

SZAKDOLGOZAT

Vallus Balázs István

2022

**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Károly Róbert Campus**

Rövid ellátási láncok elemzése Eger- és környéke viszonylatában

Konzulens

Dr. Domán Szilvia

egyetemi docens

Készítette

Vallus Balázs István

kereskedelem és marketing szak

marketingkommunikáció szakirány

levelező tagozat

2022

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
1.1. Témaválasztás oka	1
1.2. A dolgozat felépítése	2
2. Irodalmi áttekintés	3
2.1. A rövid ellátási láncok fogalma	4
2.2. REL jelentősége napjaink gazdaságában.....	7
2.3. Bizalmi kapcsolatok szerepe a REL-ban.....	7
2.4. REL a magyar gazdaságban	9
2.5. REL jogi háttere Magyarországon	11
2.6. Fejlesztési lehetőségek az ágazatban.....	11
3. Anyag és módszer	16
4. Eredmények és értékelésük	18
4.1. BudaFarm Sajtműhely elemzése	18
4.2. Miklós Nándor és Ferenc Pince elemzése	20
4.3. Petős Zsolt méhészet és mézkészítés elemzése	22
4.4. Értékesítési lehetőségek Egerben.....	24
4.5. Fogyasztói kérdőív elemzése és értékelése	29
4.6. Helyi termék-előállítói kérdőív elemzése és értékelése.....	42
5. Következtetések és javaslatok	43
6. Összefoglalás	46
7. Irodalomjegyzék.....	47
8. Táblázatok és ábrák jegyzéke	49
9. Nyilatkozatok.....	50
10. Mellékletek.....	52

1. BEVEZETÉS

1.1. TÉMAVÁLASZTÁS OKA

Dolgozatom témája a **rövid ellátási láncok elemzése lakóhelyem, Eger és környéke viszonylatában**. A helyi előállítású/termesztésű élelmiszerek és a rövid ellátási láncok egyre nagyobb figyelmet kapnak a fogyasztók, a civil szervezetek és a döntéshozók körében egyaránt. Észak-Amerikában, Nyugat-Európában évtizedes hagyományai vannak e rendszereknek, hazánkban is egyre több megvalósulási formával lehet találkozni. A szüleimen és szűkebb családi, baráti körünkön keresztül - ugyan közvetve - de mindig is kötődtem valamilyen módon az élelmiszerekhez, azok termesztéséhez, előállításához, beszerzéséhez és általuk különböző ételek elkészítéséhez. Szüleim hozzáállásának és szűkebb baráti körünknek köszönhetően óriási érzékenységet örökölttem az élelmiszerek minősége iránt is, amely miatt több dimenzió mentén meg tudom ítélni és átlátni az élelmiszerek jellegét, előállításuknak módját és körülményeit, valamint gazdasági és marketing ismereteimnek köszönhetően az előkészítésüknek, árazásuknak, csomagolásuknak és értékesítésüknek folyamatát. Abban a kivételesen előnyös helyzetben vagyok, hogy a festői szép Egerben nőhettem fel és élhetek, amely ugyan a többi megyei jogú városhoz képest csekély lélekszámmal büszkélkedik, annál inkább fejlettebb és gazdagabb településként, a szőlőtermesztési és a borászati innovációk úttörőjeként lopta be magát a szívembe. Viszont a jelenleg is zajló SARS-COV2 COVID-19 vírus okozta pandémiás időszak rávilágított Eger és környéke hiányosságaira is az élelmiszerek tekintetében. Bebizonyosodott, hogy egy hirtelen üzlet bezárási és vásárlási időszavas időszak által okozott túlvásárlás mennyire össze tudja dönteni a kényelmes vásárlási szokásainkat. Az egri szupermarketekben és nagyobb bevásárlóközpontokban hetekig nem lehetett vásárolni friss zöldséget és gyümölcsöt, viszont a tartós élelmiszerek kivételével (ezek voltak a leginkább kelendő termékek), minden más termék elérhető volt. Ekkor jöttem rá, hogy mennyire fontosak a jó minőségű helyi élelmiszerek és az azokat előállító termelők. Csillapíthatatlan vágyat kezdtem érezni azzal kapcsolatban, hogy alaposabban megvizsgáljam a helyi kistermelők helyzetét, átlátható képet festhessek a tevékenységükről és lehetőség szerint segíthessem őket, ugyanis nélkülözhetetlenek a mindennapi élet körforgásában.

A dolgozat egészében elsődleges célom az, hogy összevessem az elméletben tanultakat a gyakorlatban tapasztaltakkal, ilyen módon lehetőséget teremtve arra, hogy egy társadalmi réteg és élethivatás nagyobb figyelmet és megbecsültséget kapjon az emberek részéről.

1.2. A DOLGOZAT FELÉPÍTÉSE

A dolgozat **első tartalmi részében** bemutatom a szakdolgozati témámat és a témaválasztás okát, ismertetem kutatási kérdéseimet és a kutatás módszertanát.

A **második fejezet** a rövid ellátási lánc elméleti hátterével foglalkozik. Bemutatom a REL fogalmát, a rövid ellátási láncok jelentőségét napjaink gazdaságában, valamint a bizalmi kapcsolatok szerepét a lánc működésében.

A **harmadik fejezet** a kutatásban alkalmazott anyagok és módszerek bemutatásával foglalkozik.

A **negyedik fejezet** foglalkozik Eger és környékének rövid ellátási láncjaival. Bemutatom a rövid ellátási láncok helyi szereplőit, a piacokat és a helyi szervezetek, valamint megmozdulásokat, amelyek a helyi kistermelők értékesítési tevékenységét hivatottak segíteni.

A vizsgálatba bevont Eger és környékbeli REL szereplők:

- **Buda Sándor (BudaFarm Sajtműhely)**
- **Miklós Nándor és Miklós Ferenc Borászat**
- **Petős Zsolt Méhészet és Mézkészítés**

Az **ötödik fejezet** a kutatási eredmények alapján levont következtetések és az általuk adott javaslataimat, fejlesztési lehetőségeket tartalmazza.

A **hatodik fejezet** az egész szakdolgozatban ismertetett elméleti és gyakorlati ismereteket, következtetéseket és konklúziókat tartalmazza.

A **hetedik fejezet** ismerteti a szakdolgozathoz felhasznált szakmai irodalmat tartalmazza.

A **nyolcadik fejezet** a szakdolgozatba beszúráásra került képek, ábrák és táblázatok jegyzékét tartalmazza.

A **kilencedik fejezet** a szakdolgozat érvényesítéséhez szükséges hallgatói nyilatkozatokat tartalmazza.

A **tizedik fejezet** a dolgozatban hivatkozott, de be nem szűrt elemeket tartalmazza.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCOK FOGALMA

Az európai és amerikai agrárgazdaságok, valamint élelmiszerláncok a globalizáció hatására nagymértékben átalakultak, mint méretüket és elérhetőségüket tekintve. A folyamatos gépesítés és fejlesztések miatt, az élő vidéki munkaerőre való igény nagymértékben visszaesett, a gazdaságok termelése nagymértékben megnőtt, míg a háztáji termelés visszaesett. Egyes emberek az óriási láncokat nem kedvelik, mivel a hagyományokkal nagymértékben szakítanak és nem képviselik ugyanazt a minőséget, mint a kis mennyiségben termelő háztáji gazdászok, emiatt ők vissza szeretnének térni a régen elterjedt (hagyományos és autentikus) ellátási láncokhoz (Forrás: <https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgalattas/rel-egyuttmukodes/102501-rovid-ellatasi-lanc-a-gyakorlatban> 2022.02.08.).

A helyi élelmiszer és a rövid ellátási láncok egyre nagyobb figyelmet kapnak a fogyasztók, a civil szervezetek és a döntéshozók körében egyaránt. A rövid ellátási lánc (REL) kifejezés sokféle értékesítési csatornát takar (1. ábra).



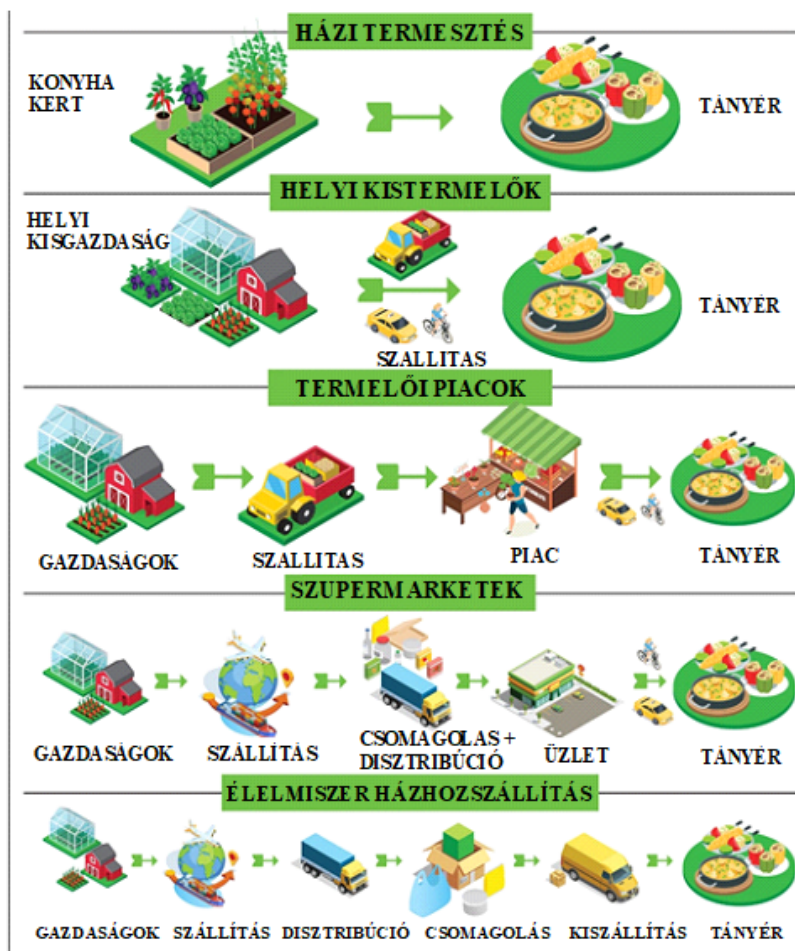
1. ábra: REL csatornák – termelő és termelők csoportosulása
(Forrás: SZABADKAI ANDREA és KUJÁNI KATALIN 2020)

Általában jellemző a termelő és fogyasztó kis földrajzi, társadalmi, kulturális távolsága, illetve gyakori jellemző a környezetbarát módon termesztett egészséges élelmiszer iránti

igény. Rövid élelmiszerellátási láncnak minősül azonban minden olyan értékesítés is, ahol a termelő és a fogyasztó között maximum egy közvetítő található. Tehát a rövid lánc nem fizikai értelemben vett távolságra utal, hanem a közvetítők számát jelöli. A decentralizált, regionális élelmiszerhálózatokban lehet a legegyszerűbben minimálisra csökkenteni a közvetítők számát és az élelmiszer „utaztatását”. A közvetlen értékesítés e meghatározás értelmében a rövid láncok egy speciális fajtája. A REL iránt érdeklődő fogyasztók magasabban képzetek, mint az átlag. A hagyományosabb formákat (a termelői piacokat) inkább az idősebbek látogatják. Míg az újszerű, szokatlan típusokban (mint például közösség által támogatott mezőgazdaság) inkább a fiatalok vesznek részt, csakúgy, mint az internetalapú értékesítési formákban. Termelői oldalról is kirajzolódik egy gazdakör (elsősorban a „formabontó” REL-típusok esetében), amely nyitott az új piacszerzési lehetőségekre és megvan a kellő szakismerete (és bátorsága) is a váltáshoz. Röviden összefoglalva a REL a termelők, a fogyasztók és a vidékkel foglalkozó szakemberek (vidékfejlesztők) között kialakult hálózat, amely egy megújuló élelmiszertermelési, feldolgozási, értékesítési és fogyasztási rendszert, és egy „bottom up” típusú együttműködést jelent, amely alternatív lehetőséget kínálhat az ipari, nagyüzemi típusú termelési móddal szemben (MURDOCH 2000, MARSDEN 2000, BANKS 2000).

2.2. REL JELENTŐSSÉGE NAPJAINK GAZDASÁGÁBAN

A REL-ek sokféle fenntarthatósági problémára hivatottak megoldással szolgálni, paradox módon azonban tudományos igényességgel sokszor nem igazolható egyértelműen a pozitív környezeti, társadalmi, gazdasági hatás. Előállhat akár olyan helyzet is, hogy a hagyományos élelmiszeripar racionálisabb (olcsóbb, fokozottabban környezetbarát) megoldásokat kínál. Összességében valószínűsíthető, hogy a REL-ek sokszínűsége és kontextusfüggése miatt nincs általánosan „jó” vagy „támogatni érdemes” megoldás, hanem alkalmazkodni kell a helyzethez, a helyi környezethez (BENEDEK és BALÁZS 2014, KUJÁNI 2014, RENTING–MARSDEN és BANKS 2003). A közösség által támogatott mezőgazdaság a helyi élelmiszertermelés, de leginkább a helyi értékesítés sajátos szemlélete és módszere. Egyféle elköteleződés, mind a termelők, mind a vásárlók számára, amely mindkét fél számára előnyökkel jár (RÉTHY és DÉZSÉNY 2014). A rövid ellátási láncot kevés számú gazdasági szereplő alkotja, akik elkötelezettek az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők, a feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt (SZÉKELY 2014).

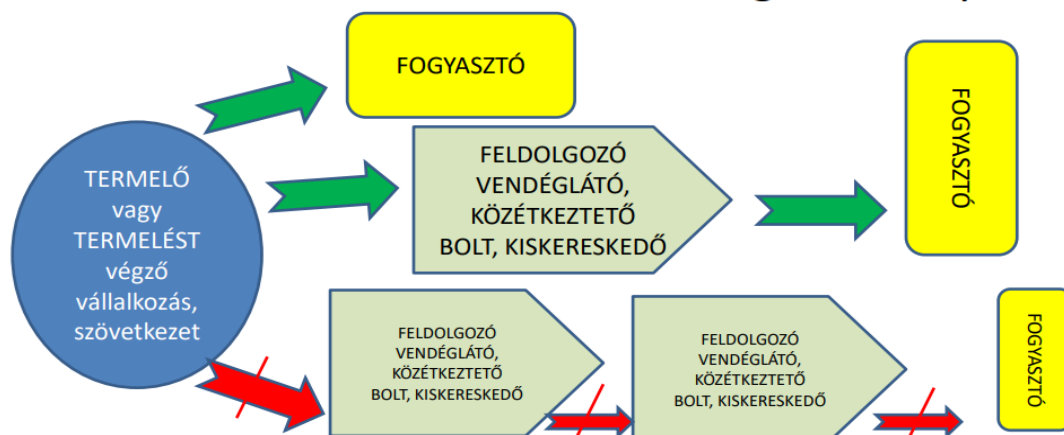


2. ábra: Rövid ellátási láncok szintjei

(Forrás: <https://www.emilysproduce.com/shorten-the-supply-chain/> 2020)

REL – max. 1 köztes szereplő

- NEM csak termelő! Nem csak magánszemély!



3. ábra: Rövid ellátási láncok szereplői és jellemzőik

(Forrás: SZABADKAI ANDREA és KUJÁNI KATALIN 2020)

A rövid ellátási láncok nem csupán a termék előállítása és értékesítése közötti távolságra összpontosít, hanem a láncban szereplők számára is. A cél, hogy csökkentsük a közvetítők számát, akikre szükség van, hogy a lehető legrövidebb úton jusson el a termék az adott

fogyasztóhoz (PETERS 2012) (3. ábra). A globalizációban a nagy nyertes multinacionális bevásárló központok és a nagy vesztes kisboltok mellett a hagyományos piac képes volt a pozícióit jórészt megőrizni. Ám a piacon való vásárlás még nem feltétlenül jelenti sem a helyi termékek felé fordulást, sem a rövid láncok elterjedését, hiszen a klasszikus piacon bár megjelenhetnek és meg is jelennek helyi termelők, megvalósulhat a közvetlen eladás, legalább ennyire jellemző a viszonteladók és a nagybani piacról származó nem helyi tömegtermékek jelenléte is. Napjainkban az élelmiszerkereskedelem túlnyomó része nagy, jellemzően multinacionális bevásárlóközpontokban bonyolódik (2. ábra), s csak csekély – bár növekvő – része a különféle alternatív értékesítési, ellátási módszerekkel. Ezek közé soroljuk a közvetlen értékesítés és a rövid élelmiszerellátási láncok különféle változatait is. A Rövid ellátási láncok elterjedése vagy inkább újra felfedezése a 80-as évek első felében indult el, a termelők válasza volt ez, ami a kereskedelem túlzott haszonlefölözése elleni próbálkozásokból nőtt ki magát. A haszon nagyobb része akkor maradhat a termelők zsebében, ha az értékesítési láncot sikerül kellően rövidre szabni. A legrövidebb út természetesen az, ha a termelő és a fogyasztó közvetlenül, fizikálisan is találkozik. Ez pedig mindkét fél számára kölcsönös előnyöket és további pozitív externáliákat eredményez, helyi társadalmi, gazdasági, környezeti és kulturális hatásai is említést érdemelnek. A rövid ellátási láncok elterjedését segíti azoknak az új problémáknak a megjelenése, amelyek a városi népesség növekvő arányából, a nagyüzemi, iparszerű mezőgazdaság negatív következményeiből erednek. Az étel útja szinte követhetetlenül hosszú, áttekinthetetlen, s a sokasodó botrányok jelentősen csökkentik a fogyasztói bizalmat, felerősödik a megbízható forrásból származó, jó minőségű élelmiszerek iránti igény. A fogyasztók egy része nem csak saját egészségével foglalkozik, de ökológiai problémák iránt is érzékenyebbé válik, megindul egy világméretűben még alig látható, de a fejlett országokban egyre jelentősebb fogyasztói attitűdváltozás. Lokális vagy regionális szinten (ahol még értelmezhető) a szolidaritás fogyasztói döntések is segítik a RÉL-ek elterjedését, a helyi élelmiszerek keresletének növekedését. A vásárló az élelmiszerek vásárlásakor olyan döntést hoz, hogy az egészségeset, a megbízhatót, a kiváló minőségűt választja. A tudatos, etikus, szolidáris, protekcionista vásárló mellett jellemzővé válnak azok a vevők is, akik a fogyasztással társuló fenti plusz értékek mellett hangulatokat, érzéseket is keresnek. Nem utolsó sorban a helyi gazdaságfejlesztési vonatkozások is a rövid láncok elterjedéséhez vezetnek. Hamar felismerhető, hogy a rövid láncok a térségen belüli kereskedelem növekedéséhez, a vidéki erőforrások helyi multiplikálásához járulnak hozzá, munkahelyeket teremtenek, így vidékfejlesztő hatásuk nyilvánvaló.

