



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Budai Campus

**Bor- és gasztroturizmus management szakirányú tovább-
képzési szak**

Az olasz Agriturismo adaptálási lehetőségei Békés megyében

Belső konzulens: Dr. Kovács Gyöngyi
egyetemi adjunktus

**Belső konzulens
intézete/tanszéke:** Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
Fenntartható Turizmus Tanszék

Készítette: Gyenge Edit

Budai Campus

2024

Tartalomjegyzék

Bevezetés és célkitűzések	1
1. Szakirodalmi áttekintés	5
1.1 Lassú turizmus	6
1.2 Falusi turizmus	10
1.3 Agroturizmus	12
1.4 Fenntarthatóság	15
2. Az agroturizmus szempontjából vizsgált területek	18
2.1. Toszkána bemutatása	18
2.2. Békés vármegye és Orosháza bemutatása	19
2.3. A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség Erasmus programjának bemutatása	21
3. Jó gyakorlatok, gyakorlatok és tapasztalatok az olasz és magyar agroturizmusban	25
3.1. Borok az agroturizmusban	25
3.1.1. Borok és olívaolaj előállítása, jó gyakorlatok Toszkánában	25
3.1.2. Borok az Alföldön	26
3.2. Állattenyésztés, sajtkészítés az agroturizmusban	27
3.2.1. Állattenyésztés, sajtkészítés és vendégfogadás az agroturizmusban, Toszkán modell	27
3.2.2. Állattenyésztés, sajtkészítés és vendégfogadás az agroturizmusban, Békés vármegyei példa	28
3.2.3. Állattenyésztés, húsfeldolgozás Toszkánában	29
3.2.5. Húsműhely, ami a Gádorosi Települési Értéktár része	30
3.3. Gabonatermelés az agroturizmus szolgálatában	31
3.3.1. Liszt előállítása őszi gabonafajtákból Toszkánában	32
3.3.2. Tradicionális kézműves tészták Orosházán	32
3.4. A hálózatosodás fontossága az agroturizmusban	33
3.4.1. Hálózatosodás a fenntartható fejlődésért Toszkán példa	33
3.4.2. Az agroturisztikai összefogás bölcsője, avagy a Kiskosár Kézműves Kisbolt törekvései a helyi értékek bemutatására	34
4. Anyag és módszer	39
4.1. A vizsgálat tárgya és célja	39
4.2. Kutatási kérdések	39
4.3. Az alkalmazott kutatási módszerek bemutatása	39
4.4. A kutatás eredményei	40
5. Kutatás	41
5.1. Interjúk	41

6. Az agroturizmus fejlesztésével kapcsolatok következtetések és javaslatok a vizsgált területen	48
Összegzés	49
Köszönetnyilvánítás	51
Felhasznált irodalom.....	52
Online források.....	55
Ábrajegyzék.....	56
Táblázatjegyzék	56
Mellékletek	57
Nyilatkozatok	58

„A turizmus valódi változást hozhat a vidéki közösségek számára, munkahelyeket teremthet, támogathatja a vállalkozásokat, ünnepelheti és védheti a hagyományokat.”

ENSZ Turisztikai Világszervezete

Bevezetés és célkitűzések

Az emberiség történetében körülbelül 10 ezer évvel ezelőttre tehető a mezőgazdaság kialakulása, ami valójában a földművelés és állattenyésztés megkezdésével indult, mely által az ember alkalmassá vált növényi és állati nyersanyagok előállítására. Ennek köszönhetően letelepedhetett, mert megfelelő élelmiszerrel tudta ellátni a falvak, városok lakóit. A folyamat által lehetővé vált az áruk és eszközök felhalmozódása és a munkaerő különböző formájú specializálódása. Ezt követően létrejöttek a nagyobb, fejlettebb társadalmak. A mezőgazdaság miatt fejlődésnek indultak a városok, valamint a különböző régiók és embercsoportok közötti kereskedelmi kapcsolatok, az emberi társadalmak és kultúrák. A mezőgazdaság az ipari forradalom előtti és utáni évszázadok során a gazdaság egyik fontos szegmense volt (Bakers, dátum nélk.). Megjelenik az utazás lehetősége is, amit kezdetben a kereskedelem indokolt, melyhez kapcsolódóan már az ókorban kialakultak a kereskedelmi szálláshelyek, ahol a kereskedők, hírvivők, futárok szállhattak meg. Az úthálózat fejlesztésével megjelentek az utak mellé telepített fogadók is.

Az ipari forradalom olyan vívmányainak, mint a vonat vagy gőzhajó, köszönhetően egyre többen utazhattak különböző okok miatt. A technikai fejlődést követték a társadalmi változások, kialakult az igény a kirándulásokra, családi üdülésekre is.

A XX. századot, már nevezhetjük a tömegturizmus korának, ahol az utazás, már nem csak a kiváltságosok lehetősége volt. A XXI. században pedig már a világ gazdaság legjelentősebb területévé nőtte ki magát a turizmus, aminek számos formája alakult ki. A legnépszerűbbek napjainkban a kulturális-, sport-, egészség-, és a kaland turizmus. A turisztikai termék lényege a vonzerő. Az idegenforgalmi termék valójában egy kínálati halmaz, amelyben a kereslet igényeit kielégítő szolgáltatások találhatók (Michalkó, 2016.).

A turisztikai termék több, mint szolgáltatás. Látnivalókra épülő, szállást, programokat és egyéb kiegészítőket is kínáló élménycsomag, ami versenyképes a piacon. A sikerhez kulcs az egyediség, a minőség, a fenntarthatóság és a vendégek igényeinek teljes körű kielégítése.

Diplomadolgozatomban a turizmus egy speciális formáját mutatom be, amit Olaszországban ismertem meg, és ami Magyarországon jelenleg még gyerekcipőben jár, mivel hazánkban jelenleg csak 2200 termelő nyújt turisztikai szolgáltatást is (Bauer, 2024).

A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség edukációs programján keresztül mutatom be, a Toszkán gazdálkodók jól működő vállalkozásait és összefogását, melyek célja, hogy a gasztronómiához köthető különböző szektorokat és azok szereplőit egymáshoz közelítse, szemléletűket formálja. A projekt megvalósításához az Erasmus+ programon keresztül kaptak Európai Unió forrást. 2022-ben vettem részt az egyik ilyen tanulmányúton, ahol az olasz agroturizmus működését ismerhettem meg az út résztvevőivel együtt, a projektben résztvevőkkel együtt. Az egy hetes program tematikájának segítségével mutatom be az ott megismert jó gyakorlatokat és megvizsgálom, hogy lakhelyemen, Békés vármegyében milyen hasonló vállalkozások működnek, melyek fejlesztésével lenne kialakítható egy a Toszkán modellhez hasonló jól működő, turisztikai vonzerőt kínáló összefogás. Nagy hatással voltak rám az Olaszországban tapasztaltak, melyek arra motiváltak, hogy jelentkezzek a MATE Bor- és gasztroturizmus szakmenedzser képzésére is. Dolgozatomban bemutatok több kézműves vállalkozást is Orosháza és vonzáskörzetének területéről, melyek már végeznek valamilyen turisztikai szolgáltatást is, vagy a jövőben alkalmasak lehetnek arra, hogy ilyen jellegű tevékenységet folytassanak. A bemutatásra kerülő, elsősorban kézműves vállalkozásokat a helyi Kiskosár Kézműves Bolt beszállítói közül választottam ki.

Nem idegenek számomra a turizmussal kapcsolatos ismeretek, de egyetemi tanulmányaim segítettek abban, hogy hogyan tudom rendszer szinten vizsgálni az összefüggéseket, így dolgozatomban már ebből a szemszögből közelítettem meg ezt a témakört.

Ismereteimet elsősorban lakóhelyem és környéke turisztikai fejlesztésében szeretném kamatoztatni, célom, hogy segítséget tudjak nyújtani a termelőknek, hogy olyan értékeket, attrakciókat állítsanak elő, mely felkelti a turisták érdeklődését is.

Békés vármegye az Alföld keleti részén található, főként sík területeket magában foglaló földrajzi és közigazgatási egység. A területet magas napsütéses órák jellemzik, azonban kevés az

erdős terület és felszín alatti ásványkincsek hiánya is jellemző. Ugyanakkor rendelkezik olyan jelentős kiterjedésű, jó minőségű és gazdaságosan megművelhető földterületekkel, amelyek tradicionálisan az agrárium fontos szereplői. A nagy mezőgazdasági igénybevétel miatt a talajok erőteljesen terheltek.

Békés vármegye gazdasága elmarad az országos átlagtól, kevésbé dinamikus. A társas vállalkozások száma alacsony, és a foglalkoztatási-, gazdasági aktivitási mutatók is alacsonyabbak az országos átlagnál. A vármegyében alacsony a gazdasági teljesítmény, a tőkehiányos vállalkozások technológiai fejlődése lassú, és nem jellemző a vállalkozások közötti együttműködés.

A térség fő gazdasági ága, a kiváló minőségű termőterületeknek köszönhetően a mezőgazdaság, melynek eredményeként a szántóföldi művelés dominál. Annak ellenére, hogy a termékek minősége kiváló, az értékesítésük gyakran problémát okoz. Ezen túlmenően, az agráriumhoz nem társul megfelelő feldolgozóipari kapacitás sem, illetve turisztikai értéket sem képvisel.

A kedvező táji adottságok, továbbá a gyógy- és termálvizek, valamint a gazdag helyi kulturális örökség, beleértve a gasztronómiát és a kézművességet, elősegítik egy erős, nemzetközi viszonylatban is versenyképes, környezetileg fenntartható megyei turisztikai szektor kialakulását. Az aktív turisztikai lehetőségek, mint például a kerékpározás, vízi sportok, lovaglás, horgászat és vadászat, már kiépített alapot biztosítanak ehhez. A kereskedelmi szálláshelyek adatai kedvezően alakultak az elmúlt években, bár a látogatók túlnyomórészt belföldről érkeztek. Annak ellenére, hogy a turizmusnak fontos szerepe van a megye gazdaságában, a járványhelyzet különösen súlyosan érintette ezt a szektort. Elkészült Békés Megye Területfejlesztési Konceptiója 2021-2030, melyben megemlíti a turizmus fejlesztésének fontosságát, de a felsorolásban az agroturizmus nem szerepel. (Békés Megye Területfejlesztési Konceptiója 2021-2030.)

Folyamatosan figyelemmel kísérem Békés vármegye turisztikai fejlesztését. 2024-ben a 46. Utazás kiállítás díszvendége Gyula és Békés vármegye volt. Ez is azt bizonyítja, hogy a régió folyamatosan fejleszti és keresi a megfelelő kitörési pontokat, hogy sikeres, jól működő vállalkozások tudjanak működni és minél több turisztikai attrakció váljon elérhetővé. Ehhez azonban más, komplexebb környezetbe kell pozicionálni az épülő, fejlődő vállalkozásokat, nagy hangsúlyt fektetve a környék nyújtotta egyéb lehetőségekre. 2023-ban a Wenckheim kerék-

párút elnyerte a megtisztelő „Év kerékpárútja” címet. Az Utazás Kiállításon Békés város polgármestere, Kálmán Tibor bejelentette, hogy egy olyan turisztikai attrakciót fejlesztenek, mely egyedülálló vízi és kerékpáros útvonalat alakít ki Gyulától egészen Csongrádig. Ezekhez a tervekhez remekül illeszkedne egy olyan agrár kistermelői vendéglátó hálózat, mely többféle kapcsolódást tud nyújtani az ide érkező vendégeknek. Összefogásra kell törekedni a helyi termelőkkel, vállalkozásokkal és együtt dolgozni egy közös célért. Az általam Olaszországban megismert modell is pontosan erről szólt. Bár elsőre túlzásnak tűnhet párhuzamot vonni a világ egyik leglátogatottabb turisztikai desztinációja, Toszkána és Békés Vármegye között, azt is tudom, hogy a Magyar Toszkána címet inkább a Balaton környékére szeretik használni, azonban az „agriturismo” vállalkozásokhoz szükséges közös alapot, azaz a legjobb minőségű termőföldeket az országban, Békésben találjuk.

1. Szakirodalmi áttekintés

A modern fogyasztói társadalomban gyakran az a cél, hogy minél gyorsabban kielégítsük az igényeinket, miközben maximalizáljuk a hasznot. Ez a gyorsaság kultúrája olyan jelenségeket hozott létre, mint a gyorséttermek, a gyorsjáratok, sőt, a gyors randevúk és gyors jóga is megjelentek. Ennek a gyorsaságnak a korában azonban egy ellenáramlat is megjelent, melynek középpontjában a lassúság szeretete áll. Az olaszországi Slow Food mozgalom, mely 1986-ban indult, valamint a 1989-ben alakult cittaslow mozgalom ennek a lassúság iránti vágy megjelenésének voltak az előfutárjai.

A Slow Food mozgalom gyökerei az 1970-es és 1980-as évek társadalmi változásaira vezethetők vissza, amikor jelentősen csökkent a főzéssel és az étkezéssel eltöltött idő olyan országokban, mint Franciaország, az Egyesült Királyság, az Egyesült Államok, Norvégia és Hollandia (Warde et al., 2007). A „fast food” (gyorséttermi) étkezési stílussal szembenálló, a figyelmet a lassú, hagyományos táplálkozásra irányító mozgalmat Carlo Petrini és néhány aktivista kezdeményezte 1986-ban Olaszországban, miután tiltakoztak egy McDonald’s gyorsétterem megnyitása ellen a római Spanyol lépcsőnél. Ezután 1989-ben Párizsban hivatalosan is megalakult a nemzetközi Slow Food Mozgalom, és kiadták a Slow Food Kiáltványt azzal a céllal, hogy megvédjék a regionális hagyományokat, a minőségi ételeket, a gasztronómiai élvezeteket és a lassú életmódot (Lotti, 2010). A mozgalom hamarosan elterjedt a világban, és ma már az Egyesült Államokban is a második legnagyobb gasztronómiai egyesület. A Slow Food nem csupán egy gasztronómiai mozgalom, hanem ennél sokkal több: a globalizáció kihívásaira válaszul az étkezéshez, az élethez és a társadalmi interakcióhoz való új hozzáállást tükrözi. A mozgalom hívei a helyi termelők és a minőségi élelmiszerek támogatását szorgalmazzák, és elutasítják a tömegtermelést és a mesterséges adalékanyagokat. A Slow Food filozófia az ízlés komplexitására összpontosít, és hangsúlyozza az ételek és italok iránti tudatos élvezetet. A mozgalom tagjai számára az étkezés nem csupán a test táplálása, hanem az öröm és a közösségteremtés forrása is. A Slow Food mozgalom a jövőnkkel és a bolygóval való szembenézés is. A mozgalom arra ösztönöz bennünket, hogy felelősségteljesen fogyasszunk, és támogassuk a fenntartható mezőgazdaságot. A Slow Food a lelkesedés és a cselekvés mozgalma, amely arra törekszik, hogy megőrizze a gasztronómiai örökségünket, és jobb jövőt teremtsen a következő generációk számára.

A Slow Food mozgalom főbb céljai:

- A "jó ízléshez való jog" megvédése
- A helyi termelők és a minőségi élelmiszerek támogatása
- A tömegtermelés és a mesterséges adalékanyagok elutasítása
- Az étkezéshez, az élethez és a társadalmi interakcióhoz való új hozzáállás megteremtése
- A gasztronómiai örökség megőrzése
- A fenntartható mezőgazdaság támogatása (Petrini, 2001)

1.1 Lassú turizmus

A lassú turizmus koncepciója nemcsak az alternatív turizmusokhoz viszonyítva értelmezhető, hanem a lassú mozgalmakból is eredeztethető, melyek a gyors tömegturizmus visszaszorítását és egy fenntarthatóbb, minőségibb utazási élmény előmozdítását tűzték ki célul. A lassú turizmus nem kötődik kifejezetten egy adott térhez vagy környezethez, és egyaránt megvalósítható városi vagy vidéki környezetben. A lassúság szemlélete az alapja, mely bármilyen turisztikai termék vagy program keretein belül megvalósítható, legyen az kerékpáros túra, gasztronómiai utazás vagy éppen vízi kikapcsolódás.

A lassú turizmus a tömegturizmus ellentéte, melyet elsősorban gazdasági érdekek vezérelnek, és melynek célja a folyamatos terjeszkedés a természeti környezet és a helyi közösségek kárára. Ezzel szemben a lassú turizmus a természettel összhangban, figyelembe véve a helyi életformát, lehetőségeket teremt a turisták számára. Ezen túl a lassú turizmus kiemelt célja a szezonális csökkenése (Szőke, 2022).

A lassú turizmus az ízlelőbimbók ünnepe, lélek simogatója, a rohanó világ ellenszere, egy oázis, ahol a kapkodás helyett a tudatos élmények, a helyi ízek és a mély benyomások kapnak főszerepet. A Slow Food és a Cittaslow mozgalmak filozófiáját követve a lassú utazó nem csupán turistaként, hanem kíváncsi felfedezőként érkezik, nyitott szívvel és az ízek után érdeklődve. A helyi gasztronómiai örökség felfedezése kiemelt szerepet kap a lassú utazásban. A friss, szezonális alapanyagokból készült ételek nem csupán táplálják a testet, de bepillantást engednek a helyi kultúra ízvilágába is. A családi receptek alapján készült ételek igazi ízkalvával kápráztatják el az érzékszerveket, és felejthetetlen élményt nyújtanak. Nem a látnivalók gyors kipipálásáról szól, hanem a hely szellemének befogadásáról. A lassú utazó időt szán a helyiekkel való beszélgetésre, a történetek meghallgatására, a helyi szokások megismerésére. A lassú tempó lehetőséget ad a belső elcsendesedésre, a természet szépségének befogadására és a

lelki feltöltődésre. A fenntarthatóság is fontos szempont a lassú turizmusban. A környezetbarát utazási módok (gyaloglás, kerékpározás, tömegközlekedés) választása, a helyi termelők és kézművesek támogatása mind hozzájárulnak a helyi közösségek fejlődéséhez és a Földünk megóvásához. Ha lassú utazást tervezünk, fontos, hogy olyan úti célt válasszunk, amely összhangban van az érdeklődési körünkkel. Tervezzünk be bőven időt a felfedezésre, a pihenésre és a helyi ízek kóstolására. Támogassuk a helyi vállalkozásokat, a fenntartható turizmust választva pedig tegyünk a Földünk jövőjéért. A lassú turizmus nem csupán egy utazási forma, hanem egy életstílus, amely a tudatosságra, a helyi értékekre és a fenntarthatóságra összpontosít. A lassú utazó nyitott szemmel és szívvel járja a világot, mély benyomásokat gyűjt és emlékezetes élményekkel tér haza (Fullagar, 2012).

