

*Egy határon átnyúló régió, ahol a folyók
összekötnek, nem elválasztanak*

RÖVID ÉLELMISZERLÁNCOK KIALAKÍTÁSI LEHETŐSÉGEINEK VIZSGÁLATA SOMOGY ÉS ZALA MEGYÉBEN

HELYZETELEMZÉS

KÉSZÍTETTE:

**BALATONI INTEGRÁCIÓS KÖZHASZNÚ NONPROFIT KFT.
SIÓFOK – BALATONFÜRED**

KÖZREMŰKÖDÖTT:

**SATURNUS-M BT
KESZTHELY**

2017.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés – A helyzetelemzés céljai, módszerei, eszközei	5
2. Vezetői összefoglaló – a helyzetelemzés legfőbb üzenetei és ajánlásai	7
3. A rövid ellátási lánc és rövid élelmiszerlánc fogalmi értelmezése a hazai szakirodalomban ...	13
4. A helyi termékek előállítása és értékesítése tekintetében releváns jogszabályi környezet Magyarországon	16
4.1 A helyi termék előállítókra vonatkozó szabályozási elemek	16
5. Rövid élelmiszerláncok a 2014-2020 közötti programozási ciklusban	20
Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Konceptió (2014-2030)	21
Nemzeti Vidékstratégia (2012-2020).....	22
Partnerségi Megállapodás	23
Vidékfejlesztési Program.....	24
Magyar Halgazdálkodási Operatív Program	26
Terület- és Településfejlesztési Operatív Program.....	26
Zala Megye Területfejlesztési Konceptió (2014 – 2030) és Stratégia (2014 – 2020).....	27
Konceptió	27
Stratégia.....	27
Somogy Megye Területfejlesztési Konceptió (2014 – 2030) és Stratégiai Program (2014 -2020)	27
Konceptió	27
Stratégia.....	28
6. Jó példák – Működő rövid élelmiszerlánc-kezdeményezések Magyarországon.....	30
Házikó.....	30
Szatyor Község és Satyorbólt.....	32
Liliomkert Termelői Piac	33
Pannon Helyi Termék Klaszter.....	35
Jovanczai Hétfőcsés - Gyulaj	37
7. A mezőgazdasági szektor helyzete Somogy és Zala megyében a statisztikai adatok tükrében	39
7.1 Terület, népesség, településstruktúra.....	39
7.2 Általános Mezőgazdasági Összeírás (2010) szerinti megyei jellemzők.....	40
7.3 Az agrárium szerkezete a KSH 2015-ös adatai alapján	43
8. Kvalitatív elemzés: termelői célcsoport	49
8.1 A vizsgálatban szereplő termelők területi és státuszjellemzői	49
8.2 Termelt termékek.....	52
Termékprofil	52
Legkeresettebb, legnépszerűbb termékek.....	53
Piaci értékesítés szezonálisitása.....	54
Egész évben előállított és piacra jutott termékek	56
Csúcsgasztrónómiában hasznosítható termékek előállítása	56
Speciális, innovatív csúcsgasztrónómiai termékek	57
A tájegységre jellemző hagyományos, tradicionális termékek előállításának fontossága.....	58
Az előállított termékek iránti kereslet hosszú távú biztosítottságának perspektívája	59
Gazdasági adottságokhoz, lehetőségekhez mért kapacitáskihasználtság	60
Jövőbeni kapacitásbővítési opció	61
8.3 Termékértékesítés, piacra jutás	61
A termékértékesítés lehetséges módjai	61
A termékértékesítés területi, települési jellemzői	63
A termékmennyiség növekedésének potenciáljai a kereslet növekedése esetén.....	64
Reklámcélú hirdetések felületei	65
Termékértékesítésben szerepet játszó tényezők jellemzői	66
A vendéglátásban megjelenő termékértékesítés.....	69
Vendéglátóhelyekkel kialakított aktív partneri kapcsolatok száma	69
A termelőtől leggyakrabban vásárolt termékek	70
Partnerkapcsolatok sikerességében közrejátszó tényezők értékelése	71

<i>Vendéglátásban megjelenő értékesítés akadályai</i>	72
<i>Termékértékesítési opció éttermek, szállodák, vendéglátóhelyek számára</i>	74
8.4 Együttműködés, kapcsolati háló	75
<i>Termelői együttműködés, hálózat, partnerségi viszony</i>	75
<i>Szervezeti, kapcsolati háló minősége</i>	75
<i>Helyi termelői együttműködésben való részvételi opció</i>	78
<i>A rövid ellátási lánc fogalmának értelmezése</i>	78
9. Kvalitatív elemzés: vendéglátó célcsoport	81
9.1 A vizsgálatban szereplő vendéglátók státuszjellemzői	81
A vendéglátóegység nyersanyag beszerzési filozófiája	85
<i>Helyi, regionális termékek éttermi kultúrában való felhasználásának fontossága</i>	85
<i>Helyi termelőktől származó alapanyagból készült alkalmi/szezonális étlapi kínálat</i>	86
<i>Legnépszerűbb ételek az étlapon</i>	87
<i>A vendéglátóhely célkitűzésének/küldetésének megfogalmazása</i>	89
9.2 Termékek, alapanyagok	90
<i>Helyi termelőktől származó alapanyagok felhasználása</i>	90
<i>Helyi termékből készült étel eredetének megjelölése az étlapon</i>	90
<i>Helyi termelőktől vásárolt termékek</i>	91
<i>Helyi termék hiánycikkek és ezek potenciális felhasználható mennyisége</i>	92
<i>Szezonálitási problematika a helyi termékek felhasználása során</i>	94
9.3 Termelői kapcsolatok	95
<i>Helyi termelőkkel való aktív üzleti kapcsolat</i>	95
<i>Helyi termelők távolsága a vendéglátóhelytől</i>	95
<i>A helyi termékek származása - települések</i>	96
<i>Helyi termelőkkel való együttműködés kialakításának szempontjai</i>	97
<i>Minőségbiztosítási gyakorlat a helyi termelőkkel való együttműködés során</i>	98
<i>Termékvásárlási jellemzők</i>	99
<i>Termékátadás-átvétel</i>	100
<i>Helyi termékek éttermi felhasználásának akadályai</i>	100
9.4 Együttműködések, hálózatok, minősítések	102
<i>Szervezeti, kapcsolati háló, és annak minősége a vendéglátó célcsoportban</i>	102
<i>Gasztroturisztikai kiadványok, étteremkalauzok, hirdetési felületek</i>	104
<i>Nemzetközi standardok szerinti minősítés</i>	105
9.5 Balatoni specifikumok	106
<i>Borlapon szereplő borok borvidéki besorolása</i>	106
<i>Borlapon szereplő borok előállító helyének távolsága a vendéglátóhelytől</i>	108
<i>Borlapon szereplő borok fajtái</i>	109
<i>Borlapon szereplő legnépszerűbb borok</i>	109
<i>A balatoni hal minőségi megítélése</i>	111
<i>A balatoni halból készült ételek étlapon szerepeltetésének jelentősége</i>	112
9.6 Rövid élelmiszerláncok	114
<i>A rövid ellátási lánc fogalmának ismerete</i>	114
<i>Helyi termék értékesítését elősegítő együttműködésben való részvételi opció</i>	114
Irodalomjegyzék	115
Mellékletek	116
1. sz. melléklet	116
2. sz. melléklet	124

Ábrajegyzék

1. sz. ábra A gazdák termelő tevékenység melletti munkavégzésének jellemzői	50
2. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Fontosnak tartja-e hogy olyan terméket állítson elő, mely az adott tájegységre jellemző, hagyományos, tradicionális terméknek minősíthető?” kérdésre adott válaszok megoszlása	59

3. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Mennyire látja hosszú távon is biztosítottak a termékei iránt támasztott keresletet? Jelölje az 1-10-ig tartó skálán!” kérdésre adott válaszok megoszlása	60
4. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Használ-e valamilyen online vagy nyomtatott média illetve egyéb hirdetési felületet reklámcélokra?” kérdésre adott válaszok megoszlása	66
5. sz. ábra A kérdőívben szereplő „A következő tényezők mekkora szerepet játszanak a helyi termékek eredményes értékesítése tekintetében?	67
6. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Nyitott-e arra, van-e olyan szándéka, hogy termékeit éttermek, szállodák egyéb vendéglátóhelyek számára értékesítse?” kérdésre adott válaszok megoszlása a válaszkategóriák szerint	74
7. sz. ábra A vizsgált vendéglátóhelyek tervezett nyitvatartása 2017-ben	83
8. sz. ábra A vendéglátóegységek – tervezett – befogadó-kapacitási arányainak megoszlása a 2017-es évben	85
9. sz. ábra A kérdőív „Szerepeltet-e helyi termelőktől származó alapanyagból készült, alkalmi vagy szezonális jelleggel elérhető tételeket az étlapon?” kérdésére adott válaszok aránya a megadott válaszkategóriák szerint	87
10. sz. ábra A kérdőív „Megjeleníti-e az étlapon, ha egy termék alapanyaga helyi termelőtől (pl. névvel, településsel ellátva) származik?” kérdésére adott válaszok megoszlása a válaszkategóriák szerint	91
11. sz. ábra A kérdőív „Mennyiben érinti a felhasznált termékek körét a szezonális és az állandóság hiányának problematikája?” kérdésére adott válaszok megoszlása a megadott skálaértékek szerint ...	94
12. sz. ábra A kérdőív „Magasabb minőségű alapanyagot tartja-e a Balatonból, mint más vizekből kifogott halakat?” kérdésére adott válaszok megoszlása a megadott válaszkategóriák szerint.....	112
13. sz. ábra A kérdőív „Amennyiben a balatoni hal elérhető lenne az étterme számára, felvenné az étlapjára (határozza meg a skála szerint a számérték megjelölésével)?” kérdésére adott válaszok megoszlása a skálaértékek szerint	113

