentatív vizsgálatot végeztem, vendéglők itallapjainak tanulmányozásával. A Tripadvisor debreceni étterem ajánlásai közül véletlenszerűen került kiválasztásra öt vendéglátó egység. Elmondható, hogy mindegyik itallapján megfelelően szerepel a



pálinka, nem került azok közé a szeszesital kategóriába sorolható termék. A legszerényebb kínálatban is három termelő terméke volt megtalálható, nem csupán egy márkára korlátozódott az értékesítés. A leggazdagabb kínálatban pedig 37 féle pálinka szerepelt, felülmúlva bármilyen más árusított tétel választékát. Elmondható tehát, hogy az éttermekben a pálinkák száma, összetétele gyarapszik, jó eséllyel megtalálható néhány földrajzi árujelző utalom alatt álló tétel is. 4 cl kóstolása az étteremtől és a választott tételtől függően 600-tól akár 4490 Ft-ig (Panyolai Eszencia sorozat) is terjedhet, mely tény a pálinka prémium termék mivoltát támasztja alá.

Következtetések, a hipotézis igazolása

A pálinka szó jelentéstartalma 2002-ben, az új Magyar Élelmiszerkönyv megjelenésével megváltozott. Ez magával hozta a piaci pozíció változását is; a kizárólag gyümölcsből vagy törkölyből készülő terméket prémium rangra emelte.

Az országszerte megrendezett pálinkafesztiválok ma már több tízezres tömegeket vonzanak, és nem múlik el hónap regionális szinten megrendezett pálinkafesztivál nélkül. A nemzetközi tapasztalatok azt mutatják, hogy egy-egy eredetvédett italtra akár egy egész régió turizmusát fel lehet építeni.

A siker eléréséhez aktív közösségi marketingre is szükség lenne. 2016-ban Pálinkatúra néven jelent meg Faragó József könyve, mely útikalauz lehet a pálinkaturistának, egyfajta kedvcsináló a főzdekhez és párlataikhoz.

Megismételve hipotézisemet, miszerint: „A döntően csak Magyarországon ismert Hungarikum termék minőségi paraméterei, hazai és nemzetközi elismertsége fokozható a turizmus és gasztronómia egyes speciális eszközeivel” még további elemzés részét kell, hogy képezze. Kvalitatív vizsgálatok nélkül is bizonyítottá vált, hogy a pálinka hazai elismerése egyértelműen fejlődésnek indult. Míg

korábban az áruházak pultján a kommersz italok között volt bújtatva (Cseresznye, szilva, körte, vegyes „pálinkák”), csak egy-egy márkánévvel fémjelzett italt találhattunk (Kecskeméti, Füttyölös), addig mára önálló pultrészen kerülnek a fogyasztók elé, vendéglőkben pedig a tömény szeszesitalok rangsorában az első helyen állnak.

Összefoglalás

A magyarországi pálinkafőzés több évszázados múltra tekint vissza. A pálinka sajátos termék, minőségi voltát a fogyasztók is kezdik meg-, illetve elismerni. Nemzeti italunk az utóbbi években jelentős változáson ment keresztül, hiszen kilépett a falusi környezetből, hungarikummá, és a fiatalok körében is népszerű itallá vált. Elterjedésének elősegítésében nagy szerepet játszott a 2010 szeptemberében engedélyezett magánfőzés.

A rendszerváltás óta egyre inkább jellemző a minőségi pálinkakészítés, mely mind a szemléletváltásnak, mind a jogszabályi környezetnek köszönhető. A fogyasztók sem a kerítésszagatókat, hanem a kellemes, gyümölcsös, üde párlatokat keresik, melyekhez jellemzően alacsonyabb alkoholtartalom társul.

A kulturált pálinkafogyasztás, illetve a terjedő pálinkakultúra hozadéka, hogy a pálinka befért a konyhákba. Egyre több pálinkás ételrecept jelenik meg és napjainkban már olyan különlegességek is helyettesíthetik a fűszereket, mint például a medvehagyma párlat. Ne feledkezzünk meg azonban az arisztotelészi mértékletességről!

Források

- Balázs G. (1998):** A magyar pálinka. Aula Kiadó, Budapest, 23-154.
- Balázs G. (2008):** A magyar pálinka folklórja és névkincse. In: A vörös postakocsi. 2008/ tavasz p. 23-32



- Balázs G. (2012):** Nagy párlat és pálinkakönyv, Inter Nonprofit Kft., Budapest, 147 p.
- Dlusztus I. – Soós K. (2013):** A jó magyar pálinka. Mihazánk Kiadó, Szeged, 238-241.
- Kopcsay L. (2007)** Lehet-e a pálinka turisztikai vonzerő Magyarországon? A Falu 2007. XXII. Évfolyam 3.szám
- Faragó J. (2016):** Pálinkatúra. Alinea Kiadó, Budapest, 208 p.
- Guth Róbert:** Te pálinkázol? In Pálinkavilág, I. évf, 2. szám, 2008 október. p. 42-43
- Harcza I. M. (2016):** A magyarországi pálinkafőzés jogszabályi változásai és hatásai. In: ars boni, IV. évf., 2016/1. szám, p. 25-42.
- Kopcsay, L. (2008)** A területileg differenciált italkultúra szerepe a magyar turizmusban
Doktori (PhD) értekezés, Pécsi Tudományegyetem Természettudományi Kar Földtudományok Doktori Iskola. link: old.foldrajz.ttk.pte.hu/phd/phdkoord/nv/disszert/disszertacio_kopcsay_nv.pdf
- Krizl E. (2014):** Pálinkagasztronómia előadás. Budapesti Corvinus egyetem, PowerPoint prezentáció
- Michalkó G. (2007):** Magyarország modern turizmusföldrajza, Dialóg Campus Kiadó, Budapest, 288 p.
- Szöllősi E. (2016):** Pálinkaturizmus előadás. Szent István Egyetem, PowerPoint prezentáció, 2016. november 12
- Cognac és Pineau Des Charentes borvidéke <http://ee.france.fr/hu/information/cognac-pineau-charentes-borvideke> (megnyitva: 2017.03.23)
- Tematikus utak Magyarországon http://www.turizmusonline.hu/tt_itthon/cikk/tematikus_utak_magyarorszagon (megnyitva: 2016.11.15)
- Genuss Regionen Marketing <http://www.gr-marketing.at/> (megnyitva: 2017.03.23)
- http://www.palinkafozes.com/hirek/20150727_turisztikai-szallashelyfejleszt-es-valosult-meg-tuzseri-palinkafozdeben (megnyitva: 2016.11.18)
- Szatmár-Szatmár Szilvaút. Forrás: <http://slideplayer.hu/slide/2162904/> (megnyitva: 2016.11.18)
- <http://gasztronomia.itthon.hu/palinkakostolo-helyek> (megnyitva: 2017.03.23)
- <https://businessstraveller.hu/desztinaciok/ausztraliaban-is-hodit-a-magyar-palinka-1120514> (megnyitva: 2017.03.23)
- <http://www.karls.de/roevershagen.html> (megnyitva: 2017.03.23)





Változások a tanyák szerepében

Romvári Róbert

Magyarország sajátos településtípusa hol prosperált, hol hanyatló fázisban volt. A tanyán élő népesség az 1945-ös földosztáskor érte el maximumát, azóta folyamatos csökkenés figyelhető meg az ott élők számában. A népesség számszerű változásával párhuzamosan gazdasági szerkezetváltás is lezajlott. A tanyarendszer átalakulásával egy időben a tanyák típusaiban és szerepében is jelentős változások történtek. A régi, hagyományos tanyai funkciók mellett, mára olyan új lehetőségek jelentek meg, mint a turizmus, vagy a vendéglátás.

A tanyák fejlődése

A tanya kialakulása, mint történeti folyamattal kapcsolatban megoszlanak a szakértői vélemények. A kutatók közül többen úgy gondolják (Györfly 1937, Erdei 1942, Solymosi 1980) hogy már a török hódoltságot megelőzően is léteztek tanyaszerű képződmények, ezzel szemben több földrajzkutató (Mendöl 1963, Beluszky 1999) a XVIII. század elejére tette a tanyák kialakulását. Mindemellett Szabó (1929) szerint a tanya nem a nomád állattartó szállás közvetlen utóda. Ugyanakkor abban valamennyi idézett szerző egyetértett, hogy az alföldi mezővárosok fejlődésétől elválaszthatatlan volt a tanyák sorsa. Ezt a megállapítást erősíti Csatári (1999) azon leírása, miszerint a tanyai lakosok a mezővárosokból rajzottak ki.