A mai világban sokszor eltűnik az egyensúly a munka és a szabadidő között. A folyamatos rohanás és a munkamániás hajtás azt eredményezi, hogy az emberek nehezen találnak időt a pihenésre és a kikapcsolódásra. Ennek oka részben a fogyasztói társadalom jellemzőiben, az általános elégedetlenségben, a média nyomásában, a gazdasági helyzet instabilitásában és a politikai vezetés irányításaiban keresendő. Ezek az elemek arra ösztönzik az embereket, hogy mindig többet és többet dolgozzanak, és gyakran elfelejtik az egészséges egyensúly megteremtésének fontosságát.

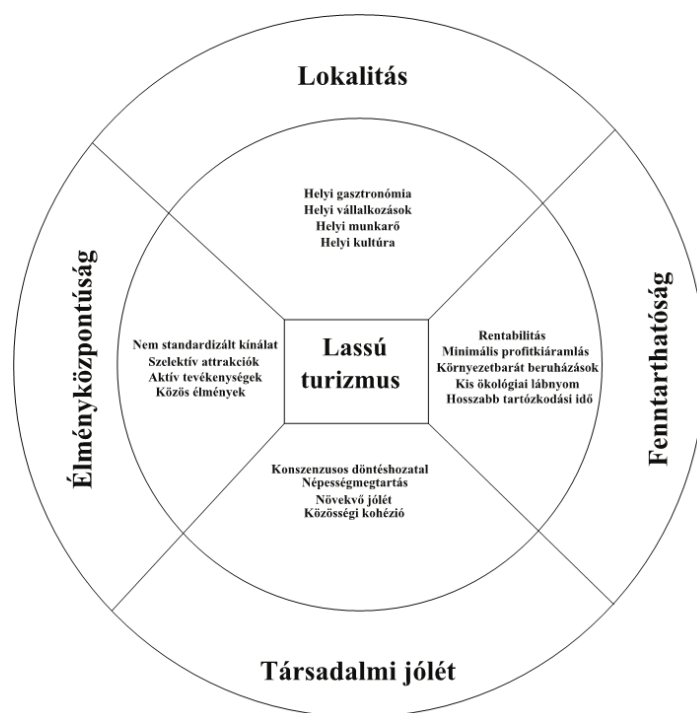
A lassú turizmus résztvevői aktívabb és produktívabb jelenléttel rendelkeznek, ellentétben a tömegturizmus passzivitásával, ahol a turisták gyakran magukat kiszolgálják és csak figyélőként vesznek részt az élményekben. A lassú turizmusban résztvevők aktívan részt vesznek az élményteremtésben, kreatívak és tudatosak, valamint önállóan járulnak hozzá az értékek létrehozásához (Nagy et al., 2020).

A lokalitás (ahogyan az 1. ábra is szemlélteti) fontos eleme mind a lassú mozgalmaknak, mind a lassú turizmusnak. Az adott hely gasztronómiai kínálata gyakran felkelti az érdeklődést az adott terület egyéb kulturális értékei iránt is, mint például az építészet vagy a helyi fesztiválok. Ennek következtében nő az érdeklődés és a kereslet a helyi termékek és szolgáltatások iránt, ami pozitív hatással lehet a munkahelyteremtésre és a bevételnövekedésre.

Az élményközpontúság kiemelkedő fontosságú a lassú turizmusban. Az élménygazdaság elmélete szerint az élmények kerülnek a középpontba, helyettesítve a hagyományos szolgáltatásokat. Az utazás és a környezet felfedezése önbizalom-növelő és életminőséget javító lehet,

amint azt Csíkszentmihályi (2014) is megjegyzi. A több utazás boldogabbá tesz, és az autentikus élmények keresése kiemelt fontosságú, melyek gyakran az egyedi kínálatból és aktív tevékenységekből adódnak.

1. ábra A lassú turizmus modellje (Forrás: Pécsek, 2014)



Kutatások igazolják, hogy a lassú turizmus egyik fő motivációja a pihenés és a "menekülés" vágya. Számos résztvevő számára a lassú utazás lehetőséget kínál arra, hogy elszakadjon a mindennapi stressztől és nyugodtan tölthesse az időt anélkül, hogy aggódna az idő múlásáért. Az egyik legfontosabb előnye, hogy ebben a módban van lehetőség kikapcsolódni, feltöltődni, és testileg, valamint szellemileg is regenerálódni (Robbinss – Cho, 2012). A lassú turizmus másik jelentős motivációs tényezője a társadalmi interakció. A turisták számára fontos lehetőségnek tartják, hogy részesei legyenek a helyi közösségnek, és valódi, autentikus élményekben részesüljenek (Dickinson et al., 2011). Továbbá szorosan kapcsolódik az előbb említettekhez, hogy a turisták helyi termékeket vásárolnak az ott tartózkodásuk ideje alatt, ezzel támogatva a helyi lakosságot (Berghauer et al., 2020).

1. táblázat A tömegturizmus és a lassú turizmus összehasonlítása (Forrás: Pécsek 2014)

Tényezők	Modern tömegturizmus	Lassú turizmus
Utazási idő	Rövidebb utazási idő, gyors tranzitok	Hosszabb utazási idő
Az út távolsága	Bármilyen messzire	Többnyire közeli célpontok
Közlekedési eszköz	A személygépkocsi és a repülő dominanciája	A közlekedési eszközök szélesebb skálája, beleértve a buszos és a vasúti közlekedést is. Közösségi közlekedés és a kerékpározás előtérbe helyezése.
Tempó	Gyorsaság, azonnaliság	Lassúság, nézelődés
Forrásigény	Intenzív források igénybevétele	Limitált források igénybevétele
Az út szerepe	Az út csak egy eszköz a cél eléréséhez	Az út maga a cél, az utazás szerves része az élménynek.
Attrakciók száma	Sok attrakció fogyasztása egy út alatt	Kevesebb attrakció elmélyültebb megismerés, a helyi attrakciók primátusa
Attrakció/tartózkodási idő aránya	Látogatószám maximalizálása, magas attrakció szám/utazás, rövid tartózkodási idő	Kevesebb attrakció, hosszabb tartózkodási idő egy-egy helyen
Széndioxid kibocsátás	Magas	Alacsony
A kínálat milyensége	Attrakciók tucat áruvá silányítása (kommodizáció)	Egyediség megőrzése
Gasztronómia	Sztenderdizált vendéglátás, gyorséttermek	Lassú étkezés

A lassú turizmusnak – ahogy az 1. táblázat is mutatja – lehetőséget kell nyújtania az egészséges és aktív életvitelre, az önmegvalósításra, valamint a lassú étkezés élvezetére; legalább egy, a célterületen eltöltött éjszakát kell tartalmaznia; a személyautó és egyéb motorizált jármű limitált használata korlátok közt megengedett ugyan, de a zöld és ökológiai aspektusoknak prioritást kell élvezniük (Fullagar et al., 2012). Európában 1986-ban a Slow Food mozgalom létrejötte bizonyította, hogy megjelent az igény a lassításra. Az Olaszországból induló mozgalmak célja a vidéki és városi közösségek közötti kapcsolat helyreállítása, a helyi alapanyagok előtérbe helyezése és a hagyományos ételkészítési módszerek megőrzése. Az 1999-ben Olaszországban alapított Citta Slow mozgalom a lassú étkezés alapelveire épülve új, élhető alapokat kíván teremteni az 50 ezer főnél kisebb városok lakói számára, felismerve e városok globális kihívásait (Pirisi – Trócsányi, 2014), mint az előregedés, elvándorlás, elavult gazdasági struktúrák és a korlátozott kulturális lehetőségek.

1.2 Falusi turizmus

A falusi turizmus fő vonzerőiként a természet közelsége, a még élő hagyományok, a vidéki életmód, a családi miliő és az emberi kapcsolatok emelhetők ki. Mindez együtt sokszínű, tájegységenként, településenként, de akár vendégfogadónként is eltérő kínálatot képez, a falusi turizmus számos típusának, specializálódásának kialakulásához nyújt kiváló lehetőséget. A falusi portákon a nyugalmat, a csendet, a pihenést biztosító speciális üdülési formák mellett a különleges, természethez kapcsolódó üdülési formák is megjelennek, mint pl.: az ökoturizmus, a természetjárás, a sziklamászás, a lovaglás, a kaland, a sport és az egészséges életmód turizmus, a vadászat és a horgászat, a művészet és a kulturális örökségturizmus, de egyes helyeken még az etnikai alapú turizmussal is találkozhatunk (Gonda, 2016). A falusi turizmus fő vonzerői közé tartozik a természet közelsége, az élő hagyományok, a vidéki életmód és az emberi kapcsolatok. Ez a sokszínűség lehetővé teszi, hogy különböző típusú és specializációjú falusi turizmus alakuljon ki, amelyek településenként vagy akár vendégfogadónként is eltérő lehetnek. A falusi porták számos különleges üdülési formát kínálnak, mint például az ökoturizmus, természetjárás, lovaglás vagy éppen vadászat és horgászat. Fontos megjegyezni, hogy a falusi szállásadás és falusi turizmus nem csupán egyszerű szobakiadást jelent, hanem valódi értéket és élményt nyújt a vendégeknek. A falusi turizmus akkor minősül agroturizmusnak, amikor a vendéglátók a szállásadás és szabadidős programok mellett az agráriumhoz, növénytermesztéshez és állattenyésztéshez kapcsolódó tevékenységeket is bemutatnak. Turisztikai szolgáltatásként a vendégek megismerhetik a vidéki életet, sőt akár részt vehetnek a földművelésben és állatgondozásban is. A házigazdák gyakran összekapcsolják a vendégfogadást a családi gazdálkodással, és közvetlenül értékesítik a gazdaságukban előállított termékeket (Bernschütz et al., 2013).

A falusi turizmus az adott időszakban létrejött turisztikai kínálat, amely alacsony intenzitású vidéki vonzerőkre, helyi kulturális és természeti értékekre, valamint szabad családi kapacitásokra épül. A falusi turizmus sikeresen átvészelte a két nagy huszadik századi válságidőszakot, az 1930-as és az 1990-es éveket. Azonban a 2009-től kezdődő gazdasági válság és szabályozás drasztikusan csökkentette a falusi vendéglátók számát, és nehéz helyzetbe hozta a vendéglátók közösségét. Hogyan alakulhat ez a jövőben? Várható-e egy olyan jelenség, amely hosszú távon fenntartható marad, amíg van gazdálkodás, gazdák, vidéki lakosság és vidéki életmód?

Vagy a jelenlegi tendenciák fokozatosan eltüntetik a kis falusi vendéglátókat, és csak a nagyüzemeknek adnak lehetőséget (Kovács, 2015)?

A hazai falusi turizmusról szóló irodalomban már a kilencvenes évek elején két különböző megközelítés volt jelen párhuzamosan. Az egyik, hagyományosnak tekinthető „klasszikus” értelmezés szerint a vendéglátók saját otthonukban, szabad szobáikban fogadták a vendégeket, miközben fő foglalkozásukat megtartották, és a vendéglátás csupán jövedelemkiegészítést jelentett számukra. Ennek háttérében a család, a ház, a falu és a környezet biztosította a szükséges feltételeket. A másik megközelítés szélesebb perspektívából közelítette meg a falusi turizmust, mint egy gyűjtőfogalmat, amelybe különféle vidéki turizmus szereplőket soroltak be, beleértve a következőket: *„falusi házakban kiadott fizetővendégszobák, kulcsosházak, tanyák, falusi porták, falusi kempingek, falusi panziók, fogadók, falusi üdülők (függetlenül tulajdoni helyzetüktől), vidéki kastélyszállók, lovardák, tenispályák, termálstrandok, uszodák, csárdák, kocsmák, vendéglők, éttermek, faluházak, tourinform irodák, helyi utazási irodák, helyi turisztikai és faluszépítő egyesületek stb”* (Csizmadia, 1993:27).

Az újkor élménygazdaságában egyre többen felismerik, hogy a mindennapok stresszeinek leküzdésére nem feltétlenül egy zsúfolt város vagy tömegturisztikai célpont a legmegfelelőbb választás. Ezért gyakran a falut választják a vidék romantikája, az autentikus kultúra, gasztronómia, a csend és nyugalom, valamint az aktív kikapcsolódási lehetőségek miatt, amelyeket a vidéki környezet kiválóan biztosít. Bár a fő célcsoportot a közép- és idősebb korosztályok jelentik, egyre inkább bebizonyosodik, hogy ez a termék vonzó lehet a fiatalabb generációk számára is. A falusi turizmus fejlesztése hozzájárul a vidék megtartó erejéhez és segíti a falusi kis- és középvállalkozások működőképességét. A szolgáltatók köre nem csupán a falusi szállásadókra korlátozódik, hanem különféle más szolgáltatásokat nyújtó szereplőkre is kiterjed (mint például túraszervezők, kerékpár- vagy csónakkölcsönzők, lovas szolgáltatók stb.), valamint a biogazdákra és őstermelőkre is (Molnár, 2017).

A Nemzeti Vidékstratégia 2012–2020, melyet a kormány dolgozott ki, kiemelt stratégiai célnak tekintette a vidéki turizmust és a falusi vendéglátást. Ezen belül több fontos irányelvet határoztak meg, mint például (VM, 2012):

1. A magánemberek adózási feltételeinek könnyítése, különös tekintettel a falusi turizmusban tevékenykedő szolgáltatók számára javasolt adózási kedvezmények vagy könnyítések bevezetése.
2. Helyi és kistérségi turizmus menedzsment szervezetek létrehozása és működtetése. Az ilyen helyi szervezetek lehetővé teszik a turisztikai tevékenységek hatékonyabb irányítását, valamint koordinálását is.
3. A falusi turizmus információs rendszerének és marketing eszközeinek modernizálása és bővítése, melynek célja az információk potenciális látogatókhoz történő hatékonyabb eljuttatása.
4. A falusi szállásadás és turizmus fogalmának újragondolása, melybe beletartozik a mind a települési lakosságszám, mind a népsűrűségi korlátok felülvizsgálata mellett a vonatkozó jogszabályok módosítása is.
5. Szükség van a falusi- és kistermelői vendégasztal fogalmainak egységes értelmezésére annak érdekében, hogy a megfelelő támogatást biztosítsák.
6. Támogatni kell a saját termékek közvetlen értékesítésének lehetőségét. Fontos, hogy a helyi termelők könnyebben értékesíthessék saját termékeiket, mellyel ösztönözhető a helyi gazdaság és a turizmus is.

1.3 Agroturizmus

Az agroturizmusnak még nincs egyértelmű meghatározása, azonban azt tekinthetjük élményszerű turisztikai tevékenységnek, amely a mezőgazdasági termeléssel, élelmiszer feldolgozással és kézműves termékek előállításával kapcsolatos. Az agroturizmus fontos szerepet tölt be a turisztikai palettán, hiszen az agroturisztikai szolgáltatók egyaránt lehetnek vonzerők az élményszolgáltatások kínálata révén, valamint gasztronómiai szolgáltatók is. Az agroturizmus térnyerése hozzájárulhat a vidék népességmegtartó erejének erősítéséhez és segíthet a hátrányos helyzetű területek fejlesztésében. A gazdálkodók számára, akik szeretnék diverszifikálni tevékenységüket és biztosabb jövedelemforrást teremteni, az agroturizmus kiszámítható bevételi forrást jelenthet. Így új attrakciókkal gazdagodhat a vidéki turizmus kínálata, és egyben hatékony eszköz lehet a helyi termékek iránti érdeklődés növelésében is.

„Működését a 136/2007. (VI. 13.) Korm. rendelet a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről szabályozza. Ebben az alábbi fogalmakkal találkozhattunk: 1§ a) alkalmi falusi és agroturisztikai szolgáltató: a külön jogszabályban meghatározott, falusi szállásadás nyújtá-

sára alkalmas településen alkalomszerűen, látogatók részére nem egyéni vállalkozó magánszemély által aa) a helyi népművészeti, néprajzi, kézműves, építészeti és kulturális értékek, örökségek bemutatása, ab) a falusi élethez, környezethez és munkakultúrához kapcsolódó hagyományok, tevékenységek bemutatása, ac) falusi vendégasztal szolgáltatása, ad) a helyi gazdálkodási módok, termelési szokások bemutatása, ae) saját előállítású népművészeti és kézműves termékek értékesítése, af) az aa)-ae) pontokhoz kapcsolódó falusi rendezvények szervezése, amely nem foglalja magában a szálláshely-szolgáltatást.” https://jogkodex.hu/jsz/2007_136_korm_rendelet_9387155 Letöltés dátuma: 2024.01.11.

Ahhoz, hogy pontosan megértsük, hogy mit is jelent az agroturizmus fogalma, először meg kell néznünk, hogy a turizmus mely ágazatához tartozik. A falusi turizmusból alakult ki, más néven vidéki turizmus, olyan forma, amely a vidéki környezethez kötődő szállásadásból és a vele járó szolgáltatásokból alakult ki. Magyarországon az 1980-as évek végén kezdett elterjedni. A Falusi Turizmus Országos Szövetsége (FTOSZ) 1994-ben alakult Budapesten, majd 2001-ben átalakult Falusi és Agroturizmus Országos Szövetséggé (FATOSZ), amely jelenleg 19 megyei szervezetből áll. Ezek a megyei szervezetek alkotják a FATOSZ országos tagságát. (Bernschütz et al., 2013).