2.3. BIZALMI KAPCSOLATOK SZEREPE A REL-BAN

A korábbiakban már többször esett szó arról, hogy REL-ek kialakulásának és működésének alapvető eleme a bizalom. Jarosz USA-beli, zöldség-gyümölcs szektorban működő gazdák körében végzett felmérésének tapasztalatai alapján megállapítja, hogy a fogyasztói elvárások (egészséges, környezetbarát módon előállított élelmiszer) következtében a legtöbb üzem a bio termelési gyakorlatot folytat (ezt támasztja alá Lass és szerzőtársainak, valamint Woods és szerzőtársainak tanulmánya is). A legtöbb termelő ugyanakkor nem rendelkezik semmilyen tanúsítvánnyal, amit Jarosz a termelők és a fogyasztók között fennálló bizalom meglétének tulajdonít. Vannak szerzők akik a tanúsítványok létezésében eleve annak bizonyítékát látják, hogy a kérdéses termék (vagy a termelési mód) nem integrálódott a helyi környezetbe. Higgins és szerzőtársai ausztrál marhatenyésztők körében szisztematikusan, egy próbaprojekt keretében vizsgálták környezetvédelmi tanúsító rendszerek alkalmazását a REL- en belül. Az eredmények arra utalnak, hogy a tanúsítványok alkalmasak lehetnek arra, hogy a gazdák prémium áron értékesítsék a termékeiket, de ehhez a hagyományos ellátási láncot kell igénybe venniük, ráadásul az auditálási procedúra költségei miatt összességében az üzem bevételei nem növekednek számottevően. A kísérletben a legnagyobb bevételnövekedést akkor lehetett elérni, ha a gazdák önként alkalmazták a tanúsítványhoz szükséges tervezési és irányítási folyamatokat, de nem vetették alá magukat a folyamatos auditálásnak. Ennek oka az lehet, hogy a szükséges folyamatok ráirányították a gazdák figyelmét a környezetbarátabb lehetőségekre, amelyek egyrészt racionalizáláshoz vezettek, másrészt a módszerek alkalmazását aztán sikerrel tudták kommunikálni a fogyasztók felé a közvetlen eladások során. Mindezek fényében a független tanúsító szervezetek szerepe leginkább a térben kiterjesztett REL-ek esetében lehet fontos (bár ezek hatékonysága a demokratikus folyamatok előmozdítása tekintetében megkérdőjelezhető (HINRICHS 2000, TREGEAR 2003, WATTS et al. 2005)).

2.4. REL A MAGYAR GAZDASÁGBAN

Az Európai Unióhoz történt csatlakozásunkat követő ágazati átstrukturálódás új feladatokat és elvárásokat állított a magyar mezőgazdasággal szemben. Az ágazati birtokszerkezet -, az

externális hatások -, valamint az input és output rendszerek változásai előtérbe helyezik az integráció – dezintegráció, valamint a multifunkcionalitás kérdésköreit. A REL nem csak értékesítési (és szervezeti) innováció (lehet) a kisebb birtokméretű gazdaságok számára, hanem olyan ágazati stratégiai cél, amely járulékos hatásain keresztül (elkötelezett lokális civil szervezetek kialakulása, közösségépítő hatás, stb.) operatív feladatok ellátására teszi képessé a rurális térségek jelenlegi, fajsúlyos problémái vonatkozásában. A napjainkra megbombolt város – vidék egyensúly olyan társadalmi -, gazdasági -, kulturális -, illetve környezeti fenntarthatósági problémákat eredményez, amelyek feloldása csak összehangolt, több síkon történő stratégiai tervezéssel és operatív beavatkozásokkal lehetséges. Mindezen stratégiák kidolgozását és megvalósítását nehezíti, az időközben kiszolgáltatott helyzetbe került kis -, valamint családi gazdaságok számának rohamos csökkenése. Az ágazat ezen rétege alkalmas (lehetne) a multifunkcionális gazdálkodás megvalósítására, átvéve azokat a fenntarthatósággal összefüggő, nem csupán a termeléshez kapcsolódó feladatokat, melyeket a termelő és feldolgozó nagyvállalatok nem képesek ellátni. A hatékony támogatásokkal stabilizált kistermelői réteg jelentős mértékben hozzájárul(hat) a helyi gazdaság élénkítéséhez, a foglalkoztatottság növeléséhez, a kulturális hagyományok megőrzéséhez, a természeti környezet ápolásához, a jelenleg kihasználatlan erőforrások (legelő és kaszáló területek, őshonos fajok, stb.) kiaknázásához, valamint az ellátás színvonalának növeléséhez. Magyarországon – bár itt is érzékelhető a helyi termékek divatba kerülése – kevésbé sikeres ezeknek a rendszerekbe szervezése, sok esetben csak kényszermegoldásokat, kevés igazán kreatív és sikeres példa említhető, de ott is komoly problémát jelent a szabályoknak való megfelelés. Természetes, hogy a tőkehiánnyal küzdő szektorban a kis méretből eredő hatékonysági problémák tovább fokozzák a nehézségeket. Célzott marketing munkára, magas minőségre, a termékkör bővítésére lenne szükség a helyi/vidéki turizmussal nagyon szorosan együttműködve. A helyi termékek piacra juttatása sem egyszerű. Egyrészt a termékfejlesztés során az eredetiség, a tradicionális jellegre kell fókuszálni, másrészt a marketingben a kiváló minőségre, a speciális, nehezen utánozható jellegre kell fektetni a hangsúlyt. Meg kell találni a kapcsolódó identitáselemeket, az értékesítési csatorna megválasztása során azonban számos lehetőség adódhat. Nehézséget okoz, s ki lehet jelteni, hogy a REL és a helyi termékértékesítés sikereit jelentősen korlátozza a jogszabályi környezet. Magyarországon elég körülményes, jogszabályokkal erőteljesen korlátozott a helyi élelmiszerek értékesítése, amelyek betartása jelentősen növelheti a költségeket. A problémák enyhítését segítené az értékesítési csatornák változatos és kreatív használata. Mindez jelentős képzési igénnyel is jár, de még így sem kerülhető

meg, hogy megfelelő szakmai kompetenciákkal rendelkező szervezet segítse a helyi termelőket az egész termékpályán.

2.5. REL JOGI HÁTTERE MAGYARORSZÁGON

Magyarországon a rövid ellátási láncok értékesítési feltételeit, eljárásrendjüket és mozgásterüket általánosan a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény szabályozza. Az Országgyűlés abból kiindulva, hogy a kereskedelem a nemzetgazdaság meghatározó ága és a mindennapi élethez nyújt szolgáltatásokat, fontosnak tartja, hogy a kereskedelmi tevékenység gyakorlásának szabadságát megtartva, a hatékony működésre képes mikro-, kis- és középvállalkozások fennmaradását és fejlődését előtérbe helyezve a tevékenység folytatásának alapelveit és feltételeit szabályozza, különös tekintettel a gazdasági környezet, a kereskedők és a vásárlók érdekeire. Fontosnak tartja a vállalkozási szabadság elvének fenntartását, ezért a beavatkozások körét minimálisra szűkítve elismeri a szakmai önszabályozás, valamint olyan - a kereskedők csoportjai által létrehozott, magukra nézve kötelezően elismert - magatartási kódex jelentőségét, amely meghatározza a kereskedők magatartását olyan fontos területeken, mint a tisztességes kereskedelmi gyakorlat, a fogyasztókkal szemben folytatott magatartás, vagy a beszerzési ár alatt történő értékesítés gyakorlatának korlátozása. E törvény hatálya - a külön törvényben meghatározott egészségügyi szolgáltatás, a külön törvényben meghatározott fémkereskedelmi engedélyköteles tevékenység, valamint a külön törvényben meghatározott dohánytermék-kiskereskedelmi engedélyköteles tevékenység és ehhez kapcsolódóan a külön törvényben meghatározott dohányboltban árusított egyéb termékek értékesítésére irányuló kereskedelmi tevékenység kivételével - a kereskedelmi tevékenység, a kereskedelmet kiszolgáló szolgáltató, valamint a kereskedelmi jellegű turisztikai szolgáltatási tevékenységek folytatásának, továbbá a termékek forgalmazásának alapvető követelményeire és ellenőrzésére terjed ki. A rövid ellátási láncok szereplőinek tevékenységével és az előállított termékekkel kapcsolatosan nélkülözhetetlen, hogy a REL kereskedelemben szereplő elemeket jogi szempontból helyesen definiáljuk. **Árusítótér:** az üzleten belül a termék vásárlóknak történő bemutatására és értékesítésére szolgáló terület; **Forgalmazás:** kereskedelmi tevékenység keretében valamely termék értékesítése, fogyasztás vagy használat, illetve igénybevétel céljára ellenérték fejében történő rendelkezésre bocsátása; **Helyi termelői piac:** olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a

piac **40 km-es körzetében**, vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti; **Közterületi értékesítés:** a közterületen, illetve közforgalom számára nyitva álló helyen végzett kiskereskedelmi tevékenység; **Közvetlen értékesítés:** kiskereskedelmi tevékenység keretében termék forgalmazása közvetlenül az előállítás helyén; **Mozgóbolt:** kiskereskedelmi tevékenység folytatására kialakított jármű, illetve járműre szerelt vagy általa vontatott eszköz; **Piac:** olyan épület, épületegyüttes vagy terület, ahol állandó vagy rendszeres jelleggel többen általában napi, esetenként heti rendszerességgel folytatnak kiskereskedelmi tevékenységet; **Saját előállítású termék:** a kereskedő által előállított és kiskereskedelmi forgalomba hozott termék, ide nem értve a kereskedő márkanevével, védjegyével, illetve egyéb megkülönböztető megjelölésével forgalmazott, de nem a kereskedő által előállított terméket; **Üzlet:** kereskedelmi tevékenység folytatása céljából létesített vagy használt épület, illetve önálló rendeltetési egységet képező épületrész, helyiség, ideértve az elsődlegesen raktározás, tárolás célját szolgáló olyan épületet vagy épületrészt is, amelyben kereskedelmi tevékenységet folytatnak; **Árubemutatóval egybekötött termékértékesítés:** a kereskedő vagy a nevében, illetve javára eljáró személy által a termék bemutatása, illetve forgalmazása céljából szervezett utazás vagy rendezvény alkalmával folytatott kiskereskedelmi tevékenység; **Vásár:** olyan épület, épületegyüttes vagy terület, ahol rendszerint többen folytatnak idényjellegű vagy meghatározott eseményekhez, naptári napokhoz kötődő eseti jellegű kiskereskedelmi tevékenységet; **Vendéglátás:** kész- vagy helyben készített ételek, italok jellemzően helyben fogyasztás céljából történő forgalmazása, ideértve az azzal összefüggő szórakoztató és egyéb szolgáltató tevékenységet is. A jogi háttérrel kapcsolatosan érdemes még megemlíteni, hogy az oktatási közintézményekben lévő „Iskolatej” és „Friss Zöldség-Gyümölcs” programokat a kereskedelemről szóló törvénnyel (2005. évi CLXIV. törvény) párhuzamosan a közétkeztetés tárgyú közbeszerzések tekintetében alkalmazandó eljárások sajátos szabályairól szóló 676/2020 (XII. 28.) Kormányrendelet is szabályozza. Pontos jogi definíciói pedig **Közétkeztetési rövid ellátási lánc:** az ételkészítéshez élelmiszereket biztosító, Éltv. szerinti elsődleges termelő, illetve élelmiszerelőállító létesítménye és a főzőkonyhát üzemeltető gazdasági szereplő között az élelmiszer ellátási láncban legfeljebb egy köztes szereplő vesz részt. A fentiek alapján nyilvánvaló, hogy nagy leterheltséget okoz a jogszabályoknak és formai követelményeknek való megfelelés a REL szereplők körében, így laikusként azt tudom javasolni, hogy érdemesebb lenne egy külön, a rövid ellátási láncokról szóló kormányrendeletben definiálni a megállapított jogokat és köteleességeket.

Fontos, hiánypótló és aktuális intézkedés lenne a kormányzati jogalkotók részéről, kiemelve, hogy számos hazai- és EU támogatást folyósítanak a helyi kistermelők számának növelésére és termékeik minőségének javítására, valamint a termelői piacterek népszerűsítésére. Egy átlátható jogszabályi környezet nagymértékben fokozná a REL csatlakozási kedvet azok körében, akiknek minden elem (megfelelői szakirányú végzettség, tapasztalat, infrastruktúra, valamint megfelelő telek) adott ahhoz, hogy kistermelők lehessenek.

2.6. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK AZ ÁGAZATBAN

2.6.1. A rövid ellátási láncokban rejlő lehetőségek a kereslet oldaláról

Csíkné Mácsai Éva 2011-ben végzett hazai fogyasztói felmérésének eredményei szerint a válaszadók 84%-a nyilatkozott úgy, hogy legalább évente néhány alkalommal vásárol élelmiszert közvetlenül a termelőktől. A REL típusok közül a hagyományos értékesítési pont csoportba tartozó piacok látogatottsága volt a legnagyobb arányú, összesen 71%. Ezért nem véletlen, hogy a közvetlen értékesítésből a vásárlások rendszeressége az értékesítési pontok esetében volt a leggyakoribb, mivel a vásárlók 41%-a élt ezekkel a lehetőségekkel legalább évente néhányszor. A nyitott gazdaságok esetében ez az arány 22%, a házhozszállítást illetően pedig mindössze 16% volt. A GfK Háztartáspanel adatai szerint a piacok reneszánszukat élik, hiszen az elmúlt évtizedben a piaci költség megkétszereződött: a 2000. évi 70 milliárd forintról 2011-re 130 milliárd forintra nőtt. Ez azt jelenti, hogy a piac, mint értékesítési csatorna megőrizte 5 százalék körüli részarányát a napi fogyasztási cikkek háztartási fogyasztásából, ami tekintettel a piacon kívüli nem modern kereskedelmi formák (egyéb értékesítés és független kisboltok) folyamatos térvesztésére, jelentős teljesítmény. Juhász és Szabó (2013) a piacok termelői és fogyasztói megítélésével foglalkozó tanulmánya is hasonló eredményt hozott. A részvevő válaszadók közül legtöbben (30%) heti rendszerességgel látogatták a magyar piacok valamelyikét, 14%-uk pedig akár hetente többször is ezen az értékesítési csatornán keresztül intézte a vásárlásait. Emellett azonban azoknak a résztvevőknek az aránya is magas volt (27%), akik csak havonta vagy ennél is ritkábban jártak piacra. Ugyanakkor a kérdéssorra válaszoló 730 fogyasztó közül mindössze 67-en (9%) állították magukról, hogy soha nem választják ezt a vásárlási lehetőséget.

2.6.2. A rövid ellátási láncokban rejlő lehetőségek a kínálat oldaláról

A nemzetközi és a hazai tapasztalatok alapján egyaránt a REL-ben résztvevő termelők számára a piacok a legfontosabb közvetlen értékesítési csatorna (Thilmann és Watson 2004; Juhász és Szabó, 2013; Benedek et al., 2013, Csíkné Mácsai, 2013). A piacoknak nincsenek jól elkülöníthető, teljes egészében homogén kategóriái, illetve országonként, sőt sokszor régióként más-más tényezőkre kerül a hangsúly, ezért a piacok különböző típusainak pontos és teljes körű meghatározása nehéz feladat. (HAMILTON 2002, INRA 2007, FARMA 2008, MARTINEZ et al. 2010,). A jelenkori élelmiszer kiskereskedelmi formák és az ellátási láncok jellegzetességeit figyelembe véve és a tanulmány témájához igazodva a piacok osztályozását a REL értékesítési formái alapján célszerű meghatározni: Hagyományos (állandó) piacok: lehet nagyobb fedett, csarnok jellegű, szabadtéri vagy félig fedett piac, esetleg ezek kombinációja. A kereskedők és a termelők vegyesen, jól, vagy kevésbé jól elkülöníthetően értékesítenek rajta. Újszerű termelői piacok: időszakos, vagy állandó piacok, ahol kizárólag termelők értékesítik a saját maguk által előállított termékeket. Ezek többnyire (de nem feltétlenül) a helyi termelői piac 2012-ben történt jogszabályi lehatárolásának megfelelően működő piacok (51/2012. (VI. 8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről). A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (NÉBIH) adatai szerint a hagyományos és a helyi állandó piacok száma összesen 531 db volt a 2013. novemberi összeírás szerint, amelyen belül a helyi piacok aránya 32% volt. Összességében a 2012-es felmérés adataihoz képest 18%-kal növekedett a piacok száma, ami zömmel a helyi piacok számának gyarapodását jelentette (45% növekedés) (2. táblázat).

2. táblázat: A piacok száma és megoszlása típus szerint (2012-2013)

Piac kategóriák	2012		2013		Változás (%)
	Piacok száma (db)	Megoszlás (%)	Piacok száma (db)	Megoszlás (%)	
Hagyományos	335	74,0	360	68,0	+8,4
Helyi termelői	118	26,0	171	32,2	+44,9
Összesen	453	100,0	531	100,0	+17,9

Forrás: NÉBIH (2012, 2013)

A termelői piacok számának ugrásszerű növekedése egyrészt a jogszabályi környezet kedvező változásainak, másrészt a fogyasztói kereslet növekedésének köszönhető. A

gasztronómiában a termelői termékek iránti igény növekedése leglátványosabban a Magyarországon egyre nagyobb számban megrendezett fesztiválokban érhető tetten. Ezen belül a helyi termék fesztiválok, a népi hagyományokon alapuló rendezvények, vagy kifejezetten valamilyen termékköre összpontosító tematikus fesztiválok azok, ahol a helyi és/vagy hagyományos élelmiszerek hangsúlyosan jelennek meg. Az ELTE TáTK és a NÉBIH saját adatgyűjtést végzett a termelői termékértékesítést is biztosító, 2013-ban megrendezett fesztiválok körében, amely során összesen 327 rendezvény került az adatbázisba. A közösség által támogatott mezőgazdaság (Community supported agriculture = CSA) keretében a termelők és fogyasztók mindkét résztvevő számára előnyökkel járó elköteleződést vállalnak egymás felé. A közösségi mezőgazdaság egy gazdából vagy gazdacsoportból és egy vásárlói körből áll, akik kölcsönösen elkötelezik magukat az együttműködés mellett. A vásárlók vállalják, hogy a gazdaság termékeit sokszor előre meghatározott áron és az egész szezonban, vagy az egész évben megveszik. A gazda pedig vállalja, hogy ebben az időszakban a közösség számára a legjobb tudása szerint termel, így a termelés kockázatát a termelő és a fogyasztó megosztva viseli. (RÉTHY és DEZSÉNY, 2013; Tudatos Vásárlók Egyesülete, 2013). A vásárlói közösségek alapja, hogy több helyi termelő, egy civil szervezet vagy a fogyasztók kisebb közössége (ki)szállítási és elosztói rendszert szervez (háztól házig vagy egy állandó átvevőpontra) a jellemzően kistermelői, helyben vagy regionálisan előállított áruk számára. A vásárlói közösségek nagyfokú változatosságot mutatnak attól függően, hogy hogyan működnek és milyen termékkel foglalkoznak (RÉTHY és DEZSÉNY 2013). A Joint Research Centre (KNEAFSEY et al. 2013) felmérésében az adatbázisában szereplő gazdaságok egynegyede felelt meg a CSA típusú rendszereknek. Ugyanakkor az értékesítésnek e formái, amelyek erős etikai feltételek mellett működő alternatív csatornák, nem jelennek meg egyforma arányban Unió szerte: északon és Franciaországban sokkal gyakoribb, mint a déli régiókban és az újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon. A REL modern, formái itthon csak a közelmúltban kezdtek kibontakozni. Francia mintára néhány fiatal és képzett gazda meglátta a lehetőséget a közvetlen értékesítés e speciális formájában és elkezdtek átállni a hagyományos termelői piacról a dobozrendszer módszerére.