Az alföldi területek török hódoltság alatti elnéptelenedését követően a területen élő népesség lélekszáma gyors ütemben emelkedett. A határrészek folyamatos művelés alá vonása tette lehetővé azon átmeneti szállások kialakulását, melyekből idővel tanyák alakultak. Papp (1936), illetve Szakály (1983) kutatásai szerint Kecskemét és Szeged határában tekint leghosszabb múltra vissza a tanyarendszer. A tanyás művelési rend a folyószabályozások időszakában vált igazán elterjedté, ekkor ugyanis megközelítőleg 2,5 millió hektárral nőtt a művelhető területek kiterjedése. Ezen folyamatok nyomán kialakultak az állandó tanyák, valamint ebben az időszakban kezdett kiépülni a vasúthálózat, így a közlekedés fejlődésével a megtermelt termékek piacra juttatása könnyebbé vált. A XIX. századi mezőgazdasági konjunktúra, illetve a mezővárosok határában elvégzett parcellázások következményeként elmondható, hogy a századfordulóra közel 1 millió ember élt tanyákon. A Klebelsberg-féle tanyaiskola program következetes végrehajtása (1930-as évek), illetve az ezzel párhuzamos templomépítések nyomán egy sajátos tanyai településtiársadalmi szerkezet bontakozott ki.

Az utolsó olyan történelmi eseménye, melynek következtében a tanyák száma, valamint az ott élő népesség száma növekedett az 1945-ös földosztás volt, ekkor új tanyai üzemek sokasága jött létre. Enyedi

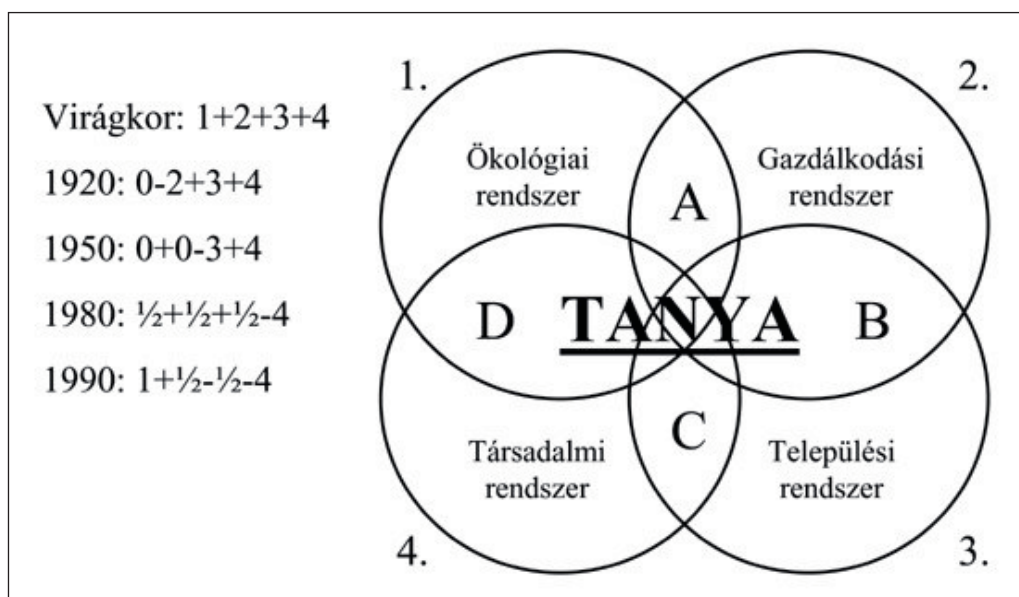
(1965) adatai szerint közel 75 ezer új tanya épült és majd 600 ezer ember jutott földhöz. A tervutasításos pártállami időszakban a tanya-rendszert a határrészek önálló községi rangra történő emelésével, valamint a külterületen élők belterületre költöztetésével kívánták felszámolni, így a község-hálózat sűrítése céljából 1949-ben megalakult a Tanyai Tanács. A tanyai élet ellehetlenítése céljából az 1950-es években tanyaépítési tilalmat vezettek be, melynek érvénye egészen 1986-ig tartott. Az 1958-1961 közötti kollektivizálás eredményeként két szövetkezeti forma (termelőszövetkezet, szakszövetkezet) alakult a Homokhátságon (Csatári és mtsai, 2005). A termelőszövetkezetek megalakításával, a mezőgazdaság nagyüzemi átszervezésével, valamint a gyors foglalkozási átrétegződéssel végleg megindult a tanya-rendszer pusztulása. Ezen folyamatokkal párhuzamosan megindult a tanya-konceptus funkcióváltása (Kovács és Váradi, 2007). Márkus (1979) szerint már az 1970-es években megjelentek a víkendtanyák.

Tímár (1990) kutatásaiban leírta, hogy a 80-as évek végére megindult a mezővárosokból a tanya-kra történő kiköltözés.

Becsei (2002) szerint a bemutatott folyamatok egyik elkerülhetetlen következménye volt a tanya sajátos társadalmi-gazdasági egységének felbomlása. A Magyar Tudományos Akadémia kutatói által 2005-ben elvégzett tanya-kutatás az 1990-es éveket követően hiányosságként említi a külterületi adatok hiányát. Ennek oka, hogy a Központi Statisztikai Hivatal 1990 óta nem használja a „tanya” kifejezést, helyette a „külterületi lakóhely” meghatározást alkalmazza (Font, 2006).

A tanya-konceptus megítélésének változásával párhuzamosan a tanya-t, mint rendszert alkotó elemek is formálódtak, amit jól érzékeltet Csátári (2003) alábbi megközelítése (1. ábra).

A rendszert alkotó elemek súlya és szerepe a tanya-k virágkora óta folyamatosan változott. Amennyiben bármely rendszerelem hatása jelentősen megváltozott, akkor a tanya-egysége, belső egyensúlya is átalakult. Csátári



A tanya, mint rendszer (forrás: Csátári B.)

1. ábra



szerint a tanyák virágkora óta új, az egyes rendszerelemek közötti egyensúly állapot nem jött létre.

A rendszerváltást követően, a kárpótlással összefüggésben több kutató is úgy vélekedett, hogy megindulhat a tanyavilág újjáéledési folyamata. Egyúttal egy olyan szemlélet kezdett kibontakozni, amely a piacgazdaság bevezetésére, a magánszektorra kívánt támaszkodni főfoglalkozású, úgynevezett „full-time” családi gazdaságok kialakításával (Molnár, 2002). Visszatekintve azonban megállapítható, hogy a remélt megújulás elmaradt.

Napjainkban többen a külterületi település fogalmán a tanyai települést értik, ami azért sem indokolt, mert a városok növekedése következtében iparterületek, vagy akár sportlétesítmények épültek a belterületeken kívül, figyelmen kívül hagyva a közigazgatási határokat (Becsei, 2002).

Tanyás térségek demográfiai jellemzői

Az alföldi megyék külterületi népességszám változását az 1. táblázat mutatja be 1960 és 2011 közötti népszámlálások időpontjaiban.

A népszámlálási adatok alapján elmondható, hogy az 1960-as értékekhez képest fél évszázad alatt közel 75%-kal csökkent a külterületi népességszám az Alföldön. Ezzel szemben a vizsgált terület teljes népességszámára vonatkozó érték csupán 9%. Míg 1960-ban 22,4%, addig 2011-ben már alig 6,1% a külterületen élő népesség aránya. A vizsgált időszakban a legnagyobb arányú népességszám veszteséget Jász-Nagykun-Szolnok megye szenvedte el, ahol közel 90 százalékkal csökkent a vonatkozó népesség.

A 2. ábra az Alföld településeinek külterületi népesség arányát, valamint a városállomány területi elhelyezkedését mutatja be 1960-ban. Ebben az évben a vizsgált 643 település lakónépessége 3,062 millió, a külterületi lakosok száma pedig 685 ezer fő volt. Az Alföldön 1960-ban összesen 25 városi ranggal rendelkező település volt, ahol a lakosság 32,4%-a élt.