Az agroturizmus a falusi turizmus feltörekvő formája, a falusi turizmus pedig a vidéki turizmus része. Csizmadia László (1993) szerint az agroturizmus a szabadidő eltöltésének módja a növény- és állattenyésztésre, az élelmiszer-feldolgozásra, az erdészetre, a vadászatra és a horgászatra, illetve ezek hasznosítására a rájuk épülő tevékenységekkel (Bujdosó et al., 2022).

Az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapról szóló 1305/2013/EU számú rendelet támogatja a vidéki térségekben található falvak esetében azokat a beruházásokat, melyek célja a turisták tájékoztatása és a turisztikai infrastruktúra fejlesztése. Emellett a kis gazdasági szereplők közötti együttműködést és a vidéki turizmussal kapcsolatos szolgáltatások fejlesztését irányozza elő.

Az Európai Parlament 2013-as tanulmánya szerint a falusi turizmus jellemzői a következőképp foglalható össze. Teljeskörű élményt nyújt az odalátogatóknak, leginkább magánszektor és a mikrovállalkozások létrejötté jellemzi. Gyakran kiegészítő tevékenységként végzik, sokszor részmunkaidőben vagy többféle tevékenységet ötvözve. Emellett lehetőséget nyújt a női munkavállalók számának növelésére, általában szegényebb vagy átalakuló térségekben található.

A vidéki turizmus hozzájárul a környezet, a kulturális és az épített örökség megőrzéséhez, valamint csökkenti az elvándorlást a rurális térségekből, sőt, bizonyos esetekben erősíti a bevándorlást is. Ezáltal megerősíti a szolgáltató szektort és hozzájárulhat a fenntartható turizmushoz, valamint az üvegházhatást okozó gázok kibocsátásának csökkentéséhez. Ugyanakkor a szektor erősen elaprózódott, gyenge az együttműködés és kevés forrás jut a fejlesztésekre, mivel gyakran hiányzik a piac ismerete és a hatékony marketingtevékenység. (Európai Parlament, 2013).

Az európai falusi turizmus szervezete, az European Federation of Rural Tourism (EuroGites), amely 27 ország – köztük Magyarország – 35 szervezetét tömöríti. Az EuroGites közel félmillió vállalkozást képvisel, ami a teljes európai turizmus szektor kb. 15 százalékát teszi ki. A szervezet aktívan részt vesz az EU vidékfejlesztési civil párbeszéd csoportjában, valamint számos ad-hoc bizottság munkájában.

Európa egyes területein már régebb óta van jelen ez a turisztikai ágazat. A vidéki turizmus általában magában foglalja a különféle vidéki turizmus típusokat, például a kulturális, vallási, kemping, gasztronómiai vagy tanyasi turizmust (Demonja – Ružić, 2010). A tanyaturizmushoz sokféle turisztikai és szabadidős tevékenység is kapcsolódik; a turizmus és a mezőgazdaság, valamint a turisztikai kínálat és kereslet közötti kapcsolatok pedig változatosak. Cigale és szerzőtársai (2013) tanulmányukban a tanyaturizmust a vidéki turizmus keretein belül értelmezik. Viszont a tanyaturizmus kifejezést az agroturizmus szinonimájaként használják.

Az agroturizmus számos kockázattal jár, beleértve a szezonalitást, a gazdasági humán tőkétől való függést, a megközelíthetőséget, a piaci trendeket, valamint a szabályozás változását. Bizonyítékok mutatják, hogy több európai országban a tanyaturizmus által generált bevétel, szálláshelyek és kapacitások száma, valamint a turisták és vendégéjszakák száma viszonylag alacsony (Potočnik-Slavič – Cigale, 2013). Azonban olyan területeken, ahol az agrárturizmus sikeresen fejlődött, mint például Ausztria, Bajorország, Dél-Tirol vagy Toszkána, jelentős gazdasági előrelépéseket értek el (Streifeneder, 2016). A vidéki turisztikai kisvállalkozások hatása túlmutat a gazdasági mutatókon; bár korlátozott a munkahelyteremtés és jövedelemtermelés, jelentős hozzájárulást tesznek a helyi gazdasági és társadalmi dinamikához (Cunha et al., 2020). A vidéki turizmus fejlesztésének lehetséges problémái az erőforrások és szereplők sokféleségéből adódnak (Cawley – Gillmor, 2008). A turizmus fontos szerepet játszik a vidékiség-

ről alkotott kép előmozdításában sajátos szimbólumok és jelek felhasználásával, amely hozzájárulhat a vidéki kontextusok újraalkotásához, átalakítva a helyek megjelenését és identitását (Figueiredo – Raschi, 2011). Az EuroGites számításai szerint 2015-ben a falusi turizmus Európában összesen 900 ezer munkahelyet biztosított és évi bruttó 150 milliárd euró bevételt termelt (Rokvić, 2022).

1.4 Fenntarthatóság

„A fenntartható fejlődés olyan fejlődés, amely kielégíti a jelen szükségleteit, anélkül, hogy veszélyeztetné a jövő nemzedékek esélyét arra, hogy ők is kielégíthessék szükségleteiket” (Farragó, 2002:7).

A Horizont Europe program újító megoldásokat támogat a kulturális és fenntartható turizmus elősegítésére és diverzifikálására az európai régiók és városi területek fejlesztése terén. A fenntartható turizmusnak kulcsfontosságú szerepe van a 2030-as terv célkitűzéseiben. A megvalósításához szükség van világos végrehajtási tervre, megfelelő finanszírozásra és beruházásokra a technológia, az infrastruktúra és az emberi erőforrások terén.

1. ábra Fenntartható fejlődési célok

Forrás: <https://www.unwto.org/tourism4sdgs> Letöltés dátuma: 2023.10.30.



A UNWTO anyagának felhasználásával (2. ábra) bemutatásra kerül a 17 fenntartható fejlesztési cél és a turizmus ágazat közötti lehetséges kapcsolat. (Gonda, 2022). A Covid–19 járvány előtti időszakban a turizmus volt a harmadik legerősebb gazdasági szektor az exportbevételek tekintetében. Ez adta a világ GDP-jének 10%-át, így megvan a lehetősége, hogy közvetlenül vagy közvetve, de minden fenntartható fejlődési cél eléréséhez hozzájáruljon, melyek közül leginkább a 8., 12. és 14. célokat (2. táblázat) érdemes kiemelni. Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság alapján a 3., 6., 7. és a 15. cél megvalósításában is fontos szerepet tölthet be a turizmus (EGSZB 2019).

2. táblázat Fenntartható fejlődési célok, célok és mutatók, amelyek közvetlenül a turizmussal foglalkoznak (Forrás: Ásványi, 2022)

Fenntartható fejlődési cél	Célok	Indikátor
8. Tisztességes munka és gazdasági növekedés	8.9. 2030-ig olyan politikák kidolgozása és végrehajtása a fenntartható turizmus előmozdítására, amely munkahelyeket teremt, és népszerűsíti a helyi kultúrát és termékeket	8.9.1. A turizmusból származó közvetlen GDP a teljes GDP arányában és a növekedési üteme 8.9.2. A munkahelyek száma a turisztikai ágazatokban az összes munkahely arányában és a munkahelyek növekedési üteme nemek szerint
12. Felelős fogyasztás és termelés	12.B. Eszközök kidolgozása és alkalmazása a fenntartható fejlődésre gyakorolt hatások nyomon követésére a fenntartható turizmushoz, amely munkahelyeket teremt, népszerűsíti a helyi kultúrát és termékeket	12.B.1. A fenntartható turisztikai stratégiák vagy szakpolitikák, valamint monitoringgal és értékeléssel végrehajtott cselekvési tervek száma
14. Óceánok és tengerek védelme	14.7. 2030-ra növelni kell a fejlődő kis szigetállamok és a legkevésbé fejlett országok számára a tengeri erőforrások fenntartható használatából származó gazdasági előnyöket, többek között a halászat, az akvakultúra és a turizmus fenntartható gazdálkodásán keresztül	

Ha a turisztikai szektor sikeresen alkalmazza a fenntartható fogyasztás és termelés gyakorlatait (SCP), akkor komoly előrelépést tehet a fenntarthatóság irányába mutató globális elmozdulás felgyorsításában. A turizmus szolgáltatások sokasága, melynek során a látogatók kölcsönhatásba lépnek a tájjal, a helyi közösséggel és a desztináció erőforrásaival. A felelős turizmus a látogató felelős döntéseiben és viselkedésében nyilvánul meg, melyet az élményszerzés

vágya befolyásol. A felelős fogyasztás a hatékony közlekedés, a helyi szolgáltatók preferálása és a tiszteletteljes viselkedés. A turizmus hatással van a környezetre, a helyi lakosságra és a gazdaságra. A fenntartható turisztikai élmény megtervezése összetett feladat, melynek során a látogatói élmény minősége a fő cél.

A fenntarthatóság szerepe a turizmus fejlesztésében kiemelkedő fontosságú, de gyakran a gazdasági szempontok miatt háttérbe szorulnak. Habár néhány kutató hangsúlyozza a környezetbarát beruházások fontosságát, a fókusz inkább a lassú mobilitásra összpontosul, és a gazdasági hatások nehézkesen követhetők. A helyi közösségre támaszkodó turizmusfejlesztés korábban már felvetette a gazdasági szempontok fontosságát, ám ezeket nem mindig mélyebb szinten vizsgálják a turizmuskutatások. Társadalmi jólét tekintetében a turizmusban a helyi közösség támogatása létfontosságú, mivel kultúrájuk része a turisztikai kínálatnak. A társadalmi részvétel és a közös munka erősíti a közösségi kohéziót, ami egy egészséges település alapja. A helyi lakosság hozzáállása kulcsfontosságú a turizmus sikeréhez és fenntarthatóságához. A helyi közösség támogatása nélkül nehéz fenntartható turizmust létrehozni, mivel kultúrájuk gyakran része a turisztikai kínálatnak. A társadalmi részvétel és az aktív kommunikáció segít kialakítani a széles körű egyetértést, ami elengedhetetlen a hosszú távú turisztikai fenntarthatósághoz. A közösségi munka eredménye pedig a közösségi összetartás erősödése. (Irimiás, 2019).

2. Az agroturizmus szempontjából vizsgált területek

Az agroturizmus Toszkánában a turizmusnak olyan népszerű és virágzó formája, amely a vidéki életmód és az agrárkultúra közelébe kalauzolja az utazókat. A lenyűgöző tájak, a gazdag mezőgazdasági hagyományok, a világhírű minőségi alapanyagok és kulináris élmények miatt ideális helyszíne az agroturizmusnak. A vállalkozások általában régi parasztházakban vagy birtokon kínálnak szállást, ahol a vendégek részt vehetnek a gazdálkodásban, megismerhetik az olajfaültetvényeket, szőlőskerteket vagy gyümölcsösöket, az állattenyésztés különböző formáit esetleg részt vehetnek a birtokon folyó tevékenységekben, mint például az állattartással vagy a termés betakarítással járó mindennapi feladatok elvégzése. Emellett lehetőség van a helyi ételek és borok kóstolására, valamint a tradicionális toszkán receptek megismerésére és elkészítésére. Gyakran kínálnak tematikus workshopokat is, ami a turisták számára egyedülálló lehetőség a vidéki élet és kultúra megismerésére, miközben a természet közelségében pihenhetnek és élvezhetik a helyi gasztronómiai különlegességeket aktív kikapcsolódással egybekötve.

Megismerve a turizmusnak ezt a formáját, elgondolkodtam, hogy vajon az én hazámban miért nem így működik mindez? Ezért határoztam el, hogy megvizsgálom a lakókörnyezetemben, Orosházán és 40 kilométeres vonzáskörzetében, hogy létezik-e agroturizmus és milyen lehetőségek adódnak annak kialakítására, fejlesztésére.

2.1. Toszkána bemutatása

Olaszország az Európai Unió tagországa, mely kulturális és öröksége szempontjából kiemelkedő. Az ország regionális szinten azonban szembetűnő gazdasági különbségekkel küzd. Korábban a hagyományos észak-dél ellentét dominált, de mára ez a megosztottság fokozatosan csökkent. Napjainkra, három- vagy négypólusúvá vált az ország regionális tagozódása. Toszkána a középső országrész északnyugati területe, melyet a Tirrén-tenger partja, a Maremma-vidék, az Apuáni-Alpok, az Appenninek hegyláncai és a Monte Amiata határolnak. Legjelentősebb folyója az Arno. Toszkána kilenc tartományból áll: Massa-Carrara, Lucca, Pistoia, Firenze, Livorno, Pisa, Arezzo, Siena, Grosseto. A 22 997 km² alapterületű régió központja Firenze, a lakosság száma eléri a 3 504 800 főt, a népsűrűség pedig 152 fő/km² (Koube, 2005).

A Toszkán táj magába foglalja a dombokat, hegyvidékeket és a tenger partját, amit olajfaligetek és szőlőültetvények színesítenek. Itt található Olaszország egyik legfontosabb művészeti

körzete, két jelentős kulturális korszak – az ókori etruszk civilizáció és a középkor reneszánsz – bölcsője. A régióban található Firenze, Siena, San Gimignano és Pisa emlékei világszerte ismert turisztikai célpontok, míg az etruszk emlékek a történelem iránt érdeklődőket vonzzák. A kulináris élvezetek kedvelői számára Toszkána kiváló borokat és ételeket is kínál (Matesz, 2008).

A toszkán borok mellett érdemes felfedezni a régió gasztronómiai kincseit is, mint például a Firenze és Siena közötti Chianti-dombvidékről elnevezett Chianti bort is. A régió számos híres borvidékének az italok mellett a borkóstolásra alkalmas helyek, pincék és különféle programok is, amelyek lehetővé teszik a látogatók számára, hogy közelebb kerüljenek a helyi kultúrához és gasztronómiához. Kihagyhatatlan élmény az olívaolaj kóstolása, továbbá a régió híres a juhsajtjáról is. Az éttermek az olasz konyha és a helyi termények kiemelkedő jelentőségét hirdetik, melyek a kiváló éttermekben fogyaszthatók el. Jelenleg harmincöt Michelin-csillagos ¹étterem található ebben a régióban, mely bizonyítja, hogy az agro- és gasztroturizmus fontos szerepet játszik. Az olasz példa mindenképpen kitűnő lehet a hazai régiók számára az az idegenforgalom fejlesztésében a hazai régiók számára is, hiszen napjainkban a tengerparti turizmus mellett növekszik az igény a kulturális értékek megismerése iránt is (Aubert, 2002).

Az agroturizmus segíti a vidéki gazdaságok munkahelyteremtését, illetve lehetőséget biztosít a gazdaság diverzifikálására, a helyi termékek népszerűsítésére. A Covid-19 világjárvány idején ezek a vállalkozások rugalmasan tudtak alkalmazkodni a megváltozott körülményekhez, ami segítette őket a nehéz időkben. A toszkán agroturizmus gazdasági fejlődése a vidéki közösség egészére pozitív hatást gyakorol, elősegítve a fenntartható fejlődést és az identitás megőrzését.

2.2. Békés vármegye és Orosháza bemutatása

Diplomadolgozatomban készítésekor fontosnak tartottam, hogy elsősorban a szülővárosom környezetében meglévő lehetőségeket vizsgáljam meg, ezért kutatásom során a város körül 40 kilométeres távolságban elhelyezkedő kisközségeket, vállalkozásokat vizsgáltam meg, melyek – véleményem szerint – alkalmasak arra, hogy agroturizmushoz kapcsolódó tevékenységet folytassanak.

¹ <https://guide.michelin.com/hu/en>

Békés vármegye lakosságszáma az elmúlt évtizedben folyamatosan csökkent, ami összhangban van az ország egészére jellemző tendenciákkal. Orosháza Békés vármegyében helyezkedik el, földrajzilag alföldi sík vidéken. Az város az Orosházi járás székhelye, a vármegye harmadik legnagyobb, és a második legiparosodottabb települése. A város kiemelt turisztikai attrakciója Gyopárosfürdő. A város területe 202 km², népessége 27 204 fő 2023 évben, 2000-ben 32.500 volt, a fogyás szembeötlő, melyben közrejátszottak a demográfiai folyamatok, a születések és halálozások, illetve a vándorlások mellett szerepet játszott az is, hogy a fiatalok, a magasabb kereseti lehetőségek reményében vagy külföldre, vagy Nyugat-Európába települtek². Elszomorító, hogy 10 éven belül majdnem 10 százalékos csökkenés figyelhető meg a lakosság számában. Állandó népességén belül a 15-59 évesek aránya 62,4%-ról 57,9%-ra lecsökkent, a 60 éven felüliek aránya pedig 24,7%-ról 29,2%-ra nőtt, ami mutatja a felnőtt, keresőképes lakosság elvándorlásának és a népesség elöregedésének veszélyét (KSH, 2023).

Békés vármegye gazdasági teljesítménye alacsonyabb az országos átlagnál. A megyék közötti rangsorban Békés vármegye a 17. helyen állt 2018-ban. Orosháza a megye második legiparosodottabb települése, emellett kulturális, oktatási és kedvelt turisztikai központ volt, mára az ide látogató turisták száma drasztikusan csökkent. Az elvándorlás miatt csökken a munkaképes korú lakosság száma, így a nagyobb vállalatok külföldi munkaerő toborzásával oldják meg a munkaerőhiányt. Megjelentek a városban lengyel, ukrán, román, örmény, filippínó munkavállalók is.

Békés megye büszkesége Orosháza, melyet "Az Alföld Gyöngyének" is neveznek. A település gazdasága és kulturális élete az 1920-30-as években virágzott, méltán kiérdemelve "A legnagyobb magyar falu" címet, melyet Darvas Józsefnek köszönhet. A Dél-alföldi régió számos gasztronómiai kincset rejt. A 15 hungaricum közül 9 erről a területről származik, mint a Szegedi paprika, a Pick szalámi, a Kalocsai hímzés, a Makói hagyma, a Gyulai kolbász és a Halasi csipke. Ez jól jelzi, hogy itt nagyszerű alapja van az agroturizmusnak. Orosháza két különleges termékkel is büszkélkedhet, az orosházi liba- és kacsamájjal, valamint az orosházi búzacsíramáléval, melyek a megyei értéktárba felvételt nyertek. De érdemes lenne felvenni a méltatlanul elfeledett orosházi kenyeret is és ezzel visszaállítani presztízsét. Valamennyi ismertetett termék

² <https://stat.dbhir.com/telepules/Orosh%C3%A1za>

igazi kuriózumnak számít, és alkalmasak arra, hogy körük turisztikai attrakciókat alakítsanak ki, mint például a régió legnagyobb gasztronómiai fesztiválja a Kolbász Fesztivál Békéscsabán.