2.6.3. A rövid ellátási láncokban rejlő veszélyek a kereslet oldaláról

Juhász és Szabó 2013-as kutatásában vizsgálta a fogyasztók piacokkal, a piacon értékesítő

termelőkkel, illetve termékeikkel kapcsolatos elvárásaikat és tapasztalataikat. A vásárlói értékeléseket összevetették a termelők saját, piaci jelenlétükkel kapcsolatos véleményekkel is. A vizsgálat eredményei szerint a piacok egy dimenzió mentén sem felelt meg a fogyasztói elvárásoknak, emellett a termelők minden szempont mentén megelőlegezőbbnek ítélték a piacot, mint a fogyasztók. Ebből arra következtetésre jutottak, hogy a piac eladói túlértékelték saját helyzetüket és a közvetlen kapcsolat ellenére sem minősítették teljesen reálisan a fogyasztói igényeket, ez pedig veszélyes lehet a piaci értékesítés jövőjére nézve. Annak ellenére, hogy a REL-ben értékesített termékek iránt folyamatosan növekedni látszik a kereslet, a termelői termékek iránt elkötelezett vásárlói csoport még mindig csak egy szűk vásárlói réteget jelent hazánkban. A témában végzett fogyasztói kutatások (GfK 2012, JUHÁSZ és SZABÓ 2013; CSÍKNÉ MÁCSAI 2013) eredményei azt igazolták, hogy a vásárlás során a legtöbb vevő számára a termékek ára a legfontosabb szempont. Szakály és munkatársai (2010) felméréséből pedig az is kiderült, hogy ténylegesen nagyon kevés vásárló hajlandó magasabb árat fizetni a magyar termékekért, ha egy hazai és egy külföldi, ugyanolyan minőségű áru közül lehet választani. A jelenlegi hazai gazdasági helyzet alapján van rá esély, hogy nem fog növekedni a zömében magasabb árkategóriájú termelői termékek iránti fizetőképesség kereslet. Megemlítsérem, hogy a szóbeli (nem dokumentált) visszajelzések alapján a fogyasztók rugalmatlannak ítélik meg a kistermelőket, ugyanis termékpalletájuk nem követi az általános népegészségi mutatókat. Számos ember szenved valamely élelmiszer, vagy annak összetevőjétől származó intoleranciával és allergiával. Megjegyezték, hogy a helyi kistermelők által előállított termékekre véleményük szerint termék-specifikus élelmiszerbiztonsági szabályozás nem vonatkozik, így félrevezető lehet a fogyasztók számára az a narratíva, miszerint ezek az élelmiszerek egészségesebbek.

2.6.4. A rövid ellátási láncokban rejlő veszélyek a kínálat oldaláról

A nemzetközi és a hazai tapasztalatok alapján egyaránt a REL-ben elsősorban a kisebb gazdaságok termelői vesznek részt (Thilmann és Watson 2012, BENEDEK et al. 2013, RÉTHY és DEZSÉNY 2013). Juhász és Szabó 2013-as tanulmánya szintén alátámasztotta a fentieket. Azoknak a termelőknek, akik rövid ellátási láncokon keresztül értékesítették a termékeiket az éves nettó árbevétele többnyire nem haladta meg a 7 millió forintot a 2010-es adatok szerint. Míg a REL-ben értékesítő termelők átlagosan 26 hektár nagyságú földterületen gazdálkodtak, addig a hosszú láncokon keresztül árusítók esetében 83 hektár

volt az átlagos földterület mérete. Rocchi és munkatársainak Juhász és Szabó 2013-as tapasztalatai szerint, ha a termelők versenyképesek akarnak maradni, és a hagyományos kiskereskedőknél alacsonyabb áron adják a termékeiket, akkor ez nem minden esetben jelent megfelelő jövedelmezőséget. Emellett, mivel általában kisméretű vállalkozásokról van szó, azt is kockáztatják, hogy a méretgazdaságosságuk tovább csökken. A kis gazdaságok legfőbb nehézségeként a kapacitásuk korlátait említették, illetve a disztribúciós rendszer hiányát, ami által a vezető piacok felé tudnának elmozdulni. A kistermelők élelmiszerhigiéniai szaktudása sok esetben hiányos. Emellett a hatósági vizsgálatok elsősorban a magas kockázatú élelmiszer előállítók ellenőrzésére fektetnek hangsúlyt, így a kevés fogyasztóhoz eljutó kistermelői termékek élelmiszerbiztonsági megfelelőségének ellenőrzése alacsony arányú. A NÉBIH adatai szerint 2012-ben az ellenőrzött termékek 2,8%-a kapcsolódott kistermelői élelmiszer-előállítás és forgalmazás tevékenységeihez és vendégasztal szolgáltatáshoz. Az ellenőrzések eredményeként a vizsgált termékek 2,2%-ában szabtak ki bírságot, amely közel 1 százalékponttal volt magasabb a 2010-es aránynál. A 2013. évben július 31-i adatok szerint ez az arány tovább növekedett (2,7%). Amíg a forgalomból kivont tételek aránya 2011-ben 0,5%, 2012-ben pedig 1,7% volt, addig 2013-ban a megvizsgált termékeknek közel 6%-át vonták ki a forgalomból. Magyarországon a kisméretű gazdaságok vezetőinek 87,4%-a rendelkezett kizárólag gyakorlati tapasztalattal 2010-ben, ez közel 11 százalékponttal volt magasabb, mint az Unió átlag és 29 százalékponttal a régi EU 15 tagok átlagánál. A 2005-ben mért adatokhoz képest nem csökkent a csak gyakorlati tapasztalattal rendelkezők aránya hazánkban. A teljes mezőgazdasági képzésben résztvevő kisebb gazdaságok vezetőinek aránya csupán 2,5% volt Magyarországon 2010-ben, ami 5 százalékponttal volt alacsonyabb, mint a 2005-ös évben. Ugyanakkor az Európai Unió egészében sem volt nagyon magas ez az érték, mindössze 4,6%. A képzetlen munkaerő pedig kevésbé képes az innovációs technológiák, fejlesztések alkalmazására, ami az ágazat versenyképességét csökkenti (BIRÓ et al. 2012). A JRC (Kneafsey et al., 2013) tanulmánya azt bizonyította, hogy a termelők kommunikációs és marketing kompetenciájának fejlesztése szükséges. A rövid ellátási láncban értékesítő termelőknek nem csak a termeléshez/előállításhoz kell érteniük, hanem a feldolgozáshoz és a marketinghez is. Juhász és Szabó 2013-as eredményei szerint a piacok marketingkommunikációs stratégiája – ha egyáltalán létezett – kevés olyan eszközt tartalmazott, ami el is érte a fogyasztókat, azaz érzékelhető lett volna a vásárlók számára. Ugyanakkor a fogyasztói megkérdezés eredményeiből kiderült, hogy a termelők

túlértékelték teljesítményüket, a vevői elégedettség szintje a legtöbb kérdésben alacsonyabb volt, mint ahogy azt a termelők gondolták.

3. ANYAG ÉS MÓDSZER

3.1. ANYAG

Dolgozatom célja megvizsgálni, milyen hatékonysági fokkal működnek a rövid ellátási láncok (REL) tágabb és szűkebb Hazánkban egyaránt. Ezen vizsgálódásban több eszköz is a segítségemre lesz. A dolgozatom alappilléreit a szekunder információk adják. Az elméleti részek felépítésében számos szakmai irat, tanulmány, újságcikk és nyilvánosan közzétett szakdolgozat és PhD disszertáció kerül felhasználásra. A különböző forrásokban leírtak hitelességének beigazolására, valamint a szakkifejezések pontos definiálása érdekében széleskörűen elemzem a kistermelőkre, mezőgazdasági őstermelőkre és társulások kereskedelmi tevékenységére vonatkozó törvényeket, kormányrendeleteket és a szakmai ajánlásokat és eljárásrendeket az Agrárminisztérium részéről. Ugyancsak hasznát vettem a személyes interjúknak, valamint az anonim kérdőívek eredményeinek is egyaránt. Ahogyan az elméleti rész alappillérei a vonatkozó szakirodalmak, úgy a gyakorlati fejezetek a szakemberekkel és fogyasztókkal lefolytatott részletes, a szakmai mélységeit feszegető kommunikáció. A szekunder információgyűjtés keretében továbbá nagy hangsúlyt kap a Központi Statisztikai Hivatalból származó információk és az általuk készített éves jelentések, mint fogyasztói, mint pedig kistermelői szempontból.



4. ábra: Eger és környéke

(Forrás: <https://nyitraizsolt.hu/category/valasztokeruleti-elnok-eger/> 2020)

A bevezetés fejezetben leírt okokból, tekintettel a koronavírus-pandémia okozta gazdasági lassulásra, valamint az ukrán-orsz háborúból is fakadó inflációra, a regionális ellátási láncok irodalmi áttekintését és jelenlegi helyzetét Magyarországra, valamint szűkebb hazámra, Egerre és Egert közvetlenül környező településekre vetítve végzem (4. ábra). Eger Megyei Jogú Város jelenlegi lélekszáma a környező településekkel együtt, összesen 81.498 fő. (Forrás: <http://nepesseg.population.city/magyarorszag/eger/>). A dolgozat egészében elsődleges célom az, hogy összevessem az elméletben tanultakat a gyakorlatban tapasztaltakkal, ilyen módon lehetőséget teremtve arra, hogy egy társadalmi réteg és élethivatás nagyobb figyelmet és megbecsültséget kapjon az emberek részéről. Heves Megye területi adottságai kiemelten kedvezőek az élelmiszertermeléshez, ezzel párhuzamosan az állattenyésztéshez, valamint az ehhez szükséges és kiegészítő ökoturisztikai, falusi turizmusi és kulturális melléktevékenységek végzéséhez.

3.2. MÓDSZER

Dolgozatom kutatási kérdése: Hatékonyak-e a rövid ellátási láncok Magyarországon és Eger, valamint környékének viszonylatában? E kérdésre keresem a választ az alábbi kérdések megválaszolásán keresztül:

- Hogyan működnek a rövid ellátási láncok (REL)?
- Milyen a magyarországi rövid ellátási láncok helyzete a gyakorlatban?
- Mi jellemző az Eger és környékén tevékenykedő rövid ellátási láncok szereplőire?
- Hogyan vélekednek az emberek országos és helyi szinten a rövid ellátási láncokról, valamint a helyben előállított/termesztett élelmiszerekről általában?

A rövid ellátási láncokkal kapcsolatos adatok gyűjtése nehézségekbe ütközik, mivel sem a magyar, sem pedig az Unió szintű statisztikákban nem történik reprezentatív adatgyűjtés speciálisan a REL-ben résztvevő szereplőkre nézve. Az európai gazdaság szerkezeti összeírás (Eurostat: Farm Structure Survey - FSS) 2005 és 2007-es tagállami összefoglalóiban található kapcsolódó adatok, de csupán arra vonatkozóan történik adatgyűjtés, hogy a mezőgazdasági egyéni gazdaságok közül mennyire jellemző az, hogy a „végfogyasztóknak történő közvetlen értékesítés az üzem teljes gazdasági értékesítésének

több mint 50%-át teszi ki” (A Bizottság 1200/2009/EK rendelete). A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) Általános Mezőgazdasági Összeírásában (ÁMÖ) és a Gazdaságszerkezeti Összeírásban (GSZÖ) az egyéni és társas gazdaságok szerint található adat a nem mezőgazdasági tevékenységet is végző gazdaságok számáról, amely magába foglal a REL-hez kapcsolódó tevékenységeket is. A rövid ellátási láncokkal kapcsolatban az egyéb tudományos felmérések is hiányoznak a hazai vizsgálatokból, a rövid ellátási láncokkal kapcsolatos témákkal eddig csak néhány kutatás foglalkozott Magyarországon (Agrárgazdasági Kutató Intézet, ESSRG, Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet). A REL helyzetének feltárása során a hazai és nemzetközi tudományos, illetve nem tudományos forrásmunkák, valamint az Eurostat és a KSH releváns eredményei kerültek elsősorban feldolgozásra (SZABÓ 2019). Primer kutatás keretében két online anonim kérdőívet készítettem el, melyeket 2022.03.01-jén tettem kitölthetővé. Az egyik kérdőív „Fogyasztói kérdőív a helyi kistermelőkről és termékeikről”, a másik kérdőív „Kérdőív a helyi termék-előállítók részére” néven került közzétételre. A fogyasztói kérdőívre mutató linket az Egerben láttam, hallottam nevű online közösségi csoportban osztottam meg, melynek tagszáma (2022.04.10. napon) 37.865 fő. A helyi termék-előállítók részére készített kérdőívre mutató linket az Egri Magyarok Vására üzenőfal nevű online közösségi csoportban osztottam meg, melynek tagszáma (2022.04.10. napon) 3.580 fő. Ebben a közösségi csoportban az egri Magyarok Vására rendezvényen árusító termelők találhatók meg, Eger és annak 40 km-es körzetéből. A kérdőívekből származó adatokat pontosan, írásban részletesen kielemezve és grafikusán ábrázolva építem bele a szakdolgozatba, többségében oszlop és kördiagram alkalmazásával.

4. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

4.1. BUDAFARM SAJTMŰHELY ELEMZÉSE

Ifjabb Buda Sándor gyermekkorától kezdve aktívan dolgozik a mezőgazdaságban. Édesapja elhalálása előtt minden nap kora reggeltől segített szüleinek a családi gazdaságban. A mindennapos megfeszített munka mellett, levelező tagozaton a Károly Róbert Főiskolára járt, ahol mezőgazdasági-agrármérnökként diplomázott. Nagyon szeret az állatokkal

foglalkozni, mely gondoskodást a háziállatai szeretettel viszonzoznak. 2017-ben Sajtkészítő-mester bizonyítványt szerzett, melynek keretében elsajátította az egyszerű tehéntej sajtoktól egészen a kecsketejből készült, bonyolult technológiájú érlelt sajtok készítését. 2018-óta vállalkozó, édesanyjával és pár beosztottjával végzik tevékenységüket Tarnaszentmiklóson, Eger közvetlen vonzáskörzetében.

BUDAFARM
SAJTMŰHELY



5. ábra: BudaFarm Sajtműhely logó

(Forrás: <https://mnvh.hu/sites/default/files/tanulmany/Izelito.pdf> 2021)

Munkássága elismeréseként 2018-ban a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara rangos elismerését kapta, melynek eredményeként 2 különleges sajtkészítménye is terméknagydíjat kapott (5. ábra). A vásárlói köre fiatal kora ellenére rendkívül sokszínű. Elsősorban tejtermék-beszállítója 4-5 csillagos egri hoteleknek, panzióknak, valamint előszeretettel készít egyedi sajtálakat borászatok és borkóstoló rendezvények részére.



6. ábra: BudaFarm Sajtműhely logó

(Forrás: <https://mnvh.hu/sites/default/files/tanulmany/Izelito.pdf> 2021)

Rendelkezik saját weboldallal, Facebook, Instagram és Twitter oldalakkal, melyeket folyamatosan naprakészen tart. A koronavírus okozta pandémiás helyzet óta előnyben részesíti az - előre fizet-háznál érintésmentesen kézbesít – szállítási módot. 2022 eleje óta bankkártyás POS fizetési lehetőség is elérhető nála. Mintaboltja és központi átvevőhelye Tarnaszentmiklóson található (6. ábra). A termékeihez szükséges alapanyagokat teljes mértékben Egerből és környékéről szerzi be. A különleges fűszernövényekkel ízesített sajtjaihoz szükséges alapanyagokat a legjobb minőségben termesztő Bükki Füvesembertől, Szabó Gyuri Bácsitól szerzi be, Bükkszentkeresztről. Számos pályázaton és támogatási programban mérte össze tudását és eredményeit Kollégáival, melyekben rengeteg örömet és sikereket lelt, valamint ért el. 2021-ben a Bükki Nemzeti Park Védjegyének oltalma alá kerültek termékei, mely az adható egyik legnagyobb szintű szakmai elismerés. A védjegy jogosultjává olyan termelők válhatnak, akik tevékenységüket védett természeti területen vagy Natura 2000 területen végzik. Feltétel, hogy az előállított termékek elsősorban helyi nyersanyagokból készüljenek, és ne tartalmazzanak táj- vagy termőhelyidegen növényi és állati származékokat.

4.2. MIKLÓS NÁNDOR – SZŐLÉSZET ÉS BORÁSZAT ELEMZÉSE

Az Egri borvidék Magyarország egyik történelmi borvidéke. Északkelet-Magyarországon az Egri-Bükkalja déli lankáin, Heves megye területén helyezkedik el, egyes részei Borsod-Abaúj-Zemplén megye területére nyúlnak át. A 22 160 hektár (ebből 18 302 ha I. osztályú) teljes területéből napjainkban mintegy 6000 hektár a szőlőültetvény. A borvidék névadója és központja Eger, amely mellett további 19 község tartozik hozzá. A borvidéki szőlő- és borkultúra közel 1000 éves múltra tekint vissza, ami alapvetően meghatározta és meghatározza ma is az itt élő emberek életét. Miklós Nándor és édesapja, Miklós Ferenc 2005-ben kezdtek el foglalkozni a szőlőtermesztés nemes tudományával. Eger és környékének különböző pontjain üres telkeket béreltek, melyet először saját kézzel, majd élőerővel és gépi erővel különböző fajtájú szőlőoltványokkal telepítettek be. Az első kékfrankos borukat lepalackozták és a kedves emlékek megőrzése érdekében letétbe helyezték a jövőbeni jeles családi eseményekre. Céljuk egy állandó vásárlói kör megalakulásának és fejlesztésének elősegítése. Miklós Nándor jelenleg mezőgazdasági őstermelőként folytatja szőlész-borász tevékenységét, borait egységesen 600 Ft/l fogyasztói

áron kínálja eladásra, 2018-óta. Fehérszőlőből olaszrizling, hárslevelű és leányka, kékszőlőből kékfrankos, merlot és kadarka található meg szőlőbirtokaikon. Fehérszőlőből készített boraikat – fizikai jellegüknél fogva – fahordóban tárolják és érlelik, ezzel elősegítve a készülő bor ízének, zamatának kellemesebbé tételét (7. ábra).



7. ábra: Miklós Nándor és Ferenc Pince

(Forrás: Saját készítés személyes látogatás alkalmával 2022.03.14.)