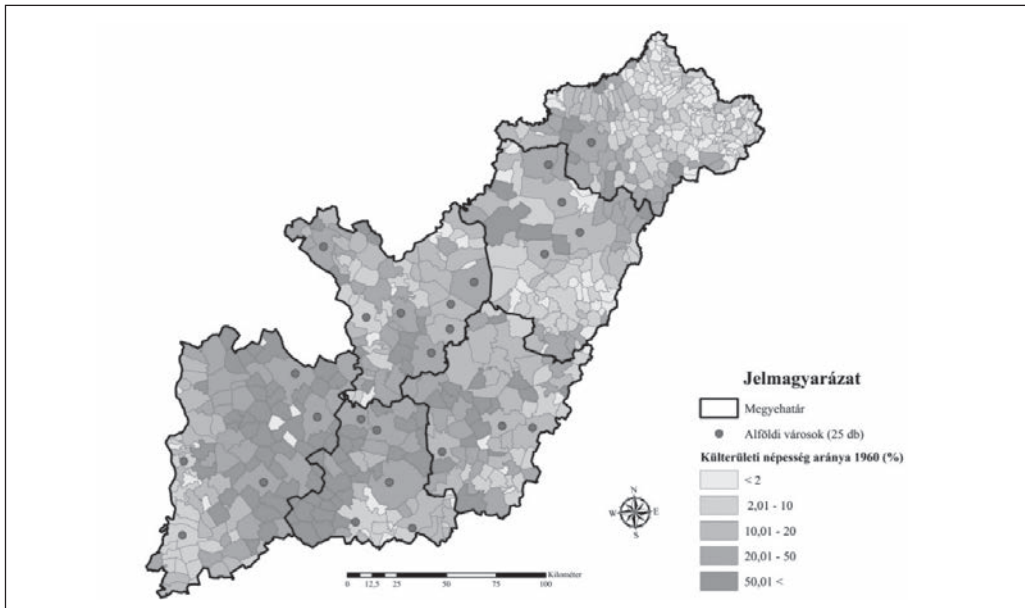
A 3. ábra az Alföld településeinek külterületi népesség arányát, valamint a városállomány területi elhelyezkedését 2011-ben szemlélteti. A városok száma 2011-re már elérte a 121-et, a városi népesség aránya pedig a 70%-ot. Jól érzékelhető, hogy a városok száma a két vizsgált időpontban (1960 és 2011) nagymértékben gyarapodott, így nem meglepő, hogy a külterületeken élők aránya csökkent. Ennek oka, hogy a tanyasi lakosok a korábbi kétlaki életüket maguk mögött hagyva – a

1. táblázat

Az alföldi megyék külterületi népesség számának alakulása 1960 és 2011 között
(saját szerkesztés)

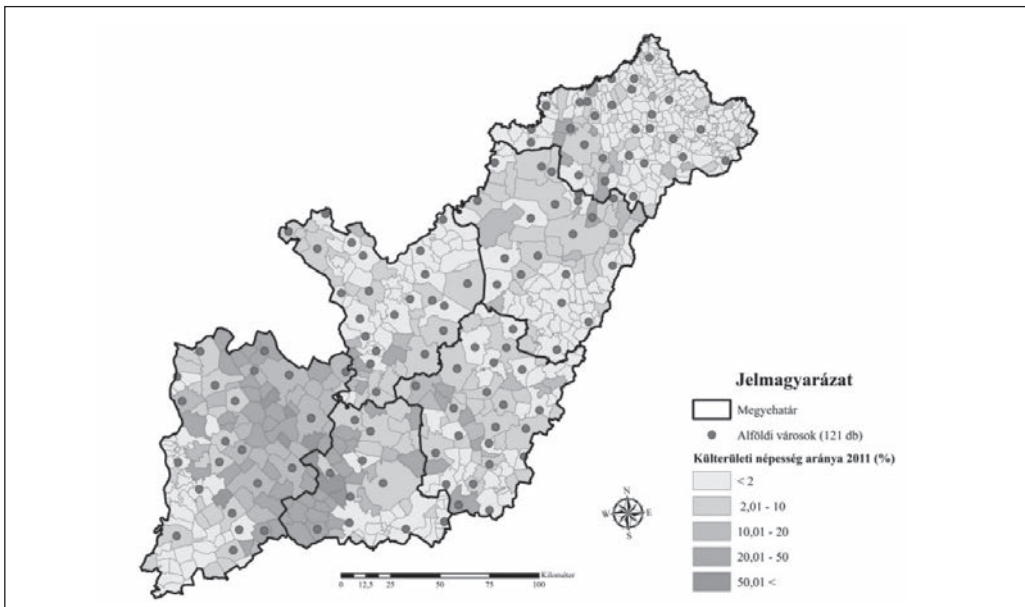
Megye	1960	1970	1980	1990	2001	2011
Bács-Kiskun	211 954	165 220	101 610	68 192	66 009	66 132
Békés	106 220	63 336	33 537	22 677	19 713	15 800
Csongrád	121 165	91 177	56 937	37 414	39 125	34 783
Hajdú-Bihar	72 921	53 632	26 674	17 501	18 806	24 471
Jász-Nagykun-Szolnok	89 824	54 992	23 414	14 051	12 065	10 541
Szabolcs-Szatmár-Bereg	83 226	64 748	36 125	24 162	41 775	20 173
Összesen	685 310	493 105	278 297	183 997	197 493	171 900

forrás: TEIR



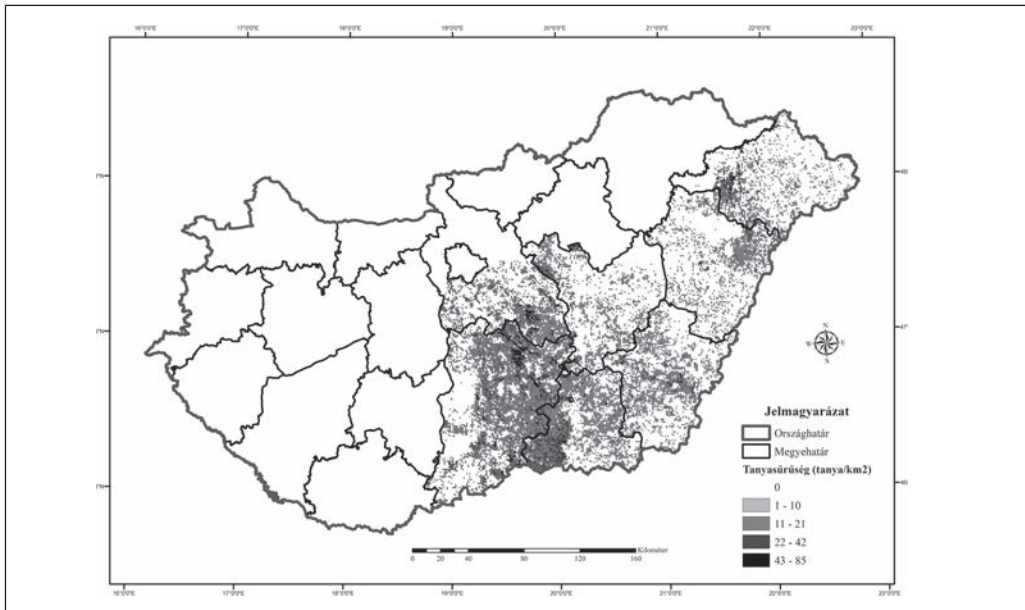
2. ábra

Az Alföld településeinek külterületi népesség aránya, valamint városállománya 1960-ban
(saját szerkesztés)



3. ábra

Az Alföld településeinek külterületi népesség aránya, valamint városállománya 2011-ben
(saját szerkesztés)



4. ábra

Felmért tanyák területi eloszlása (saját szerkesztés)