2.3. A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség Erasmus programjának bemutatása

A Covid-19 járvány okozta kihívások után a vendéglátóipar globálisan új lendületet keres. A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség (MNGSZ) Erasmus+ projekt keretében egyedi lehetőséget kínál a magyar szakembereknek szervezett tanulmányút keretében Toszkánába, a fenntartható vendéglátás és az agroturizmus fellegvárába. A cél a helyi jó gyakorlatok megismerése és adaptálása a magyarországi vendéglátás fejlesztése érdekében.

A toszkán tanulmányút minden esetben inspiráló a magyar szakemberek számára, ahol a megismert modell bemutatta a helyi értékekre épülő, fenntartható vendéglátás lehetőségeit. A projekt során a résztvevők felkeresték a helyi termelők hálózatát és közös értékesítési pontjait, valamint tanulmányozhatták a helyi tradíció, identitás és összefogás fontosságát a vendégszeretet és minőségi szolgáltatás terén. A tapasztalatcsere lehetőséget ad a toszkán modell adaptálására és a magyar turizmus, azon belül a vendéglátás fejlesztésére. A projekten túlmutató hosszú távú cél a magyar vendéglátás versenyképességének növelése, a vidéki turizmus fellendítése és a magyar gasztronómiai hagyományok megőrzése. A széles körű disszeminációnak köszönhetően a toszkán tapasztalatok alkalmazhatók lesznek Magyarországon azon szakemberek számára is, akiknek nem volt lehetőségük részt venni a projektben, lehetővé téve, hogy a helyi értékeket képviselve vonzó célponttá váljon mind hazai, mind külföldi vendégek számára. A tapasztalatok alapján kijelenthető, hogy a jövőben a fenntarthatóság, hagyományok és innováció ötvözése lesz a vendéglátás alapja.

A megvalósításához elengedhetetlen volt, hogy a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség megszerezze az Erasmus+ akkreditációját, ami pénzügyi támogatást nyújt szervezeteknek és intézményeknek, akik szeretnék a határokon átnyúló csereprogramokat és együttműködéseket megvalósítani, valamint rendszeresen terveznek tanulási céllal végrehajtani mobilitási projekteket.

Az Erasmus-akkreditáció egyszerűsített hozzáférést biztosít az ilyen célú mobilitási tevékenységek finanszírozási lehetőségeihez melyhez a pályázóknak részletesen kell meghatározniuk az Erasmus-forrásokból támogatandó tevékenységekre vonatkozó hosszabb távú célkitűzése-

iket és terveiket, kiemelve a várható előnyöket és a projektmenedzsmenttel kapcsolatos elképzeléseiket. A pályázati forrás elnyerése bizonyítja, hogy a pályázó rendelkezik megfelelő és hatékony, magas színvonalú, tanulási célú mobilitási tevékenységek megvalósításához szükséges programmal. Az MNGSZ-nek már az akkreditáció megszerzése előtt is voltak sikeres Erasmus projektjei, hasonló területeken, melyek elvezettek a jelenleg is futó program megvalósításához. A Toszkánában zajló mobilitás célkitűzése az volt, hogy egy egyedülálló, közvetítő szervezet nélküli összetett szakmai képzést építsenek fel, melynek érdekében létrehoztak egy öt éves stratégiai tervet, amely minden akkreditáció igénylésénél kötelező. A két célkitűzés a következő:

- Szakképző intézményben, turizmus vendéglátás ágazatban folyó oktatásban, valamint a cégeknél a tanulókkal foglalkozó oktatók, szakmai tudásuk fejlesztésének támogatása.
- A szakma előregedésének megállítása érdekében az ifjúsági szekció fejlesztése, egy „elit” fiatal szakemberekből (20-30 év) álló csapat kialakítása, akikben megvan a tehetség, munkájukra igényesek, emellett mesteri szinten szeretnék elsajátítani a saját hivatásukat.

2022-ben részt vettem az Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség által szervezett „A vendéglátó oktatók generációi közötti tanulás támogatása” című 2022-1-HU01-KA121-VET-00006002 számú mobilitási projektjében melynek célja az olaszországi jó gyakorlatok megismerése a Toszkánában működő agroturisztikai vállalkozások működésének tanulmányozásán keresztül. A terület jelentős fejlődése, pozitív hatással van a vidéki területek gazdaságára, melyben az „agriturismo” nem csupán a turizmus számára kínál vonzó lehetőségeket, hanem segíti a helyi gazdálkodókat is, különféle gazdasági és környezeti előnyök biztosításával. Eddig nyolc turnus utazott Olaszországba, jelenleg pedig folyamatban van további öt kiutazás megszervezése, melyhez elengedhetetlen volt egy jól működő partneri hálózat kiépítése. Ezt a feladatot Fehér Ágnes a szervezet főtitkára Budapesten végzi, az MNGSZ elnökével Krivács Andrással közösen. Az előkészítő szakasz 2,5 hónap volt, 2022. augusztusától októberig zajlott a partnerek felkutatása, az ezzel kapcsolatos feladatokat Fehér Ágnes intézte³, aki ezalatt az idő alatt nemcsak Olaszországban tartózkodott, de gyakran személyes tapasztalatok alapján az

³ Fehér Ágnes közlése alapján

A Montepulciano környékén működő gazdaságok saját termékeik értékesítésére közösen létrehozta egy különleges közösséget és egy üzletet. Az érzelmi kötődés a lakóhelyhez és a közös múlt segít abban, hogy a közösség hatékonyan működjön együtt. Az agroturisztikai modellek tanulmányozásával a résztvevők inspirációt kapnak a magyar vendéglátás fejlesztéséhez. A korszerű digitalizáció alkalmazása pedig hozzájárul ahhoz, hogy megfeleljenek a modern kor elvárásainak. Az ökológiai gazdálkodás integrációja támogatja a környezetvédelmet és a természeti erőforrások védelmét.

[illegible]

Azt, hogy mit adott a résztvevőknek ez a program, legjobban egy szófelhő ábrával (3. ábra) tudom szemléltetni, ami az utolsó napon mindenki által elvégzett asszociációs feladaton alapszik. A záró megbeszélésen azt a feladatot kaptuk, hogy egy szóban fejezzük ki, hogy mit tapasztaltunk az eltelt egy hét alatt. Az ábra nagyon jól megmutatja a projekt által képviselt értékeket.

3. Jó gyakorlatok, gyakorlatok és tapasztalatok az olasz és magyar agroturizmusban

Vizsgálódásom során összehasonlítom a toszkánai gazdaságokat és az orosházi, vagy környékbeli kézműves terméket előállító vállalkozásokat. A cél a két modell közötti hasonlóságok és különbségek feltárása, és azonosítani azokat a területeket, ahol az orosházi vállalkozások tanulhatnak a toszkánai példákból.

3.1. Borok az agroturizmusban

A borok nagy szerepet játszanak egy agroturisztikai szolgáltatást nyújtó vállalkozás kínálatában. A helyi borok kóstolása és megvásárlása révén a turisták közvetlen kapcsolatba kerülhetnek a termelőkkel és a helyi kultúrával. A gazdaság és a borászatok közötti szoros kapcsolat nem csak gazdasági előnyökkel jár, hanem hozzájárul a vidéki közösségek fejlődéséhez és a természeti környezet védelméhez is.

3.1.1. Borok és olívaolaj előállítása, jó gyakorlatok Toszkánában

A toszkánai Chianti borvidéken, Firenzétől délre fekvő Fattoria Poggio Alloro⁴ egy családi kézben lévő bio- és biodinamikus gazdaság, melynek tevékenységi köre lenyűgöző sokszínűséggel bír. A szőlőtermesztés, borászat, olívaolaj-termelés és szarvasmarha-tenyésztés mellett az agroturizmus is kiemelt szerepet játszik a vállalkozás életében. A 24 hektáron elterülő szőlőültetvényeken a Vernaccia di San Gimignano, Sangiovese, Chianti, Malvasia és Trebbiano fajták nevelkednek. A borokat a hagyományos hordós érlelés mellett modern, reduktív eljárással is készítik, így biztosítva a változatos ízvilágot. A pincészet büszke a kiváló minőségű Chianti borokra, melyeket a helyi és nemzetközi piacokon is értékesítenek.

Az 1500 olívafa gondozása során nagy hangsúlyt fektetnek a kézi szüretre, a Moraiolo, Leccino és Frantoiano fajtákból származó olívaogyóból pedig kizárólag hideg sajtolásos eljárással nyerik ki az extra szűz olívaolajat. A Fattoria Poggio Alloro olívaolaja ízében és illatában is tükrözi a toszkán táj gazdagságát. A Chianina marhafajta tenyésztése a vidék ősi hagyományait őrzi. A szigorú biogazdálkodási előírások betartása garantálja a hús kiváló minőségét. A vendégszeretet jegyében a gazdaság agroturizmus keretében is nyitott a látogatók előtt. A családi vállalkozás tagjai örömmel tárják ki a pincét és a birtokot, betekintést engedve a biogazdálkodás és a

⁴ <https://fattoriapoggioalloro.com/>

hagyományos toszkán vendéglátás világába. A vendégek ínycsiklandó, helyi alapanyagokból készült vacsorával kóstolhatják meg a Fattoria Poggio Alloro boraiból és olívaolajaiból készült kimagasló minőségű termékeket. A vállalkozás a fenntartható gazdálkodás, a kiváló minőségű termékek és a toszkán vendégszeretet megtestesítője. A biogazdaság egyedülálló élményt nyújt a Chianti borvidék varázslatos környezetében, ahol a látogatók megtapasztalhatják a toszkán élet igazi ízét.

3.1.2. Borok az Alföldön

Magyarországon kevésbé népszerűek az Alföldön, azon belül is a Kiskunsági és Csongrádi borvidékeken termelt borok. Egyik oka lehet ennek, hogy a 2000-es évek elején rengeteg visszaélés történt, gyakran fordult elő borhamisítás ezen a területen. Így kialakult egy előítélet az emberekben, ami a mai napig érződik és gyakran befolyásolja a vásárlói magatartást negatívan. Ennek ellenére itt is találhatók kiváló minőségű borok.

Mivel a Kiskosár Kézműves Boltban semmilyen alkoholos termék nem található, ezért a lakóhelyemhez legközelebb, 15 kilométerre található, a 47-es számú főút mellett húzódó, Vásárhelyi Róna Kft Sóshalmi Borászatát⁵, vizsgálom meg. A borászat közel 20 hektáron termel szőlőt. Hat fajtára összpontosít, melyekből fehér, rozé és vörösbor is készül. Ahogy az a későbbiekben az interjúk során részletesen kiderül, a borászat nem érte el az Olaszországban látott sikert, annak ellenére, hogy a lehetőségek adóttak. A korábban virágzó ültetvény mára sokat veszített fényéből. Valaha több mint harminc alkalmazott dolgozott a birtokon, mára azonban mindössze három főállású alkalmazott maradt, akik minden feladatot elvégeznek. A borászat területe a kivásárlások miatt jelentősen lecsökkent, a megtermelt szőlő nagy részét a környék gazdái vásárolják fel pálinkafőzés céljából. A megmaradt szőlőből készült borokat évek óta már nem palackozzák, csak lédig formában értékesítik. Az előző évben a hódmezővásárhelyi borkimérés bezárásával az értékesítési hely csak a birtokra korlátozódik. A gazdaság területén megszűntek a rendezvények annak ellenére, hogy minden feltétel adott lenne az agroturisztikai tevékenységhez. A birtok előtt elhaladó kerékpárosok sem térnek be, a borászat nem vonzza a látogatókat. A vállalkozás jövője bizonytalan ebben az évben a termésből már nem készítenek majd bort. Ennek okáról részletesebben az interjúknál térek ki.

⁵ <https://csongradiborvidek.hu/vasarhelyi-rona-kft-soshalmi-boraszat/>

A korábbi években a leszüretelt szőlő nagy részét értékesítették, a megmaradt szőlőből készítettek bort. Mára a korábbi hordós érlelést felváltotta a tartályos reduktív technika. A kövidinka fajtából a boron kívül szőlőlét is készítenek, amit bag in box-ban árusítanak. Visszajáró vásárlóik elsősorban Békés vármegyéből érkeznek, néhányan pedig alkalomadtán megállnak amikor a borászat előtt elhaladnak. Megdöbbenve hallottam, hogy annak ellenére, hogy az Orosházát Hódmezővásárhellyel összekötő kerékpárút mellett található a borászat, szinte sosem fordul elő, hogy a kerékpárosok betérjenek a birtokra. A birtokon minden lehetőség adott egy agroturisztikai vállalkozás beindítására, sajnos nem azt tapasztaltam, hogy a gazdaság próbál talpon maradni és esetleg új területek felé nyitni, hanem azt, a szomorú tény, hogy bezárják és a jövője nemcsak a borászatnak, de az ültetvénynek is bizonytalan.

3.2. Állattenyésztés, sajtkészítés az agroturizmusban

Az állattenyésztés és a sajtkészítés szorosan összekapcsolódik, hiszen a sajtok alapanyaga legtöbbször tej, melyet az állattenyésztés következtében nyernek. A tejfeldolgozás során számos fajta sajt készül, melyek sokfélesége gazdagítja az ízletes termékek palettáját. A sajtok népszerűsége folyamatosan növekszik világszerte, és sok helyen kiemelt figyelmet kapnak a helyi termelők által készített sajtok, melyek egyedi ízvilágukkal és minőségükkel vonzzák a turistákat. A sajtkészítés hagyományos technikái és a különböző sajt fajták kóstolása révén a látogatók betekintést nyerhetnek az adott terület gasztronómiai örökségébe és kulturális identitásába.

3.2.1. Állattenyésztés, sajtkészítés és vendégfogadás az agroturizmusban, Toszkán modell

A második családi vállalkozás, amit meglátogattunk a mikrovállalkozásnak számító Podere Paugnano⁶ organikus farm, ahol szintén találkozhattunk a vállalkozást vezető házaspárral, Giovannival és Giovannával. Egy Siena közelében található kisvállalkozásban juhokat tenyésztnek és juhsajtot készítenek, emellett pedig a juhok húsát is értékesítik, többek között szalámi formájában. A gazdaság turizmusból is profitál, a szállóvendégek bepillanthatnak a sajtüzem működésébe, részt vehetnek családi vacsorákon, és megismerhetik a család mindennapjait. A család 102 hektáros földterületen gazdálkodik és 120 juhot tart, saját termékeiket pedig a környező Michelin-csillagos éttermeknek is szállítják. A vállalkozásuk sikerét a közvetlen kapcsolat a vendégekkel, valamint az egymás iránti tisztelet és szeretet teszi lehetővé. A vendégek

⁶ <https://poderepaugnano.it/>

részei lehetnek az étkezéseknek, közösen elkészítve az olasz fogásokat, és megismerhetik a fenntartható és 0 km-es ellátási lánc kialakításának folyamatát. A családi vállalkozásoknál kiemelkedő az összetartás és az alkalmazkodóképesség, ami segít leküzdeni a felmerülő problémákat és fenntartani a vállalkozások sikerét.

3.2.2. Állattenyésztés, sajtkészítés és vendégfogadás az agroturizmusban, Békés vármegyei példa

A Kiskosár Kézműves Kisbolt kínálatában megtalálhatók a Hegyesi Éléstár⁷ készítményei, többek között kézműves sajtok, tejtermékek. Deák Szilvia, 2016 januárjában végzett Keszthelyen, a Pannon Egyetem Georgikonon karán, állattenyésztő-agrár mérnökként. Majd 2015-ben elindította a Hegyesi Éléstár nevű vállalkozását, amihez felhasználta a Fiatal Gazda Pályázat által kapott támogatást. A vállalkozás fő profilja a Jersey fajtájú szarvasmarhák tejének feldolgozása, melyet különböző tejtermékek készítésére használnak, hagyományos kézműves technológiával. Fontos kiemelni, hogy ezeket a termékeket tejcukor és tejfehérje érzékenységgel szenvedők is fogyaszthatják, mivel az A2 tehéntej fontossága abban rejlik, hogy fehérje összetétele következtében bizonyos esetekben a tejfehérje-allergiában szenvedő emberek számára is fogyasztható. Emellett gazdaságukban szántóföldi növénytermesztéssel is foglalkoznak, így széleskörű tevékenységet folytatnak. Nemcsak az állattenyésztés és a növénytermesztés része a profiljuknak, hanem rendezvények szervezését is vállalják, mint amilyen például a Nyitott Portás Nap, vagy a Hegyesi Piknik, melyek az elmúlt években egyre népszerűbbé váltak a környéken, amely egyértelműen bizonyítja, azt, hogy van igény az ilyen jellegű programokra.

⁷ <https://hegyesi-elestar4.webnode.hu/>

3. ábra Nyitott portás nap-ot népszerűsítő szórólap <https://promenad24.hu/2023/07/13/bocisimogatas-fejesi-bemutato-is-lesz-a-hegyesi-elestarnal/> Letöltés dátuma: 2024.02.27.



Az üzlet kínálatában nem csak tehén, hanem kecske sajtok is elérhetőek, melyek a szomszédos faluból Pusztaföldvállról a Kere-kecske udvartól érkeznek, ahol elsősorban krémsajtokat és félkemény sajtokat készítenek és forgalmaznak. Weboldallal nem rendelkeznek, zárt Facebook csoporton keresztül lehet elérni őket, mely jelenleg 190 tagot számlál.