Táblázatjegyzék

1. sz. táblázat A kérdőívben szereplő „Mely értékesítési felületeken és módokkal juttatja piacra, árusítja termékeit?” kérdésre adott válaszok megoszlása.....	62
2. sz. táblázat Partnerkapcsolatok sikertényezői a termelők válaszai alapján.....	71
3. sz. táblázat A vendéglátásban történő termékértékesítés akadályai a termelők válaszai alapján	73
4. sz. táblázat A vizsgált termelők és a releváns ágazati szereplők kapcsolatának minősége a válaszadó értékelése szerint	76
5. sz. táblázat A helyi termelőkkel való együttműködés kialakításának szempontjai a válaszlehetőségek említésgyakorisága és aránya szerint	98
6. sz. táblázat A vendéglátóhelyek termelői termékek kapcsán alkalmazott beszerzési technikái a megadott válaszkategóriák szerint	99
7. sz. táblázat A kérdőív „Ön szerint mely tényezők jelentik a legfőbb gátját a helyi termékek éttermi-szállodai felhasználásának? Válasszon az alábbi fogalmak közül! Több válasz is lehetséges!” kérdésére adott válaszok megoszlása a megadott válaszkategóriák szerint	101
8. sz. táblázat Szervezeti, kapcsolati háló és annak minősége a vendéglátó célcsoportban...	103
9. sz. táblázat Borlapon szereplő borok előállítási helyének távolsága a vendéglátóhelytől .	108

Térképjegyzék

1. sz. térkép Ezer főre jutó regisztrált őstermelők száma Somogy és Zala megyében.....	46
2. sz. térkép A válaszadó termelők telephelyei Somogy és Zala megyében	51

1. Bevezetés – A helyzetelemzés céljai, módszerei, eszközei

Az Interreg V-A Magyarország – Horvátország Együttműködési Program 2014-2020 támogatásával megvalósuló „**AgriShort – Rövid ellátási láncok és a versenyképes agrárgazdaság létrejöttének megalapozása térségi és intézményi együttműködések életre hívásával**” című projekt keretében a kedvezményezettek elsősorban intézményi tudástőke és kapacitásfejlesztő programokat kívánnak végrehajtani Horvátország és Magyarország határmenti régiójában. Jelen tanulmány egy helyzetelemző dokumentum, mely a jelenkori összetett agrárgazdasági kihívásokra válaszokat kereső projekt szakmai megalapozását szolgálja. A helyzetelemző dokumentum a projektben kedvezményezettként résztvevő Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft. szakmai vezetésével készült el, a Saturnus-M Bt. aktív bevonásával, valamint az AgriShortban szintúgy érdekelt Zala Termálvölgye Egyesülettel egyeztetett módon.

A tanulmány átfogó célja egy, a társadalomtudomány, a tértudományok valamint a területfejlesztés módszertani arzenálját széles spektrumon alkalmazó, árnyalt ágazati és térségi helyzetkép megjelenítése az AgriShort projekt által érintett hazai programterületen, ami Somogy illetve Zala megyét fedi le. Ennek nyomán a témakör szakirodalmi feltárása valamint szükséges mértékű fogalmi szisztematizálása mellett a kutatócsoport dokumentumelemzés segítségével a hazai agrárgazdaság, de kiemelten a helyi termék-előállítás, értékesítés és a rövid ellátási- illetve élelmiszerláncok fókuszált stratégiai környezeti vizsgálatát is elvégezte. A rövid élelmiszerláncok elvi és gyakorlati működése csak úgy térképezhető fel eredményesen, ha a már létező jó gyakorlatok alkalmazott eszköztárát részletesen megvizsgáljuk. E célból öt hazai jó gyakorlat részletes bemutatása történt meg, megjelenítve az újonnan létrehozandó élelmiszerrendszerek számára adaptálható jellegzetességeket, rendszerszintű tapasztalatokat.

A helyzetfeltárás nem lehetett teljes körű anélkül, hogy a programterület mélyrehatóbb elemzése ne történjen meg. Somogy és Zala megye térségi-ágazati specifikumainak, endogén erőforrásainak, kiaknázatlan potenciáljainak feltérképezése érdekében a hazai, nyilvánosan elérhető statisztikai adatok elemzésére is sor került. E munkarész keretében a szerzők igyekeztek az agrárium és a helyi társadalom azon szegmenseire koncentrálni, melyek a korábban ismertettek alapján a rövid élelmiszerláncok vonatkozásában kulcstényezők lehetnek. A határ menti térség agrárgazdasági struktúrájának, helyi termék előállítási attribútumainak mélyebb megismerhetősége érdekében nem csak a legfrissebb elérhető (2015), ám szűkebb körű statisztikai adatok elemzése történt meg, hanem a 2010-ben lezajlott legutolsó, tíz éves ciklikussággal megismételt Általános Mezőgazdasági Összeírás eredményeit is vizsgáltuk a programterületen.

Fő tartalmi novumként a két megyében és két célcsoportban lezajlott, alapvetően kvalitatív módszertani keretek között maradó kérdőíves felmérés és annak részletes, a matematikai statisztika eszköztárát is felvonultató analízise említhető. A kérdezőbiztosok segítségével megvalósított felmérésben mintegy 70 helyi termék előállítóval, valamint 50 vendéglátóegység képviselőjével folytattunk le interjút. A termelők körében végrehajtott

interjúk az ilyen típusú vizsgálatok bevett módszereinek számítanak. Azonban a vendéglátó-célcsoport szondázásának szükségességét az a hipotézis alapozta meg, hogy a programterületen belül is térben koncentrálnak, alapvetően a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben prosperáló magas szintű gasztronómia egyre növekvő keresletet támaszt a magas minőségű helyi termékek iránt. Ez a kereslet pedig a már meglévő termelői kapacitásokat, értéktermelést csak tovább dinamizálhatja, ami értelemszerű szinergiát eredményezhet az üdülőkörzetben jelenleg is zajló robbanásszerű gasztroturisztikai fejlődéssel. Tehát azon túl, hogy általánosságban vizsgáltuk a két megye helyi termék előállítóinak helyzetét, a motivációik, kapacitások, speciális ágazati potenciálok célzott feltárására is kísérletet tettünk.

A kérdőíves felmérés analízise a Balatoni Integrációs Közhasznú NKft. tulajdonában lévő jogtisztá SPSS for Windows program segítségével készült, a térképi ábrázolások során az ugyancsak legalísan használt MapInfo valamint az ingyenesen hozzáférhető QGIS programokat használtuk. Az adatbázisok felépítése valamint a tanulmány szövegezése az MS Office alkalmazásaival történt meg.

Nemzetközi és hazai kutatók a globális élelmiszer-rendszert két nagy modellre szokták bontani, az élelmiszer-előállító és a hagyományos modellre. A nagyüzemi élelmiszer ellátásra koncentrálnak, mintegy 30 multinacionális vállalatból álló szektor körülbelül 3,8 milliárd fő élelmiszerellátását látja el. Ez az élelmiszer fogyasztás uniformizálódását, a helyi étkezési szokások eltűnését eredményezi, sőt a fejlett országokban nagymértékben hozzájárul az elhízás népbetegséggé válásához, sőt ahhoz is, hogy a világon egy időben meglévő élelmiszerek harmada végül a szemétkébe kerül. A hagyományos modell a családi gazdálkodókat, kistermelőket foglalja magába és jellemzően Európában – valamint a fejlődő országokban – van jelen koncentráltan. Ezt a modellt magas munkaintenzitás, alacsony tőkeellátottság, rövid, de gyakran szervezetlen ellátási láncolatok jellemzik (Kujáni 2014). A jelen projekt és helyzetfeltárás éppen ez utóbbi hálózatok, láncolatok fejlődését kívánja elősegíteni. Helyzetelemzésünk a téma rendkívüli összetettségéből adódóan ugyan nem törekedhetett a hazai rövid élelmiszerláncok teljes körű vizsgálatára, azonban az alapvetően ágazatilag koncentrált, ám mégis az elemzési dimenziókon és a tematikus fókuszon túlmutató pillanatkép, melyre számos nézőpontból megpróbáltunk rávilágítani. Ez alapján a rövid élelmiszerláncok jövőbeni szerepe jóval több egy-egy kisebb közösség sorsát alakító gazdasági, társadalmi tényezőnél, hanem a rendszerek minél nagyobb gyakorisággal történő adaptációja esetén nagytérű, kontinentális szinten is releváns környezetgazdálkodási, fenntarthatósági, élelmiszerellátási és népegészségügyi faktorrá fejlődhet e társadalmi szerződésen alapuló hálózati forma.