Elmondásuk alapján sosem szerettek volna és nem is szeretnék nagy marketingaktivitást a vállalkozásuknak, ezért 2008-tól kezdődően csak személyesen végzik a bor előkészítését, szállítását és palackozását, így remélve, hogy a szájhagyomány ősi erejével élve nagyobb ismertségre tesznek szert. Tevékenységük elsősorban szabadidős tevékenység. A jó minőségű egri bor készítésében nem csupán a gondosan megválasztott területeknek, a szőlőfajtáknak, a borvidéki klímának és szakértelemnek, de a jó pincéknek is kiemelkedő szerepe van. Egerben nem volt szokás a szőlőben borházat és pincét tartani, a szőlőt „kádra” szedték és hazavitték a városban található borházakba és pincékbe. A várban és a belváros területén található pincék egy része már a 15-16. században létezett, a külső területek (úgynevezett „hóstyák”) pincéi a török hódoltság után a 18-19. században épültek. Miklós Nándor és édesapja, Ferenc pincéje is a török hódoltság után épült, jelenleg Eger Felnémet városrészhez tartozik. Az idő haladtával – a méretgazdaságosság elvét követve – nagyobb területen szükséges szőlőültetvények létesítése, mely megnövekedő erőforrás-igényt jelent az állandó fizikai adottságokkal rendelkező családi pincére. Egy EU pályázat keretében br.

500.000 Forintnyi támogatást nyertek a szőlőtermesztésben és borkészítésben alkalmazandó eszközök vásárlására és meglévő eszközök fejlesztésére. E pályázat keretében számos szerszámot, zárt-rendszerű borszivattyút és új alumínium hordókat vásárolhattak (8. ábra).



8. ábra: Pályázat keretében vásárolt új alumínium hordók
(Forrás: Saját készítés személyes látogatás alkalmával 2022.03.14.)

A borvidék leghíresebb bora a több vörösborszőlő borának házasításával készülő egri bikavér, ami egy testes, karakteres, jó savgerinccel rendelkező házasított bor.

4.3. PETŐS ZSOLT – MÉHÉSZET ÉS MÉZKÉSZÍTÉS ELEMZÉSE

Pető Zsolt gyermekkorától foglalkozik méhekkal. A mesterséget a már azóta elhunyt nagybátyjától tanulta, aki lelkesen mesélt és tanította az ismereteket az akkor még kisfiú Zsolt részére. Zsolt gépészmérnök tanulmányai mellett sem feledkezett meg a méhekről. Az azóta már minőségügyi mérnökségi csoportvezetőként dolgozó kezelésébe jelenleg 15 méhcsalád tartozik (9. ábra). A téli hónapok során rendszeres időközönként ellenőrzi a méhhotel kaptárnyílásait, és eltávolítja az esetleges szennyeződéseket, hogy a méhek szép idő esetén akadálymentesen kirepülhessenek. Mivel méhhoteleinek kaptárnyílásai fedettek, a hó nem okoz problémát szárnyas barátainknak. A kaptárok rácsokkal ellátott alja biztosítja a jó levegőkeringést. A méhészt a hideg évszakot főleg a keretek, az üres kaptárok tisztítására

és javítására használja. Márciusban az egyik legfontosabb feladat a tavaszi átvizsgálásként is ismert ellenőrzés. A méhész ilyenkor megvizsgálja, hogy a családoknak megfelelő mennyiségű élelmiszer áll-e rendelkezésre, és megtisztítja a kaptárok alját. Fontos, hogy ellenőrizze a fiasításokat is, vagyis megállapítsa, hogy a méhcsaládokban van-e párosodott királynő. Ha nincs, a családot más méhcsaládokkal kell egyesíteni. Ugyanez történik a gyenge családokkal is. Méhészünk mindezidáig nagyon elégedett volt az ellenőrzések eredményével. Fontos, hogy az anya a telet követően jó állapotban legyen, és szorgosan rakja a petéket. Jó idő esetén már márciusban útra kelnek az első méhek, hogy virágport gyűjtsenek. A virágpor ebben az évszakban rendkívül értékes, hiszen nélkülözhetetlen az utódok táplálásához – ez az egyik előfeltétele annak, hogy a család tavasszal gyorsan és jól tudjon fejlődni. A méhek a kellemes hőmérsékletben gyorsan gyarapodnak, és így a nemzetség is megfelelően fejlődik. Különösen nagy problémát jelenthetnek a Varroa atkák. Ezek az élősködők, melyek a mi klímánkon igencsak elterjedtek, a méhkaptár belsejében élnek. A Varroa atkák okozta fertőzés legyengíti a méheket, és a fertőzött egyedek jelentősen rövidebb ideig élnek. Ráadásul az atkák kártékony vírusokat is terjesztenek. A méhészek áprilistól kezdve védekeznek az atkák megjelenése és szaporodása ellen. Zsolt kínálatában háromféle méz érhető el - **vegyes virágméz, akácméz és repceméz** – melyet elsősorban közeli ismerőseinek, kollégáinak, barátainak kínál eladásra. Mezőgazdasági őstermelőként, tevékenységét elsősorban hobbiként, kikapcsolódásként végzi. Megemlítsre méltó, hogy Zsolt 1 kivételével semmilyen marketingeszközt nem alkalmaz a termékeinek népszerűbbé tételére, egyszerűen a jó szájhagyomány úttörő erejét alkalmazza, elmondása szerint nagy sikerrel.



9. ábra: Petős Zsolt méhcsaládok 2022. áprilisban
(Forrás: <http://mehek-kincse.hu/> 2020)

4.4. ÉRTÉKESÍTÉSI LEHETŐSÉGEK EGERBEN

4.4.1. EGRI VÁROSI PIAC

A piaccsarnok Eger belvárosában, jól megközelíthető helyen, a Katona István téren található. A piaccsarnok napi élelmiszer, zöldség, gyümölcs és virágpiacként üzemel, helyet adva hús, baromfi, hal, pékáru, sütemény, édesség, savanyúság, gyógynövény, büfé, tejtermék és vegyes üzleteknek is. A piaccsarnok belső szabad elárúsító asztalain östermelők és kereskedők árúsítják zöldség, gyümölcs, méz, erdei és termesztett gomba, tojás, tészta, savanyúság, hús, tejtermék portékáikat. A piaccsarnok előtti teret idénynek megfelelően palánta, virág, vetőmag, oltvány, zöldség-gyümölcs, déligyümölcs árúsítás színesíti (10. ábra).



10. ábra: Eger Piac tavasszal

(Forrás: <https://mindenamieger.blogspot.com/2019/09/viragos-piaccsarnok-eger-belvarosaban.html> 2022)

A piacüzemeltetési tevékenységet két díjbeszedő és egy vezető végzi, kiegészülve idényjelleggel két gombavizsgáló szakellenőrrel, valamint az önkormányzat megbízásából hatósági jogkörrel felruházott piacfelügyelővel. Az asztalok használatáért napi asztal bérleti díjat vagy havi bérletet fizetnek az árúsítók. A különböző ünnepekhez igazodóan, a Katona István téren egységes faházak és sátrak kerülnek felállításra 2004-óta.

4.4.2. KISASSZONY PIAC

Március 6-án megnyílt a környék legújabb, legnagyobb piaca Egerben a Kisasszony utcában (régi honvédségi telephelyen). Eger legújabb vásártere fontos szerepet játszik a közösségi élet és a kereskedelem szempontjából egyaránt. A piaci kereskedelem a régi hagyományoknak megfelelően az árus és a vevő közvetlen kapcsolatán alapszik, így alkudhatnak, válogathatnak, eszmét cserélhetnek vásárlás közben. A piac a vásárlási igényeken túlmenően szabadidős elfoglaltságnak és kikapcsolódásnak is megfelelő, hiszen rengeteg ismerőssel is találkozhatunk itt, valamint számtalan érdekes és izgalmas portékát lelhetünk fel az árusok standjainál. A piac változatossága még vonzóbb a vásárosok és a vásárlók számára egyaránt, hiszen különböző témákban kerülnek megrendezésre a piacok (11. ábra).



11. ábra: Eger Kisasszony Piac tavasszal
(Forrás: <https://kisasszonypiac.hu/galeria/> 2020)

Fontos kiemelni, hogy a Kisasszony Piac nem szelektál helyi és nem helyi termékek között. A piacra kitelepülő árusok portékái között szép számban megtalálhatók olcsó importcikk, keleti és használt áruk is. Mindezek ellenére a helyi kistermelőket támogató egri és környéki rendezvények, megmozdulások kategóriába sorolom, bízva abban, hogy az alacsonyabb minőségű áruk nem szorítják ki a helyi kistermelők minőségi termékeit, valamint, hogy nem vonja el a fizetőképes keresletet egy-egy árucikktől, így átbillentve a túloldalra a mérleget.

4.4.3. MAGYAROK VÁSÁRA

Az egri Magyarok Vásárát egy alapvetően politikai rendeltetésű civil szervezet, a Magyarok Szövetségének köszönhetjük. Nemzetben és a Magyar Nemzet örökségében, valamint a Szent-Korona tanon keresztül gondolkodó szakemberek és önkéntesek támogatásával lehetőség nyílt arra, hogy az ország minden megyei jogú városában legyen a Magyarok Szövetségének alapszervezete, melyek irányító szervezete, a Magyarok Világszövetsége a mai napig működik. Egy addig, egymás számára ismeretlen önkéntesekből álló csoport feladatul kapta egy olyan kampány, vagy rendezvény kidolgozását, mely a helyi kistermelőket segíti, politikai hovatartozástól és anyagi helyzettől függetlenül. E szellemi munka eredményeként valósult meg a Magyarok Vására nevű rendezvény, mely 2009 óta szervezi az egri Szmrecsányi Lajos Érsekkertben a rendezvényt, minden hónap második vasárnapján. A Magyarok Vására rendezésének célja: kulturális örökségünk védelme és a vásári árusok érdekképviselése. Vásári hagyományok felelevenítése, magyarságtudatunk életben tartása és a magyar emberek életkörülményeinek javítása. Ősi, népi művészetek, mesterségek bemutatása, a szakma becsületének megőrzése (12. ábra).



12. ábra: Eger Magyarok Vására 2020 nyarán
(Forrás: Magyarok Vására Hivatalos Facebook Csoportja 2020)

Népi kultúránk népszerűsítése, ápolása, ennek megfelelő műsorok szervezése, hagyományörző csoportok bemutatása. Hagyományos népi játékok szervezése a gyermekeknek, a vállalt nevelési, oktatási célkitűzések megvalósítása. A Kárpát-medence

területén tevékenykedő magyar cégek, egyéni vállalkozók, őstermelők, kistermelők, művészek, mesterek (továbbiakban: Árusok) megélhetésének segítése, munkájuk, szakmájuk megbecsülése. A Magyarok Vására rendezvényein megjelenő árusok elfogadják és betartják az alábbiakat: minden résztvevő az árusítást úgy folytatja, hogy azzal a környezetet, a vásárlókat, a többi vásárost nem veszélyezteti, nem akadályozza. Jó minőségű, magyar (Kárpát-medencei) termékeket árusít (13. ábra).



13. ábra: Helyi kézműves termékek az egri Magyarok Vásárán
(Forrás: Magyarok Vására Hivatalos Facebook Csoportja 2020)

Betartja a törvényi előírásokat és a rendezvények szabályait. Élelmiszerek árusításánál feltünteti azok összetételét. A vásárlókat a termékekről tisztességesen tájékoztatja. A vásárnaptár alapján tájékoztatja a vásárlókat a következő vásárok időpontjáról. Szolid árakat alkalmaz, nem zárva ki az alku lehetőségét. A reklamáció lehetőségéről tájékoztatja a vásárlókat. A Magyar Vásár Kulturális Egyesület napjainkig közel 150 vásárt rendezett meg, minden hónap második vasárnapján az Érsek-kertben (2019 óta Szmrecsányi Lajos Érsekkert). Sajnos a közelmúltban 2 főszervező is elhunyt az egyesületből. A hiányuk okozta fájdalom, az idősödő tagok és az emberi-erőforrás utánpótlás hiánya miatt a Magyar Vásár Kulturális Egyesület a 2022. évi első közgyűlése keretében 2022.04.30. nappal az egyesület megszűnését, ezzel az egri Magyarok Vására megszűnését szavazta meg. Az egyesület tevékenysége sosem az anyagi haszonszerzést részesítette előnyben, a magyar kultúra tovább- öregbítését, valamint a helyi termékek eladásának elősegítését tekintette elsőfokú feladatának, fórumot biztosítva számos színházi, népi és tudományos előadásnak.

EMLÉKÜL



14. ábra: Vallusné Farkas Andrea és Hornyák István
(Forrás: Saját szerkesztés saját fényképek felhasználásával)

Édesanyám, Vallusné Farkas Andrea és kedves családi barátunk, Hornyák István (14. ábra), az egri Magyarok Vására rendezvény szervezői részére, akik önzetlen, segítőkész személyiségükkel, kiváló emberismerő képességükkel és nagyszerű szervezőkészségükkel olyan maradandó értékkel gazdagították Eger és környéke kulturális örökségét és sokszínűségét, mely elősegítette több száz helyi kistermelőnek és családjuknak mindennapi megélhetését. Munkásságukról és személyükről a következő generációk is beszélni fognak. Méltósággal viselt betegségben, fájdalommal távoztak el közülünk, Vallusné Farkas Andrea 2020-ban, Hornyák István 2021-ben hunyt el.

4.5. FOGYASZTÓI KÉRDŐÍV ELEMZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

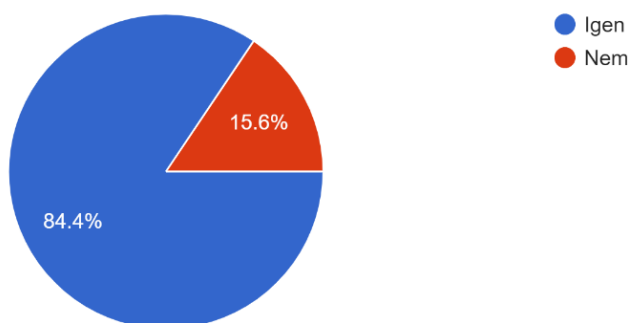
A fogyasztók helyi kistermelőkről alkotott véleményét a leghitelesebb és legrepresentatívabb módon kérdőív formájában lehetséges kielemezni, így egy 24+1 kérdésből álló online kérdőívet hoztam létre és osztottam meg a Világhálón, melyet a Google Docs – Forms szolgáltatásával készítettem el. A kérdőív válaszadási lehetőséget 2022.03.01-től aktiváltam a felületen, az első válaszok az éjszaka folyamán érkeztek. Az online felületen a válaszadási lehetőséget 2022.04.10-én 20:00-kor zártam le, összesen 262 db válasz érkezett.

Fogyasztói kérdőív a helyi kistermelőkről és termékeikről

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScgJjCLZo4I2BCKVltuWMS0emDIVXenodOLeZXXix9wPArUwQ/viewform?usp=sf_link

1. Vezet-e Ön rendszeresen háztartást?

257 responses

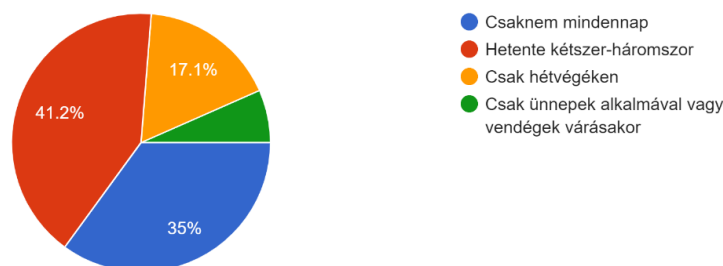


15. ábra: Háztartás-vezetésére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

Az első kérdésre - miszerint vezet-e a válaszadó rendszeresen háztartást (15. ábra) – 257 válaszadó közül 84,4 % válaszolt igennel, 15,6 % pedig nemmel a kérdésre. Ebből fakadóan felmerülhet, hogy több esetleges egyetemi hallgató és kollégista tölthette ki a kérdőívet, akik még a családi házban élnek. A kérdőív további kérdései konkretizálják a kutatás alatti témát.

2. Milyen gyakran készít saját ételt (süt, főz)?

257 responses

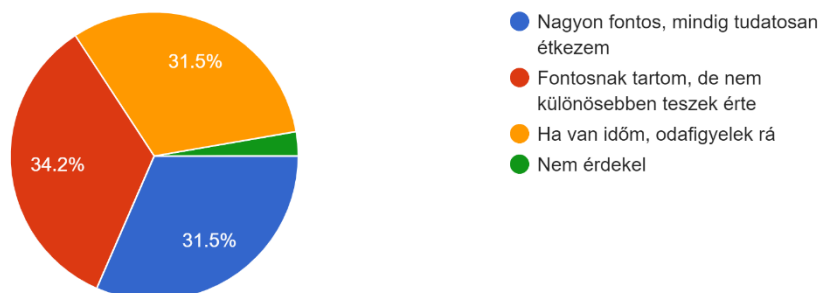


16. ábra: Ételkészítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A második kérdésre – miszerint milyen gyakran készít a fogyasztó saját ételt [süt, főz] (16. ábra) – 257 válaszadó közül 41,2 % hetente kétszer-háromszor, 35 % csaknem mindennap, 17,1 % csak hétvégéken, 6,6 % pedig csak ünnepek alkalmával, vagy vendégek várásakor süt-főz. Az első számú kérdéshez készített elemzőszöveg alapján körvonalazódott, hogy a válaszadók döntő többsége legalább heti rendszerességgel készít saját ételt otthon.

3. Mennyire fontos Önnek az egészséges táplálkozás?

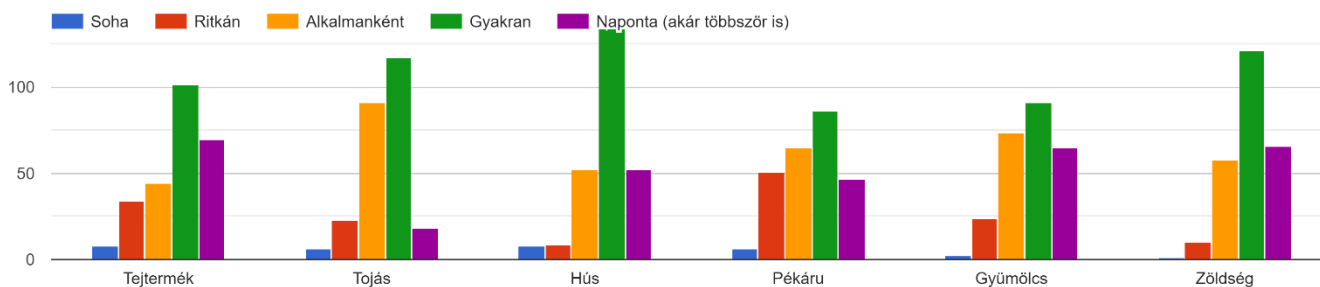
257 responses



17. ábra: Ételkészítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A harmadik kérdésre – miszerint mennyire fontos a válaszadónak az egészséges táplálkozás (17. ábra) – 257 válaszadó közül 34,2 % fontosnak tartja az egészséges étkezést, de nem különösebben tesz érte, a válaszadók 31,5 %-ának ha van ideje, odafigyel az egészséges étkezésre, ezek mellett szintén 31,5%-ának nagyon fontos az egészséges étkezés és mindig tudatosan étkezik, 2,7 %-át pedig nem érdekli az egészséges táplálkozás kérdésköre. Ebben a kérdéskörben elmondható, hogy a válaszadók döntő többsége fontosnak tartja az egészséges étkezést, a további kérdések elemzésekor fény derül a vásárlói szokásokra.