3.2.3. Állattenyésztés, húsfeldolgozás Toszkánában

Ki a húzáért, ki pedig a tejért és a tejből készült tejtermékekért tartja az állatokat, de az biztos, hogy nagyon fontos a megfelelő fajta kiválasztása és az állattartás módja. Toszkánában általában a Fattoria Poggio Alloro vállalkozásnál már említett chianina az egyik leghíresebb ősi olasz szarvasmarha fajta tenyésztése zajlik. Az állatokat jellemzően szabadtartásban tenyésztik, aminek köszönhetően a húrukban található ízanyagok sokkal zamatosabbak és az ásványi anyagok is sokkal jobban érvényesülnek. A chianina húsa fehérjékben gazdag és a szabadtartás eredményeképpen zsír- és koleszterinszegény. Miután megismerkedtünk a fajtával és tartásával, a nap zárásaképp egy felejthetetlen T-Bone steak vacsorán vehettünk részt Poggibonsiban a Ristorante San Lucchese étteremben⁸, amit a chianina szarvasmarhából készítettek, ami az

⁸ <https://www.ristorantesanlucchese.it/>

említettek mellett kiváló minőségéről is ismert, és a legjobb minőségű T-bone steak alapanyagot szolgáltatja. A vacsorának kiemelkedő része volt, hogy a vendégek előtt mutatták be a T-Bone steak elkészítését és annak tradicionális módon történő felszolgálatát.

A San Gimignanotól nem messze található Poggio di Camporbiano⁹ vállalkozásban újabb állattenyésztéssel és feldolgozással foglalkozó gazdaságot ismertünk meg, itt a szarvasmarhákat főként tej és tejtermékek előállítására tartják, emellett még növény- és gabonatermesztéssel foglalkoznak. Ezt egészíti ki a sajtkészítés és tejtermékek árusítása, ami a helyi kisboltokban történik és a helyi családoknak szállítják. Megfigyelhettük a vadon élő és ólban tenyésztett sertések gondozását, valamint megkóstoltuk a húsból készült szalámit. A vállalkozások nyitottak a külföldi turizmus és értékesítés felé, és inkább elégedett vendégekre építik a marketingjüket. Az állattenyésztés és vendéglátás kapcsolatának átfogó képét kaptuk, ahol minőségi húsokat szolgáltak fel. Az agroturizmusban személyes kapcsolatok és megbízható források jellemzőek az alapanyagok beszerzésében. A tartomány támogatja a helyi termékeket adózási előnyökkel, ösztönözve ezzel a helyi termékek felhasználását.

3.2.5. Húsműhely, ami a Gádorosi Települési Értéktár része

Békés vármegyéről sokaknak gyakran a füstölt sertéshúsból készült termékek jutnak az eszükbe, így természetesen nem hiányozhatnak a Kiskosár Kézműves Bolt kínálatból a szalonna és kolbászaruk sem, melyek a Gádorosi Húsműhelyből kerülnek az üzletbe. A vállalkozás Facebook oldalának 3 200 követője van, weboldallal ők sem rendelkeznek. A vállalkozás vezetője Giballa Titusz, aki felismerve a település lakóinak igényét, kezdte meg kialakítani üzletét és a kínálatot. A 10 éve működő vállalkozás ma már a Gádorosi Települési Értéktár részét képezi, szlogenjük a „Helyben minőséget”. *„Rövid ellátási láncan keresztül jut el hozzánk minden alapanyag, az önkormányzat által termelt fokhagymát és pirospaprikát használjuk, és részben az ő, részben pedig egy néhány kilométerre található telep sertéseit dolgozzuk fel. Mindent helyi termelőktől, gazdaságoktól, vállalkozásoktól vásárolunk, a legtávolabbról a bél érkezik, de az is Gyuláról. Az ínycsemegek készülő moruga skorpiós kolbászunk erejét és csípősségét a – szintén gádorosi – Viharsarki Chili paprikája adja. Így egyrészt a környezetünket is óvjuk, másrészt támogatni tudjuk egymást a kistérségben élőkkel.”* Nyilatkozta Giballa Titusz az

⁹ <https://www.poggiodicamporbiano.it/>

OrosCafé nevű helyi lapnak¹⁰. Termékeiket rendszeresen mérettetik meg különböző versenyeken is, például 2024-ben, a Hagyományok-Ízek Versenyen, kimagasló eredményt értek el. A sertés vastag- és vékonykolbászuk ezüst minősítést kapott, de a leginnovatívabb termék különdíját is nekik ítélte a szakmai zsűri.

4. ábra A Gádorosi Húsműhely bemutató standja az OMÉK-on (Forrás: facebook¹¹)



3.3. Gabonatermelés az agroturizmus szolgálatában

Gabonatermesztés során a turisták igény szerint részt vehetnek a termények betakarításában, megismerhetik a mezőgazdasági munkafolyamatokat. A friss terményekből tésztát, kenyeret készíthetnek, mely interaktív élményt nyújthat, ahol a résztvevők saját kezükkel dolgozhatnak. Az ilyen természetközeli tevékenységek szintén jó lehetőséget adnak a helyi kultúra és hagyományok megismerésére. A folyamat megismerése hozzájárulhat a fenntarthatóság és az egészséges életmód iránti tudatosság növeléséhez. Végül pedig a friss, házilag készített tészta, kenyér fogyasztása egy ízletes és autentikus élményt nyújthat a turistáknak.

¹⁰ <https://oroscafe.hu/2024/03/17/regmult-idok-izei-es-minosege-a-gadorosi-husmuhelyben-giballa-titusz-gadoros-hentes-sonka-kolbasz-hagyomanyok-izek-versenye/>

¹¹ <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=555165079735228&set=pb.100057252228788.-2207520000&type=3>

3.3.1. Liszt előállítása ősi gabonafajtákból Toszkánában

A Bio Floriddia¹² vállalkozás fontos célkitűzése, hogy megismertesse a résztvevőket a búzatermesztéssel és az ősi gabonafajtákból származó lisztekkel. Az ősi búzafajták jelentősége különösen hangsúlyos Olaszországban. Az általuk forgalmazott termékeket az egyszerűbb fehérjemolekulájuk miatt még a gluténérzékenyek is fogyaszthatják. A Bio Floriddia bio gazdaság is részt vett egy kutatásban, amibe számos szakértőt és genetikuszt vontak be, hogy kiválasszák a legmegfelelőbb vetőmagokat. A vállalkozás nem csupán mezőgazdasági tevékenységet folytat, hanem oktató és érzékenyítő tevékenységet is, amelyeken célja, hogy a helyes táplálkozást bemutassák, ars poeticájukat átadják a résztvevőknek. Az üzletpolitikájukat környezet- és emberközpontúnak tartják, és kiemelik az egészséges étkezés fontosságát. Emellett harmonikus marketingstratégiát alkalmaznak, amelynek célja az összefüggések megtalálása a termékek, a filozófia és a munkamorál között. Az ősi gabonafajták előnyeit a modern búzával szemben folyamatosan kommunikálják, kiemelve az egészségügyi előnyöket. A Bio Floriddia vállalkozás teljes körű szolgáltatást nyújt, beleértve a búzamalmot, a tésztagyárat és a konyhát. Érdekes megfigyelni, hogy a birtokon történő lisztvásárlás lehetőségét is biztosítják, ami vonzza a környékelieket, akik havonta egyszer érkeznek megvásárolni a következő havi lisztmennyiséget. A gazdaságban dolgozó családtagoknak versenyképes fizetést és jó munkakörülményeket biztosítanak, ami azt jelzi, hogy megbecsülik és támogatják munkájukat.

3.3.2. Tradicionális kézműves tészták Orosházán

A Kiskosár kínálatából nem maradhatnak el a száraztészták sem, ami szintén helyi termelőtől érkezik. Asztalosné Szilágyi Julianna¹³ keze munkáját dicsérik a minőségi termékek, aki 2015-ben Budapesten, a 77. Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásáron (OMÉK) a "Magyar Kézműves Remek" díjat nyerte el, 8 tojásos száraztésztáival. A tészták előállításához a Tótkomlósi Malom lisztjeit használják. Érdekes, hogy ebben az esetben nincs a termék mögött Facebook oldal, hanem weboldala van a vállalkozónak, amely azonban úgy tűnik, hogy nincs aktualizálva. Vállalkozását férjével közösen működteti Julika néni, aki a családi tradíciót folytatta amikor a 1970-es években átvette édesanyja vállalkozását, termékeivel azóta szám-

¹² <https://ilmulinoapietra.com/>

¹³ <http://www.szarazteszta.atw.hu>

talán elismerést szerzett, tésztái keresettek a város és környező települések polcain. Tevékenységükre több tévécsatorna is felfigyelt, így nemcsak a helyi média, de az ATV is járt náluk forgatni. Sajnos ez a vállalkozás is megszűnik ebben az évben, mivel mindketten megöregedtek – bár vannak gyermekeik – de ők nem tervezik folytatni a családi hagyományt, a verseny szférában dolgoznak.

3.4. A hálózatosodás fontossága az agroturizmusban

3.4.1. Hálózatosodás a fenntartható fejlődésért Toszkán példa

A tanulmányút negyedik napján Siena környékére látogattunk el, ahol a napunkat a Le Querce Bio Zöldségeskertben kezdtük (nem rendelkezik weboldallal), ahol megtekintettük, hogyan működik egy bio gazdálkodás, milyen növényeket termelnek, hogyan történik az értékesítés. Innen egy helyi alapanyagokból készült ebéd elfogyasztása után a zöldségeskert tulajdonosával együtt a Spesa in Campagna¹⁴ üzletbe látogattunk, ahol a környék mikro- és kisvállalkozásai értékesítik a termékeiket. A 36 cég együttműködésével létrejött hálózat működésének és a napi operatív feladatainak megismerése után, a cég filozófiáját ismertette a tulajdonos. A „Spesa in Campagna” márkát megalkotva, eleinte 16 termelői vállalkozás állt össze tíz évvel ezelőtt és létrehoztak egy üzletet, ahol közvetlenül értékesítik az általuk előállított termékeket. Az üzlet filozófiája, hogy elérhető áron adjon lehetőséget a helyi termékekből történő teljes bevásárlásra, nem csak a lakosság számára, de a vendéglátós gazdaságok, vállalkozások hálózat termékeivel történő kiszolgálásának lehetőségei is biztosítottak. Ez a fajta vállalkozás még Olaszországban is innovatív megoldásnak számít, de mindenféleképp követendő példa a jövőre nézve, hiszen lehetővé teszi a szolgáltatások sokféleségének kialakítását egy olyan helyi termelői üzletben, amely független az állami finanszírozástól. Az üzlet a termelői és vállalkozói szektor összefogásán alapszik, ahol a döntések is közösen születnek. A termelők jóvoltából a „Spesa in Campagna” -ban minden megtalálható a zöldségektől kezdve a húsokon át a tejtermékekig amire egy háztartásban szükség van, illetve bio és nem bio termékek egyaránt felkerülnek a polcokra, jól felismerhető módon. Ezt a fajta közös munkát hálózati együttműködésnek nevezik, amely úgy működik, hogy az egésznek van egy vezérigazgatója és az árut biztosító termelők is részei a rendszernek. Minden termelőnek megvan a saját polca a boltban, amit a saját termékeivel tölt fel, és gondoskodik a polc folyamatos telítettségéről. Az értékesítés úgy

¹⁴ <https://www.spesaincampagnasiena.it/it/>

történik, hogy bizományba helyezik le a termelők az árucikkeket az üzletben majd az értékesített mennyiséget bizonyos időközönként elszámolják. Az eladók minden egyes nap végén elküldik a termelőknek, hogy miből mennyi fogyott, mellyel megkönnyítik a termelők munkáját a polcok töltését illetően. Minden eladott termék után egy meghatározott százalék az üzlet fenntartását és a dolgozók bérét hivatott biztosítani, a fennmaradó összeg pedig a termelőké. Ez a fajta hálózati együttműködés szintén példaértékű, segíti a mikro- és kisvállalkozások érvényesülését a piacon, valamint ezáltal egyfajta érzékenyítő funkciót is betölt, amely erősíti az emberekben azt a gondolkodást, hogy érdemes a helyi vállalkozásoktól vásárolni. Kiemelten fontos, hogy az ott élő emberekben kialakuljon az igény, hogy ezeket a helyi termékeket használják, és ne egy supermarketbe menjenek azokat beszerezni, hanem elmenjenek a termelői boltba és ott vásárolják meg őket. Ehhez az is hozzájárul, hogy Toszkánában bizonyos lépcsők kiiktatásával, ellentétben a nálunk megfigyelhető hazai gyakorlattal, nem drágább, hanem olcsóbb az a termék, amit a termelői boltban vásárolnak meg. Itt is megemlítem az együttműködés keretében – egyrészt a kereskedők, másrészt a kereskedők és a vásárlók között – kialakuló a személyes kapcsolatok fontosságát, melyek azért is fontosak, mert így elégedett vásárlókat tudhat magáénak az üzlet, a kölcsönös bizalom lehetővé teszi, hogy a mindennapi igények kielégítése megvalósuljon.

3.4.2. Az agroturisztikai összefogás bölcsője, avagy a Kiskosár Kézműves Kisbolt törekvései a helyi értékek bemutatására

Végezetül be szeretném mutatni a már sokat emlegetett Kiskosár Kézműves Kisboltot¹⁵. Csizmadia Ildikó 2022. november 2-án indította útjára vállalkozását Orosházán, Kiskosár Kézműves Bolt néven. Az üzlet az orosházi Fő tér közvetlen szomszédságában, a Meszes-kisközből található. Az üzlet megnyitásával a fő célkitűzése az volt, hogy a helyi, illetve a környéken megtermelt és előállított termékek, kézműves árucikkek összegyűjtve megtalálhatóak és megvásárolhatóak legyenek egy helyen, egy üzletben, kiemelt hangsúlyt fektetve a minőségre és a hagyományok ápolására. Mára az üzlet vezetője közel 30 partnerének 80 féle termékét értékesíti. Ajándéktárgyakkal együtt a boltban megközelítőleg 100 terméket forgalmaz. A vásárló kör 90 százaléka jelenleg elsősorban a város lakóiból tevődik össze, míg a maradék 10 százalék turista. Ennek – többek között – az az oka, hogy az elmúlt években jelentősen visszaesett a városba látogató turisták száma. Az üzlet marketing tevékenysége három pilléren nyugszik, az egyik az

¹⁵<https://www.facebook.com/profile.php?id=100087219630327>

üzlet saját Facebook oldala, ahova rendszeres posztok kerülnek fel a termékekről és az üzlettel kapcsolatos eseményekről, a másik pillért különböző szórólapok kihelyezése jelenti a város területén található szállodákban és magánszálláshelyeken. A felsoroltakon kívül Ildikó rendszeresen jelenik meg a helyi lakosság részére rendezett kirakodó vásárokon, ahol különböző terméknépszerűsítő kóstoltatásokat tart, így bemutatva a lakosság részére az üzletben elérhető kínálatot. Egyre nagyobb az érdeklődés a kis üzlet iránt. Mára kialakult a rendszeres vevőkör, akik visszajárnak ide a megszokott magas minőséget képviselő termékek beszerzéséért, így támogatva a helyi gazdálkodókat és kisvállalkozókat. Az eddig megismert kisvállalkozókon túl a következő termelőkkel van kapcsolatban az üzlet.

Rendszeresen visszatérő vásárlóerőt jelent az üzlet számára, a kedden és pénteken, a Kiskonyhám Házipékségből¹⁶ érkező friss kenyér. Kínálatukban kovással készült, hagyományos és különböző ízesítésű kistermelői kenyerek találhatók meg. A vállalkozás 2024-ben, a XVII. Orosházi Hagyományok Ízek Versenyén Orosházi Innovatív Termék Díj 2024 elismerésben részesült. A vállalkozás nem rendelkezik saját weboldallal, termékeiket és tevékenységüket nyilvános Facebook oldalon hirdetik, melynek 1100 követője van

Népszerű terméknek számít a termelői ivólé és gyümölcsszörp is a „Kiskosárban”, ahol a Maglóczyi Kert rostos levei és gyümölcsszörpjeit vásárolhatják meg az ide betérők. A vállalkozás az Orosházától 15 km-re lévő Pusztaföldváron található, munkásságukat szintén a Facebookon követhetjük egy nyilvános oldalon keresztül, mely jelenleg 1100 követőt számlál. A kínálatukban a szörpök és gyümölcslevek mellett az általuk készített gyümölcslekvárok is elérhetők¹⁷.

A Juice For You¹⁸ termékeket az orosházi Benkő Sándor állítja elő, melyek közül többféle íz található üzlet polcain. Fogyasztásukat tisztítókúrához, vitaminpótláshoz és sporthoz ajánlják a forgalmazók. A vállalkozás csak Facebook oldallal rendelkezik, melynek 818 követője van pillanatnyilag.

Süteményekből, aprósüteményekből „Olgi Anyu”¹⁹ kézműves termékei találhatók meg az üzletben, melyek a szomszéd faluból, Gádorosról érkeznek. Fortin Olga készíti a szebbnél-szebb

¹⁶ <https://www.facebook.com/profile.php?id=61550533200555>

¹⁷ <https://www.facebook.com/Magloczkikert>

¹⁸ <https://www.facebook.com/juiceforyouhealthly/>

¹⁹ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063668967024>

kézműves süteményeket, köztük többek között a tájegységre jellemző különböző grillázs torták, és a nagyi féle retró sütik találhatók meg. Olgi Anyu valamennyi terméke adalékmentesen készül, szeretettel sütve. A vállalkozás szintén csak Facebook elérhetőséggel rendelkezik, ahol rendszeresen posztok az elkészült termékekről. A 885 követővel rendelkező oldalon, a lelkes rajongóknak gyakran szerveznek nyereményjátékokat is.

Aki egészségesebb nassolnivalóra vágyik, megtalálják a kínálatban a Tönkölysüti²⁰ nevű vállalkozás által készített termékeket is, ez a vállalkozás szintén Gádorosról szállítja süteményeit az üzletbe. Elsősorban édes és sós aprósüteményeket készítenek, valamennyit tönkölybúza lisztből. A weboldallal nem rendelkező vállalkozás viszonylag sok követőt tudhat magáénak az előzőekhez képest, 13 ezer követő figyeli munkásságukat. Ennek oka valószínűleg az, hogy szinte az összes termelői piacon rendszeresen árusítanak a régióban, így termékeik viszonylag szélesebb körben ismertek.