2. Vezetői összefoglaló – a helyzetelemzés legfőbb üzenetei és ajánlásai

A rövid ellátási, illetve rövid élelmiszerláncokkal kapcsolatos kutatói érdeklődés Magyarországon az elmúlt évtizedben élenkült meg számottevően. A fenntarthatósági és környezeti szempontok jelentőségének megnövekedésével, az egészséges életmód és táplálkozás szerepének felértékelődésével, valamint az Európai Unió és azt követően a magyarországi agrárpolitika érdeklődésének megnövekedésével a helyi termelésen, rövid értékesítési láncokon alapuló élelmiszer-rendszerek vizsgálata egyre gyakoribbá vált. A nemzetközi szakirodalomból nagyban táplálkozó, jelen helyzetértékelésben is vizsgált hazai kutatói kör egyik számunkra legfontosabb fogalmi megállapítása, hogy egymástól elkülöníthető, és a gyakorlatban el is különítendő a rövid ellátási láncok, valamint a rövid élelmiszerláncok rendszere. Az ellátási láncok vonatkozásában nem csupán élelmiszertermékek árucseréje történhet meg, hanem a vidéki közösségek hagyományainak őrzésében nagy szerepet játszó, és való gazdasági potenciált is megtestesítő kézművesség is az ellátási csatorna részévé válik.

A rövid élelmiszerláncok és ellátási láncok együttes sajátossága, hogy e lokalitáson alapuló hálózatos szisztémák szükségszerűen mindig a társadalmi együttműködésen, partnerségen, valamint a szolidaritáson kell, hogy alapuljanak, valamint hozzá kell járulniuk a lokális és regionális tradíciók életben tartásához. Ugyanakkor léteznek egyéni és kollektív láncolatok is, melyek legfontosabb és legismertebb formái a gazdaságban, vagy háznál történő értékesítés, a szedd magad akciók, a termék-házhozszállítás a bevásárló közösségek vagy a termelői piac. Azonban a rövid ellátási és élelmiszerláncok nem feltétlenül a közvetítő nélküli, közvetlen értékesítési kapcsolatot jelentik a termelő és a vásárló között, hanem a jelenleg uralkodó szakmai konszenzus szerint legfeljebb egy köztes szereplő működhet közre a termelői és a vásárló között a rövid ellátási láncokban. Az ilyen közreműködővel is rendelkező ellátási láncok legfontosabb formái: helyi termék bolt, helyi termék védjegy, éttermi értékesítés, szövetkezeti formában történő értékesítés.

A helyi élelmiszer rendszerekre, rövid élelmiszer láncokra alkalmazható jogszabályi környezet Magyarországon – illeszkedve a társadalmi igényekhez, valamint az agrárgazdasági szakpolitika változásaihoz – érdemi könnyítéseken esett át a kistermelői élelmiszer-előállításra és értékesítésre, valamint a helyi termelői piacokra vonatkozó szabályozások terén. A helyi termelői piacok létrehozása és működtetése kapcsán fennálló jogszabályi feltételek tehát érdemben járulhatnak hozzá a lokális élelmiszer-értékesítési láncok magyarországi elterjedéséhez. Azonban azt látnunk kell, hogy a termelői piac ennek az értékesítési formának csupán egyik alternatívája, s esetleg más, helyi élelmiszerrendszer-típusra még ennyi jogszabályi kitétel sem vonatkozik, ami nyilvánvalóan felértékelheti az innovatív új RÉL formák szerepét és jelentőségét.

Habár a kistermelőkre vonatkozó jogszabályok rendkívül pontosan határozzák meg a kistermelői termékek kereskedelmének távolsági kritériumait – ezáltal lényegében a helyi termék fogalmát – mégis, kérdőíves felmérésünk, valamint jó gyakorlat ismertetésünk arra mutatott rá, hogy az általánosan alkalmazott ún. 40 km-es szabály a valóságban nem

feltétlenül életszerű kritériumrendszert hoz létre. A technológia és a közlekedés fejlődésével, a távolságok lerövidülésével, valamint a társadalmi, fogyasztói és termelői igények alakulásával párhuzamosan indokoltnak tartjuk annak megnövelése irányában felülvizsgálni a távolsági kitételekre vonatkozó szabályt.

A jelenleg zajló Európai Unió programozási ciklus Unió valamint magyarországi programdokumentumai megfelelő és támogató stratégiai környezetet teremtenek a rövid élelmiszerláncok számára. Ez a támogató környezet már a forráskihelyezés metodikáját koncepciózusan megfogalmazó OFTK-ban is megtalálható, de még inkább tetten érhető a magyar vidék alkotmányaként is emlegetett Nemzeti Vidékstratégiában. A 2014-2020-as operatív programok vidékfejlesztési tartalmára is hatást gyakorló koncepciók, valamint az Európai Bizottság agrárfejlesztési célkitűzéseinek is köszönhető, hogy a hazai Vidékfejlesztési Programban kialakításra került egy dedikált forráskerettel rendelkező REL alprogram, mely éppen a helyi ellátási rendszerek létrehozásának és működésének a támogatását hivatott segíteni. Látni kell azt is ugyanakkor, hogy a Vidékfejlesztési Programon kívül is van lehetősége a pályázóknak RÉL-lel kapcsolatos fejlesztések végrehajtására, többek között például a TOP forrásaiból, de – mint az jelen projekt is mutatja – a határon átnyúló programok is támogatást nyújthatnak ehhez. Fontos megjegyezni – rátérve a helyzetelemzés programterületére – hogy főként Somogy megye fejlesztési koncepciója és stratégiája irányoz elő számos helyi termékekkel, azok piacra jutásával kapcsolatos fejlesztést. Zalában is tetten érhető mindez, de jóval csekélyebb mértékben és kevésbé explicit módon. Ezzel együtt elmondható, hogy a releváns térségekben is támogató fejlesztéspolitikai stratégiai környezet azonosítható a RÉL rendszerek fejlesztéséhez.

A már működő hazai RÉL kezdeményezéseket vizsgálva az alábbi következtetésekre juthatunk. Példásan, fenntarthatóan, valós társadalmi hatásokat generáló módon működő együttműködések jellemzően az alábbi kritériumok megléte mellett jöhetnek létre:

- Szakértelem, szakértői bázis
- Termék-előállítók érdekeltté tétele
- Helyi szükségletekre és igényekre reagáló egyedi rendszer létrehozása
- Marketing tevékenység, aktív kommunikáció
- Elkötelezett vezető, „helyi hős” megléte
- Diverzifikált értékesítés, tevékenységi kör
- Partnerség, konszenzus, érdekközösség

A jó gyakorlatok vizsgálata során kirajzolódik, hogyha a helyi társadalmi szükségletekre és beágyazottságokra érzékenyen kerül kialakításra egy rendszer, azt megfelelő partnerségi háló és érdemi szakértői bázis veszi körül melynek – nem szükségszerű, de jó, ha – van karizmatikus vezetője, valamint szakmailag is hiteles marketingtevékenységet folytat, akkor nem a rövid élelmiszerlánc rendszer konkrét formája ad kulcsot a sikerhez. Ugyanakkor természetesen a helyi szükségletek és beágyazódások sok esetben determinálhatják egy-egy jó gyakorlat eredményességét. Így például a kérdőíves felmérésünk egyik fontos eredménye, hogy kiemelten Zala megyében a termék-előállítók kifejezetten preferálják a háznál, vagy gazdaságban történő értékesítés lehetőségét, amit a későbbiekben érdemes lehet kihasználni.