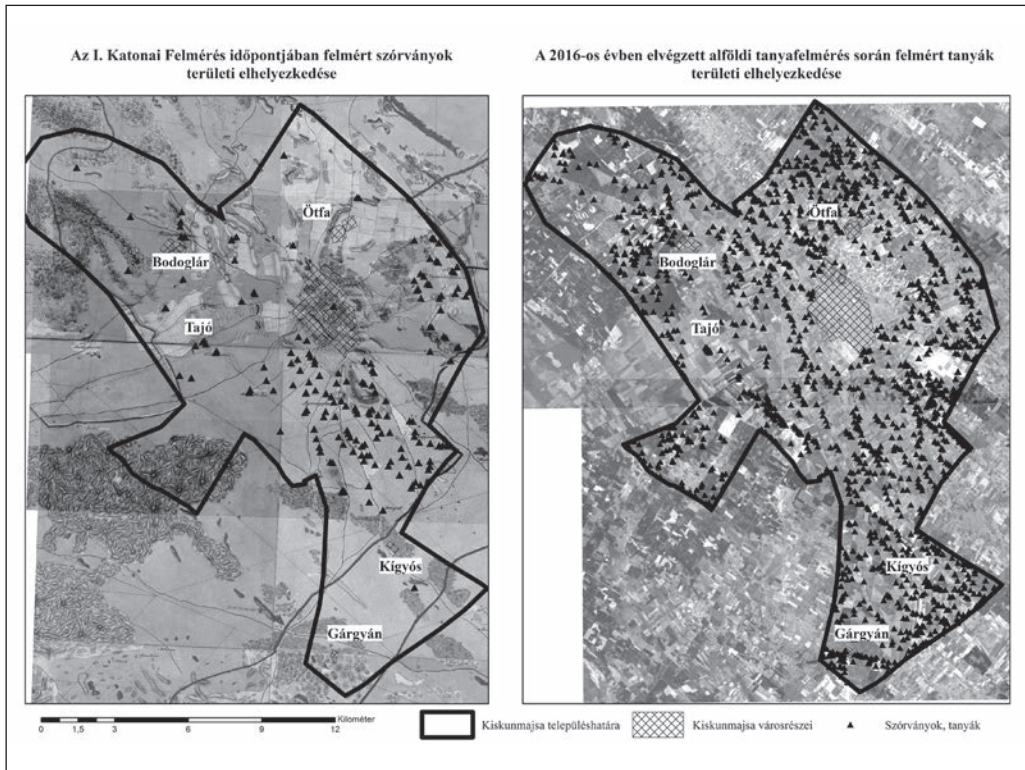
jobb életkörülmények, munkalehetőség reményében – a közeli városokban költöztek. A népességfogyás, illetve a tanyák felszámolódása területileg differenciáltan zajlott. A tanyarendszer pusztulása legkifejezettebben a Tiszántúlon érzékelhető (Dövényi, 2003).

Egészen a 2016-os év tavaszáig visszatérő probléma volt, hogy hazánk nem rendelkezett a magyarországi tanyák elhelyezkedéséről, általános jellemzőiről, illetve a tanyai lakosok pontos számáról egzakt adatbázissal. Ezt felismerve, valamint igazodva Magyarország Kormánya által megfogalmazott célkitűzéshez (2020-ig minden tanyát villamos árammal, megközelítését pedig járható úttal kell biztosítani), 2016 március-áprilisban sor került egy központilag szervezett, a teljes Alföld területére – 724 település – vonatkozó tanya-felmérésre, melynek keretében közel 95 ezer adatlapot rögzítettek. A felmérés elsődleges célkitűzése egy olyan adatbázis összeállítása volt, melyben GPS koordináta szerint beazonosíthatóak az alföldi tanyák. Az adatlapok

a tanya környezeti állapotáról, valamint demográfiai, gazdasági és infrastrukturális jellemzőiről tartalmaztak kérdéseket. A felmérés GPS koordináta adataiból az ArcGIS 10.4.1 program alkalmazásával sűrűségképek készült 1x1 km-es négyzethálókra osztva az ország területét (4. ábra).

A 4. ábra alapján elmondható, hogy hazánk leginkább tanyásodott területe a Homokhátság, Nyíregyháza, illetve Békéscsaba környéke. A három gócterület nem véletlen, hiszen a tanyás térségek között – szakirodalmi források szerint, figyelemmel az alaprajzra – három különböző típust tudunk megkülönböztetni, mégpedig a Kecskemét környéki szórványokat, a Békés megyére jellemző sortanyákat, illetve Nyíregyháza térségében a bokortanyák világát.

Az 5. ábra egy tipikus tanyás terület, Kiskunmajsa példáján szemlélteti a szórványok térbeli változását az I. Katonai Felmérés és a 2016-os évben az egész Alföld területére vonatkozóan elkészült tanya-felmé-



5. ábra: Kiskunmajsa szőrványainak térbeli változásai
(saját szerkesztés)

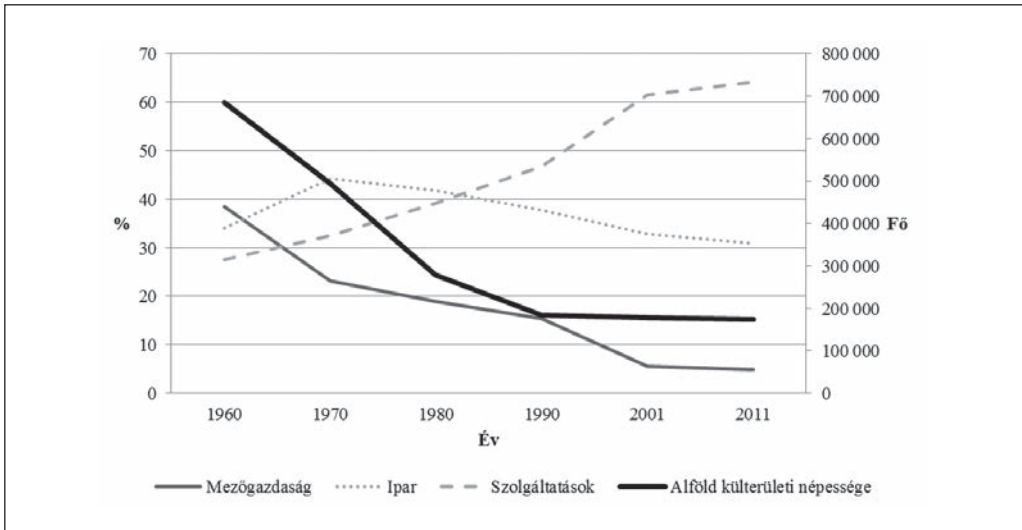
rés adataira alapozva. A két felmérés eredményei alapján Ótfa, Kigyós, illetve Gárgván városrészek környékén alakultak ki tanyák nagy számban.

A tanyai funkció átalakulása

Az 1. táblázatban bemutatott külterületi népesség folyamatos csökkenésével párhuzamosan a tanyák típusai is változtak. A változás során a tanyák részben hobbi- és nyaraló tanyává alakultak, ennek megfelelően a hozzájuk tartozó telkeken legfeljebb kedvtelésből történik mezőgazdasági tevékenység. A hagyományos tanyasi gazdálkodási formák mellett mára új funkciók, egyéb kiegészítő tevékenységek is megjelentek a gazdaságok életében. Míg a tanya korábban a jellemzően

a mezőgazdasági tevékenység színtere volt, addig napjainkban egyre több gazda gondolja úgy, hogy a több lábbon állás a tanya, illetve az ott élők előnyére válhat. Így olyan lehetőségeket, funkciókat keresnek, amik segítségével a tanyasi életmód újra vonzó alternatívát jelenhet, akár a fiatalabb generáció számára is. Ezt a felismerést követve a gazdaságok egyre gyakrabban foglalkoznak vendéglátással, szálláshelyek kiadásával, turizmussal.

A hagyományos tanyai funkció (lakó- és munkahely) átalakulásában döntő szerepe volt az utóbbi évtizedek gazdasági szerkezetváltásának. A folyamat során az egyes nemzetgazdasági ágak egymáshoz viszonyított aránya jelentősen megváltozott. Az államszocialista időszakban a mezőgazdaságban dolgozók száma drasztikusan csökkent,



6. ábra

Foglalkoztatottak megoszlása nemzetgazdasági áganként, illetve az Alföld külterületi népességének alakulása 1960 és 2011 között Magyarországon
(KSH adatok alapján saját szerkesztés)

míg ezen folyamattal párhuzamosan kezdetben az ipari, később a szolgáltatási szektorban dolgozók száma indult növekedésnek (6. ábra).

A munkahelyüket elvesztő, korábban a mezőgazdaságban dolgozó népesség jellemzően az iparban keresett munkát. Ez a változás főleg a fiatal és relatíve magasabban képzett társadalmi csoportokat érintette. Ennek a folyamatnak következményeként a külterületeken megindult a társadalom átstrukturálódása, a fiatalabb korosztályok beköltözése a városokba. A város-vidék peremzóna változásait, a ható tényezőket és azok hatásait Csatári és munkatársai vizsgálták (2016) Kecskemétnek, mint nagy tanyás városnak példáján, figyelemmel a mezőgazdaság szerepének csökkenésére és a vidéki életformához kapcsolódó tradíciók gyengülésére (www.regscience.hu).