Szintén a szomszéd faluból, Pusztaföldvállról érkeznek a Mézes – Levendulás Csupor²¹ név alatt megtalálható gyönyörű mézeskalácsai, melyek készítője Vajda Katalin. A vállalkozás Facebook oldala nem annyira aktív, viszonylag kevés poszt található rajta, emiatt követőinek száma is csak 645.

A Kiskosár kínálatában vegán termékek is megtalálhatóak, melyek egy kicsit messzebbről, de még Békés vármegye területéről, Gyomaendrődről érkeznek. A „Zsuvega” termékek, amiket Stranzky Zsuzsi, vagy más néven ZsuVega készít, aki egy komoly betegség hatására döntött úgy, hogy áttér az egészséges táplálkozásra és a vegán életmódra. Ennek köszönhetően nem csak teljesen felépült, és elkerülte a műtétet, hanem még szakmát is váltott. Mivel az egészséges termékek beszerzése sosem volt egyszerű, ezért úgy döntött, hogy létrehozza a sajátjait, így kezdett el vegyszermentes alapanyagokból egészséges finomságokat készíteni. Férjével, gyomaendrődi kertjükben saját zöldségeket és gyümölcsöket termesztene, ezekből készülnek a lekvárok, szörpök, zöldségkrémek és vegán kolbászok, valamennyi termékük elérhető Orosházán is. Weblap híján munkássága szintén a Facebookon követhető, ahol 2500 követővel rendelkezik²².

²⁰ <https://www.facebook.com/tonkolysutigadoros/?locale=hu>

²¹ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100057161421608;>

²² https://www.facebook.com/p/Zsuvega-Konyh%C3%A1ja-100057808173473/?page=0&eav=AfZ4v9rUfPTvq82VZNeiE7DcNPY-ebmWG5JT2H6MdlrVldW_cfCgswIA4NYOkM4g5Ew&_rdr

Gádorosról érkeznek a „Viharsarki Chili” készítményei az üzletbe. Kokovecz Adrienn és Viczián Ádám kistermelők saját gazdaságukban termelt és az azokból, az általuk előállított kistermelői csípős különlegességek találhatók meg a Kiskosár kínálatában a gyümölcsöstől, a brutálisan erősig. Készítenek még különböző örleményeket, szószokat, krémeket, savanyúságokat, lekvárokat is, melyek az orosházi üzlet kínálatában is ²³elérhetőek. Ez a vállalkozás már rendelkezik saját weboldallal is, mely jól áttekinthető formában tartalmaz információt valamennyi termékéről, de webshopot nem üzemeltetnek, pedig az oldal kialakítása alapján alkalmas lenne erre is. A vállalkozás megtalálható a Facebook felületen is ²⁴, 2300 követővel.

Igazi kuriózumnak számítanak az Orosházától 23 km távolságra működő Ancsin Fürjészet ²⁵ kínálatából származó különböző, fürj tojásokból készült készítmények, melyek között a friss tojástól kezdve, a füstölt és pácolt készítményekig számos variáció megtalálható. Önálló weboldallal nem rendelkeznek, de a Facebookon jelen vannak, oldalukat 625-en követik.

Szintén a szomszéd faluból, Nagymágocsról szállítja kistermelői termékeit céklalé, paradicsomlé, különböző zöldség lekvárok és ételízesítő krémek formájában a Kisszigeti Fűszerkert ²⁶, akik saját kertjükben termelt növényekből állítanak elő kistermelői termékeket. A szó szerint kis vállalkozás csak 175 követőt tudhat magáénak a vállalkozás Facebook oldalán.

Mézből is különleges termékek kerültek a Kiskosár polcaira, hiszen a közeli Eperjesről szállítja ide a Kabai Méhészet ²⁷ kiváló minőségű, különféle mézeit. Vannak köztük ízesítettek különlegességek is, mint a kávé, csokis, chilis, karamellás eperes krémmézek, de elérhetőek az olyan klasszikus megszokott minőségi mézek, mint a repce-, akác-, vagy a vegyes virágméz is. A termelő ebben az esetben is csak Facebook oldallal rendelkezik, melynek 580 követője van. A Csabacsúdi Szvák Méhészet termékei is jelen vannak a polcokon, akik különleges hárs, gesztenye, selyemfű és erdei mézeikkel gazdagítják a kínálatot. A méhészet 247 követőt tudhat magáénak a Facebook oldalán.

2023. októberében az Orosháza és Térsége Gazdakör bővítette tevékenységét egy kézműves tagozattal, ami a helyi kisgazdálkodók támogatására és a helyi termékek népszerűsítésére írá-

²³ <https://viharsarkichili.hu/>

²⁴ <https://www.facebook.com/viharchili>

²⁵ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088582506619>

²⁶ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100088582506619>

²⁷ <https://www.facebook.com/profile.php?id=100081936196661>

nyul. A szervezést egy elismert helyi chilitermesztőre Vincze Attilára, a fentebb már bemutatott Viharsarki Chili tulajdonosára bízták, aki a közösségi médiumokon keresztül kezdte meg a szervezést. Az Orosháza és térsége kistermelő tagozat az alapításától tagjai között tudhatja többek között Csizmadia Ildikót is, aki a Kiskosár Kézműves Kisbolt tulajdonosa, de szinte valamennyi fent említett vállalkozó tagja a tagozatnak. A kézműves tagozat célja, hogy összefogja a térségben élő kistermelőket és mikrovállalkozásokat, akik élelmiszereket vagy kézműves termékeket állítanak elő. Az együttműködés és az információáramlás segítségével hatékonyabbá válna a rövid élelmiszerláncok kialakítása és az aktív érdekvédelem. Az új tagozat tervezi előadások, oktatások és szakmai látogatások szervezését, hogy segítse a kistermelőket a napi működésükben és piacra jutásukban. Emellett céljuk, hogy a térségben tevékenykedő kistermelők és kézművesek elismertsége és ismertsége mind helyben, mind országos szinten növekedjen, és létrehozzanak egy egymást segítő közösséget (Jung, 2024).

4. Anyag és módszer

4.1. A vizsgálat tárgya és célja

Az agrárturizmus egyre népszerűbb, összekapcsolva a vidéki kikapcsolódást a mezőgazdasági gasztronómiai és tradicionális élményekkel. Magyarországon is növekszik az érdeklődés a turizmus ezen formája iránt és egyre több termelő nyitja meg gazdaságának kapuit a látogatók előtt. Olaszországban már régóta sikeresen működik az agrárturizmus, ami jó példákat nyújt a hazai szakemberek számára. A kutatásom célja, hogy feltárjam az agrárturizmus helyzetét Orosházán és környékén, és olyan kistermelőket keressek, akik képesek lehetnek a toszkán modellhez hasonló agroturisztikai szolgáltatások nyújtására. Fontosnak tartom a helyi adottságok figyelembevételét, a fenntarthatóságot, a közösség bevonását és aktivizálását. Reményeim szerint a kutatási eredmények hozzájárulhatnak az agrárturizmus fejlődéséhez lakó környezetemben.

4.2 Kutatási kérdések

Vizsgálódásom során választ kerestem a következő kérdéseimre:

- Hogyan működik egy agroturisztikai vállalkozás Toszkánában?
- Van-e létjogosultsága hasonló rendszerben működő agroturisztikai vállalkozások indításának?
- Milyen lehetőségeket kínálhatnak a mezőgazdasági kisvállalkozások Orosházán és vonzáskörzetében?
- Van-e jelenleg bármilyen együttműködés, összefogás a kisvállalkozások között?
- Kiterjeszthető-e ez az agroturizmus kiépítése érdekében?
- A vállalkozók terveznek-e fejlesztéseket a turizmus irányában?

4.3. Az alkalmazott kutatási módszerek bemutatása

A kutatásom során, a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség Erasmus projektje során megismert jó gyakorlatok bevezetésének lehetőségét vizsgáltam meg. Mivel jelenleg térségünkben ez még csak egy szűk szektort érint, így a helyi vállalkozókkal készítettem mélyinterjúkat. Kiemelt figyelmet fordítottam a projektben résztvevőkkel való kapcsolattartásra és az általuk megfogalmazott gondolatok megőrzésére.

Két fő módszert alkalmaztam: gyakorlati tapasztalatszerzést és mélyinterjúkat. Mivel a téma nehezen mérhető, kutatásom elsősorban empirikusnak mondható, alapja a résztvevőkkel való párbeszéd és a gyakorlati tapasztalatok. Az eredmények segíthetnek a program továbbfejlesztésében és a szektor fejlődésében, hozzájárulva a projekttel kapcsolatos tudásbázis bővítéséhez és a jó gyakorlatok terjesztéséhez.

4.4. A kutatás eredményei

Orosházán jelenleg az egészségturizmus fejlesztését tűzték ki elsődleges célként a város vezetői, miközben figyelmen kívül hagyják a természeti értékeken alapuló turizmusformákat. Az infrastrukturális hiányosságok, például az autópálya hiánya kihívást jelent a gazdasági fejlődés szempontjából. Az mezőgazdasági szektorban is komoly munkaerőhiánnyal küzdenek, ami sok esetben megnehezíti a vállalkozások bővítését, fejlesztését. Az interjúk során kiderült, hogy nem mindegyik vállalkozás életképes, bár sok esetben ennek oka a tulajdonos, vagy a dolgozók elöregedése, illetve az, hogy nincs mögöttük egy újabb generáció, aki tovább vigye munkájuk gyümölcsét. Azoknál a vállalkozásoknál, ahol fiatalabb a tulajdonos azonban megfigyelhető, hogy jól működő, jól felépített vállalkozást vezetnek, és sokszor az igényeket sem tudják kielégíteni. Sajnos kutatásaim során csak egy kisvállalkozó mondta, hogy a közeljövőben szállás szolgáltatással szeretné bővíteni szolgáltatási körét. Kutatásom során bebizonyosodott, hogy egy olyan területet választottam, amire jelenleg még példa sincs Orosháza környékén, annak ellenére, hogy a természeti, gasztronómiai és tradicionális adottságok is a rendelkezésre állnak, de még csak se rövid se hosszú távú tervek sincsenek ezek kiaknázására. A jövőben az új turisztikai formák bevezetése és az agroturizmus erősítése kiemelt cél, miközben fontos a helyi értékek felhasználása és a fenntartható turizmus előtérbe helyezése. Ehhez azonban szükség van a helyi lakosság, intézmények és vállalkozások összefogására, valamint a közép-békési települések közötti együttműködésre.

5. Kutatás

Az agrár- és turisztikai szektorok összefonódása izgalmas területet jelent a gazdasági kutatások számára. Kutatásom módszerül a mélyinterjút választottam, ami lehetővé teszi, hogy átfogó képet alkothassak arról, hogyan kapcsolódik egymáshoz az agrárium és a turizmus, különös tekintettel azokra a gazdálkodókra, akik mindkét területen tevékenykednek. Az ilyen gazdálkodókkal való beszélgetések során rávilágíthatunk arra, hogyan támogathatjuk a vidéki gazdaságokat úgy, hogy egyidejűleg elősegítjük a fenntartható turizmus fejlődését és az agrártermékek gazdaságosabb felhasználását. A tapasztalatok és nézőpontok gyűjtése segíthet abban, hogy hatékonyabb stratégiákat dolgozzunk ki az agrár- és turisztikai szektorok közötti együttműködés kiaknázására. A cél az, hogy olyan megoldásokat találjunk, amelyek elősegítik a vidéki területek gazdasági sokféleségét és hozzájárulnak a fenntartható vidéki fejlődéshez.

5.1. Interjúk

3. táblázat Interjú alanyok (Forrás: saját szerkesztés)

Interjúalany neve	Beosztása	Képviselet vállalkozás	Interjú időpontja
Deák Szilvia	Tulajdonos, sajtókészítő, állattenyésztő	Hegyesi Éléstár	2024. március 4.
Asztalosné Szilágyi Julianna	Tulajdonos, száraztészta készítő	Asztalos Tészta	2024. február 22.
Csizmadia Ildikó	Tulajdonos, üzletvezető	Kiskosár Kézműves Bolt	2024. március 5.
Giballa Titusz a	Tulajdonos, üzletvezető	Gádorosi Húsműhely	2024. február 15.
Csíkos Imre	Alkalmazott, szőlész borász	Vásárhelyi Róna Kft Sóshalmi Borászata	2024. március 03.

Deák Szilvia a Hegyesi Éléstár vezetője. Vállalkozását 2015-ben hozta létre, ehhez igénybe vette a Fiatal gazda pályázati forrást is. Mivel gyorsan felismerte, hogy a tejet nem tudja megfelelő áron értékesíteni, így úgy döntött, hogy hozzáadott értéket teremtsen és elvégzett egy sajt-készítő OKJ-s tanfolyamot, és gazdaságában megkezdte a sajt-készítést. A gazdaság elindítása

kényszerhelyzetből adódott, mivel miután végzett a főiskolán, önéletrajzát több mint 50 munkahelyre adta be, azonban sehova sem vették fel dolgozni. Így jött az ötlet, hogy a saját lábára áll, és bízva megszerzett tudásában, létrehozta önálló vállalkozását, azt gondolta, ha ez sem válik be, akkor Hollandiába megy, ahol egy farmon fog dolgozni. Szerencsére ez nem következett be, mivel kiderült, hogy vállalkozására van igény a magyar piacon. Folyamatosan fejleszti gazdaságát, ehhez kihasználja a pályázatok nyújtotta lehetőségeket is, melyek megírásához pályázati cég segítségét veszi igénybe. Jelentős év volt a 2023-as, mert ekkor megtörtént az állatállományban az A2 genetikai vizsgálat, és ezután már csak olyan tehenek maradtak a tenyészetben, melyek génállománya tartalmazza az A2-es gént, ettől kezdve hivatalosan is olyan készítményeket állít elő, amiket így tejtermék intoleranciában szenvedők is fogyaszthatnak. Ettől kezdve megnőtt az általa előállított tejtermékek iránt a kereslet. Jelenleg több sajtot, túrót is tudna értékesíteni, mint amennyit megtermel. Az értékesítés helyszínei a kézműves vásárok, két kézműves bolt Szegeden és Orosházán, valamint az általa készített túrót használja Szegeden a Szálka Halászcseré és Makón is két étterem. Ezen kívül rendszeresen szállítja a sajtokat Makóra a Borház borkóstolóira.

A vállalkozás életében fontos szempont a fenntarthatóság, fokozott figyelmet fordítanak a környezet védelemre. A legelőket szerves trágyával trágyázzák, jelenleg folyik egy tó projekt, melynek az a célja, hogy nedvesebb mikroklímát biztosítsanak a legelőknek. A gazdaságban nem törekednek arra, hogy termékeik bio-k legyenek, ennek az az oka, hogy ebben a környéken gazdálkodók nem partnerek, így szinte lehetetlen a bio gazdálkodás kialakítása.

A vállalkozás családi vállalkozás, összesen 6 fő dolgozik, mindannyian családtagok, de csak Szilvi, aki főállású munkavállalóként van foglalkoztatva, a többiek csak besegítenek. Szükség lenne még egy fő állatgondozóra, de a munkaerőhiánynak köszönhetően nem sikerül senkit sem találni. Az általuk feldolgozott tej mennyisége évente 20-25 ezer liter, ebből parenyica sajtot, sajttekercseket, joghurtokat, Hegyesi Hófehér sajtot, ami egy fehérpenészes lágy sajt, Hegyesi olvadós sajtot, ami "Raclette" jellegű, 2-3 hónapos érlelésű, hőre olvadó félkemény sajt, és friss túrót készítenek. Hegyesi Szenes sajtot, ami "Morbier" jellegű, faszén csíkos félkemény sajt, Hegyesi naplemente sajtot, ami "Mimolette" típusú sajt, Hegyesi Fenyves sajtot ez egy különleges, fenyőkéregben érlelt fehérpenészes sajt, valamint a Hegyesi Holdfény sajtot, ami egy faszénes, fehérpenészes lágysajt. Ezen kívül készül natúr és gyümölcsös joghurt, valamint túró is.

A sajtkészítés mellett lehetőséget biztosítanak különböző programok lebonyolítására is a birtokon, mint például a birtok látogatás sajtkóstolóval egybekötve, családi rendezvények lebonyolítása, óvodás és iskolás csoportok fogadása, vagy a sajtkészítő workshop. Rendszeresen kerül megrendezésre a Hegyesi Piknik, amikor vásárlóikat és az érdeklődőket várják különböző színes programokkal a birtokra. Ezt évente 2-3 alkalommal rendezik meg. Az ötlet ehhez úgy jött, hogy a vásárokon a vevők érdeklődtek, hogy hogyan és hol készül a sajt, és jelezték, hogy szívesen megnéznék a birtokot, erre reagálva jött létre a piknik, amit minden évben nagy érdeklődés övez.

A jövő fejlesztési terveiben szerepel néhány apartman kialakítása, ahol szállóvendégeket is tudnak fogadni. Ehhez szintén pályázati forrást is igénybe szeretnének venni.

Szilvia elégedett a vállalkozás fejlődésével, azt gondolja, hogy mindenféleképp érdemes nyitni az agroturizmus irányába, és erre igény is van. Egyre népszerűbbek a minőségi kistermelői termékek, az emberek hajlandóak erre pénzt áldozni, és megfizetni a minőséget.

Asztalosné Szilágyi Julianna az **Asztalos Tészta** tulajdonosa 1990. március 11-én váltotta ki a kisipari működési engedélyt, akkor nyugdíjba vonuló édesanyja vállalkozását átvéve, célja a családi tradíció fenntartása volt. A mai napig is aktívan végzi munkáját, egy alkalmazottja van, a férje. Munkássága során több elismerésben is részesült, a legkiemelkedőbb a 2015. évben megkapott OMÉK-on elnyerte a Magyar Kézműves Remek díjat is tésztáival. 2024. áprilisában újabb elismerés várja, Orosháza Városalapítási Ünnepségén ebben az évben ő kapja a Thék Endre díjat, amit minden évben a város gazdasági életében kiemelkedő munkát végző személynek ítélnek oda. Az interjú során Julika elmondta, hogy úgy látja a kézműves száraztészta készítésnek nincs jövője, mivel a nagyüzemi gyártással képtelenség felvenni a versenyt.