A fenti, megyei stratégiai környezet RÉL-rendszerek fejlesztését támogató voltát kifejező megállapításokhoz további adalékot nyújt, ha megvizsgáljuk a két megye agrárgazdasági statisztikáit. Somogy és Zala megye számos agrárgazdasági mutató tekintetében élvonalas a Dunántúl NUTS-1 nagyrégió területi dimenziójában. Ilyen például a mezőgazdasági tevékenységet végző gazdasági egységek száma, a gyümölcsösök területe és aránya a földhasználatban, vagy az ezer főre jutó őstermelők aránya mutató is. Az ágazat viszonylagos diverzifikáltsága a helyi termelői együttműködések létrehozása tekintetében pozitív tényezőként azonosítható. A kooperációk gyökerei és működésük nyomai a statisztikákban is nyommal követhetők. A helyben meglévő, és térben egyes helyeken koncentrálódó termelői réteg, valamint a funkcionális központi, és kiemelt turisztikai szerepkörrel bíró – pl. Balaton Kiemelt Üdülőkörzet – települések által megtestesített potenciális kereslet az előállított termékekhez szükséges mértékű felvevőpiacot is jelenthet. A két megye hagyományosan az aprófalvas településhálózattal rendelkező megyék közé tartozik, ami a vidéki gazdaság súlyát erősíti, főként akkor, ha hozzátesszük, hogy mindkét megye kiterjedt belső- és külső perifériával rendelkezik, az itt fekvő települések a munkaerő-piaci súlypontoktól, szolgáltatási központoktól távol esnek. Így számos lokalitáson a mezőgazdaság, az önfoglalkoztatás, és ennek keretében a helyi termékek előállítása maradhat meg érdemi jövedelemszerző tevékenységként.

A programterületen végzett termelői célcsoport vizsgálatban részt vevő termelőinek közel harmada felsőfokú végzettséggel rendelkezik, összességében azonban a középfokú végzettségűek uralják a lekérdezett mintát. A válaszadók jellemzően őstermelők és/vagy kistermelők, ez a két kategória – ahogy az a jogszabályi kereteket taglaló fejezetben bemutatásra került – átfedéseket takar. A mintában szereplő termelők által művelt földterület átlagosan 22 hektár, de leggyakrabban a 2 hektáros területet említették, tehát a vizsgált minta jellemzően klasszikus kisgazdaságokat takar. A termékprofil domináns tényezője a zöldség, és gyümölcs. A legkeresettebb, legnépszerűbb termékek körét egy-egy termelő esetében nyilvánvalóan befolyásolja a termékprofil, annak ellenére, hogy többrétegű rangsorolások választ kértünk a termelőktől, minden rangsorban abszolút többséget alkot a zöldség és gyümölcs, ezek különböző készítményeiből előállított termékek, a méz a szőlő és a bor. Eredményeink szerint a szezonális hatásai okoznak némi problémát a piaci értékesítésben, de ez a válaszok alapján közel sem jelent megoldhatatlan nehézségeket, annál is inkább, mivel a termelők közel kétharmadának van egész évben előállítható terméke is. A termelők mintegy háromnegyede úgy gondolja, megvan az az esélye, hogy terméke keresett legyen akár a csúcsgasztronómiai igényű vendéglátásban is, más kérdés, hogy valóban rendelkezik-e ilyen speciális csúcsgasztronómiai termékkel.

A termelők számára nagyon fontos érték a hagyományörzés, hogy termékeik tükrözzék a tájegységük jellemzőit. A termékértékesítés legjellemzőbb módozata a háznál, telephelyen történő eladás, a termelői piacon való értékesítés, illetve a vevőkörhöz való kiszállítás. Az értékesítés földrajzi spektruma zömében átfedi a vizsgálati térséget, de ennél hálózatszerűen lényegesen nagyobb, akár országhatárokat is átszelő. Fontos megjegyezni, hogy a termelői kapacitások területén jelentős szabad vegyértékeket azonosítottunk a vizsgált gazdaságok esetén, tehát a működő gazdaságok jelentős része is képes lenne további termékek piacra

juttására. A termékek reklámcélú megjelenései igen mérsékeltek, a válaszadók közel kétharmada egyáltalán nem fordít időt és figyelmet a reklámozásra. A minden évben rendszeresen folytatott promóciós tevékenység csak minden tízedik termelőre bizonyult igaz megállapításnak.

Megállapításaink szerint a termékértékesítésben szerepet játszó legfontosabb tényezők a bizalom, a vásárlóval való személyes kapcsolat, a működés kiszámíthatósága, valamint a termék előállítás módja és körülményei. A kérdezés időpontja szerint csak minden harmadik termelő értékesítette a termékét a vendéglátásban, ez legjellemzőbb módon egy, vagy több hagyományos étterem, csárda, de számottevő ezek között a gasztroturisztikai kiadványokban is minősített kiváló étterem. A vendéglátóhelyekkel való partnerkapcsolatokat a bizalom, a kiszámíthatóság, a minőségre törekvés, a személyes kapcsolatok, valamint az árképzés uralják, ezekhez képest akár a földrajzi távolság, a gazdasági átláthatóság, a hírérték, vagy a szezonális is kisebb jelentőségű. A termelők többsége nem tagja semmilyen termelői együttműködésnek, vagy, hálózatnak, habár a működő szervezeti, kapcsolati network érdekes hálózatosodási viszonyokba enged betekintést. A helyi termék előállítók leggyakrabban a településükön illetékes falugazdással ápolnak szoros szakmai kapcsolatot. A termelők alapvetően nyitottak a helyi együttműködésekben való részvételre, az ettől való teljes elzárkózás magatartása a minta alapján legfeljebb minden kilencedik termelőre becsülhető. A termelők kétharmada határozott igennel válaszolt arra a kérdésre, amely a rövid ellátási lánc, vagy rövid élelmiszerlánc fogalmi jelentésének ismeretre irányult, harmaduk viszont állítása szerint nem találkozott még ezzel a fogalommal.

A Balaton Kiemelt Üdülőkörzet Somogy és Zala megyei területén működő vendéglátó célcsoport vizsgálata alapvetően az adott vendéglátóegységek működési jellemzőinek feltárására irányult. A termelői célcsoport elemzéssel való legszorosabb keresztmetszetet a helyi termékek és alapanyagok éttermi felhasználása, valamint a helyi termelőkkel tartott fenntartott kapcsolatok térképezése szolgáltatja. A kérdezés egy időben a termelői vizsgálat adatfelvételével, több mint kéttucat különböző településen zajlott, ezeken belül Somogy és Zala részesedése kétharmad-egyharmad arányhoz közelít. A vizsgált vendéglátóhelyek többsége nem egész éves nyitva tartású, csak a nyári idegenforgalmi főszezon három hónapjában működik valamennyi. A vendéglátók elsőprő többsége fontosnak nevezte a helyi, regionális termékek éttermi kultúrában való felhasználását. A vendéglátók legjellemzőbb módon az adott tájegységre jellemző ízvilág-kínálat természetességében látják álláspontjuk magyarázatát, lokálpatriótának nevezik magukat, ez vezeti gasztro-filozófiai meggondolásait, de kiemelten fontos jellemző az indoklásban az együttműködés és a partnerség, a hagyományörzés és a tradíciók követése. A vendéglátók kétharmada szerepeltet az étlapon helyi termelőktől származó alapanyagból készült ételeket. A helyi termelőktől beszerezett leggyakoribb árucikkek a bor, zöldség és gyümölcs, pékáruk, sajtok, húсарuk, savanyúságok. A vendéglátóhelyek legfontosabb eszmei célkitűzése, mintegy küldetése önmaguk irányában a minőségre törekvés, a vendégek felé a vendégszeretet közvetítése, a barátságos környezet és ezek nyomán a vendégek elégedettsége.

A helyi termelőkkel való üzleti kapcsolatok száma a vendéglátók több mint kétharmada esetében tíznél nem több, legjellemzőbb módon egy és öt közötti. A vendéglátók több mint fele termel saját maga számára is felhasználható konyhai nyersanyagot, de ez jellemzően inkább csak egy plusz hozzáadott érték, nem fedezi az üzemeléshez szükséges mennyiségeket.

A helyi termelőktől beszerzett alapanyagok távolságának vizsgálata az adott vendéglátóhelytől figyelemreméltó összefüggéseket tárt fel. A helyi termék fogalmi definícióját sok esetben az előállítás helyétől számított 40 km-es sugarú körre vetítve ábrázolják, és ezt alkalmaztuk a kérdések szintjén mi is a vizsgálatunkban. Azonban a vizsgált mintában felhasznált termékek többsége legjellemzőbb módon nem 40, hanem 50 km sugarú körön belülről érkezik, de ez az érték igen nagy szórást mutat, bőven találunk településeket, vagy tájegységeket a felhasználás helyétől számítva akár több száz kilométer távolságban is. A termelőkkel való együttműködés kialakításának legfontosabb szempontjai a megbízható termékminőség és mennyiség, ugyanakkor az, ha a termelő földrajzi értelemben közel helyezkedik el a felhasználás helyétől nagy előny, de nem jelent kizárólagosságot. A legtöbb vendéglátónak van minőségbiztosítási gyakorlata a helyi termelőkkel való együttműködés kapcsán, ez a gyakorlat legjellemzőbb módon a próbavásárlás, termék minta kérés, kóstolás.