4. Ön milyen gyakran fogyasztja az alábbi élelmiszereket?

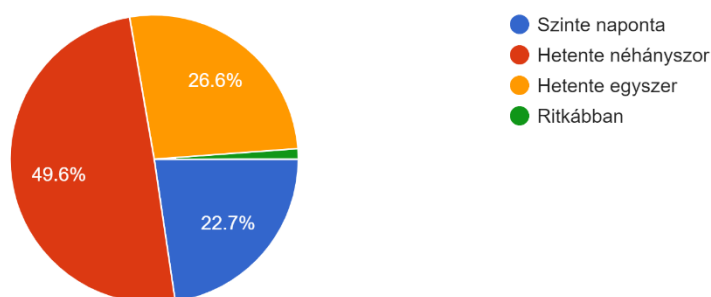


18. ábra: Élelmiszerek fogyasztási gyakoriságára vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A negyedik kérdésre – miszerint milyen gyakran fogyasztja a válaszadó a felsorolt élelmiszereket (18. ábra) – 257 válaszadó közül a **tejtermékeket** 8 fő soha nem fogyasztja, 34 fő ritkán fogyasztja, 44 fő alkalmanként fogyasztja, 101 fő gyakran fogyasztja, 70 fő pedig naponta fogyasztja. 257 válaszadóból **tojást** 6 fő soha nem fogyaszt, 23 fő ritkán fogyaszt, 91 fő alkalmanként fogyaszt, 117 fő gyakran fogyaszt és 18 fő naponta akár többször is fogyaszt. 257 válaszadó közül **húsárut** 8 fő soha nem fogyaszt, 9 fő ritkán fogyaszt, 52 fő alkalmanként fogyaszt, 134 fő gyakran fogyaszt, 52 fő pedig naponta fogyaszt. 257 válaszadó közül **pékárut** 6 fő egyáltalán nem fogyaszt, 51 fő ritkán fogyaszt, 65 fő alkalmanként fogyaszt, 86 fő gyakran fogyaszt, 47 fő pedig naponta akár többször is fogyaszt. 257 válaszadó közül **gyümölcsöt** 2 fő soha nem fogyaszt, 24 fő ritkán fogyaszt, 74 fő alkalmanként fogyaszt, 91 fő gyakran fogyaszt, 65 fő pedig naponta akár többször is fogyaszt. 257 válaszadóból 10 fő soha nem fogyaszt **zöldséget**, 58 fő alkalmanként fogyaszt, 121 fő gyakran fogyaszt, 66 fő pedig akár naponta többször is fogyaszt.

5. Milyen gyakran vásárol élelmiszert?

256 responses

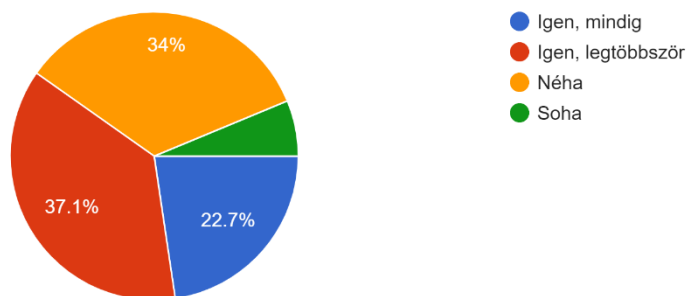


19. ábra: Élelmiszerek vásárlási gyakoriságára vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

Az ötödik kérdésre – miszerint milyen gyakran vásárol a válaszadó élelmiszert (19. ábra) – 256 válaszadó közül 49,6 % hetente néhányszor vásárol élelmiszert, 26,6 % hetente egyszer vásárol, 22,7 % szinte naponta vásárol, 1,2 % pedig ritkábban vásárol.

6. Vásárlás előtt készít-e bevásárlólistát?

256 responses



20. ábra: Bevásárlólista készítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A hatodik kérdésre – miszerint készít-e a válaszadó bevásárlólistát (20. ábra) – 256 válaszadó közül 37,1 % legtöbbször készít bevásárlólistát, 34 % néha készít, 22,7 % mindig készít, 6,3 % pedig soha nem készít.

7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

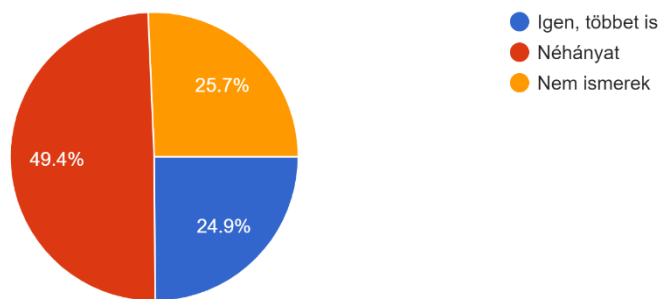
A hetedik kérdésre – miszerint honnan szerzi be a válaszadó általában az élelmiszereket (1. melléklet – túl nagy méret miatt) – 257 válaszadó közül 74 fő a **gyümölcslevet** szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be, 121 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 12 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 2 fő önálló független kisboltból szerzi be, 3 fő helyi piacon szerzi be, 7 fő önellátásból teremti elő a gyümölcslevet, 30 fő pedig nem szerez be gyümölcslevet. 257 válaszadó közül 48 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **szörpöt**, 82 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 21 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 7 fő a helyi piacon szerzi be, 10 fő önellátás útján teremti elő, 7 fő helyi őstermelőtől, háztól szerzi be, 62 fő pedig nem vásárol szörpöt. 257 válaszadó közül 84 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be az **olajat**, 132 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 14 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 4 fő önálló független kisboltból szerzi be, 3 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 9 fő

pedig nem vásárol olajat. 257 válaszadó közül 50 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **zsírt**, 65 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 16 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 15 fő önálló független kisboltból szerzi be, 14 fő önellátás útján állítja elő, 16 fő helyi őstermelőtől háztól szerzi be, 38 fő nem vásárol zsírt, 2 fő pedig egyéb helyről szerzi be a zsírt. 257 válaszadó közül 79 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **száraztésztát**, 111 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 21 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 6 fő önálló független kisboltból szerzi be, 5 fő a helyi piacról szerzi be, 7 fő önellátás útján szerzi be, 7 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 5 fő nem vásárol, 4 fő pedig egyéb helyről szerzi be a száraztésztát. 257 válaszadó közül 81 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **lisztet**, 127 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 21 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 4 fő önálló független kisboltból, 2 fő a helyi piacról szerzi be, 6 fő nem vásárol lisztet, 4 fő pedig egyéb helyről szerzi be. 257 válaszadó közül 50 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **füstölt húskészítményeket (szalonna, szalámi, sonka, stb)**, 48 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 13 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 30 fő önálló független kisboltból szerzi be, 41 fő a helyi piacról szerzi be, 19 fő önellátás útján teremti elő, 33 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 13 fő nem vásárolt, 3 fő pedig egyéb helyről szerzi be a füstölt húskészítményeket. 257 válaszadó közül 57 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **halat**, 80 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 7 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 13 fő önálló független kisboltból szerzi be, 26 fő a helyi piacról szerzi be, 10 fő önellátás útján állítja elő, 3 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 36 fő nem vásárol halat, 8 fő egyéb helyről szerzi be. 257 válaszadó közül 70 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **csirke és pulykahúst**, 77 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 21 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 20 fő önálló független kisboltból szerzi be, 23 fő a helyi piacról szerzi be, 10 fő önellátás útján állítja elő, 13 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 11 fő nem vásárol csirke,- pulykahúst. 257 válaszadó közül 53 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **pékárukat**, 91 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 18 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 45 fő önálló független kisboltból szerzi be, 8 fő a helyi piacról szerzi be, 5 fő önellátás útján teremti elő, 7 fő nem vásárol, szintén 7 fő pedig egyéb helyről szerzi be a pékárukat. 257 válaszadó közül 77 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **sajtot**, 111 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 17 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 12 fő önálló független kisboltból, 4 fő a helyi piacról, 6 fő önellátás útján teremti elő, 12 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 7 fő pedig nem vásárol sajtot. 257 válaszadó

közül 34 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **mézet**, 37 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 9 fő önálló független kisboltból szerzi be, 37 fő a helyi piacról szerzi be, 17 fő önellátás útján teremti elő, 84 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 19 fő nem vásárol mézet, 2 fő egyéb helyről szerzi be. 257 válaszadó közül 55 fő szuper/hipermarketből (Tesco, Spar) szerzi be a **gyümölcsöt és zöldséget**, 95 fő diszkont-láncok boltjaiból (Penny, Lidl, Aldi) szerzi be, 10 fő üzletláncból (Coop, Reál) szerzi be, 17 fő önálló független kisboltból szerzi be, 35 fő a helyi piacról szerzi be, 25 fő önellátás útján teremti elő, 9 fő helyi őstermelőtől szerzi be, 3 fő nem vásárol.

8. Ismer-e helyi élelmiszer termelőket?

257 responses



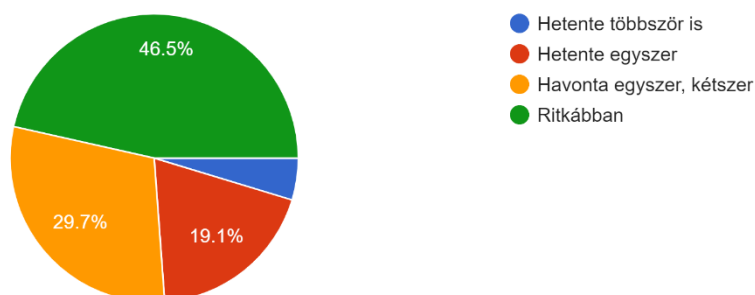
21. ábra: Helyi élelmiszer termelőkre vonatkozó kérdésre adott válaszok

(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A nyolcadik kérdésre – miszerint ismer-e helyi élelmiszer termelőket a válaszadó (21. ábra) – 257 válaszadó közül 49,4 % **néhányat ismer**, 25,7 % nem ismer, 24,9 % több helyi élelmiszer termelőt is ismer.

9. Milyen gyakran vásárol a helyi piacon?

256 responses



22. ábra: Helyi piacon történő vásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok

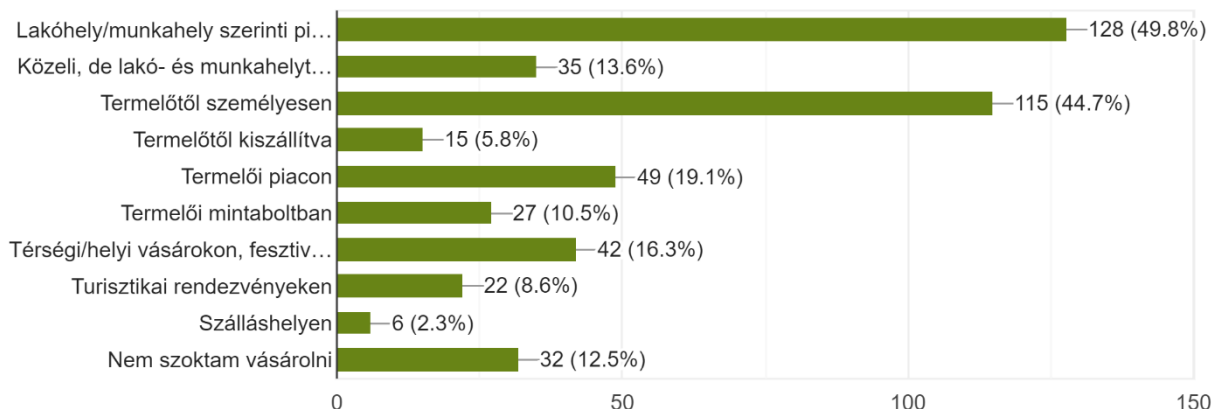
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A kilencedik kérdésre – miszerint milyen gyakran vásárol a válaszadó a helyi piacon (22. ábra) – 256 válaszadó közül 46,5 % ritkábban vásárolt, mint havonta, 29,7 % havonta

egyszer, kétszer vásárol, 19,1 % hetente egyszer vásárol, 4,7 % pedig hetente többször is vásárol a piacon.

10. Ön hol szokott helyi/őstermelői/kistermelői termékeket vásárolni? (több válasz is adható)

257 responses



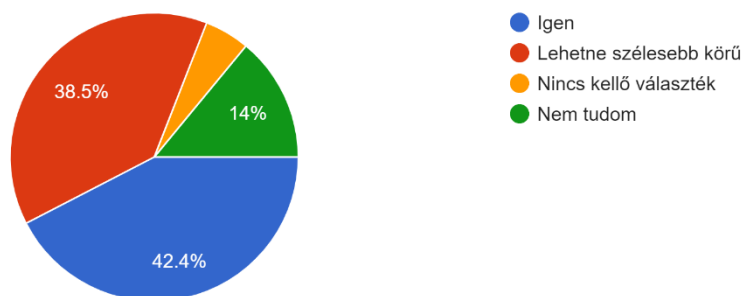
23. ábra: Vásárlási helyre vonatkozó kérdésre adott válaszok

(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizedik kérdésre – miszerint hol szokott a válaszadó helyi/őstermelői/kistermelői termékeket vásárolni (23. ábra) – 257 válaszadóból 128 fő a **lakóhely/munkahely szerinti piacon** szerez be ilyen termékeket, 35 fő közeli, de lakó- és munkahelytől eltérő piacon szerzi be, 115 fő a termelőtől személyesen szerzi be, 15 fő termelőtől kiszállítva szerzi be, 49 fő termelői piacon szerzi be, 27 fő termelői mintaboltban szerzi be, 42 fő térségi/helyi vásárokon, fesztiválokon szerzi be, 22 fő turisztikai rendezvényeken szerzi be, 6 fő a szálláshelyen szerzi be, 32 fő nem szokott ilyen termékeket vásárolni.

11. Tapasztalata szerint kielégítő-e a helyi termékek kínálata?

257 responses



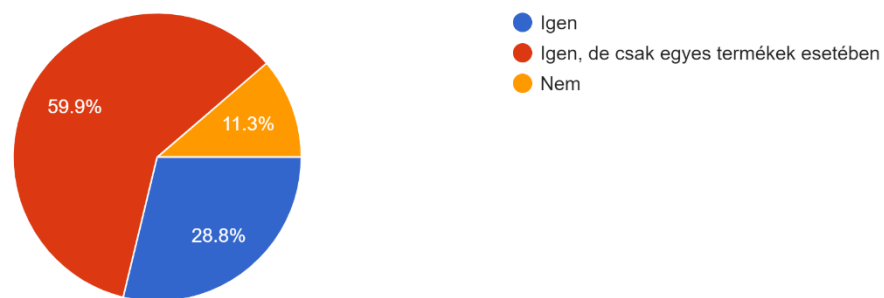
24. ábra: Helyi termékek kínálatára vonatkozó kérdésre adott válaszok

(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenegyedik kérdésre – miszerint kielégítő-e a helyi termékek kínálata a vásárló tapasztalatai szerint (24. ábra) – 257 válaszadó közül 42,4 % válaszolt igennel, 38,5 % szerint lehetne szélesebb körű, 14 % nem tudja megmondani, 5,1 % szerint nincs kellő választék a helyi termékekből.

12. Vásárlásai során előnyben részesíti-e a helyben előállított élelmiszereket?

257 responses

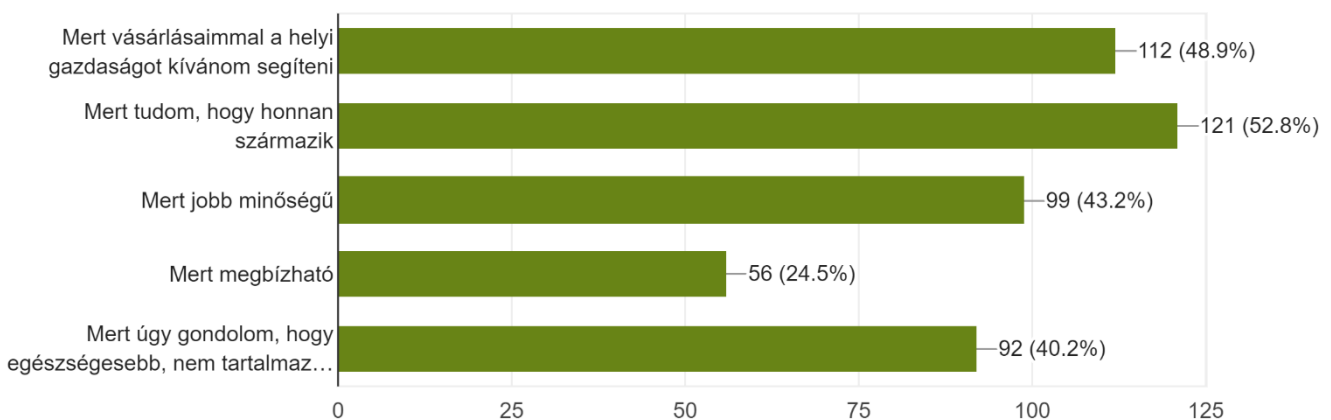


25. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenkettedik kérdésre – miszerint a vásárlás során előnyben részesíti-e a vásárló a helyben előállított élelmiszereket (25. ábra) – 257 válaszadó közül 59,9 % részesíti előnyben, de csak egyes termékek esetében, 28,8 % részesíti előnyben, 11,3 % pedig nem részesíti előnyben a helyben előállított termékeket a vásárlás során.

13. Ha igen, miért?

229 responses



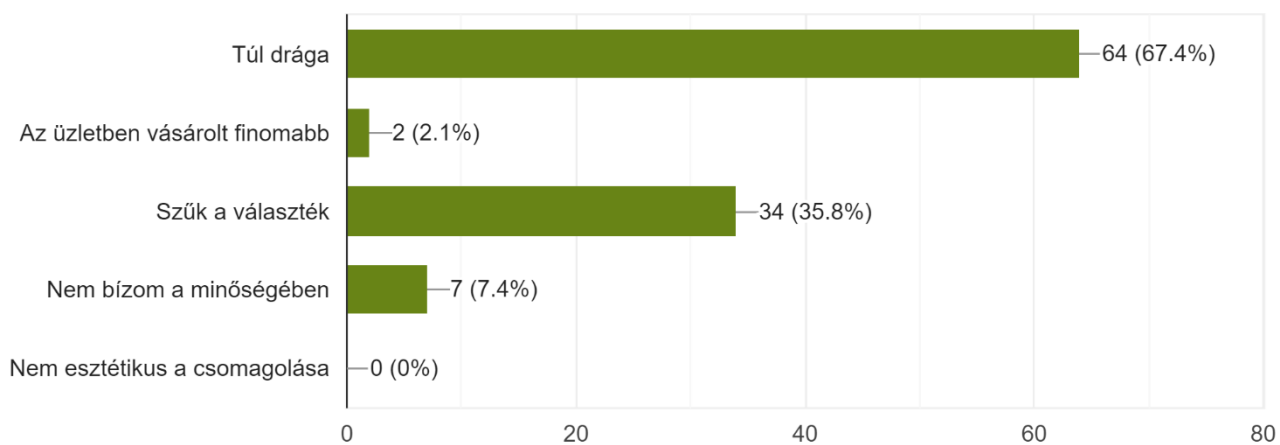
26. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenharmadik kérdésre – miszerint, ha a tizenkettedik kérdésben igennel válaszolt, miért válaszolt így (26. ábra) – 229 válaszadó közül 112 fő azért részesíti előnyben a helyben

előállított élelmiszereket, mert vásárlásaival a helyi gazdaságot kívánja erősíteni, 121 fő azért részesíti előnyben, mert tudja, hogy honnan származik a termék, 99 fő azért részesíti előnyben, mert jobb minőségű a termék, 56 fő azért részesíti előnyben mert megbízható, 92 fő pedig azért részesíti előnyben a helyben előállított termékeket, mert úgy gondolja, hogy egészségesebb, nem tartalmaz mesterséges adalékanyagokat, színezéket, stb.