Az Asztalos tészták megtalálhatók a környező települések boltjaiban és a nagyobb kézműves vásárokon. Egyik kezdeményezői voltak a városban havonta egy alkalommal megrendezésre kerülő OrosKosár Kézműves vásárnak, ahol képviseltetik is magukat, valamint minden évben a Megye Napokon is kiállítanak és árúsítanak az első alkalom óta.

Sajnos a családi vállalkozást nincs, aki átvegye, hiába van három gyermeke Julikának, ők más pályát választottak, így a jó nevű híres Asztalos száraztésztákat már valószínű csak egy évig tudjuk megvásárolni, mivel Julika néni jövőre befejezi a tésztakészítést és nyugdíjba vonul.

Szerencsére azonban a száraztészta készítésnek technikáját TV riportok és Youtube videó is megörökíti, így megőrizve azt az utókornak.²⁸

Csizmadia Ildikó a Kiskosár Kézműves Bolt tulajdonosa az üzletét 2022. novemberében nyitotta meg. Célja az volt, hogy összefogja a kézműves kistermelőket és termékeiket elérhetővé tegye Orosháza lakosságának, illetve az ide látogató turisták részére is. Gondosan állította össze az üzlet kínálatát, törekedve arra, hogy olyan termék szerepeljenek a kínálatban, amik magas minőséget képviselnek és szükségesek a háztartásokban a mindennapok során. Mára már kialakult egy megbízható, visszajáró kör, akik rendszeres mindennapi vásárlók, akik igényeit a beszállító kistermelői árukínálattal ki tudják elégíteni. A bolt tulajdonosa, reagálva a vásárlói igényekre, tart az üzletben olyan termékeket is melyeket vegánok, glutén- és laktóz érzékeny vevői fogyaszthatnak. Ez jó döntésnek bizonyult, mivel ezeket a termékeket gyakran nehéz beszerezni a városban. Ezekkel a termékekkel sok embert sikerült bevonítani az üzletbe, mivel sajnos ma már népbetegségnek számítanak a különböző ételintoleranciával kapcsolatos tünetek. Ildikó nincs megelégedve a városba látogató turisták számával, kevésnek találja azokat a rendezvényeket melyek turista csalogatók, és az sem tesz jót szerinte, hogy a Gyopárosi Fürdő helyreállítása nem történt meg, így azok a vendégek, akik eddig ide jártak a városba, most más közeli fürdővárosba látogatnak el, például Makóra vagy Gyulára. Ennek ellenére nem mond le a turistákról és az üzlet kínálatában különböző ajándéktárgyakat is tart, hogy kielégítse azokat az igényeket is, akik valamilyen souvenirt keresnek.

Az üzlet szemléletéhez hozzátartozik, hogy fontosnak tartja a fenntarthatóságot, a tulajdonos igyekszik odafigyelni, hogy környezetbarát csomagolásba kerüljenek a termékek, illetve olyan gazdaságokból érkezzenek, ahol szintén fontos szempont a környezetvédelem és a fenntarthatóság. Az üzlet Orosháza legrégebbi üzletsorán található egy patinás épületben, ami a város tulajdona, itt sajnos jelenleg nincs megoldva, hogy alternatív energiaforrásokkal oldják meg az energiafelhasználást, a jövőben szeretnének ilyen jellegű fejlesztéseket is.

Az üzlet az első perctől tagja a Gazdakör által életre hívott Kézműves tagozatnak és nagyon örül neki Ildikó, hogy erre lehetőség nyílt, mert sok segítséget kapnak és adnak, akár egymásnak is. Ez lehetőséget nyújtott egy kistermelői szakmai közösség létrejöttének, aminek célja a támogatás és segítségnyújtás.

²⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=ngw3AiXC65E>

A Kiskosár Kézműves Bolt jelenleg jó úton halad, kialakult egy biztos vevőkör. A jövőben a termékek és beszállítók számának bővítése a cél, különös tekintettel a mentes termékekre, amire nagyon nagy a kereslet. Workshopok, tematikus estek, vagy egyéb csapatépítő foglalkozások bevezetése nincs tervbe véve, mivel az üzlethelyiség nem alkalmas ilyen jellegű rendezvények lebonyolítására.

Giballa Titusz a Gádorosi Húsműhely tulajdonosa, végzettsége alapján műszaki mérnök. Kezdetben a hobbi volt a minőségi füstölt hústermékek előállítás, családdal, baráti társasággal gyakran tartottak disznóvágást, ahol a saját ízlésükre formálva készültek a hurkák, kolbászok, sonkák, szalonnák, amikről mindig pozitív visszajelzés érkezett. Gádoroson nem volt hentes, vagy húsbolt, így felismerve a piaci igényt úgy döntött 2018-ban, hogy majd ő nyit egyet, ahol először csak húst árultak, de a vevők rendszeresen keresték a füstölt termékeket is, így felkeltették a környéken elérhető készítményeket és azokat forgalmazta, de a falu lakosságának a visszajelzése nem volt pozitív ezekkel a termékekkel kapcsolatban, így folyamatosan kereste azokat az ízesítéseket, amiket vásárlói szívesen fogyasztottak. De hiába volt az alapos kutatómunka, valahogy sose találták meg a tökéleteset. Ekkor jött az ötlet, hogy amiket ő állít elő, azt mindenki dicséri, aki megkóstolta, mi lenne, ha megpróbálnák saját maguk előállítani. Ez egybe esett egy kisvállalkozók részére kiírt pályázat megjelenésével, ami arra készítette, hogy pályázzon. A nyertes pályázatból gépeket, berendezéseket vásárolt megszerezte a szükséges engedélyeket és megkezdte a gyártást kisüzemi szinten – tudtam meg Titusztól. Nem volt azonban zökkenőmentes a kezdet, Gádoros lakói nagyon kritikusak voltak a termékekkel kapcsolatban, így azokon a vásárlói visszajelzések alapján folyamatosan változtattak, addig amíg meg nem találták a tökéletes receptet, amit a mai napig használnak. A sertéseket az orosházi sertéstelepről szerzi be, a készítmények GMO mentesek. Kérdésemre, hogy készít-e bio termékeket, azt válaszolta, hogy itt a környéken nem lehet megvalósítani a bio gazdálkodást, igény sincsen rá, így ezzel nem foglalkozik, mert csak a nagyobb városokban tudná esetleg eladni. Próbálkoztak vegán kolbászok készítésével is, de ez inkább csak kísérlet volt, mert érdekelte a téma, de gyorsan kiderült, hogy itt nincs felvevő piaca.

Jelenleg a megnövekedett igények kiszolgálása érdekében a tulajdonoson kívül hat alkalmazott van a vállalkozásban, és további három embert szoktak alkalmi munkavállalóként alkalmazni, ha a feladatok igénylik. Titusz arra törekszik, hogy jó főnök legyen, alkalmazottai jó

hangulatban tudjanak dolgozni, ehhez igyekszik méltó munkakörnyezetet teremteni, és helyi viszonylatban versenyképes fizetést adni.

Házias jellegűek a termékek, semmivel sincs gyorsítva az érési idő, nagyon fontosnak tartja a minőséget! És mint ahogy a jó bornak sem kell cégér, kiderült, hogy a jó kolbásznak sem kell, ugyanis egyre többen keresték meg Tituszt, hogy szívesen forgalmazná a termékeit. Körülbelül 30 kilométeres körzetben tudja kielégíteni a vásárlók igényeit, készítményei ott vannak az üzletek polcain Orosházán, Nagyszénáson, Hódmezővásárhelyen, Tótkomlóson. Lenne rájuk igény távolabb is, keresték már Budapestről, Szegedről is, de úgy gondolja, hogy a további termékkapacitás növelés a minőség és a magánélet rovására menne, így nem tervezi. Azonban vannak tervei fejlesztésekre, de a technológiára, a hatékonyság növelésére, a megújuló energiaforrások kihasználására. Fontosnak tartja, az üzlet működésében a fenntarthatóságot, így az elmúlt hónapban kerültek kiépítésre a napkollektorok, melyek jelenleg tesztüzemben vannak. Ezen kívül kiemelte a rövid ellátási láncok fontosságát, minden beszállítója 30 kilométeren belül található. Titusz szintén tagja az Orosházi Kistermelői Kézműves Tagozatnak, bár ő nem kistermelő, de mivel fontosnak tartja azokat az értékeket, szakmai segítségnyújtást és közösséget, amit képvisel, így ő is belépett.

Nagyon sok rendezvényre hívják, hogy települjön ki standjával, a nagyobbakra szokta elfogadni a meghívásokat, mert bár anyagilag nagyon megéri, mégis ezek mivel hétvégék, a családjától veszik el az időt. Tavaly az egyik orosházi utazási iroda megkeresésére reagálva elterveztek egy gasztronómiai délelőttöt, ahova turisták érkeztek volna, azonban a program meghiúsult, azóta nem keresték ez ügyben. Többet magával azt tervezték, hogy kóstolót kínálnak Gádoros és Orosháza ízeiből, így egy összefogás alakult volna ki, akár rendszeres programok is lehettek volna. Végezetül azzal zárta mondandóját, hogy boldog így, szereti ezt az életformát, és bár a lehetőségek adóttak, mégsem tervezi a további bővítéseket, mert mivel nehéz megfelelő munkaerőt találni, így rá még több feladat hárulna, amit nem szeretne.

Csíkos Imrét kérdeztem meg a borászati ágazatból, aki a Vásárhelyi Róna Kft Sóshalmi Borászatában dolgozik közel negyven éve. A közelmúltban tulajdonosváltás volt, az új tulajdonost sajnos nem tudtam elérni, ezért Imre bácsival beszélgettem el, a valaha szebb napokat megélt borászatról. Már az interjú elején kiderült, hogy itt nem fogok nagy tervekről, fejlesztésről hallani, mert szomorúan közölte, hogy itt nem lesz több bor, idén már a leszüretelt szőlő száz

százalékban eladásra kerül. Elmondta, hogy 1964-ben, az akkori Rákóczi TSZ telepítette a szőlőt, 52 hektáron. Három fajtát ültettek, olaszrizlinget, saszlát és kövidinkát, ehhez jött még 1980-ban két újabb fajta, a kékfrankos és a zöldveltelíni. Megrendítő volt hallgatni, hogy a 2000-es években 35-en dolgoztak a birtokon, ma pedig hárman maradtak, ebből ketten idén nyugdíjba készülnek – és ezzel meg is szűnik a bor készítés – a nagyobb idénymunkákra alkalmi munkavállalókat keresnek, de a mai fiatalok már nem szeretnek dolgozni, így előfordul, hogy nem találnak senkit a munkára. A jelenlegi tulajdonosok nem akarnak ezzel az ággal foglalkozni, mivel a kft-nek vannak egyéb mezőgazdasági érdekeltségei is, azokra fókuszálnak. Szakember sincs, akinek át tudnák adni a stafétát.

Megtudtam, hogy kezdetben hordós érlelés volt, de ma már csak tartályos reduktív borokat készítenek, amit lédig árulnak a borászatban, palackozás már évek óta nincs. Emellett még készítenek szőlőlevet is a kövidinka szőlőből. Az értékesítést semmilyen marketing tevékenységgel nem segítik, így nem is csoda, hogy csak néhány visszatérő vásárló van, akik inkább Békés Vármegyéből érkeznek. Véleményük szerint ezen a vidéken nem kifizetődő a borkészítés, mert nincs rá kereslet, itt inkább pálinkát fogyasztanak, az eladott szőlőből is a környéken élő gazdák pálinkát készítenek. Pedig jó bort készítenek, a 2000-es évek elején több borversenyen is megmérették magukat, többször kaptak aranyérmet boraik országos versenyeken is, amit igen nagy elismerésként éltek meg. Sajnos már csak az emlékeikben él az a borászat, ahol rendszeresen rendeztek borkóstolókat, szinte minden hétvégén volt valamilyen rendezvény.

Az elmúlt években semmilyen fejlesztés nem történt, nem törekednek megújuló energiák felhasználására, mint ahogy arra se, hogy bio bort állítsanak elő. Elmondták, hogy itt nem is lennének népszerűek, ha így szeretnének gazdálkodni, mert ehhez az kell, hogy a többi gazda is felvállalja a bio gazdálkodást, már eleve a fő út közelsége kizárja, hogy alkalmas legyen rá az ültetvény. Hagyományos borokat készítenek, a mai divatos trendekről tudnak, de nem gondoltak rá, hogy bármilyen formában változtassanak. Imre bácsinak van egy hektár saját szőlője is a területen, ő nagyon várja, hogy nyugdíjas éveiben már csak azzal kelljen foglalkoznia.

6. Az agroturizmus fejlesztésével kapcsolatok következtetések és javaslatok a vizsgált területen

Békés Vármegyében jelenleg az egészségturizmus fejlesztése áll a középpontban, azonban figyelmen kívül hagyják a természeti értékeken alapuló turizmusformákat, melyek ideálisak lennének az Alföld sík vidékén. Például a kerékpáros turizmus kiemelkedő lehetőséget kínálhatna ezen a tájon, ehhez azonban szükség lenne a kerékpáros infrastruktúra fejlesztésére és a kerékpáros úthálózat bővítésére. Bár már lépéseket tettek ezen a területen, még mindig hiányzik az ilyen fejlesztés Tótkomlós, Gádoros, Nagyszénás és Kaszaper irányába. Emellett fontos megemlíteni a környék virágzó lovas életét, különös tekintettel Mezőhegyesre, mint a lovasélet központjára. Orosházán is számos lovas tanya működik, melyek számos szabadidős tevékenységet kínálnak a vendégeknek, gyakran gasztronómiai programokkal kiegészítve. Évente kétszer nagyszabású lóversenyt rendeznek a Bogárázói Lóversenypályán. Ezen táj eldugottsága lehetőséget kínál azoknak a turistáknak, akik kiszakadnának a nagyvárosok zajából, hogy pihjenek és élvezzék a vidéki életet. Az agroturizmussal foglalkozó vállalkozások számos szabadidős tevékenységet kínálhatnak mind a hazai, mind a külföldi vendégek számára. Fontos, hogy mindez úgy történjen, hogy közben vigyázzunk a környezetre és a természeti erőforrásokra. Az infrastrukturális hiányosságok, különösen az autópálya hiánya, kihívást jelent a térség gazdasági fejlődése szempontjából. Az M44-es út csak részlegesen köti össze a térséget más területekkel. Ezért fontos az infrastrukturális fejlesztések, valamint a térség nemzetközi piaci kapcsolatainak megerősítése. A jövőbeni célok között szerepel az új turisztikai formák bevezetése és az agroturizmus erősítése, valamint az érintett szereplők közötti szorosabb koordináció és együttműködés biztosítása. Középtávon fontos lenne Orosháza idegenforgalmi fejlesztése gasztronómiai, rekreációs és gyógyászati szempontból. Hosszú távon cél lehet a térség nemzetközi piaci integrációja és a minőségi turizmus előtérbe helyezése, valamint a helyi értékek felhasználása a város gazdasági fejlődése érdekében. Emellett hangsúlyozni kell az egészséges környezet és a természetvédelem fontosságát, valamint ösztönözni kell az embereket az egészséges életmódra és a fenntartható táplálkozásra. Ezen célok eléréséhez az infrastrukturális fejlesztések mellett fontos a helyi lakosság, intézmények és vállalkozások összefogása, valamint a közép-békési települések közötti együttműködés. Így városunk nem csak az elvándorlás bölcsője lehet, hanem vonzó és élhető közeg a jövő generációk számára.

Összegzés

A diplomadolgozatom témájául az agroturizmus fejlesztési lehetőségeinek megvizsgálását választottam Békés vármegyében. Az Olaszországban, Toszkánában megismert példa alapján. Célom volt, hogy bemutassam a Toszkán gazdálkodók jól működő modelljét és összefogásokat, és megvizsgáljam, hogy Békés vármegyében milyen hasonló vállalkozások léteznek, és hogyan alakítható ki egy jól működő, turisztikai vonzerőt kínáló összefogás. A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség felvállalta azt a feladatot, hogy közvetítse a jó gyakorlatokat a magyar turizmusban, vendéglátásban, oktatásban dolgozó szakemberek felé, segítve őket vállalkozásuk fejlesztésében. Jelenleg Magyarországon kevés agroturizmussal foglalkozó vállalkozás van, jó lenne, ha emelkedne a számuk, annál is inkább, mert igény az van rá. Ismereteimet szeretném kamatoztatni lakóhelyem és környéke turisztikai fejlesztésében, és segíteni a termelőknek értékek és attrakciók létrehozásában. Mivel kutatásaim alatt szükségszerű volt, hogy személyesen találkozzak olyan kistermelőkkel, akik a jövőben esetleg valamilyen agroturisztikai attrakcióval tudják bővíteni vállalkozásukat, így lehetőségem volt személyes, szakmai kapcsolatok kialakítására is, remélem a jövőben ez nemcsak nekem lesz hasznos.

A diplomadolgozatom három fő részből áll. Először áttekintettem a turizmus, falusi turizmus és agroturizmus elméleti alapjait, magyar és idegen nyelvű szakirodalmak alapján. Áttekintettem az slow food mozgalom kialakulását Olaszországban, majd az agroturizmus létrejöttének folyamatát is. Ez alátámasztotta, hogy a legjobb területet jelöltem meg a jó gyakorlatok vizsgálatára, mivel évtizedekkel előttünk járnak az ilyen jellegű vállalkozások üzemeltetésében. Magyarországon az agroturizmus még csak most kezd kialakulni, így nagy szükség van olyan szakemberekre, akik jól ismerik ezt a területet.