Az, hogy milyen akadályai lehetnek a helyi termelők által előállított termékek éttermi-vendéglátóipari felhasználásának, nagyon sokirányú megközelítést követel. Hangsúlyos szerepet játszik az ingadozó termékmennyiség, a logisztikai, szállítmányozási kapacitás, de említésre került a jogszabályi környezet, a kapcsolati háló hiányosságai, vagy a szezonális. Kevésbé gyakori akadály az ingadozó termékminőség, az élelmiszerbiztonság, az együttműködési készség hiánya, a nem bizonyítható termékeredet, vagyis a vásárlói bizalmatlanság.

A vendéglátók értékelhették és rangsorolhatták szervezeti kapcsolati hálójuk minőségét és fontosságát. Ugyan tíz különböző dimenzióban mértük a válaszokat, igazán nem sikerült olyan fókusz elérni, ahol a vendéglátók többsége élő kapcsolatot jelezzon. Ez nem feltétlenül kérdőív tervezési hiba, rámutathat egyes network hiányosságokra is, amelyek a kapcsolati rendszerek újra-szövetezését követelhetik. Tíz-es skálán mérve a legmagasabb átlagértéket a Balatoni Regionális TDM érte el, ezt a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége követi, harmadik a rangsorban a Balatoni Kör. Az éttermek több mint négyötöde szerepel valamilyen gasztró-turisztikai kiadványban, étteremkalauzban, vagy legalábbis reklámként megjelenik bizonyos hirdetési felületeken. Az éttermek borlapjain szereplő borok legjellemzőbb módon a Balaton borrégió termékei, vagyis klasszikus értelemben helyi terméknek minősíthetők, de Magyarország mind a 22 törvény által elismert borvidékének termékei megtalálhatók a borlapon, sőt, több esetben külföldi, olasz, francia, spanyol, portugál, vagy egészen egzotikus, chilei és új-zélandi borok is szerepelnek a kínálatban. A leggyakrabban említett négy borvidék sorrendben a dél-balatoni, vagy balatonboglári, a badacsonyi és a Balaton-felvidéki, ezek mindegyike egyben a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet része is, ahogyan az adatfelvételben részesült települések, de a négy közül csak a dél-balatoni borvidék közvetlen része a vizsgálati térségnek. A borlapon szereplő szőlőfajták között vezető helyet kapott a Balaton borrégió egyik legelterjedtebb és legkedveltebb fehérborszőlő fajtája, az olaszrizling, ezt két

kékhéjú szőlő, a merlot és a cebernet sauvignon követi, negyedik és az ötödik ismét fehérborszőlő, a chardonnay és az irsai olivér.

A kérdés aktualitásánál fogva nagyon fontosnak tűnt, hogy rákérdezzünk a vendéglátóknál a balatoni hal minőségi megítélésére a más vizekből származó halakhoz képest. A Balatonnál évek óta halászati tilalom van érvényben, amit azóta kiterjesztettek Magyarország összes élővízére, illetve az is tény, hogy a horgászok által kifogott példányok nem kerülhetnek (legális) kereskedelmi forgalomba. A válaszok alapján a balatoni halak minőségpreferenciája nagyon magas a más vizekből származó halakkal szemben, meghaladja az összes válaszoló háromnegyedét, ezzel együtt az a vendéglátó, aki preferálja a balatoni halat a Balatonnál, egészen biztosan szerepeltetné is az étlapon, ha lenne rá legális módja. De egyelőre nincs. A vendéglátók nagy többsége jelezte számunkra, hogy hallotta már a rövid ellátási, vagy rövid élelmiszerlánc fogalmát, ismeri annak jelentését, ezzel párhuzamban igen nagy arányban vennének részt egy helyi termék értékesítését elősegítő együttműködésben, de akik ebben bizonytalankodnak, az adatok alapján ők sem tűnnek meggyőzhetetlennek.

3. A rövid ellátási lánc és rövid élelmiszerlánc fogalmi értelmezése a hazai szakirodalomban

A rövid ellátási láncok és rövid élelmiszerláncok fogalma a hazai agrártudományokkal kapcsolatos szakirodalomban csupán a 2010 utáni években jelent meg. Mivel a helyi vagy térségi élelmiszerrendszerek fejlődése Magyarországon közel sem olyan aktív, mint Nyugat-Európa egyes országaiban (pl. Franciaországban), az ezzel kapcsolatos tudományos igényű szakirodalom sem olyan bőséges hazánkban.

Mindenekelőtt azt érdemes tisztáznunk, hogy mely esetekben beszélünk rövid ellátási láncról, mikor a rövid élelmiszerlánc kifejezés az alkalmazandó terminológia. Kujáni (2014) értekezésében rögzíti, hogy REL-nek nevezzük azokat helyi, térségi ellátási láncokat, amelyben részt vesznek a termelők által készített nem élelmiszer-jellegű kézműves termékek is (pl. kerámia, csipke, stb.), míg a RÉL kizárólag az élelmiszer termékek értékesítési láncát jelenti. A jelen helyzetelemzés a RÉL jellegű ellátási láncok potenciáljaira fókuszál, hiszen a célkitűzés szerint a helyi élelmiszerrendszerek potenciáljainak vizsgálata és fejlesztésének megalapozása a feladatunk.

Az elsősorban Európai Unió támogatással megvalósuló agrár- és környezetgazdálkodási programoknak köszönhető, hogy Magyarországon is megjelentek olyan innováció-hordozó, új megközelítéseket alkalmazó, térségi vagy lokális élelmiszer ellátási hálózatok, melyek képesek elkerülni a globális szintű élelmiszerrendszerek negatív gazdasági környezeti és táplálkozástudományi hatásait. Ahogy 2011-ben Balázs Bálint megfogalmazta, ezen együttműködési formák jellemzően társadalmi konszenzuson alapulnak, a termelői-fogyasztói kooperáció során a személyes vagy közösségi bizalmi tőkére építenek. Céljuk a minőségi termékek cseréje, mely során garantált a termék eredete, mely a vásárló számára jellemzően kiemelt szempontként jelenik meg. Ekkoriban azonban Magyarországon még nem voltak adottak azok a támogatási lehetőségek, melyek egy-egy ilyen együttműködést széles spektrumú szakpolitikai beavatkozási logika alkalmazásával támogatnak (Balázs 2011). Jegyezzük meg, később, a 2014-2020-as programozási időszakban a Vidékfejlesztési Program keretében elfogadott rövid ellátási lánc alprogram éppen erre tett kísérletet.

A hazai rövid élelmiszerláncok elméleti megalapozása vonatkozásában rendkívül nagy jelentőséggel bír Balázs (2011) a fentiekhez logikai úton kapcsolódó megállapítása, mely szerint az országban létrehozandó lokalitáson alapuló ellátási hálózatoknak a társadalmi együttműködésre és a szolidaritásra kell építenie. Ez ugyanúgy jelenti a helyi termelői potenciálok hatékony és fenntartható kihasználását, a tájfajták termesztésbe és termék előállításba történő bevonását, a házi kertek és a kistermelő élelmiszer előállítók gazdaságának fejlesztését, valamint a termelői piacok szervezésének ösztönzését (Bálint 2011, Kujáni 2014).

Egy évvel később, 2012-ben már az Agrárgazdasági Kutatóintézet is publikált egy tanulmányt „A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacra jutásában” címmel. E dokumentumban a szerzők definíciószerűen rögzítik a rövid élelmiszerlánc fogalmát, mely

szerint a RÉL olyan lerövidült élelmiszerlánc, amely legfeljebb egy köztes szereplőt enged meg, azonban ennek értelmében lehetséges olyan változata is, ahol nincs közvetítő a termelő és a fogyasztó között. Köztes szereplőként értelmezhetjük a kis- és nagykereskedelmi üzleteket, feldolgozóüzemet, beszerzőt és értékesítő szervezetet. Ugyanakkor fontos, hogy sem a szállítással megbízott vállalkozások sem pedig a formális vagy informális rendelésszervező termelői vagy vásárlói együttműködések nem számítanak köztes szereplőnek (Juhász et al. 2012)

Szabó (2014) a rövid ellátási lánc fogalmának Európai Unió értelmezését veszi alapul munkájában. Az Európai Parlament és Tanács 1305/2013/EU rendelete szerint a rövid ellátási lánc az együttműködés, a helyi gazdaságfejlesztés valamint a termelők, feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt elkötelezett, korlátozott számú gazdasági szereplő által alkotott ellátási lánc. A termelők vagy közvetlenül, vagy egy közvetítőn keresztül értékesítik a fogyasztók számára az élelmiszerterméket. Megállapítása szerint ezek az értékesítési formák négy fő típusba sorolhatók: közvetítőn keresztül történő értékesítés, házhoz szállítás, nyitott gazdaságban történő értékesítés, vagy meghatározott értékesítési ponton történő árucseré.