A tanyai népesség városokba történő költözésével ellentétes trendek is megfigyelhetők, ugyanis napjainkban egyre többen választják a vidéki, tanyai életet, mint lehetséges alternatívát. Becsei (2016) szerint a foglalkoztatási szerkezetváltás mellett a települések belterü-

letén jelentkező általános lakáshiány, illetve a magas belterületi ingatlanárak is közrejátszottak a lakóövezetek külterületre történő terjeszkedésében. Fontos azonban kiemelni, hogy a területi differenciálódás nagymértékben befolyásolja ezen folyamatokat. Egyre gyakoribb, hogy az iskola befejeztével fiatal párok tanyára költöznek és ott kezdik el építeni jövőjüket. Leggyakrabban az egészséges környezet motiválja őket. A tanyát vásárlók másik jelentős csoportját alkotják az alacsonyabb jövedelmű társadalmi csoport tagjai, akik legtöbbször kényszerhelyzetben vannak és választási lehetőség hiányában költöznek tanyákra. Esetükben fontos szempont, hogy legalább egy akkora földrészlethez jussanak, ahol a család megélhetéséhez szükséges élelmiszereket meg tudják termelni. A szakirodalom szerint „a magyar településhálózat periferiáján új településtípus alakult ki – a „gettósodó falu és tanya”, melyben új szociális réteg tömörül; angol terminológiával „rural underclass” (Csatári és mtsai, 2005). Másik végletet alkotják azon, jellemzően jobb anyagi



helyzetben lévő társadalmi csoportok, amelyek hobbi, vagy nyaralási célokra vásárolnak tanyát maguknak. Egyre gyakrabban külföldi állampolgárok (főleg németek, hollandok) is megjelennek a vásárlók között, közöttük olyanok is akik korábbi magyarországi kötődéssel bírnak. A korábban hivatkozott, a teljes Alföld területére vonatkozó tanyafelmérés során közel 4300-an nyilatkozták azt, hogy tanyájuk hobbi tanya, vagyis azt kizárólag saját célú üdülésre, pihenésre használják.

A magyar településhálózat ezen sajátos elemén a mindennapi megélhetés sokszor olcsóbb, a falusi, vagy a városi élethez képest, azonban meglehetősen sok nehézséggel, kompromisszummal jár együtt. Általánosságban elmondható, hogy a tanyákon az alapvető infrastrukturális ellátás hiányos, így például napjainkban közel 5000 tanyán nem megoldott még a villamos áramhoz való hozzájutás. Többek mellett ezen problémákra kínál 2011 óta megoldási lehetőséget a Tanyafejlesztési Program (a továbbiakban: Program), mely pályázat elsődleges célja a hagyományos tanyasi gazdálkodás megújítása, újjáélesztése, a tanyasi életmód hátrányainak csökkentése, továbbá a tanyák, tanyás térségek fenntartható fejlesztése. A Tanyafejlesztési Program elmúlt hat éve során közel 1700 pályázó részesült összesen több mint 8 milliárd forint vissza nem térítendő állami támogatásban. A Program alapvetően kétféle konstrukcióban valósul meg. Egyrészt önkormányzatoknak, helyi közösségeknek, másrészt tanyai lakosok, gazdálkodók van lehetőségük pályázat benyújtására. Az eredmények alapján megállapítható, hogy a nyertes pályázatok egyharmadát önkormányzatok, míg kétharmadát egyéni gazdálkodók nyújtották be. A Földművelésügyi Minisztérium 2017 májusi tájékoztatója szerint beszámolt arról, hogy a tárca a 2017. évi Programot 1,225 milliárd forint körül keretösszeggel hirdeti meg. Az idei Program újdonsága lesz, hogy a pályázható települési kör (eddig 724 alföldi

település) bővülni fog, ugyanis Dunántúlra, a Bakonyba, Szentgálra és környékére, valamint Heves megye három déli járására is kiterjed a pályázati lehetőség (www.kormany.hu).

Mérlegelve a tanyák életében bekövetkezett változásokat Becsei (2016) közleményében két tanyatípust különböztet meg. Az egyik a dominánsan árutermelési céllal létrejött farmtanya, melyek tulajdonosa jellemzően belterületen él. A másik típus a családi gazdálkodásra – főleg önellátásra – berendezkedő tanya. További kategorizálásra ad lehetőséget a gazdálkodás színvonala, mely szerint megkülönböztethetünk nehezen működő, illetve megújulásra képes tanyákat.

Általánosságban kijelenthető, hogy a hagyományos mezőgazdasági funkcióval bíró tanyák jelentős része elvesztette tradicionális jellegét. Jelentős számban tűntek el a tisztán növénytermesztési és/vagy állattenyésztési profilú tanyagazdaságok a vidékről. Helyüket rendre átveszik a lakótanyák, illetve a gazdálkodási formák mellett egyéb kiegészítő tevékenységet folytató szórványok. A tanyán élők sokszor egyéb jövedelemtermelő lehetőségként helyi termékek előállításával, kézműves- (felmérések szerint egyre fontosabb szerepet tölt be a turizmusban), vagy akár kertészeti tevékenységgel is foglalkoznak. A 2016. évi Tanyafejlesztési Program nyertes pályázói között öt olyan szervezettel is találkozhatunk, amelyek a „*Tanyasi termékek védjegy- és minőségtanúsítási rendszerének bevezetése, fejlesztése*” megnevezésű alcélra nyújtották be sikeresen fejlesztési elképzeléseiket.

A funkcionális átalakulást követően több tanyasi gazdálkodó a meglévő agrárgazdaság hagyományain alapuló jövedelemszerzési lehetőségként tekint a falusi-tanyasi turizmusra. A tanyasi turizmus a vidékfejlesztés egy fontos eleme, fejlesztésével lehetőség nyílik a tanyasi emberek helyben tartására, egyúttal megalapozva ezzel a tanyán élő fiatalabb generáció jövőjét is. A turizmus szempontjából fontos, az alföldre jellemző településtípushoz



kapcsolódó vonzerő lehet a természeti- és az épített környezet mellett, a hagyományos mezőgazdasági tevékenység, illetve a helyi életmód, népszokások, hagyományok bemutatása. A folyamat eredményeképpen sok esetben a primer szektor helyett immár a terciér szektor jut hangsúlyos szerephez a tanyák életében.

A turizmusra fókuszáló gazdaságokat vizsgálva megállapítható, hogy azok az ország történeti hagyományaira tekintettel a lovas kultúra ápolásával, a lovaglás népszerűsítésével is foglalkoznak. Ezekben a tanyákon az elérhető szolgáltatások között említhető, a terápiás lovaglás, a tereplovaglás, a fogathajtás, vagy éppen a lovas táborok szervezése. A lovas turizmus lehetőségeit felismerve „*A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia*” részletesen foglalkozik a terület lehetőségeivel (www.kormany.hu).

A felmérésemben érintett több gazdaság a turisztikai kínálatát őshonos állatok bemutatásával, illetve helyi gasztronómiai specialitások felszolgálására. A tanyasi turizmus szempontjából jelentős őshonos haszonállatfajták kiemelt feladatnak tekintett génmegőrzését miniszteri biztos koordinálja.

A kutatásaimban vizsgált gazdaságok tulajdonosai szerint a turisztikához, vendéglátáshoz kapcsolódó szolgáltatások kiépítése különböző uniós (pl. határon átnyúló együttműködési programok), vagy hazai pályázati lehetőségek nélkül nem lenne megvalósítható. Az utóbbiak közül kiemelendők a már többször hivatkozott Tanyafejlesztési Program forrásai, melyek segítik a tanyák infrastrukturális fejlesztését, ezen keresztül a tanyagazdaságok erősödését, illetve a tanyasi turizmus fellendülését. A tanyasi turizmus a vidékfejlesztés egy fontos eleme, fejlesztésével lehetőség nyílik a tanyasi emberek helyben tartására, egyúttal megalapozva ezzel a fiatalabb tanyán élő generáció jövőjét is.

A vizsgált településtípus jövőjét illetően döntő kérdés, hogy a tanyákon jelentkező

speciális fejlesztési igények kezelésére milyen komplex programok tudnak támogatást nyújtani. Ennek megfelelően kiemelten fontosak azon pályázati források (hazai és uniós egyaránt), melyek a tanyás térségekben jelentkező alapvető szolgáltatások hiányát, valamint a rossz infrastrukturális helyzet javítását teszik lehetővé.

Összefoglalás

A tanyán élők száma az elmúlt fél évszázadban drasztikusan csökkent. A népességvesztéssel párhuzamosan a tanyás térségek demográfiai-, szociális-, illetve infrastrukturális helyzete is romlott. Ezzel együtt a hagyományos tanyai funkció is átalakult, egyes térségekben teljesen meg is szűnt. Részben az átalakult foglalkoztatási szerkezet, részben a településhálózat fejlődése miatt új, eddig ismeretlen funkciók jelentek meg a tanyák életében. A jövőt illetően ezek új lehetőségeket is hordozhatnak, amennyiben sikerül biztosítani a kapcsolódó infrastrukturális hátteret. Az alföldi tanyás térségekben jelentkező speciális fejlesztési igények kezelésére leginkább hatékony eszköznek a Tanyafejlesztési Program tekinthető.