A második részben az olaszországi agroturizmust mutatom be, az MNGSZ Erasmus+ projektjén keresztül. Bemutatom a megismert gazdaságokat, vállalkozásokat a Toszkán modellre jellemző gazdálkodói összefogást. Ezzel párhuzamosan vizsgáltam, hogy van-e lakóhelyem Oroszába vonzáskörzetében olyan kistermelői kézműves vállalkozás, ami már végez valamilyen turisztikai szolgáltatást, vagy amely alkalmas lehet arra, hogy a jövőben végezzen. Megvizsgáltam tevékenységüket, internetes jelenlétüket, marketing stratégiájukat, valamint azt is, hogy mekkora az igény ezekre a termékekre, ki tudják-e elégíteni a vásárlói igényeket.

A diplomadolgozat lezárásaként kijelenthető, hogy az agroturizmusnak jelentős szerepe lehet egész Békés vármegye és lakóhelyem Orosháza gazdaságának fellendülésében, a turisztikai vonzerő növelésében. A Toszkán modell adaptálása és a helyi szereplők összefogása révén egy sikeres agroturizmus hálózat alakítható ki – erre igény is van a vállalkozók elmondása alapján – amely hosszú távú előnyökkel járhat a helyi lakosság számára. Szinte valamennyi farmon létrehoztak vendégházakat, vendégszobákat, ahol el tudják szállásolni az olasz gasztronómia és a lenyűgöző olasz táj szépsége miatt ide érkező turistákat. Az olasz emberek közvetlenek, barátságosak, vidámak, családcentrikusak. Szinte minden gazdaság az üzemeltető családok tulajdonában van már generációk óta. Ebben a környezetben nőttek fel, úgy, hogy beléjük nevelték a megélhetést biztosító föld szeretetét és tiszteletét. A tradíció nagyban hozzájárul a sikertörténethez. Magyarországon sajnos ez az ilyen szintű mély kötődés, a generációkon át őrzött és ápolt tradíció az ismert történelmi és gazdasági események miatt nem tudott kialakulni.

Nagyon fontosnak tartom, hogy Magyarországon is elterjedjen ez a szemlélet. Úgy ítélem meg, hogy az igény már kialakult, de az ezt kiszolgáló vendéglátóhelyek száma még kevés. Hazánkban is fontos szerep hárul közben az ilyen jellegű vendéglátókra a környezetvédelemmel és fenntarthatósággal kapcsolatos edukációban. Ki kell alakítani azt a szemléletet, hogy minél több ember célja legyen a környezeti terhelés csökkentése! Ne csak a hétköznapiak során, de a nyaralás, kikapcsolódás ideje alatt is azáltal, hogy saját tapasztalatszerzés útján érzékenyítik a vendégeket, és átadják, bemutatják a már kialakult jó gyakorlatokat. Ez nem csak a mezőgazdaság, gasztronómia és turizmus összekapcsolódásánál fontos, hanem valamennyi turisztikai ágazatban is.

*"Hej, te kis falu, te zöldellő sziget,
Ahol a béke honol s a csendesség!
Távol a várostól, a zajtól s a portól,
Itt lelhető meg a boldogság s a nyugalom."*

- Arany János: Toldi estéje

Köszönetnyilvánítás

Szeretném mély hálámat kifejezni az MNGSZ vezetőségének, akik megálmodták és megvalósították ezt a projektet. Támogatásuk és bizalmuk nélkül ez nem jöhetett volna létre. Hálás köszönetem édesapámnak, nővéremnek, fiaimnak és barátaimnak, akik ösztönöztek, motiváltak és segítettek a tanulmányaim során. Köszönöm mindenkinek, aki részt vett a kutatásban és megosztotta velem gondolatait, tapasztalatait. Segítségük felbecsülhetetlen volt a diplomadolgozatom elkészítéséhez. Külön köszönet illeti konzulensemét, Dr. Kovács Gyöngyit, aki rengeteg hasznos tanáccsal látott el és vezetett végig munkám során. Szakmai tudása, elhivatottsága, türelme, támogatása és gyorsasága segített hozzá, hogy létrejöjjön diplomadolgozatom.

Felhasznált irodalom

Ásványi K., Berezvai Z., Boros K., Csapody B., Fehér Zs., Hegedüs S., Jászberényi M., Kasza-Kelemen K., Keller K., Kiss K., Smith, M., Pinke-Sziva I., Tóth-Kaszás N. (2022): *Fenntarthatóság a turizmusban*. Akadémiai Kiadó 2022.

Az Európai Parlament és a Tanács 1305/2013/EU rendelete (2013. december 17.) az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról és az 1698/2005/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről

Bauer Á. (2024): Nemzeti Agroturisztikai Stratégia. *Konferenciaelőadás a Nemzeti Agroturisztikai Stratégia Nyitókonferenciáján*. Budapest, 2024. 02. 06. Letöltés dátuma: 2024. 03. 06. <https://konferencia.aofk.hu/nemzeti-agroturisztikai-strategia-nyito-konferencia/>

Békés Megye Területfejlesztési Konceptiója 2021-2030. (2021). Készítette: EX ANTE Tanácsadó Iroda Kft. . https://www.bekesmegye.hu/wp-content/uploads/2021/03/BMTFK_Helyezetelemzes_Helyzetertekeles.pdf Letöltés dátuma: 2023.12.25.

Berghauer S., Sass E., Tarpai J., Tóth A. (2020): A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 5(3), pp. 57–73.

Bernschütz M., Deés Sz., Kenéz A. (2013): *Marketing esettanulmányok*. Akadémiai kiadó, Budapest

Bernschütz M., Deés Sz., Kenéz A. (szerk) (2013): *Marketing esettanulmányok. Kihívások és megoldások a magyar piacon*. Akadémiai kiadó, Budapest

Bujdosó Z., Kovács Gy., Szűcs Cs. (2022): *Zöld gazdasági modellek - Vidéki turizmus és lokális élelmiszerellátás* (2022) Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem. Oktatási segédanyag <https://elearning.uni-mate.hu/mod/scorm/view.php?id=403720> Letöltés dátuma: 2023.11.12.

Cawley, M., Gillmor, D.A. (2008): Turismo rural integrado: teoría y práctica. *Annals of Tourism Research en Español* 10(1), pp. 73-97.

Cigale, D., Lampic, B., Potočnik-Slavič, I. (2013): Interrelations Between Tourism Offer and Tourism Demand in the Case of Farm Tourism in Slovenia. *European Countryside* 4(13) DOI:10.2478/euco-2013-0022

Cunha, C., Kastenholz, E., João Carneiro, M. (2020): Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management* Vol. 44. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>

Csikszentmihályi M. (2014): *Az öröm művészete*. Nyitott műhely, Budapest

Csizmadia L. (1993): Falusi turizmus-környezetbarát turizmus oktatási összefüggései. In: Kovács Dezső (szerk.) *A falusi turizmus hagyományai* pp. 69–73. Mezőgazda Kiadó, Budapest

Demonja, D., Ružić, P. (2010): Rural tourism in Croatia with Croatian best practice examples and European experiences, Sambor: Meridijani. *Ruralni Turizam u Hrvatskuj*. Published 2010.

Dickinson, J.E., Lumsdon, D., Robbins, D. K. (2011): Slow Travel: Issues for Tourism and Climate Change. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), pp. 281–300

Európai Gazdasági- és Szociális Bizottság (2019) Nemzetközi kereskedelem és turizmus – a fenntartható fejlődés globális menetrendje. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?qid=1596169284897&uri=CELEX:52019IE1561> Letöltés dátuma: 2024.01.14.

European Parliament (2013): Industrial Heritage and Agri/Rural Tourism in Europe. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET\(2013\)495840_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET(2013)495840_EN.pdf) Letöltés dátuma: 2024.02.01.

Faragó T. (2002): *Nemzetközi együttműködés a fenntartható fejlődés jegyében és az Európai Unió fenntartható fejlődés stratégiája*. Fenntartható Fejlődés Bizottság, Budapest

Figueiredo, E., és Raschi, A. (2011): Un' immensa campagna avvolta dal verde - Reinventing rural areas in Italy through tourism promotional images. *European Countryside*. 2011(1) DOI: 10.2478/v10091-011-0001-4

Fullagar, S., Markwell, K., Wilson E. (2012): *Slow Tourism: Experiences and Mobilities*. Channel View Publications, Bristol.

Gonda T. (2016): *A turisztikai termékfejlesztés elméleti alapjai*. Pécsi Tudományegyetem. http://lib.igyk.pte.hu/libletoltes/karikiadvanyok/Gonda%20Tibor_A_turisztikai_termekfejlesztés_elmeleti_alapjai.pdf Letöltés dátuma: 2023.12.27.

Gonda, T. (2022.): *Alternatív turizmus*. Akadémiai kiadó, Budapest

Irimiás A., Jászberényi M., Michalkó G. (2019): *A Turisztikai termékek innovatív fejlesztése*. Akadémiai kiadó, Budapest

Jung I. (2024): „Ötvenkilométeres” diéta. *Kistermelők lapja*. 2024(3)

Koubé, C. (2005): *Firenze és Toszkána útikönyv. Útikalauz*. Booklands 2000 Kft., Budapest

Kovács D., (2015): Falusi turizmus Magyarországon – kérdések és dilemmák. *TERÜLETI STATISZTIKA* 2015, 55(6): pp 592–613

Lanslor, T., Ekelner, M., Bakers, M. (é.n.): *A mezőgazdaság története*. Cambridge Stanford Books, dátum nélkül

Lotti, A. (2010): The commodization of products and taste: Slow Food and the conservation of agro biodiversity. *Agriculture and Human Values*, 27(1), 71–83. <https://doi.org/10.1007/s10460-009-9213-x>

Michalkó G. (2011): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem 2011. <https://www.eturizmus.pte.hu/szakmai-anyagok/Turisztikai%20term%C3%A9ktervez%C3%A9s%20%C3%A9s%20fejleszt%C3%A9s/book.html> Letöltés dátuma: 2023.12.01.

- Michalkó G. (2016): *Turizmológia – elméleti alapok*. Akadémiai Kiadó Zrt., Budapest
- Molnár Cs. (2017): A falusi turizmus helyzete és fejlesztési lehetőségei. *Studia Mundi – Economica* Évf. 4 Szám 5 DOI: <https://doi.org/10.18531/Studia.Mundi.2017.04.05.44-59>
- Nagy Á., Guld Á., Kehl D., Szűcs K., Törőcsik M. (2020): Miért nem vonzó a lassú, mikor vágyunk rá? Életstílus csoportok kutatása szemiotikai megközelítéssel. *Jel–Kép: Kommunikáció, Közvélemény, Média* 9(4), pp 79–94. DOI: 10.20520/JEL-KEP.2020.4.79
- Pécsek B. (2014): Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése. *Turizmus Bulletin* 16(1), pp 3–10.
- Petrini, C. (2001): *Slow Food – The case for taste*. Columbia University Press, New York
- Pirisi G., Trócsányi A. (2014): Shrinking Small Towns in Hungary: The Factors behind the Urban Decline in „Small Scale”. *Acta Geographica Universitatis Comenianae*, 58(2), pp 131–147.
- Potočník-Slavič, I., Cigale, D. (2013): Farm Tourism Across Europe. *European Countryside* 4(13) DOI: 10.2478/euco-2013-0017
- Robbins, D., Cho, J. (2012): Slow Travellers – Who Are They, and What Motivates Them? *Building Excellence for Sustainable Tourism – an Education Network, Bournemouth University*. https://www.besteducationnetwork.org/Papers_Presentations/5900 Letöltés dátuma: 2024.02.11.
- Rokvić Knežić, G., Đurić, J., Drinić, Lj. (2022): Agritourism as an opportunity for rural development of Prnjavor municipality. *Agriculture and Forestry*, 68 (1): 247-260. doi:10.17707/AgricultForest.68.1.16
- Streifeneder, T. (2016): Agriculture first: Assessing European policies and scientific typologies to define authentic agritourism and differentiate it from countryside tourism. *Tourism Management Perspectives* Vol(20) <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.10.003>
- Szőke T. (2022): Az egészségturizmus és a lassú turizmus kapcsolódási területei. *Közép-Kelet-Európai Rekreációs Társaság online folyóirat*. DOI: 10.21486/recreation.2022.12.3.6.
- Vidékfejlesztési Minisztérium (2012): Nemzeti Vidékstratégia 2012–2020. https://2010-2014.kor-many.hu/download/3/70/70000/DIT_kiadvany_210x148mm_LEAD_kifut_nelkul.pdf Letöltés dátuma: 2023.12.30.
- Warde, A., Cheng, S., Olsen, W., Southerton, D. (2007): Changes in the practice of eating: A comparative analysis of time-use. *Acta Sociologica*, 50(4), 363–385. <https://doi.org/10.1177/0001699307083978>

Online források

<https://www.nak.hu/tajekoztat> Letöltés dátuma: 2024.02.11.

https://www.bekesmegye.hu/wpcontent/uploads/2021/03/BMTFK_Helyezetelemzes_Helyzetertekeles.pdf 5-11. o Letöltés dátuma: 2024.03.03.

https://www.otpbank.hu/static/otpjelzalogbank/sw/file/OTP_Termofold_Ertekerkep_2023.pdf Letöltés dátuma 2024. 03.02.

https://jogkodex.hu/jsz/2007_136_korm_rendelet_9387155 Letöltés dátuma: 2023.12.05.

<https://blog.justhvk.hu/blog/ertektar/ertektar-kategoriak/agrar-es-elelmiszergazdasag/oros-hazi-kovaszos-feher-kenyer/> Letöltés ideje: 2024.02.08.

<https://www.vg.hu/turizmus/2024/02/fejes-kozelrol-keszul-az-agroturizmus-strategia> Letöltés dátuma: 2024.01.04.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100087219630327> Letöltés dátuma: 2024.04.02.

<https://hegyesi-elestar4.webnode.hu/> Letöltés dátuma:2024.03.02.

https://www.facebook.com/profile.php?id=61550533200555&locale=hu_HU Letöltés dátuma: 2024.03.12.

<https://www.facebook.com/Magloczkiker> Letöltés dátuma: 2024.02.07.

<https://www.facebook.com/juiceforyouhealthly/> Letöltés dátuma: 2024.03.09.

https://www.facebook.com/p/Zsuvega-Konyh%C3%A1ja-100057808173473/?paipv=0&eav=AfZ4v9rUfPTvq82VZNeiE7DcNPY-eb-mWG5JT2H6MdlrVldW_cfCgswIA4NYOkM4g5Ew&rdr Letöltés dátuma: 2024.03.24.

<https://viharsarkichili.hu/> Letöltés dátuma: 2024.04.02.

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100088582506619> Letöltés dátuma: 2024.03.15.

<https://oroscafe.hu/2024/03/17/regmult-idok-izei-es-minosege-a-gadorosi-husmuhelyben-giballa-titusz-gadoros-hentes-sonka-kolbasz-hagyomanyok-izek-versenye/> Letöltés időpontja:2024.02.26.

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=555165079735228&set=pb.100057252228788.-2207520000&type=3> Letöltés dátuma: 2024.01.23.

<http://www.szarazteszta.atw.hu/> Letöltés: 2024.03.14.

Az Európai Parlament és a Tanács 1305/2013/EU rendelete 2013) Letöltés dátuma: 2023.12.10

UNWTO Tourism for SDG's Platform <https://tourism4sdgs.org/> Letöltés dátuma: 2023.11.05.

Ábrajegyzék

2. ábra Fenntartható fejlődési célok Forrás: https://www.unwto.org/tourism4sdgs Letöltés dátuma: 2023.10.30.....	15
3. ábra: Olaszország asszociáció a résztvevők benyomásai alapján. (Forrás: saját szerkesztés)	23
4. ábra Nyitott portás nap-ot népszerűsítő szórólap https://promenad24.hu/2023/07/13/bocisimogatas-fejesi-bemutato-is-lesz-a-hegyesi-elestarnal/ Letöltés dátuma: 2024.02.27.	29
5. ábra A Gádorosi Húsműhely bemutató standja az OMÉK-on (Forrás: facebook)	31

Táblázatjegyzék

1. táblázat A tömegturizmus és a lassú turizmus összehasonlítása (Forrás: Pécsek 2014)	9
2. táblázat Fenntartható fejlődési célok, célok és mutatók, amelyek közvetlenül a turizmussal foglalkoznak (Forrás: Ásványi, 2022).....	16
3. táblázat Interjú alanyok (Forrás: saját szerkesztés)	41

Interjú kérdések

- A vállalkozás rövid bemutatása: Az interjúk kezdetén az interjúalanyokat arra ösztönöztem, hogy mutassák be vállalkozásukat röviden és tömören.
- Termékek népszerűsége és kereslet-kínálat összhangja: Kérdések a termékek népszerűségéről és annak megfelelőségéről a kereslettel.
- Fenntarthatóság szerepe: Az interjú során megkérdeztem, hogy mennyire fontos a fenntarthatóság a vállalkozás számára, és tervezik-e a bio gazdálkodásra való áttérést.
- Tervek az agroturizmussal kapcsolatos elképzeléseikről és jövőbeli fejlesztéseikről.
- Végül rákérdeztem arra, hogy tagjai-e valamilyen szakmai szervezetnek vagy tagozatnak, ami további információkat adhat a vállalkozásról és szakmai kapcsolataikról.

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió¹ nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: Gyenge Edit
A Hallgató Neptun kódja: W83FYU
A dolgozat címe: Az olasz Agriturismo adaptálási lehetőségei Békés megyében
A megjelenés éve: 2024
A konzulens intézetének neve: Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

A konzulens tanszékének a neve: Fenntartható Turizmus Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottnak tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem könyvtári repozitori rendszerében.

Kelt: Orosháza, 2024. április 14.


Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

GYENGE EDIT ERZSEBET (név) (hallgató Neptun azonosítója: W83FYU)
konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a szakdolgozatot/diplomadolgozatot áttekintettem,
a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai
szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő
védésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*2}

Kelt: 2024 év 04 hó 15 nap

Dr. Kovács Györgyi
belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendő.

² A megfelelő aláhúzendő.