Kujáni Katalin 2014-es PhD értekezésében a francia mintára szerveződő rövid élelmiszerlánc rendszerek alapján mutatja be a RÉL fogalmát. A nemzetközi tudományos közleményekből kiemelten a francia szerzőpáros, Chaffotte és Chiffolleau munkáit elemezve, valamint azt a már meglévő hazai szakirodalommal összevetve arra a következtetésre jut, hogy a rövid élelmiszerláncok vonatkozásában alapvetően két értékesítési forma különíthető el egymástól, a közvetlen értékesítési formák köre, valamint a közvetítőn keresztül végrehajtott árucseré. A közvetlen értékesítési formák a szakirodalom szerint egyaránt lehetnek egyéniek és kollektív, együttműködésen alapulóak. Az egyéni közvetlen értékesítési formák az alábbiak:

- Szedd magad!
- Vásárok
- Egyéni házhoz szállítás
- Gazdaságban értékesítés
- Termelői vagy hagyományos piac

Ezekben az esetekben a gazda önállóan, saját forrásokból és saját szervezésben értékesít közvetlenül a fogyasztónak. Viszont az értékesítés elképzelhető együttműködési formában is, amikor egyik esetben egy egyesület vagy más, nem profitérdekelt szervezet közreműködésével történik az értékesítés organizációja, vagy más esetben a termelők vagy fogyasztók jogi forma nélkül szervezik az ellátást. Az együttműködési formában történő közvetlen értékesítés lehetséges csatornái:

- Bevásárlóközösség, fogyasztói vagy termelői oldalról szerveződő kosár
- Egyesületi, szövetkezeti vásár
- Egyesületi, szövetkezeti termelői piac
- Házhozszállítás termelői összefogásban
- Közös értékesítési pont (termelői bolt)

A köztes szereplő bevonásával működő rövid élelmiszerláncok is történhetnek egyéni vagy csoportos formában, hasonlóan a fent ismertetett elvek szerint. A közvetítő bevonásával működő RÉL értékesítési formái a következők lehetnek:

- Üzleten keresztül
- Egyesületen keresztül
- Szövetkezeti forma alkalmazásával
- Közétkeztetés

A köztes szereplő bevonásával történő kollektív értékesítés pedig az alábbiak szerint képzelhető el:

- Kereskedőn keresztül
- Éttermek
- Közétkeztetés

Kujáni (2014) a fentiek mellett kifejti, hogy a nemzetközi és hazai RÉL értelmezésekben és fogalmi keretrendszerekben nem állapítható meg lényeges különbség. Azonban az leszögezendő, hogy a rövid élelmiszerlánc és a helyi élelmiszerrendszerek fontos vidékfejlesztési eszközökké váltak, főként a kistermelők piacra jutási lehetőségeinek bővülése révén (Kujáni 2014).

A fentiek alapján megállapítható, hogy a nemzetközi tudományos és szakpolitikai dokumentumokra, elvekre és gyakorlati megvalósítások vizsgálatára nagymértékben alapozó hazai RÉL szakirodalom egységes abban a tekintetben, hogy a rövid ellátási láncok alapvetően társadalmi együttműködésen alapulnak, helyben érdemi közösség- és gazdasági fejlesztő hatást képesek generálni, valamint a hagyományos és újszerű értékesítési formák alkalmazásával elsősorban a kistermelők által előállított termékek piacra jutását, kereskedelmét segítik elő.

4. A helyi termékek előállítása és értékesítése tekintetében releváns jogszabályi környezet Magyarországon

A hazai jogrendszer az elmúlt években érdemi lépéseket tett az ős- és kistermelői élelmiszer-előállítás és értékesítés szabályozásának életszerűvé tétele, harmonizációja terén. E folyamat által meghatározott peremfeltételek rövid élelmiszerláncokra, helyi élelmiszerrendszerekre is kiható eredményeit kívánjuk az alábbiakban bemutatni, fókuszálva a termék előállítóra vonatkozó, jellemzően adójogi részletszabályokra valamint a helyi termék-értékesítés egyszerűsített piaci szabályait rögzítő rendeletre. Az adójogi szabályozások vizsgálata során, mivel a helyi termék előállítói kör jellemzően őstermelői vagy kistermelői formában végzi tevékenységét, e fogalmak értelmezését végeztük el. E fejezet azon túl, hogy útmutató jelleggel ismertetni kívánja azon szabályozási elemeket, melyeket helyi élelmiszerrendszerek létrehozása során érdemes figyelembe venni, arra kíván rávilágítani, hogy Magyarországon az ágazati igényekre adott szakpolitikai reakciók számos korábbi jogszabályi kötelmet tettek életszerűvé, ami a rövid ellátási- és élelmiszerláncok létrehozásához és működéséhez relatíve kedvező környezetet teremt.

4.1 A helyi termék előállítókra vonatkozó szabályozási elemek

Az „őstermelő” és a kapcsolódó vagy rokonértelmű fogalmak a szakmai köztudatban – a kutatói tapasztalatok szerint – nem tisztázottak. Általában a laikusok, de a téma iránt felületesen érdeklődők sem tudják, mit is takarnak pontosan e fogalmak, s mindezek helytelen értelmezésekhez vezethetnek. A következő rövid elemzés elkészítésében hasznos útmutatónak bizonyult a „Mezőgazdasági őstermelő adózásának alapvető szabályai” című részletes tájékoztató dokumentum, mely ingyenesen letölthető a Nemzeti Adó- és Vámhivatal weboldaláról¹.

Az „őstermelő” alapvetően adójogi fogalom. A személyi jövedelemadóról szóló törvény rendelkezése szerint mezőgazdasági őstermelő az az (ilyen minőségében) nem egyéni vállalkozó személy, aki 16. életévét betöltötte, az Szja. törvény (1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról) 6. mellékletében felsorolt termékek előállítását végzi, illetőleg ennek igazolására őstermelői igazolvánnyal rendelkezik².

A hatályos jogszabályi környezet szerint a következők minősülnek mezőgazdasági őstermelői tevékenységnek: saját gazdaságban történő növénytermelés, ültetvénytelepítés, állattenyésztés, valamint az a termékfeldolgozás, amely a saját gazdaságban termelt alapanyag felhasználásával történik. Továbbá őstermelői tevékenységnek minősül egyes termények jogszabályokba nem ütköző gyűjtése, illetve a saját területen végzett erdőgazdálkodás akkor, ha az ezekből nyert termékek a Szja törvényben meghatározottaknak megfelelnek. A kistermelői rendeletbe foglaltak szerint a mezőgazdasági kistermelők jogosultak falusi vendégasztal szolgáltatás működtetésére is. A falusi vendégasztal szolgáltatás a családi

¹ http://www.nav.gov.hu/data/cms281403/06_Ostermelok_2013.pdf

² http://www.nav.gov.hu/data/cms281403/06_Ostermelok_2013.pdf

magánétkezésekhez előállított házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása és az így előállított saját készítmények értékesítése napi legfeljebb tizenöt látogató részére. A tevékenység alkalmoszerűen, időnyelleggel vagy nem napi rendszerességgel végezhető³.

A „kistermelő” adójogi és gazdasági kategóriára mindezek ugyanígy érvényesek, azonban további megkötésként szerepel, hogy az az őstermelő számít kistermelőnek, akinek az adott adóévben realizált – a jogszabály alapján kapott támogatás összegével csökkentett - éves bevétele nem haladta meg a 8 millió forintot. Magyarán a mezőgazdasági őstermelő a nagyobb halmaz, a kistermelők csoportja azon belül helyezkedik el. Annak ellenére azonban, hogy a kistermelők köre a kisebb halmaz, mégis ők jelennek meg önálló csoportként a hazai jogi szabályozásban. Minisztériumi rendelet szabályozza működésüket, mely az 52/2010 (IV.30) E kistermelői rendelet alapjaiban határozza meg a rövid élelmiszerláncok magyarországi kialakításának feltételrendszerét, így részletesebb elemzése elengedhetetlen.

- *52/2010 FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés -előállítás és –értékesítés feltételeiről*

Az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvénybe foglalt felhatalmazás alapján megalkotott rendelet alkalmazása alapvetően a következő kistermelői tevékenységekre alkalmazandó. Eszerint a termelő kis mennyiségű, általa megtermelt alaptermékkel, illetve abból előállított élelmiszerrel, vagy általa betakarított, összegyűjtött vadon termő alaptermékkel valamint általa jogszerűen kifogott hallal közvetlenül a végső fogyasztót, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságon belüli kiskereskedelmi vagy vendéglátó, illetve közétkeztetési létesítményt látja el (1.§). Fontos ugyanakkor, hogy a rendelet szerint forgalomba hozni kívánt termék előállítása során a termelő előállítási részfolyamatot más élelmiszer vállalkozással is elvégeztethet, ugyanakkor minden esetben a kistermelő felel az általa forgalomba hozott élelmiszer biztonságáért, minőségéért, a termék nyomon követhetőségének biztosításáért és dokumentálásáért (3.§).