Irodalomjegyzék

- Becsei J.** (2002): A tanyarendszer jövőbeni alakulására ható tényezők, Magyar Tudomány
- Becsei J.** (2016): A tanya revitalizációjának mai lehetőségei In: Tájak, régiók, települések térben és időben, Dialóg Campus Kiadó, Budapest
- Beluszky P.** (1999): Magyarország településhálójának földrajza, Dialóg Campus Kiadó, Budapest-Pécs
- Csatári B.** (1999): A tanyák szerepe a vidékfejlesztésben. A Falu 14:(4)
- Csatári B.** (2003): A tanyák változásairól általában, A tanya, mint „rendszer” In: Tanyai Kaleidoszkóp, A 2002-2003. évi tanyakollé-



- gium munkájának eredményei, MTA RKK ATI, Kecskemét
- Csatári és mtsai** (2005): A tanyás térségek környezete In: Tanyakutatás 2005, 1. füzet, MTA RKK ATI., Kecskemét
- Csatári és mtsai** (2005): A tanyás térségek gazdasága In: Tanyakutatás 2005, 2. füzet, MTA RKK ATI., Kecskemét
- Dövényi Z.** (2005): Tanyarendszer In: Magyarország társadalmi-gazdasági földrajza (szerk.: Perczel György), ELTE Eötvös Kiadó, Budapest
- Enyedi Gy.** (1965): A mezőgazdaság földrajzi típusai Magyarországon, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Erdei F.** (1942): Magyar tanyák, Akadémiai Kiadó, Budapest, 1976
- Font E.** (2006): MÚLT vagy JÖVŐ? A Falu 21:(2), Agroinform Kiadóház, Budapest
- Györffy I.** (1937): A magyar tanya, Földrajzi Közlemények, 65 (4-5)
- Kovács K. és Váradi M.** (2007): Régi és új tanyasi szegénység a Homokhátságon, A Falu 22:(4), Agroinform Kiadóház, Budapest
- Mendöl T.** (1963): Általános településföldrajz, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Molnár M.** (2002): A nagykunsági tanyavilágról jelen időben, AGROINFORM Kiadó, Budapest
- Papp L.** (1936): A kecskeméti tanyatelepülés kialakulása, Magyar Királyi Ferenc József Tudományegyetem, Tudományos Közlemény, Szeged
- Romány P.** (1973): A tanyarendszer ma, Kossuth Könyvkiadó, Budapest
- Solymosi L.** (1980): A tanyarendszer középkori előzményeinek histográfiája In: A tanyarendszer múltja, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Szabó I.** (1929): A debreceni tanyarendszer kialakulása, Föld és Ember
- Szakály F.** (1983): Török megszállás alatt (1543-1686) In: Szeged története 1. A kezdetektől 1686-ig (szerk.: Kristó Gyula) Szeged
- Tímár J.** (1990): Kérdőjelek és hiányjelek a tanyakutatásban, Tér és Társadalom 4:(2)

Internetes hivatkozások

- http://www.regscience.hu:8080/jspui/bitstream/11155/1175/1/csatari_alfoldi_2016.pdf
- <http://www.kormany.hu/hu/foldmuvelesugyi-miniszterium/kornyezetugyert-agrarfejlesztesert-es-hungarikumokert-felelos-allamtitkarsag/hirek/iden-1-225-milliard-forint-fordithato-a-tanyafejlesztési-program-finanszirozására>
- <http://2010-2014.kormany.hu/download/3/6c/20000/Lovas%20strategia.pdf#!DocumentBrowse>



Munkában a vidékfejlesztők ernyőszervezete

Megtartotta közgyűlését 2017. május 25-én a Magyar Ruralisztikai Társaság. A Herman Ottó Konferencia Központban megrendezett tanácskozáson a tagság megválasztotta a szervezet titkárának Tar Gyulát, valamint kijelölték tevékenységük főbb irányait.

Csatári Bálint nyitó gondolataiban elmondta: a vidék sokszínűségét kívánja megjeleníteni a szervezet, hiszen számtalan szakterületet képvisel a tagság is. Hangsúlyozta: célunk, hogy minden megyében, vagy akár minden tájegységben legyen egy mag, ami a Magyar Ruralisztikai Társaság (MARUTA) szellemiségét képviseli és ápolja.

Az egyes területek dolgozók szakosztályokat, tagozatokat alakítanak a jövőben, valamint az ott folyó munka eredményeit továbbítják a Vidékstratégiáért felelős Földművelésügyi Minisztériumnak, illetve az agrár-vidékfejlesztésért felelős Miniszterelnökség felé. A most elindított közös munkáról pedig, még ez év végén tartanak egy részletes szakmai vitanapot. A közgyűlésen a tagság döntött a tagdíjról, a szervezet széleskörű kommunikációs csatornáinak – saját honlap, levelezőlista és jó gyakorlat regiszter – létrehozásáról. A tanácskozás ideje alatt tette nyilvánossá közösségi oldalát a szervezet, amelyet a www.facebook.com/ruralisztika lehet elérni.

A MARUTA-val, mint a vidék szakmai ernyőszervezetével a jövőben együtt kíván működni a Kistérségi Fejlesztők Országos Szervezete Egyesület (KIFESZ) és a LEADER Egyesületek Szövetsége (LESZ), erről mindkét civil szervezet külön közgyűlésen dön-

tött. A szervezeti együttműködés kereteit a MARUTA közgyűlése is jóváhagyta, valamint felhatalmazta Csatári Bálint elnököt, Szabó Gellért alelnököt, valamint Tar Gyula titkárt, hogy ennek konkrét kereteiről egyeztessenek Finta István elnökkel (LESZ) és Csikász Gábor ügyvezető elnökkel (KIFESZ).

A vidékfejlesztők szakmai tanácskozásán, az ugyancsak a Herman Ottó Konferencia Központban tartott LESZ közgyűlésén jelenlévő Mezei Dávid agrár-vidékfejlesztési stratégiai ügyekért felelős helyettes államtitkár tájékoztatóját a kormányzati uniós vidékfejlesztési törekvések aktualitásairól, a közösségi gazdasági vidékfejlesztés (LEADER) helyzetéről a MARUTA tagjai is meghallgatták.

A Társaság programalkotó ülését 2016. december 14-én a Herman Ottó Ünnep részeként tartották meg a Vidékstratégia 2020. – Együtt a vidékért címmel. Az eseményen az alapító tagok nevében felhívták minden vidék iránt elkötelezett ember figyelmét arra, hogy lépjenek be a Magyar Ruralisztikai Társaságba és tegyenek közösen kísérletet arra, hogy a civil szervezet a vidékért való szakmai párbeszéddel és közös gondolkodással érdemben segíthessen abban, hogy minél több magyar számára adjanak boldogulást tájaink, tanyáink, falvaink, kisvárosaink.

A Magyar Ruralisztikai Társaság, amelynek alapító közgyűlését 2014. december 9-én tartották a Vajdahunyadvárban a vidéki szereplők közötti együttműködés erősítésére szerződött a.

A szervezet életre hívásával az alapítók



célja a hiánypótlás, hiszen a vidékfejlesztésben nincs olyan civil fórum, ami tovább erősítheti az együttműködést a vidék szereplői között. Ahogy Tóth Albert megfogalmazta: „Egyértelmű, hogy ez a vidékről szóló szerveződés”. A szervezet újdonságát véleménye szerint az jelenti, hogy előtérbe helyezi a tájszintű együttműködések, a tájértékeket.

Az alapítók megvitatták a szervezettel kapcsolatos gyakorlati ügyeket, az alapcélokat, a szervezeti felépítést és a tagdíjat. Annak idején az alakuló ülésen megválasztották a szervezet elnökét Csatári Bálint személyében, az alelnökök pedig Kovács István és Szabó Gellért lettek.