14. Ha nem, miért nem?

95 responses



27. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizennegyedik kérdésre – miszerint ha a tizenkettedik kérdésben nemmel válaszolt, miért válaszol így (27. ábra) – 95 válaszadó közül 64 fő azért nem részesíti előnyben a helyben előállított élelmiszereket, mert túl drágának találja, 2 fő azért nem részesíti előnyben, mert szerinte az üzletben vásárolt termék finomabb, 34 fő azért nem részesíti előnyben, mert szerinte szűk a választék a termékek között, 7 fő azért nem részesíti előnyben, mert nem bízik a minőségben, az esztétikus csomagolást 0 fő jelölte meg kiváltó okként.

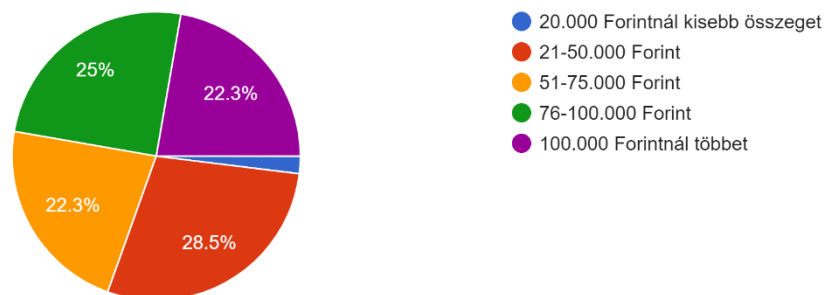
15. Mennyire jellemzik Önt az alábbi állítások?

A tizenötödik kérdésben – miszerint mennyire jellemzik a válaszadót az alábbi állítások (2. melléklet – a túl nagy méret miatt) 257 válaszadó közül 60 fő egyáltalán nem keresett fel vendéglátóegységet abból a célból, hogy helyi sajátosságokat próbáljon ki, 39 főt kisség jellemez, 52 főt közepesen jellemez, 46 főt inkább jellemez, 55 főt teljes mértékben jellemez, hogy helyi sajátosságok kipróbálása miatt keressen fel vendéglátóegységeket. 257 válaszadó közül 108 fő egyáltalán nem jellemez az, hogy nem érdeklik a helyi specialitások, 51 főt

kissé jellemez, 54 főt közepesen jellemez, 31 főt inkább jellemez, 6 főt pedig teljes mértékben jellemez. 257 válaszadó közül 16 főt egyáltalán nem hajlandó a szokásosnál magasabb árat kifizetni a helyi anyagokból készült jellegzetes ételekért, 31 fő kissé hajlandó, 64 fő közepes mértékben hajlandó, 91 fő inkább hajlandó, 49 fő pedig teljes mértékben hajlandó magasabb árat kifizetni a helyi anyagokból készült jellegzetes ételekért.

16. Az Ön háztartása átlagosan mennyit költ élelmiszerre egy hónapban?

256 responses

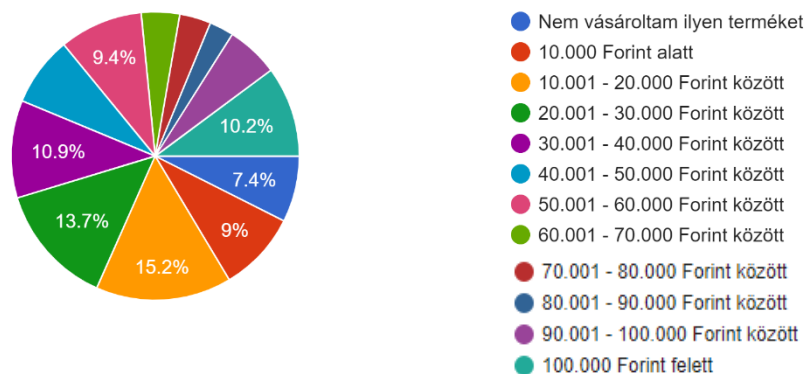


28. ábra: Élelmiszervásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenhatodik kérdésre – miszerint mennyit költ a válaszadó háztartása átlagosan élelmiszerre egy hónapban (28. ábra) – 256 válaszadó közül 28,5% **21-50.000 Ft** között költ átlagosan élelmiszerre egy hónapban, 25% **76-100.000 Ft** között költ, 22,3% **51-75.000 Ft** között költ, 22,3% **100.000 Forint**ál többet költ, 2% pedig **20.000 Forint**nál kevesebbet költ átlagosan havonta élelmiszerre.

17. Becslése szerint 2021. évben milyen értékben vásárolt helyi/östermelői/kistermelői terméket?

256 responses

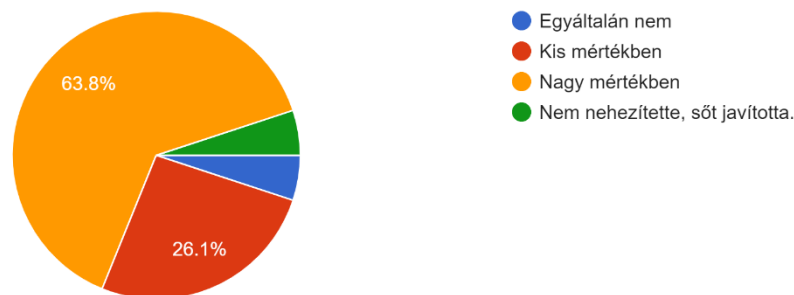


29. ábra: Helyi élelmiszer-vásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenhetedik kérdésre – miszerint milyen értékben vásárolt becslése szerint a válaszadó helyi/őstermelői/kistermelői terméket (29. ábra) – 256 válaszadó közül 7,4% nem vásárolt ilyen termékeket, 9% **10.000 Ft** alatt vásárolt, 15,2% **10.001-20.000 Ft** között vásárolt, 13,7% **20.001-30.000 Ft** között vásárolt, 10,9% **30.001-40.000 Ft** között vásárolt, 7,8% **40.001-50.000 Ft** között vásárolt, 9,4% **50.001-60.000 Ft** között vásárolt, 4,3% **60.001-70.000 Ft** között vásárolt, 3,5% **70.001-80.000 Ft** között vásárolt, 2,7% **80.001-90.000 Ft** között, 5,9% **90.001-100.000 Ft** között vásárolt, 10,2% pedig **100.000 Ft** feletti értékben vásárolt helyi/őstermelői/kistermelői terméket.

18. Ön szerint a koronavírus-pandémia milyen mértékben nehezítette a helyi/őstermelők/kistermelők tevékenységét, termékeik értékesítését?

257 responses

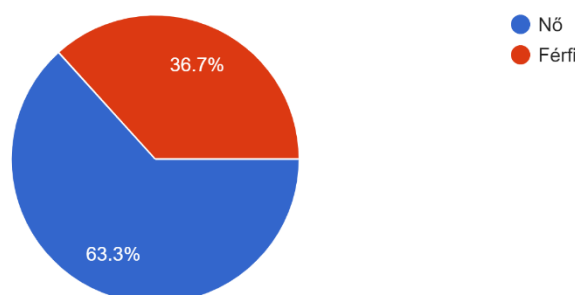


30. ábra: Koronavírus-pandémiára vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizennyolcadik kérdésre – miszerint milyen mértékben nehezítette a helyi/őstermelők/kistermelők tevékenységét, termékeik értékesítését a koronavírus-pandémia (30. ábra) – 257 válaszadó közül 63,8% szerint nagy mértékben nehezítette, 26,1% szerint kis mértékben nehezítette, 5,1% szerint egyáltalán nem nehezítette, szintén 5,1% szerint nem nehezítette, sőt javította a tevékenységet és termékeik értékesítését.

19. Kérem adja meg a nemét!

256 responses

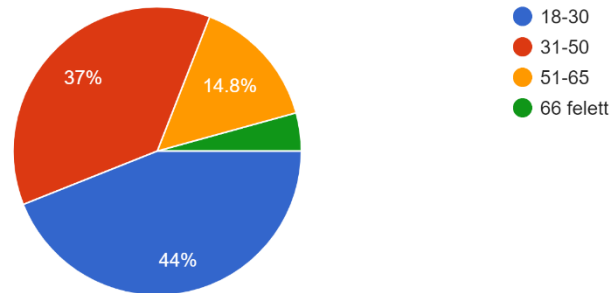


31. ábra: Válaszadó nemére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A tizenkilencedik kérdésre – melyben a válaszadó nemét kérdezem (31. ábra) – 256 válaszadó közül 63,3% **nő**, 36,7% pedig **férfi**.

20. Kérem adja meg az életkorát!

257 responses

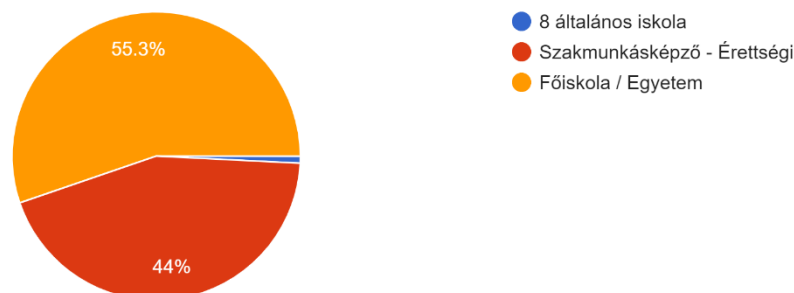


32. ábra: Válaszadó életkorára vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A huszadik kérdésre – melyben a válaszadó életkorát kérdezem (32. ábra) – 257 válaszadó közül 44% a **18-30 év** közötti fiatal felnőttek, 37% **31-50 év** közöttiek, 14,8% **51-65 év** közöttiek, 4,3% pedig **66 év** feletti korosztályát képviselik.

21. Kérem adja meg a legmagasabb iskolai végzettségét!

257 responses

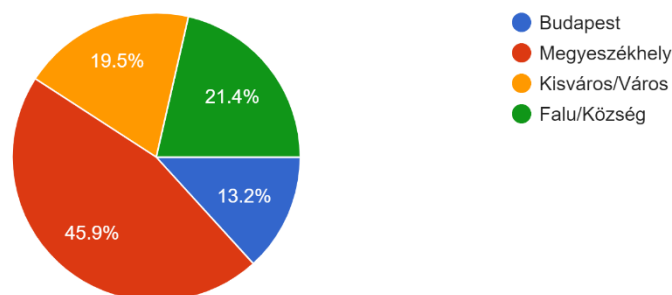


33. ábra: Válaszadó iskolai végzettségére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A huszonegyedik kérdésre – melyben a válaszadó legmagasabb iskolai végzettségét kérdezem (33. ábra) – 257 válaszadó közül 55,3% **főiskolát/egyetemet végzett**, 44% **középfokú végzettséggel rendelkezik**, 0,8% pedig **8 általános iskolai** bizonyítvány birtokában van.

22. Kérem adja meg az életvitelszerű lakóhelyét!

257 responses

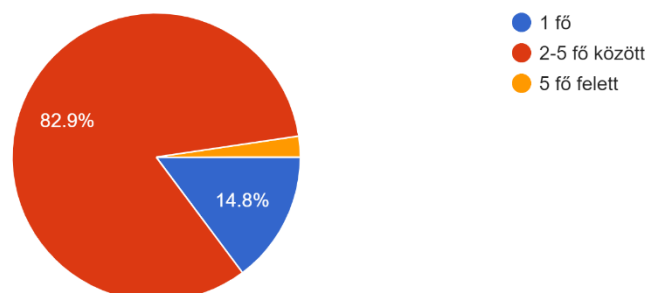


34. ábra: Válaszadó lakóhelyére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A huszonkettedik kérdésben – melyben a válaszadó életvitelszerű lakóhelyét kérdezem (34. ábra) – 257 válaszadó közül 45,9% **megyeszékhelyen** él, 19,5% **kisvárosban/városban** él, 21,4% **faluban/községben** él, 13,2% pedig a fővárosban, **Budapesten** él.

23. Kérem adja meg a háztartásában életvitelszerűen élő személyek számát!

257 responses

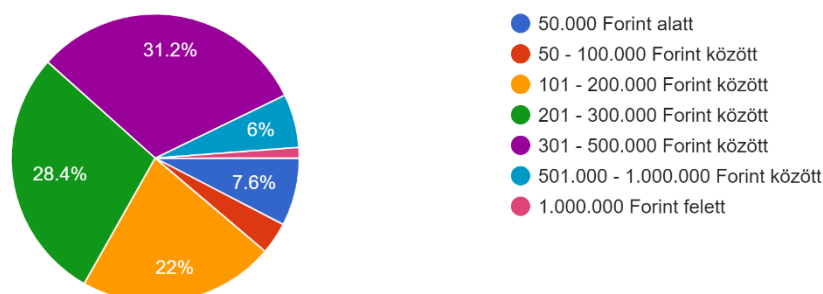


35. ábra: Válaszadó háztartására vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A huszonharmadik kérdésben – melyben a válaszadó háztartásában életvitelszerűen élő személyek számát kérdeztem (35. ábra) – 257 válaszadó közül 82,9% háztartásában él **2-5 fő**, 14,8% **egyedül** él, a válaszadók 2,3% háztartásában él **5 főnél** több.

24. Kérem adja meg az Ön nettó jövedelmét!

250 responses



36. ábra: Válaszadó jövedelmére vonatkozó kérdésre adott válaszok
(Forrás: Saját kérdőív eredményei alapján saját szerkesztés 2022)

A huszonnegyedik kérdésre – melyben a válaszadó nettó jövedelmét kérdezem (36. ábra) – 250 válaszadó közül 7,6% keres **50.000 Ft** alatt, 3,6% **50.-100.000 Ft** között, 22% **101-200.000 Ft** között, 28,4% **201-300.000 Ft** között, 31,2% **301-500.000 Ft** között, 6% **501.000-1.000.000 Ft** között, 1,2% pedig **1.000.000 Ft felett** keres havonta.

A **huszonötödik kérdésben** – melyben a válaszadó megjegyzéseire, tapasztalataira, véleményére és tapasztalataira kérdeztem rá – három válasz érkezett.

1. Helyi élelmiszerek gyakran kistermelői termékek, akikre kevésbé szigorú élelmiszerbiztonsági szabályok vonatkoznak, mint egy átlagos élelmiszer-vállalkozásra. Ebből és az esetleges alacsonyabb élelmiszer-higiéniai tudásszintből adódhat, hogy a helyi termelőtől származó élelmiszerek kevésbé biztonságosak. Ilyen megközelítésből félrevezetőnek tartom azt a narratívát, hogy a helyi élelmiszerek egészségesebbek, mint a boltokban kapható társaik.
2. A helyi/őstermelők és kitermelők nem tudják olyan szinten promótálni termékeiket, mint a nagyobb diszkontok, emellett a médiabeli reprezentálásuk össze sem hasonlítható a konkurenciával. Ezek miatt lehetnek kevésbé népszerűek, mint a bevásárlóközpontok, akiknek sokkal nagyobb anyagi keretük miatt több lehetőségük van a vásárlók bevonására.
3. Vegán vagyok, ezért korlátozott a vásárolt élelmiszerek és a látogatható éttermek száma. A csomagolásmentes vásárlást előnyben részesítem, az “egyéb” helyen vásárlás nálam ezt jelenti.

4.6. HELYI TERMÉK-ELŐÁLLÍTÓI KÉRDŐÍV ELEMZÉSE ÉS ÉRTÉKELÉSE

Természetesen az Egerben és környékén más területeken is tevékenykedő kistermelőket is szerettem volna alaposabban megismerni. Ennek érdekében a fogyasztói kérdőívhez hasonlóan egy új online kérdőívet hoztam létre a Google Docs – Forms szolgáltatásával - Kérdőív a helyi termék-előállítók részére – néven. A kérdőívben szerepel a tevékenységi

formájukra, bevételükre, véleményükre és fejlesztési terveikre vonatkozó kérdések is, a normál demográfiai kérdések mellett. A kérdőívre mutató linket (https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeWNae7zFRdtwnMEfH21ptF70VcR_hU42g_2lAkapjsFX277g/viewform?usp=sf_link) a Magyarok Vására Üzenőfal nevű Facebook csoportban osztottam meg, amelyben csak Egerben és annak 40 km-es körzetében lévő kistermelők szerepelhetnek. A válaszadási lehetőséget 2022.03.01-én aktiváltam, a kérdőív lezárására pedig 2022.04.08-án 20:00-kor került sor. Az alapos előkészítés, a gondosan összeállított kérdéssor és a szakmai szempontból is ideális időben és helyen közzétett kérdőívre sajnos, többszöri tiszteletteljes kérésre sem érkezett elég válasz a helyi kistermelők részéről. A Magyarok Vására Üzenőfal Facebook csoportban 183 helyi kistermelő szerepel, viszont a kérdőívre csak 9 darab kitöltés érkezett. Az alacsony kitöltöttségre való tekintettel úgy döntöttem, hogy nem szerepeltetem szakdolgozatomban az eredményeket ábrázoló diagramokat, mivel véleményem szerint nem szolgál hiteles információforrásként. A 25 kérdésből álló kérdőívre érkezett eredményeket a szakdolgozat végén mellékletként csatolom (3. melléklet), az eredményeket csak tájékoztató jellegű információként említem meg a Következtetések, javaslatok fejezetben.

5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

1. A REL HELYZETE MAGYARORSZÁGON

Az Európai Unióhoz történt csatlakozásunkat követő ágazati átstrukturálódás új feladatokat és elvárásokat állított a magyar mezőgazdasággal szemben. Megállapítható, hogy a helyi termékek piacra juttatása és piacon tartása nem egyszerű dolog. Nehézséget okoz, hogy a REL és a helyi termékértékesítés sikereit jelentősen korlátozza a jogszabályi környezet. Magyarországon elég körülményes, jogszabályokkal erőteljesen korlátozott a helyi élelmiszerek értékesítése, amelyek betartása jelentősen nagy mértékben hozzájárul a helyi élelmiszer-előállítók relatív alacsony számához, így ezáltal a helyben előállított termékek magasabb fogyasztói árához. A hazai tapasztalatok alapján egyaránt a REL-ben résztvevő termelők számára a piacok a legfontosabb közvetlen értékesítési csatorna. A piacoknak viszont nincsenek jól elkülöníthető, teljes egészében homogén kategóriái, illetve sokszor régióként más-más helyi jellegzetességekre és kulturális értékrendre kerül a hangsúly.