A rendelet 4.§ értelmében a kistermelő az alábbi termékkört értékesítheti saját gazdaságának helyén, vagy Magyarország területén működő valamennyi piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő, kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek.

- nem állati eredetű alaptermék
- méz, méhészeti termék
- élő hal

Ugyanakkor az állati eredetű alaptermékek esetében – kivéve a sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc, emu húsat – saját gazdaságának helyén, illetve a régió belüli vagy a

³ <http://www.pannoniantourism.hu/htmls/tananyagok1.html?gID=259&ID=616>

gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságon belüli piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet.

A kistermelő saját gazdaságában nevelt és közfogyasztás céljára engedélyezett vágóhídon - beleértve a vágópontot is - levágott sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu húsát saját gazdaságának helyén a végső fogyasztónak, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő, kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesítheti. A fenti értékesítési feltételekből arra mindenképpen érdemes felhívni a figyelmet, hogy a kistermelő saját gazdaságának helyén csak a végső fogyasztónak értékesítheti termékét. Így adott esetben olyan együttműködések létrehozásakor, amely során háznál történő értékesítés történik, nem jöhet szóba köztes szereplő ellátási láncba történő bevonása.

Mivel a rendelet a termékek értékesítése esetén több ponton az ún. 40 km-es szabályt alkalmazza, a helyzetelemzés későbbi szakaszában bemutatásra kerülő vizsgálatunk során is jellemzően ezt a távolságot alkalmaztuk a rövid élelmiszerláncok és a minőségi gasztronómia kapcsolódási lehetőségei vonatkozásában. Nem véletlen ugyanakkor e konkrét távolság kikötése: a hazainál jóval fejlettebb, a helyi agráriumba szervezettebben beágyazódott, magas szinten hálózatosodott francia rövid élelmiszer-ellátási rendszerek esetében is meghatározásra kerültek az alkalmazandó – az ország méretéhez igazodó, a hazainál jellemzően nagyobb értékeket meghatározó – ellátási távolságok.

Az őstermelő és kistermelő adójogi fogalmak tisztázása mellett érdemes kitérni még a családi gazdaságok körére, hiszen a helyi élelmiszerrendszerek, rövid élelmiszerláncok e gazdálkodói kör számára is számottevő bevételi, termelői együttműködési, hálózatosodási lehetőséget teremtenek. Családi gazdaságnak minősül a legfeljebb 300 hektáron gazdálkodó (e földterület lehet saját tulajdon vagy haszonbérlet), legalább egy családtag teljes foglalkoztatásán és a többi családtag közreműködésén alapuló gazdálkodási forma. Az tehát megkülönbözteti a családi gazdaságot a közös őstermelői igazolvánnyal rendelkezőktől, hogy ez esetben a családtag, mint alkalmazott vesz részt a gazdaságban. Az őstermelők kapcsán említett korhatár, a 16. életév itt nem érvényes, közreműködő családtag lehet akár kisgyermek is. A családi gazdasági formában a végezhető mezőgazdasági tevékenységek mellett a jogszabályok engedélyezik különféle, úgynevezett kiegészítő tevékenységek folytatását. Ilyen például falusi- és agroturizmushoz kapcsolódó szolgáltatás, kézművesipari tevékenység, fűrészáru- vagy élelmiszerfeldolgozás, vagy akár a gazdálkodási tevékenység során keletkezett hulladék hasznosítása.

- *51/2012. (VI.8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszerbiztonsági feltételeiről*

A magyar Országgyűlés a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvényt módosító 2011. évi CXXXV. törvényben rögzítette a helyi termelői piac fogalmát. Eszerint a helyi termelői piac olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében - vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol - működő

gazdaságából származó mezőgazdasági illetve élelmiszeripari termékét értékesíti. Az említett kereskedelmi, és az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről szóló 2008. évi XLVI. törvényből levezethető, a helyi termelői piacok élelmiszer-biztonsági kritériumait rögzítő rendelet célja, hogy a helyi piacok specializált szabályozásával lehetővé tegye, egyszerűsítse a termékek értékesítését, a szükséges élelmiszerbiztonsági követelmények betartása mellett. A rendelkezés illeszkedik a korábban elfogadott 52/2010.-es kistermelői rendelethez, egyfajta specifikus kiegészítőjeként értelmezhető. A szabályozás elfogadásának vidékpolitikai aspektusú stratégiai jelentősége ott érhető tetten, hogy segíteni kívánja a kiskert tulajdonosok, őstermelők, kistermelők, családi gazdaságok, vagy szövetkezeti tagok agrártermékeinek helyi piacokon történő árusítását, ugyanakkor a piac vonzáskörzetében élők jó minőségű, hazai vagy helyi termékekkel való ellátását is biztosítani kívánja. A rendelet megalkotását feltételezhetően a számos, sajtóban is napvilágot látott konfliktus és szabályozási anomália indokolta, melyek szerint a helyi piacokra korábban ugyanolyan szigorú előírások vonatkoztak, mint a nagyvárosi vásárcsarnokokra, ami miatt a helyi piacok működése sok esetben vagy szabálytalanságok tömegével járt együtt, vagy egyszerűen ellehetetlenült. A rendelet tartalma a jelentős szabályozási egyszerűsítéseknek, engedményeknek köszönhetően a következő, csupán néhány kitételben foglalható össze:

- nem szükséges külön tisztító és fertőtlenítő berendezés biztosítása, ha a munkaeszközök tisztítása nem szükséges a forgalomba hozatal helyszínén
- nem szükséges a helyszín ivóvízzel történő ellátása (amennyiben a kézmosási lehetőség adott)
- hulladékgyűjtésről, a hulladékgyűjtők tisztán tartásáról gondoskodni szükséges
- a vadon termett gomba szakellenőri vizsgálatához megfelelő méretű és megvilágítású helység biztosítása szükséges, valamint az elkobzott gombát megfelelő méretű zárható tárolóedényben kell elhelyezni
- közcsontra hiányában a keletkező szennyvíz higiénikus összegyűjtéséről és eltávolításáról gondoskodni kell

A helyi termelői piacok létrehozása és működtetése kapcsán fennálló jogszabályi feltételek tehát érdemben járulhatnak hozzá a lokális élelmiszer-értékesítési láncok magyarországi elterjedéséhez. Azonban azt látnunk kell, hogy a termelői piac ennek az értékesítési formának csupán egyik alternatívája, s esetleg más, helyi élelmiszerrendszer-típusra még ennyi jogszabályi kitétel sem vonatkozik, ami nyilvánvalóan felértékelheti ezeket (pl. bevásárlóközösségek).

5. Rövid élelmiszerláncok a 2014-2020 közötti programozási ciklusban

A rövid élelmiszerláncok potenciáljainak hazai, illetve kiemelten Zala és Somogy megyei vizsgálatához, az eredmények kontextuális értelmezéséhez a jogszabályi környezet elemzésén túl mindenképpen szükséges a téma országos szakpolitikai és fejlesztéspolitikai környezetének vizsgálata. Azt kívánjuk ezzel bemutatni, hogy milyen átfogó országos stratégiai környezetben történhet meg ma Magyarországon egy-egy rövid élelmiszerlánc, helyi élelmiszerrendszer létrehozása.