Forrás: *Herman Ottó Intézet*



ÖSSZEFOGLALÓK

TURIZMUS ÉS GASZTRONÓMIA ADTA LEHETŐSÉGEK A PÁLINKA NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE

Harcsa Imre Milán

A magyarországi pálinkafőzés több évszázados múltra tekint vissza. A pálinka sajátos termék, minőségi voltát a fogyasztók is kezdik meg-, illetve elismerni. Nemzeti italunk az utóbbi években jelentős változáson ment keresztül, hiszen kilépett a falusi környezetből, hungarikummá, és a fiatalok körében is népszerű itallá vált. Elterjedésének elősegítésében nagy szerepet játszott a 2010 szeptemberében engedélyezett magánfőzés. A rendszerváltás óta egyre inkább jellemző a minőségi pálinkakészítés, mely mind a szemléletváltásnak, mind a jogszabályi környezetnek köszönhető. A fogyasztók sem a kerítésszagatókat, hanem a kellemes, gyümölcsös, üde párlatokat keresik, melyekhez jellemzően alacsonyabb alkoholtartalom társul. A kulturált pálinkafogyasztás, illetve a terjedő pálinkakultúra hozadéka, hogy a pálinka beférkőzött a konyhákba. Egyre több pálinkás ételrecept jelenik meg és napjainkban már olyan különlegességek is helyettesíthetik a fűszereket, mint például a medvehagyma párlat. Ne feledkezzünk meg azonban az arisztotelészi mértékletességről!

A MAGYAR EGÉSZSÉGI ÁLLAPOT ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÁS FŐBB ÖSSZEFÜGGÉSEI

Gódor Amelita Kata, Bakos Izabella Mária

Napjainkban egyre szélesebb körben válogathatunk az élelmiszerek közül, ezzel egyidőben megfigyelhetjük a korszerű táplálkozás elveit is, melyek pozitív hatással van a fogyasztásunkra. A várható növekvő élettartamunkat befolyásolják az élelmiszerek sokszínűsége. A modern élelmiszerek megjelenése háttérbe szorítja a tradicionális étkeket, de az egészségesebb élelmiszerek jóval drágábbak, mint például a zsír vagy gabona ára. Magyarországon régióiban látható, hogy szignifikáns összefüggés van a jövedelem szintje és az elfogyasztott étel minősége között. Tanulmányunk célja az volt, hogy megvizsgáljuk a magyar fogyasztói viselkedést, illetve, hogy a jövedelmi szinttel összefügg-e a fogyasztói magatartás, melyek azok élelmiszerek melyek preferálunk magasabb, illetve alacsonyabb jövedelem mellett.





AZ AGRÁR- ÉS VIDÉKFEJLESZTÉSI TÁMOGATÁSOK ÉRTÉKELÉSE HAJDÚBÖSZÖRMÉNYBEN

Dr. Horváth Péter, Uzonyi Antal

Magyarország 2004. május 1-én az EU tagjává vált, amelynek köszönhetően különböző pénzügyi források, illetve támogatási jogcímek nyíltak meg országunk előtt. A Közösséghez való csatlakozásunk mérföldkőnek tekinthető mezőgazdaságunk életében, hiszen jelenleg is a gazdálkodók éves jövedelmének kb. 70%-át agrár- és vidékfejlesztési támogatások képezik. A témakör aktualitásán túl kiemelendő, hogy Hajdúböszörményben tradicionálisan nagy hagyományai vannak a mezőgazdaságnak. A tanulmány általános célkitűzésként minél pontosabb képet szeretne kapni a Hajdúböszörményben gazdálkodók támogatásokhoz kapcsolódó viszonyairól, továbbá kiemelten kezeli a gazdálkodók személyes véleményét és meglátásait is. A tanulmány egyrészt arra keresi a választ, hogy Hajdúböszörményben 2011-2015 között hogyan alakult az agrár- és vidékfejlesztési támogatások koncentráltága, másrészt pedig választ kaphatunk arra is, hogy a hajdúböszörményi gazdálkodók hogyan vélekednek az agrár- és vidékfejlesztési támogatásokról.

A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNC, VALAMINT A HELYI TERMÉKEK SZEREPE A VIDÉKI GAZDASÁG ERŐSÍTÉSÉBEN

Tóth Róbert, Mester Éva, Túróczi Imre, Kozma Tímea

A hagyományos élelmiszerellátás (konvencionális rendszerek) problémáit felismerve egyre jelentősebb igény mutatkozik olyan rendszerek kialakítására, amelyek az élelmiszereink eredetéről, elkészítéséről, teljes termelési folyamatáról teljes körűen tájékoztat, ami lehetővé teszi a mezőgazdálkodás egy újabb, a jelenlegi fogyasztó igényeknek megfelelő, fenntarthatóbb formájának kialakítását. Mindezt képviseli a rövid ellátási láncok rendszere, amely tulajdonképpen egy alulról szerveződő kezdeményezés, amely a helyi térségek sajátosságain (erőforrások figyelembe vételével) alapul és a lakosság aktív részvételével működik. A REL módszerének tehát legnagyobb előnye, hogy a végső fogyasztó és a termelő többnyire közvetlenül – vagy egy közösségen keresztül –, személyesen ismerik egymást, és a létrejött kapcsolati rendszer egyik legmeghatározóbb alkotóeleme a kölcsönös bizalom. A bizalmon nyugvó e fajta együttműködés biztosítja mindkét fél részére a haszonmaximalizálást: a fogyasztó a minőségi élelmiszerért cserébe hajlandó magasabb árat fizetni; a termelő pedig az árujára így biztosan talál felvevő piacot. A REL alkalmazása és a helyi termékek forgalmazása a helyi gazdaságfejlesztés egyik lehetséges eszköze. A REL, mint újszerű üzleti modellnek fontos jelentősége a fogyasztói tudatformálás.



A LOKÁLIS ÉLELMISZEREK FOGYASZTÓI MEGÍTÉLÉSE ÉS INNOVATÍV ÉRTÉKESÍTÉSI LEHETŐSÉGE

Bakos Izabella Mária

A 20.-ik század második felétől kezdődően a mezőgazdaság iparosodásának és az élelmiszer-kereskedelem globalizálódásának a folyamata megy végbe, ami olyan globális problémákat idézett elő napjainkra, mint a kisléptékű mezőgazdasági termelés és a helyi termékek fogyasztásának háttérbe szorulása. Tanulmányomban rászertetnék világítani a helyi élelmiszerek helyi gazdaságban betöltött szerepére, kiemelve a helyi élelmiszer rendszerek egy újszerű formájának, a bevásárló közösségeknek a helyi gazdasággal kapcsolatos vonatkozásait. Az élelmiszervásárlói közösségek olyan alulról szerveződő kezdeményezések, amelyek a helyi élelmiszertermelést és értékesítést támogatják. A gazdálkodók és vásárlóik alkotnak közösséget, oly módon, hogy az együttműködés a termelő és a fogyasztó számára is előnyös.

KÉZMŰVES ÉLELMISZEREK IRÁNTI IGÉNYEK ÖSSZEHASONLÍTÁSA (NEMEK KÖZÖTTI DIFFERENCIÁK VIZSGÁLATA)

Dr. Balogh Péter

A kutatás a kézműves élelmiszerek iránti igények felmérésére irányult a magyarországi fogyasztók körében. Kérdőíves felmérés segítségével vizsgáltam a vásárlói magatartást (pl. vásárlási gyakoriságot, fontosnak tartott vásárlási szempontokat, legnépszerűbb beszerzési helyeket), a fogyasztói elvárásokat, illetve hogy a vásárlói magatartást/ érdeklődést milyen mértékben befolyásolja a nem. A 803 db kitöltött kérdőív elemzésekor a következő megállapításokra jutottam. Jelentős igény merült fel a kézműves élelmiszerek eredetmegjelölésére vonatkozóan, ezért kulcsfontosságú egy védjegy kialakítása, amely biztonságérzetet kelt a vásárlókban a kézműves élelmiszer eredete és minősége iránt. Emellett a megfelelő termékszortiment kialakítása során figyelembe kell venni a fogyasztók által előnyben részesített terméktulajdonságokat, de leginkább az eladási árak meghatározása igényel átfogó tervezést, ugyanis tekintettel kell lenni a fogyasztók árérzékenységére.

VÁLTOZÁSOK A TANYÁK SZEREPÉBEN

Romvári Róbert

A tanyán élők száma az elmúlt fél évszázadban drasztikusan csökkent. A népességvesztéssel párhuzamosan a tanyás térségek demográfiai-, szociális-, illetve infrastrukturális helyzete is romlott. Ezzel együtt a hagyományos tanyai funkció is átalakult, egyes térségekben teljesen meg is szűnt. Részben az átalakult foglalkoztatási szerkezet, részben a településhálózat fejlődése miatt új, eddig ismeretlen funkciók jelentek meg a tanyák életében. A jövőt illetően ezek új lehetőségeket is hordozhatnak, amennyiben sikerül biztosítani a kapcsolódó infrastrukturális hátteret. Az alföldi tanyás térségekben jelentkező speciális fejlesztési igények kezelésére leginkább hatékony eszköznek a Tanyafejlesztési Program tekinthető.