Annak ellenére, hogy a REL-ben értékesített termékek iránt növekedni látszik a fogyasztói és üzleti partneri kereslet, a termelői termékek iránt elkötelezett vásárlói csoport sajnos még mindig csak egy szűk vásárlói réteget jelent hazánkban.

2. Egerben és környékén tevékenykedő REL szereplők helyzete

Egerből és környékéről 3 REL szereplőt vizsgáltam meg alaposabban. Buda Sándor sajtimestert, Miklós Nándor borászt és Petős Zsolt méhészt és méztermelőt. Mindhármuk termékét megkóstoltam, készségesen megmutatták tevékenységük helyszínét. Elmondhatom, hogy mindhárom mezőgazdasági őstermelő kiváló termékeket állít elő. A csomagolás, melyben forgalomba hozzák termékeiket, minden hatályos jogi előírásnak és szabványnak megfelel, elmondható, hogy egyszerűek és célratorók. A fő figyelem a kínált termékekre, nem pedig a marketingeszközök túlzott alkalmazására összpontosít. Buda Sándor kivételével, sem Miklós Nándor, sem Petős Zsolt nem jelenített meg reklámanyagot, nem üzemeltet közösségi felületeken információs oldalt és saját logóval sem rendelkeznek. Az egyetlen elérhetőség hozzájuk – és rajtuk keresztül az általuk előállított helyi termékekhez – egy telefonszám, melynek felhívásával érdeklődhetünk a termékek elérhetőségéről, árairól és átvételi helyeikről. Természetesen, más területeken is tevékenykedő kistermelőket is szerettem volna alaposabban megismerni Egerben és környékén, de az alapos előkészítés, a részükre gondosan összeállított kérdéssor és a szakmai szempontból is ideális időben és helyen közzétett kérdőívre sajnos, többszöri tiszteletteljes kérésre sem érkezett elég válasz több helyi kistermelőtől, csak 9 fő töltötte ki a kérdőívet. Az alacsony kitöltöttségre való tekintettel úgy döntöttem, hogy nem szerepeltetem szakdolgozatomban az eredményeket ábrázoló diagramokat, mivel véleményem szerint nem szolgál hiteles információforrásként. A 9 kitöltő válaszaiból kiderül, hogy többségében mezőgazdasági őstermelőként folytatja tevékenységét. Többségük saját facebook oldalt és saját logót használ termékeik népszerűsítésére. Termékeik ismertebbé tételére többségük nem vesz igénybe semmilyen partneri segítséget, valamint nem tagjai semmilyen szervezetnek vagy egyesületnek. Termelési/termék-előállítási folyamataik jellemzően folyamatosak, bizonyos termékek esetében idényjellegűek, saját fogyasztói célcsoportjuknak a helyi piacokat tartják. Fogyasztói visszajelzéseket többségében személyesen fogadnak, a visszajelzéseket igyekeznek figyelembe venni. A válaszadók többségében 31-50 év közötti hölgyek. Iskolai végzettségük érdemben középszintű, párkapcsolati státuszuk többnyire házas. Lakóhelyük falvak/községek és kisvárosok/városok, ahol 2-5 fő közötti háztartást tartanak fenn.

3. A FOGYASZTÓK VÉLEMÉNYE A HELYBEN ELŐÁLLÍTOTT ÉLELMISZEREKRŐL ÉS A HELYI KISTERMELŐKRŐL

A témában végzett fogyasztói kutatásom eredménye egyértelműen azt igazolta, hogy a vásárlás során a legtöbb vevő számára a termékek ára az egyik legfontosabb szempont. Általánosságban elmondható, hogy a válaszadók próbálnak odafigyelni az egészséges étkezésre, viszont a jelenlegi hazai gazdasági helyzet alapján van rá esély, hogy nem fog növekedni a zömében magasabb árkategóriájú termelői termékek iránti fizetőképes kereslet. A kérdőív eredményei alapján elmondható, hogy a válaszadók érdeklődnek a helyi termékekről és a termék-előállítókról. A válaszadók az elmúlt évben jellemzően 10.001 – 50.000 Forint közötti értékben vásároltak helyi élelmiszert. Bebizonyosodott, hogy a válaszadók rendkívül alacsony százaléka szerzi be helyi kistermelőtől a zöldséget, gyümölcsöt, a tejtermékeket és pékárukat. A legnépszerűbb és legnagyobb mértékben vásárolt helyben előállított termék a méz. A visszajelzések alapján a fogyasztók jelentős része rugalmatlannak ítélik meg a kistermelőket, ugyanis termékpalettájuk nem követi az általános népegészségügyi mutatókat. Megjegyezték, hogy a helyi kistermelők által előállított termékekre véleményük szerint termék-specifikus élelmiszerbiztonsági szabályozás nem vonatkozik, így szerintük félrevezető lehet a fogyasztók számára az a narratíva, miszerint a helyben előállított élelmiszerek egészségesebbek. Véleményük szerint a helyi kistermelők nem tudják olyan szinten promótálni termékeiket, mint a nagyobb diszkontok, emellett a médiabeli reprezentálásuk sem összehasonlítható a konkurenciával. Ezek miatt lehetnek kevésbé népszerűek, mint a bevásárlóközpontok, akiknek a sokkal nagyobb anyagi keretük miatt több lehetőségük van a vásárlók bevonására.

4. JAVASLATAIM

A REL szereplők problémáinak enyhítését segítené az értékesítési csatornák változatos és kreatív használata, valamint a jogszabályi környezet frissítése, átláthatóbbá és egyszerűbbé tétele, melyhez aktív kormányzati szándéokra és folyamatos szakmai és társadalmi egyeztetésre lenne szükség. Mindez jelentős képzési igénnyel is jár, de még így sem kerülhető meg, hogy megfelelő szakmai kompetenciákkal rendelkező szervezetek segítsék a helyi termelőket az egész termékpályán. Javaslatom szerint egy átfogó Agrárminisztériumi kampány keretében felül lehetne vizsgálni egy adott térségben lévő kistermelők helyzetét, így célzott helyi anyagi és szakmai támogatásokkal megújulhatnának és fejlődhetnek.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozatom szemlélteti, hogy a rövid ellátási láncok társadalmi berendezkedésünk olyan részét képezik, mely generációk óta nagyban befolyásolta és befolyásolja mai napig a helyi és térségi gazdasági mutatók alakulását. Felgyorsult életünkben sajnos szükségszerű az élelmiszer gyors előállítása adott helyen, időben és mennyiségben. A bolygó egyes részén kialakult túlnépesedés, túlfogyasztást generál az alapvető élelmiszerekből, mely átírta az azt megelőző időszak végéig ismert agráriumi törvényszerűségeket. Az európai és amerikai agrárgazdaságok, valamint élelmiszerláncok a globalizáció hatására nagymértékben átalakultak, mint méretüket és elérhetőségüket tekintve. A folyamatos gépesítés és fejlesztések miatt, az élő vidéki munkaerőre való igény nagymértékben visszaesett, a gazdaságok termelése nagymértékben megnőtt, míg a háztáji termelés visszaesett. A globalizációban a nagy nyertes multinacionális bevásárló központok és a nagy vesztes kisboltok mellett a hagyományos piac képes volt a pozícióit jórészt megőrizni. A rövid ellátási láncok elterjedése vagy inkább újra felfedezése a 80-as évek első felében indult el, a termelők válasza volt ez, ami a kereskedelem túlzott haszonlefölözése elleni próbálkozásokból nőtte ki magát. A haszon nagyobb része akkor maradhat a termelők zsebében, ha az értékesítési láncot sikerül kellően rövidre szabni. A legrövidebb út természetesen az, ha a termelő és a fogyasztó közvetlenül, fizikálisan is találkozik. Ez pedig mindkét fél számára kölcsönös előnyöket és további pozitív externáliákat eredményez, helyi társadalmi, gazdasági, környezeti és kulturális hatásai is említést érdemelnek. Magyarországon – köszönhetően széleskörű gasztrokulturális értékeinek – nagy népszerűségnek örvendenek a helyben előállított és háztáji termékek. Dolgozatomban megvizsgáltam a rövid ellátási láncok mai helyzetét Magyarország és szűkebb hazám – Eger és környéke - viszonylatában. Megállapításra került, hogy a helyi termékek piacra juttatása és piacon tartása nem egyszerű dolog. Nehézséget okoz, hogy a REL és a helyi termékértékesítés sikereit jelentősen korlátozza a jogszabályi környezet. Annak ellenére, hogy a REL-ben értékesített termékek iránt növekedni látszik a fogyasztói és üzleti partneri kereslet, a termelői termékek iránt elkötelezett vásárlói csoport sajnos még mindig csak egy szűk vásárlói réteget jelent hazánkban. Az elkötelezett vásárlói csoport kialakulását segítené az értékesítési csatornák változatos és kreatív használata, valamint a jogszabályi környezet frissítése, átláthatóbbá és egyszerűbbé tétele, melyhez aktív kormányzati szándékra és folyamatos szakmai és társadalmi egyeztetésre lenne szükség.

7. IRODALOMJEGYZÉK

7.1. NYOMTATOTT FORRÁS

1. AGRISHORT (2017): Rövid élelmiszerláncok kialakítási lehetőségeinek vizsgálata Somogy és Zala megyében. Készítette: Balatoni Integrációs Nonprofit Kft.
2. ARTIM KATALIN, BOKROS KATALIN, CSESZLAI ISTVÁN, DENE ORSOLYA, KISS ANDREA, SOMOGYVÁRI VILMOS, FODOR ZOLTÁN, JUHÁSZ ANIKÓ, KEMÉNY GÁBOR, KESZTHELYI KRISZTIÁN, KRÁNITZ LÍVIA, LAPOS TAMÁS, LEGÉNY ÁGNES, MAGÓCS KRISZTINA, PAPP GERGELY, PALAKOVICS SZILVIA, PÓCSI GABRIELLA, REGŐS JÁNOS, REZNEKI RITA, SÁNTA EDINA (2015): Vidékfejlesztési Program kézikönyv. Kiadja: Nemzeti Agrárgazdasági Kamara.
3. ASPERGIS, S.-ELEFThERIOU, N. (2017): The Role of honey production in Economic Growth. International Journal of Agriculture Economics, pp. 154-159.
4. BENEDEK ZSÓFIA (2014): A rövid ellátási láncok hatásai. Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont
5. BENEDEK ZSÓFIA, BALÁZS BÁLINT (2014): A rövid ellátási láncok szocioökonómiai hatásai.
6. BENEDEK ZSÓFIA, FERTŐ IMRE (2015): Miért választják a termelők a rövid ellátási láncokat? Statisztikai Szemle, 93. évfolyam 6. szám.
7. BUDAY-SÁNTHA ATTILA (2011): A közvetlen termelői értékesítés szerepe, jellemzői. Gazdálkodás 55. évfolyam, 7. szám, 680-687 oldal.
8. CSABA GYÖRGY, RUSVAI MIKLÓS, PAULUS PETRA, PÉNZES BÉLA, FAIL JÓZSEF, SZABÓ ÁRPÁD, VÉTEK GÁBOR (2017): Környezetterhelési Monitorvizsgálat. OMME, ISSN 2062-9915.
9. CSORBA JÓZSEF (2014): Méhészet üzleti terv. Európai Unió társfinanszírozásával valósult meg.
10. DUDÁS ROLAND (2015): Egy méhészeti vállalkozás megvalósíthatósága.
11. ENGELSDORP, M.D.-MEIXNER, D. (2010): A historical review of managed honey bee populations in Europe and the United States and the factors that may affect them. Journal of Invertebrate Pathology, pp.80-95.
12. ÁRVÁNE VÁNYI GEORGINA (2011): A mézpiac marketing szempontú elemzése különös tekintettel a fogyasztói és vásárlói magatartásra. Debrecen, Doktori PHD értekezés.

13. GUNDA BÉLA (1948): A magyar gyűjtögető és zsákmányoló gazdálkodás kutatása. Budapest
14. JENNIFER JENSES (2010): Local and Regional Food Systems for Rural Futures. RUPRI Rural Futures Lab, Foundation Paper No. 1.
15. JUHÁSZ ANIKÓ, MÁCSAI É., KUJÁNI K., HAMZA E., GYŐRE D. (2012): A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest.
16. KÁRPÁTI LÁSZLÓ, CSAPÓ ZSOLT, VÁNYI ÁRVÁNÉ GEORGINA (2009): Innovation and rural development: The solution for the Hungarian Bee-keeping sector.
17. KSH (2016): A hazai mezőgazdaság teljesítménye 2015-ben. Statisztikai tükör.
18. KSH (2017): Magyar Statisztikai Évkönyv, 2016. ISSN 1215-7864
19. NÉBIH (2012): 8. számú tananyag A helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről szóló 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet (Magyar Közlöny 2012/68.) a vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról szóló 55/2009. (III. 13.) Kormányrendelet (Magyar Közlöny 2009/30.) és a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről készítette: Élelmiszer-forgalmazás Felügyeleti Osztály/Élelmiszer- és Takarmánybiztonsági Igazgatóság.
20. RÉTHY KATALIN, DEZSÉNY ZOLTÁN (2013): Közösség által támogatott mezőgazdaság. Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet Kiadó.
21. SZABÓ DOROTTYA (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon. Acta Carolus Robertus, 4. évfolyam 2. szám, pp. 109-118

7.2. ELEKTRONIKUS FORRÁS

1. <https://kisleptek.hu/tudastar/rel-hub/mi-a-rovid-elelmiszer-lanc-rel-es-miert-jo/>
letöltés:2022.03.02.
2. <http://www.nemesvamos.hu/fejleszteseink-gazdasag/jovokep-fejleszteseink/rovid-ellatasi-lanc-rel> letöltés: 2022.04.04.
3. <https://kormany.hu/hirek/novekszik-a-hazai-termek-aranya-a-kozetkeztetesben>
letöltés: 2022.04.06.
4. CLXIV. törvény a kereskedelemről (2005)
<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A0500164.TV>, letöltés: 2022.04.11.

8. TÁBLÁZATOK ÉS ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. ábra: REL csatornák – termelő és termelők csoportosulása.....	3
2. ábra: Rövid ellátási láncok szintjei.....	2
3. ábra: Rövid ellátási láncok szereplői és jellemzőik.....	5
4. ábra: Eger és környék.....	16
5. ábra: BudaFarm Sajtműhely logó.....	19
6. ábra: BudaFarm Sajtműhely stand.....	19
7. ábra: Miklós Nándor és Ferenc Pince.....	21
8. ábra: Pályázat keretében vásárolt új alumínium hordók.....	22
9. ábra: Petős Zsolt méhcsaládok 2022. áprilisban.....	23
10. ábra: Eger Piac tavasszal.....	24
11. ábra: Eger Kisasszony Piac tavasszal.....	25
12. ábra: Eger Magyarok Vására 2020 nyarán.....	26
13. ábra: Helyi kézműves termékek az egri Magyarok Vásárán.....	27
14. ábra: Vallusné Farkas Andrea és Hornyák István.....	28
15. ábra: Háztartás-vezetésére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	29
16. ábra: Ételkészítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	30
17. ábra: Ételkészítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	30
18. ábra: Élelmiszerek fogyasztási gyakoriságára vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	31
19. ábra: Élelmiszerek vásárlási gyakoriságára vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	31
20. ábra: Bevásárlólista készítésre vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	32
21. ábra: Helyi élelmiszer termelőkre vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	34
22. ábra: Helyi piacon történő vásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	34
23. ábra: Vásárlási helyre vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	35
24. ábra: Helyi termékek kínálatára vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	35
25. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	36
26. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	36
27. ábra: Helyi termékek előnyben részesítésére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	37
28. ábra: Élelmiszervásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	38
29. ábra: Helyi élelmiszer-vásárlásra vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	38
30. ábra: Koronavírus-pandémiára vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	39
31. ábra: Válaszadó nemére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	39

32. ábra: Válaszadó életkorára vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	40
33. ábra: Válaszadó iskolai végzettségére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	40
34. ábra: Válaszadó lakóhelyére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	41
35. ábra: Válaszadó háztartására vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	41
36. ábra: Válaszadó jövedelmére vonatkozó kérdésre adott válaszok.....	41

9. NYILATKOZATOK

NYILATKOZAT

Alulírott **VALLUS BALÁZS ISTVÁN**, büntetőjogi felelősségem tudatában kijelentem, hogy az általam benyújtott, **RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCOK** **ELEMZÉSE EGER ÉS KÖRNYÉKE VISZONYLATÁBAN**, című szakdolgozat (diplomadolgozat) önálló szellemi termékem. Amennyiben mások munkáját felhasználtam, azokra megfelelően hivatkozom, beleértve a nyomtatott és az internetes forrásokat is.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozat/diplomadolgozat elektronikus példánya a védelem után a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtárába kerül elhelyezésre, ahol a könyvtár olvasói hozzájuthatnak.

Kelt:..... **EGER**, **2022** év **ÁPRILIS** hó **02** nap.



aláírás

Konzultációs nyilatkozat

Hallgató neve: Vallus Balázs István
Szak, szakirány: kereskedelem és marketing szak
Konzulens tanár neve: Dr. Domán Szilvia

Az első személyes konzultáció

Időpont: 2021. 09. 30.

Téma: Téma egyeztetés, a dolgozat szerkezete.

A konzulens tanár aláírása:

A második személyes konzultáció

Időpont: 2022. 02. 03.

Téma: A kutatás irányai. Az irodalmi feldolgozás ellenőrzése. A primer kutatás terve, kérdőív egyeztetés.

A konzulens tanár aláírása:

A harmadik személyes konzultáció

Időpont: 2022. 04. 15.

Téma: Konklúziók, a dolgozat véglegesítése.

A konzulens tanár aláírása:

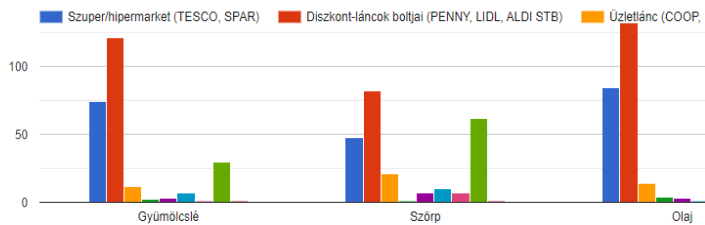
A nyilatkozatot a szakdolgozathoz kötelezően csatolni kell!