CHANGES IN THE ROLE OF FARMSTEADS

Romvári Róbert

In Hungary the number of farmstead population decreased continuously within the last half century. In parallel with this decline the demographic and social situation and also the infrastructure are deteriorated remarkably. Along with this tendency the conventional functions of the farmsteads are transformed or even ceased. Partly due to the changes of employment structure and partly the development of the settlement network new functions appeared in farmstead life. This process associated with adequate infrastructural background could provide new opportunities for the future.

COMPARISON OF DEMANDS FOR ARTISAN FOODS

(EXAMINING GENDER DIFFERENCES)

Dr. Peter Balogh

The aim of my research was to survey the demand of consumers for artisan foods. Questionnaire research was conducted in order to examine consumer attitude (purchase frequency, aspects considered to be important, most popular places of purchase, etc.), consumer demands and whether there is a gender effect consumer attitude/interest. The evaluation of the 803 filled out questionnaire led to the following conclusion. There is a significant need for indicating the origin of artisan foods. For this reason, a trademark would be of key importance, thereby triggering a sense of safety in customers concerning the origin and quality of artisan foods. In addition, the development of a proper product assortment should also consider consumers' preferred product characteristics. Setting selling prices needs the most comprehensive planning, as consumers' price sensitivity has to be taken into consideration.

SMALL-SCALE AGRICULTURAL AND THE CONSUMPTION OF LOCAL PRODUCT

Bakos Izabella Mária

From the second half of the 20th century we can observe the industrialisation of agriculture and the globalisation of food industry, which have caused global problems, such as the devaluation of small-scale agricultural production and the consumption of local products. In my study I would like to shed light to the role of local food products in local economies, concentrating on the relationship between a novel form of local food systems – buying groups –, and local economies. Food buying groups are bottom-up initiatives, which support local food production and selling. Producers and buyers form a community in order to benefit both sides.



THE ROLE OF AGRICULTURAL AND RURAL DEVELOPMENT SUBSIDIES IN HAJDÚBÖSZÖRMÉNY

Dr. Horváth Péter, Uzonyi Antal

Hungary became an EU member state on 1 May, 2004, by which different financial sources and subsidy funds have been available for our country. Joining the Community is a major milestone for our agriculture as the agricultural and rural development subsidies take up approximately 70% of the annual profit of the farmers even today. Besides the actuality of this topic, it is important that the agriculture has great traditions in Hajdúböszörmény. The general aim of the study is to reflect a more accurate situation on the relations of the farmers in Hajdúböszörmény to the subsidies, and furthermore it highlights their personal opinions and views as well. The study investigates the concentration of agricultural and rural development subsidies between the period of 2011 and 2015 at one hand, and analyzes the opinions of farmers in Hajdúböszörmény on the agricultural and rural development subsidies on the other hand.

SHORT SUPPLY CHAINS AND THE ROLE OF LOCAL PRODUCTS IN STRENGTHENING RURAL ECONOMY

Tóth Róbert, Mester Éva, Túróczi Imre, Kozma Tímea

Local products and in conjunction, of course, the so called short supply chains are gaining more and more attention among consumers, local organisations, and upper-level decision-makers. Local food systems are playing an increasingly important role in our lives these days. The relevance of this topic is mainly due to the appearance of the so called bipolar food supply system. Safe and wholesome food supply is one of the greatest predictable challenges for XXI. century rural areas looking at social and economic conflicts and environmental changes. One of the biggest problems is that while agriculture used to represent an important source of income for the rural population, their current low number and production potential gives rise to antipathy in how the impoverished rural population is perceived. This is a global trend, what is more, in other countries the local market is dominated by local products. The USA, France and Austria have a decades-old tradition in this distribution system, while in Hungary it is still in its relative infancy. This study aims at providing a review of national and international literature on supply chains, supply chain management, with a special focus on the effect of short supply chains.



THE MAIN CORRELATION OF THE HUNGARIAN HEALTH STATUS AND FOOD CONSUMPTION

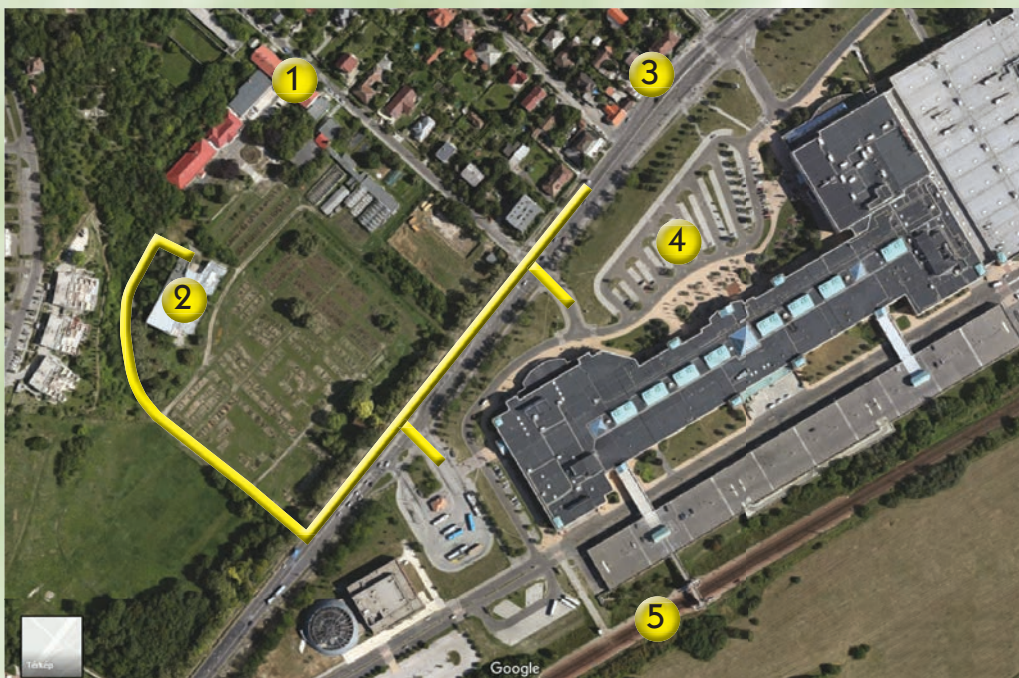
Gódor Amelita Kata, Bakos Izabella Mária

Nowadays the selection of foodstuffs wide and we can observe the modernisation of nutrition principles too, which both had a positive impact on consumption. The variety of food was also affected by the increasing life expectancy. The emergence of more modern ways in food consumption is halted not only by the traditions but by the fact that healthier foods are more expensive than fat or cereal prices. There is a significant correlation between the income levels and the quality of consumed food, as it can be observed that in different regions in Hungary. In this study our aim was also to investigate the change in consumer behaviour in parallel with the increase of income levels; to see which sort of foods are preferred by the wealthier, and which are preferred by the ones with less income.

THE SPREADING OF PÁLINKA CULTURE

Harcza Imre Milán

The history of Hungarian pálinka distillation dates back thousands of years. Pálinka is a special product; its quality features are being increasingly recognized and appreciated by consumers. Our national drink went through considerable transformations in the past years, as it left the village environment behind and has become a Hungaricum, popular with young people. The allowed home distillation in September 2010 was a key factor in its gaining ground in the country. Since the transformation of the regime (1989), increasingly the quality pálinka producing is determinative, due to the change of attitude and the legal environment. The consumers prefer the the pleasant, fruity, fresh distillates with lower alcohol content. As a yield of the civilized pálinka consumption and the spreading pálinka culture, the pálinka has been insinuated to the kitchens. More and more recipe appears with pálinka and nowadays we can substitute the spices with specialities like the wild garlic distillate. However we shouldn't forget about the Aristotelian moderation.



1. Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft.
1223 Budapest, Park utca 2.
2. Herman Ottó Konferencia Központ
1223 Budapest, Nagytétényi út 190.
3. Lépcsős utcai buszmegálló:
33, 114, 133E, 138, 150, 213, 214
4. Campona parkoló
5. Budatétény vasútállomás

Intézetünk és a konferencia központ megközelíthető közúton és vasúton egyaránt, tömegközlekedéssel a Móricz Zsigmond körtér, a belváros és Csepel irányából is érkeznek buszok a Lépcsős utca megállóba.

Szeretnénk felhívni a figyelmet arra, hogy a személygépkocsival érkezők járműveikkel a szomszédos Campona bevásárlóközpont parkolójában tudnak biztonságosan parkolni, és a térképen jelzett útvonalakon, gyalogosan közelíthetőek meg épületeink!