10. MELLÉKLETEK

1. melléklet

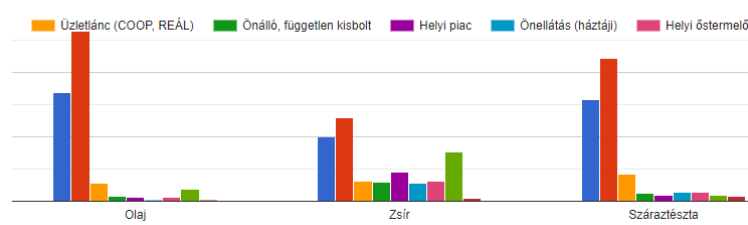
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



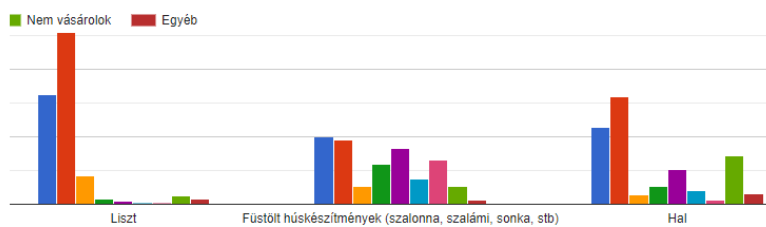
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



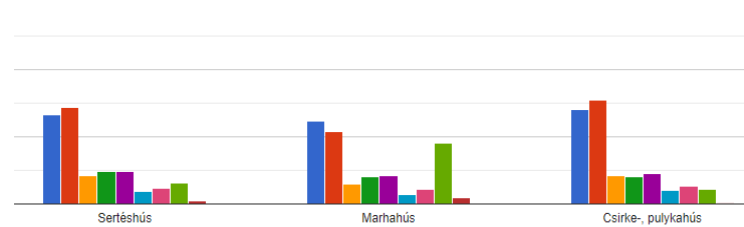
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



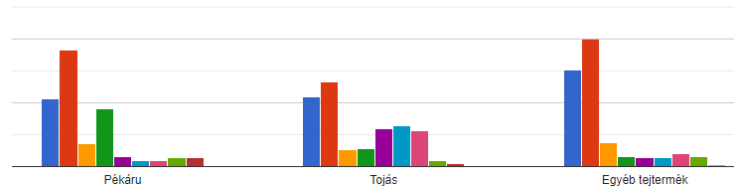
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



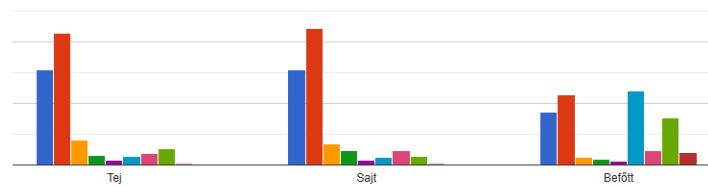
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



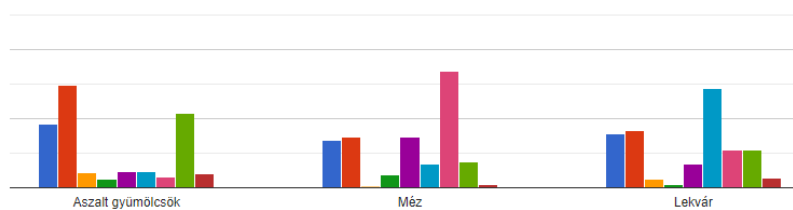
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



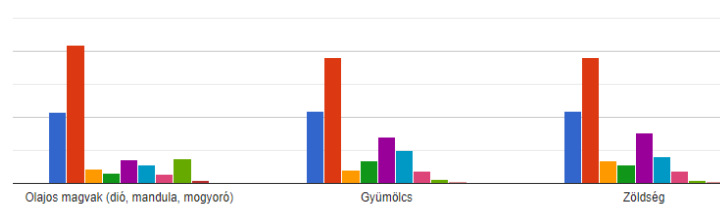
7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy

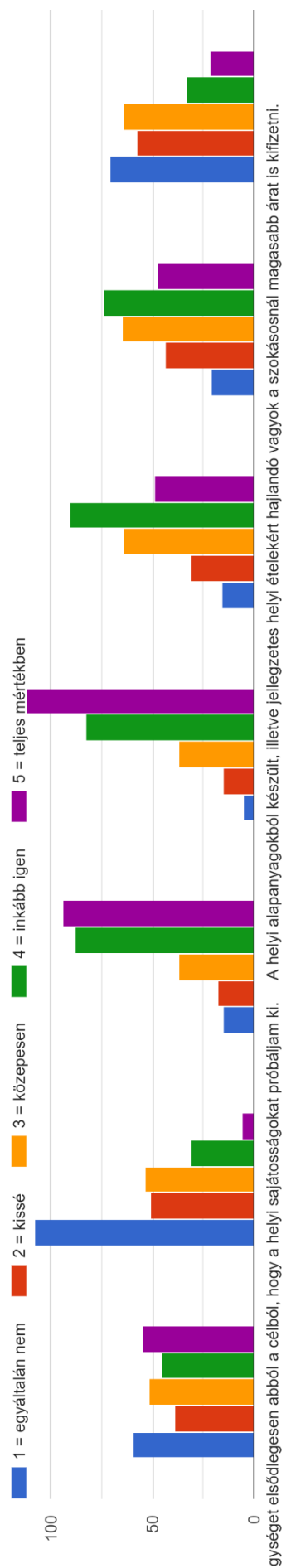


7. Honnan szerzi be általában az élelmiszereket?

Copy



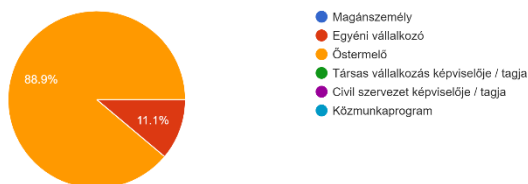
15. Mennyire jellemzik Önt az alábbi állítások?



3. melléklet

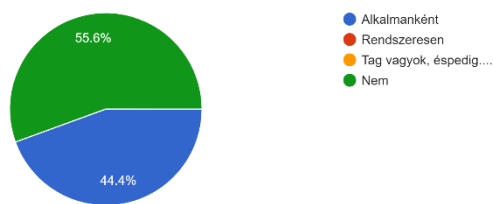
1. Mi az Ön tevékenységének működési formája?

9 responses



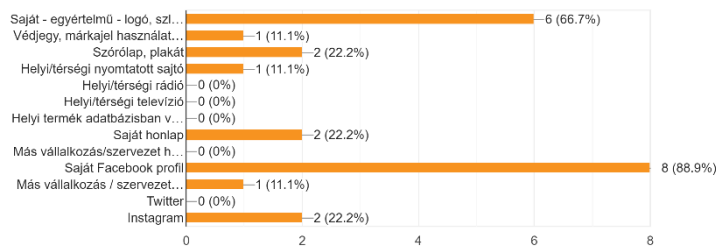
3. Igénybe vesz-e valamilyen partneri segítséget termékei népszerűsítésére?

9 responses



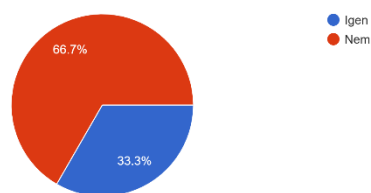
2. Milyen eszközöket használ termékei ismertebbé tételéhez? (Több válasz is jelölhető!)

9 responses



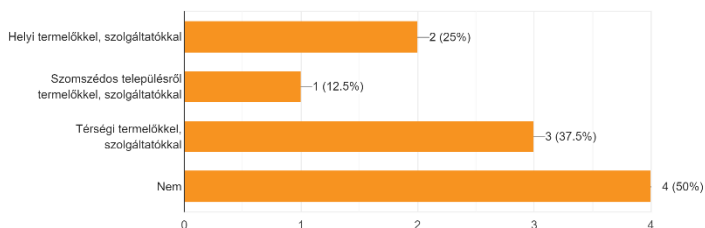
4. Rendszeres tagja-e szervezetnek, vagy egyesületnek? (Ha az előző kérdésben NEM választ adott, akkor nem szükséges megválaszolni!)

6 responses



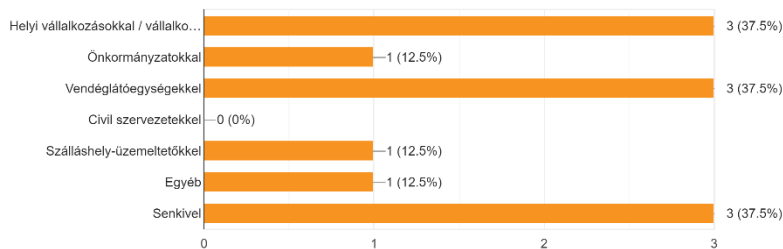
5. Termelő és/vagy értékesítő tevékenységéhez partneri viszonyban áll-e valakivel? (Több válasz is jelölhető!)

8 responses



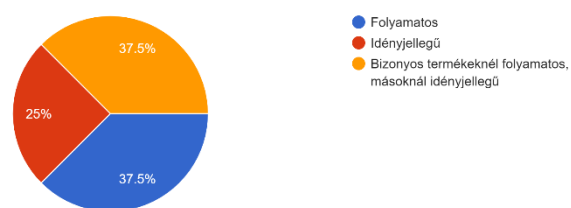
6. Kérem jelölje meg, hogy kivel van aktív együttműködési viszonya! (Több válasz is jelölhető!)

8 responses



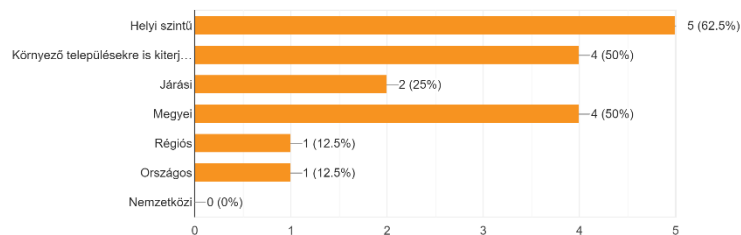
7. Az Ön termelési/termék-előállítás folyamata jellemzően...

8 responses



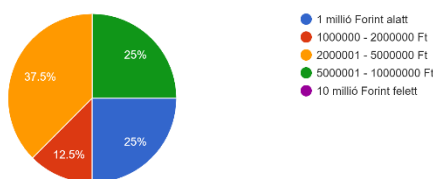
8. Mely piacot tartja saját célcsoportjának? (Több válasz is jelölhető!)

8 responses

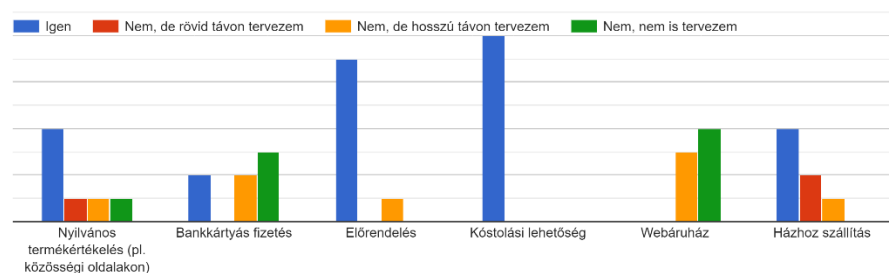


9. Milyen volumenű a termelése éves szinten?

8 responses

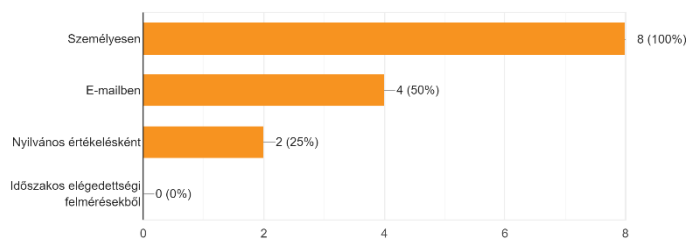


10. Biztosítja-e fogyasztói számára az alábbi szolgáltatásokat?



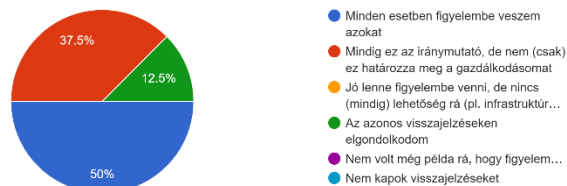
11. A fogyasztói visszajelzések a termékről jelenleg milyen módon jutnak el Önhöz?

8 responses

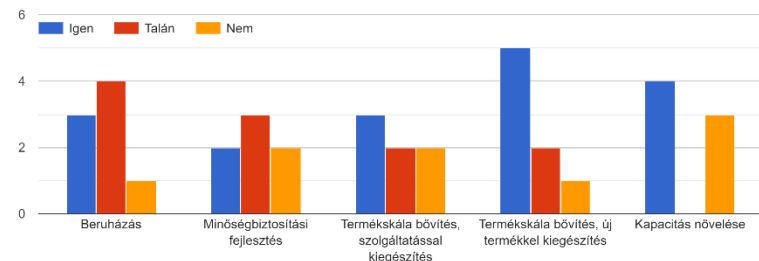


12. A fogyasztói visszajelzések tapasztalatai a termék vagy a termékportfólió kialakítását befolyásolják-e?

8 responses

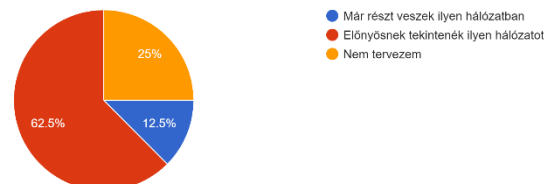


13. Tervezi-e a következő öt évben tevékenysége bővítését?



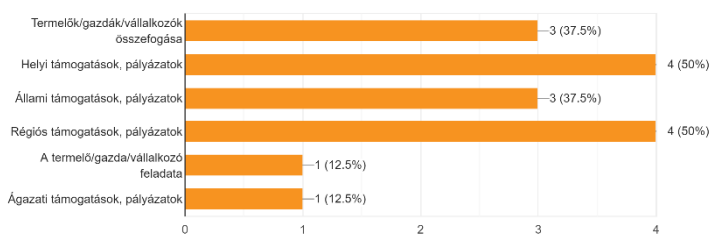
14. Csatlakozna-e a helyi termékek és szolgáltatások iránti igény növelése céljából turisztikai hálózatokhoz?

8 responses



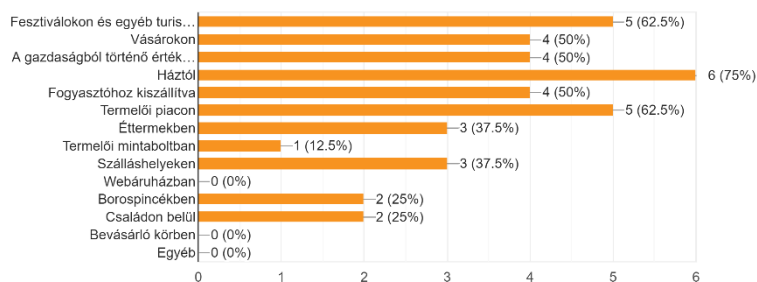
15. A helyi termékek ismertségének növelése és piacrajutásának megkönnyítése érdekében kitől várna segítséget?

8 responses

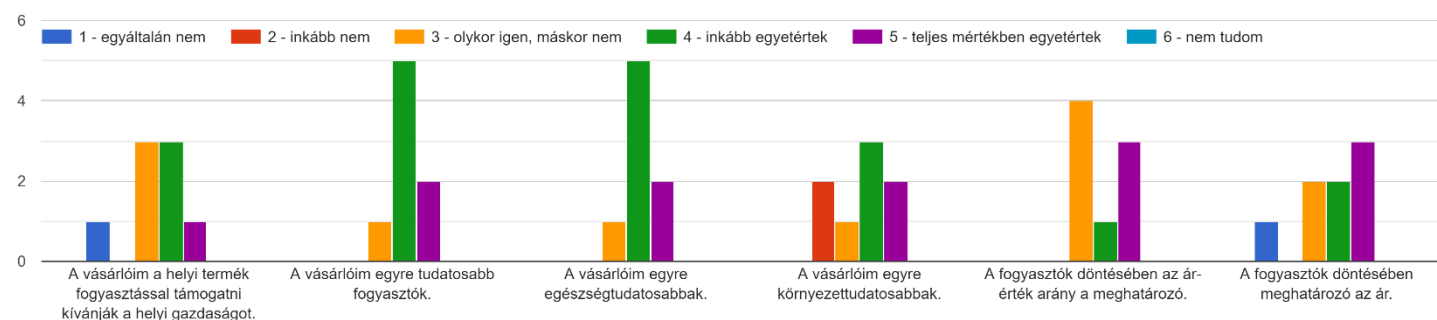


17. Hol érhetőek el termékei a fogyasztók számára?

8 responses

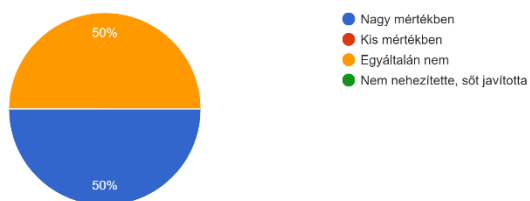


16. Mi a véleménye a fogyasztókról? Mennyire ért egyet az alábbi állításokkal?



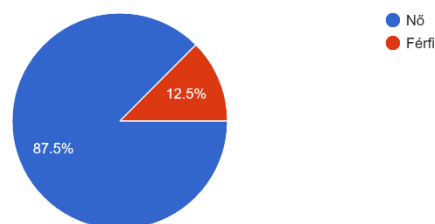
18. Véleménye szerint a koronavírus-pandémia milyen mértékben nehezítette az Ön tevékenységét, termékeinek értékesítését?

8 responses



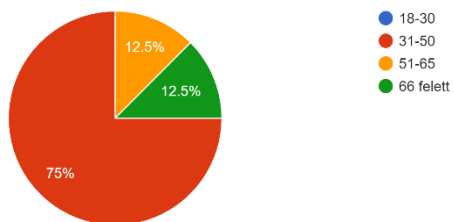
19. Kérem adja meg a nemét!

8 responses



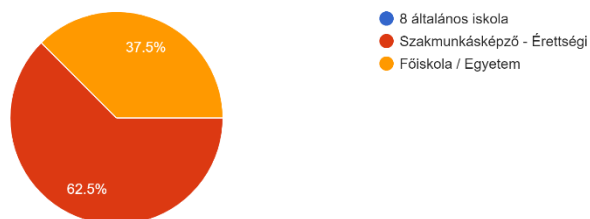
20. Kérem adja meg az életkorát!

8 responses



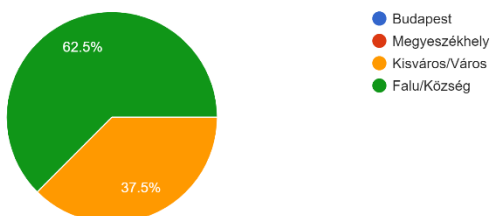
21. Kérem adja meg a legmagasabb iskolai végzettségét!

8 responses



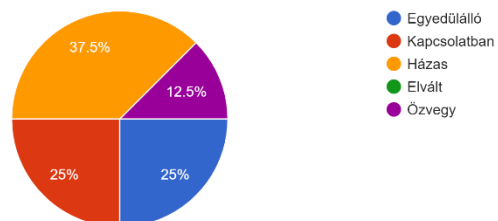
22. Kérem adja meg az életvitelszerű lakóhelyét!

8 responses



23. Kérem adja meg a jelenlegi kapcsolati státuszát!

8 responses



24. Kérem adja meg a háztartásában életvitelszerűen élő személyek számát!

8 responses