Ennek érdekében a 2014-2020 (a koncepciók esetében 2014 – 2030) közötti programozási időszakra vonatkozó országos ágazati, valamint területi fejlesztési koncepciók, stratégiák, operatív programok elemzését végeztük el meg a rövid ellátási- illetve élelmiszerláncokhoz köthető relevanciájuk szempontjából. Mivel a helyi termékek értékesítése az elmúlt években vált a helyi és regionális gazdaságfejlesztés egyik kurrens témakörévé, valamint helyzetelemzésünk egy, a jövőbeni stratégiát, munkatervet kíván megalapozni, így a már nem hatályos, korábbi fejlesztési programok elemzésétől eltekintettünk. Fontosnak tartottuk azonban, hogy a jelen projekt programterületét képező megyék fejlesztési irányait közép- és hosszú távon megalapozó térségi fejlesztési koncepciókat és stratégiai programokat bevonjuk a dokumentumelemzésbe, hiszen mindenképpen érdemes azt ismernünk, hogy egy tematikusan jól specifikált projekt célkitűzései mennyire illeszkednek az adott megye által megfogalmazott jövőképhez. A fentiek nyomán az alábbi programdokumentumok analízise történt meg a tematikus kapcsolódások azonosítása érdekében:

- Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció (2014-2030)
- Nemzeti Vidékstratégia (2012 – 2020)
- Partnerségi Megállapodás (2014-2020)
- Vidékfejlesztési Program (2014-2020)
- Magyar Halgazdálkodási Operatív Program (2014-2020)
- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (2014-2020)
- Somogy Megye Területfejlesztési Koncepciója (2014 – 2030)
- Somogy Megye Területfejlesztési Stratégiai Programja (2014 – 2020)
- Zala Megye Területfejlesztési Koncepciója (2014- 2030)
- Zala Megye Területfejlesztési Stratégiai Programja (2014 – 2020)

A dokumentumelemzés eredményeit a stratégiai dokumentumok tervhierarchiájához illeszkedő sorrendben mutatjuk be. Fontos kitétel ugyanakkor, hogy mivel ezekben a fejlesztési dokumentumokban – illetve a 2014-2020 közötti hazai fejlesztésekben – a téma vonatkozásában alkalmazott kifejezés a rövid ellátási lánc és nem a jelen projektben használt és fejleszteni célzott rövid élelmiszerlánc. Azonban mivel a két fogalom – amint az korábban bemutatásra került – csak a kézműves termékek értékesítési láncba kapcsolásában tér el egymástól, így jelen elemzésben a rövid ellátási, illetve rövid élelmiszerláncok megnevezést, és azok kapcsolódó fogalomrendszerét az adott dokumentum által használt módon, egymás szinonimájaként kezeltük.

Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció (2014-2030)

A Magyar Országgyűlés által 2014. január 3-án elfogadott, hosszú távú országos fejlesztési koncepció szigorúan véve a rövid ellátási láncok vonatkozásában nem fogalmaz meg fejlesztési irányokat és elképzeléseket, azonban a mezőgazdaság ágazati sajátosságait illetve a RÉL-ek alkotóelemeit (pl. az agrárgazdaság helyzete, helyi termék-előállítás, termelői együttműködések) tárgyalja. Már az átfogó nemzeti jövőképben megjelenik a jelen tanulmány szempontjából releváns kitétel az agrárium jövőképre vonatkozóan: a program hosszú távon a korszerű és versenyképes családi gazdaságok, kis-és középüzemek működését kívánja elősegíteni vidéken, biztosítva a vidéki lakosság egy részének a foglalkoztatását, biztosítva az ország egészséges élelmiszerellátását.

A koncepció helyzetelemző szakaszában rögzítésre került, hogy Magyarországon az elmúlt húsz évben az agrárgazdaság válságba került, jelentős átalakulásokon esett át. Bár az agrárium még most is fontos nemzetgazdasági ágazat, azonban súlya folyamatosan csökken, máig sok problémával küzd. Jellemző kettősség hogy a szektor egyik részét a hatékonyság-orientált, nagyarányú foglalkoztatást biztosító, támogatáspolitikai eszközökkel jelentősen támogatott, intenzív gazdálkodást folytató nagyobb üzemek adják, a másik részét a nyugat-európai gazdaságstruktúrának megfelelően kisebb üzemméretet képviselő, piaci versenyképesség tekintetében meglehetősen heterogén családi gazdaságok és kistermelői gazdaságok alkotják. Ez utóbbi, a rövid élelmiszerláncok vonatkozásában kiemelt célcsoport eszköz- és tőkeellátottsága jelentősen elmarad a nagygazdaságokétól. E termelői kör relatív piaci eredménytelenségéhez adalék, hogy a nyugat-európai szövetkezeti rendszerhez hasonló együttműködés máig nem tudott megerősödni, emiatt a kisgazdaságok piacra jutása, érvényesülése, a változó körülményekhez való alkalmazkodása nehezebb. Nem elégséges mértékű a termelői összefogás, nagy a kisgazdaságok kiszolgáltatottsága. Az ágazat sajátossága az ágazati foglalkoztatottak előregedése: a gazdatársadalom átlagéletkora fokozatosan növekszik, mára minden harmadik mezőgazdasági foglalkoztatott 50 évesnél idősebb, miközben a 30 évesnél fiatalabbak aránya alig éri el a 15%-ot.

Ugyanakkor az egyéni és családi gazdaságok az önfoglalkoztatásnak köszönhetően, a családi munkaerőre alapozva fajlagosan nagyobb foglalkoztatási kapacitással rendelkeznek, mint a nagygazdaságok. Éppen ezért a kistermelőknek, családi gazdaságoknak jelentős szerepük van a vidéki térségek foglalkoztatási helyzetének további javításában, azon túlmenően, hogy a termelők ezen típusa jellemzően színesebb helyi gazdaságszerkezetet alakít ki a hagyományosan diverzifikáltabb tevékenységi kör által. A koncepció leszögezi, hogy az egyéni és családi gazdaságok működésén alapuló agrárszektor a környezeti erőforrások megőrzését is hatékonyabban segíti elő, mint a nagygazdaságokra építő mezőgazdaság.

A koncepció helyzetelemzésében megfogalmazottak reagálva a dokumentum kiemeli a helyi termék előállítás és értékesítés jelentőségét a vidéki térségek fejlesztésében, oly mértékben, hogy e tevékenységi kört a vidéki térségek kitörési pontjaként azonosítja. A helyi termék előállítása és feldolgozása, valamint szervezett, akár kiskereskedelmi rendszerben történő értékesítése helyi és nemzetgazdasági szinten is számottevő piaci hozzáadott értéket

teremthet. A dokumentum ezért a hálózatos vidéki gazdaság kiépítése mellett a helyben termelt áruk adóterheinek és higiénias követelményeinek csökkentését, ésszerűsítését irányozza elő. Ennek nyomán a kereskedelmi ágazat területi prioritásaként került rögzítésre egyrészt a helyi termelői piacok népszerűsítésének igénye, a termékek piacra juttatásának szükségessége, valamint a termékek helyi, térségi üzletekbe történő eljuttatásának fejlesztése is. A fejlesztési koncepció a fentiek kapcsán a határon átnyúló együttműködések erősítését is szorgalmazza, a közös helyi termékrendszerek, határon átnyúló agrárklaszterek kialakítására irányuló tevékenységek támogatása terén.

A RÉL-ekkel kapcsolatban releváns feladatokat a vidékfejlesztési szakpolitika számára is megfogalmaz a program. E tekintetben a helyi termelés, feldolgozás és fogyasztás összehangolását, a gazdasági tevékenységek, tranzakciók térségen belül tartását, ösztönző rendszerek kialakításának támogatását javasolja az OFTK. A vidékfejlesztési politika számára ajánlasként fogalmazódik meg a helyben termelt termékek – és szolgáltatások – helyi értékesítési adóvonzataira vonatkozó egyszerűsítési lehetőségek vizsgálata, és az adminisztrációs terhek csökkentésének igénye is. E beavatkozások elősegíthetik egyrészt a háztáji gazdálkodásban ciklikusan felhalmozódó felesleg értékesítését, felvásárlását, valamint ezen túlmenően a piacok, értékesítési hálózatok számára megfelelő működési peremfeltételeket teremtenek.

Nemzeti Vidékstratégia (2012-2020)

Az alcímében magyar vidék alkotmányaként nevesített, a Kormány által 2012-ben elfogadott Nemzeti Vidékstratégia a hazai vidékfejlesztési politika egyik alapidokumentuma, a 2014-2020-as programozási ciklus beavatkozási logikájának egyik meghatározó szakpolitikai stratégiája. A dokumentum széleskörű helyzetelemzésre alapozva fogalmazza meg a hazai vidékpolitika középtávú fejlesztési irányait, melyben jelentős szerep jut a rövid ellátási láncokhoz köthető céloknak, intézkedéseknek – bár REL-lel kapcsolatos beavatkozások explicit módon nem jelennek meg a szövegben.

A stratégia helyzetértékelő fejezete – összhangban az OFTK-ban megfogalmazottakkal – kifejti, hogy a helyi termelés, feldolgozás és értékesítés, a helyi termékek szervezett bejuttatása a kiskereskedelem rendszerébe helyi és nemzetgazdasági szinten is számottevő piaci szegmenssé fejlődhet a programozási ciklus végére. Ezt ugyanakkor gátolja, hogy jól menedzselte, promotált, védjeggyel ellátott helyi termékek csak elvétve vannak jelen a hazai palettán. A helyi feldolgozás és helyi értékesítés helyi piacok hiányában jellemzően nem megoldott, az áru számos esetben többszörös közvetítői láncolaton, nagy szállítási távolsággal el a fogyasztókhoz – adott esetben előállítási helyének közvetlen közelébe.

A termelői oldalon tapasztalható gyenge szövetkezési hajlam elégtelen mértékű termelői összefogást eredményez, ebből következően a kisgazdaságok kiszolgáltatottsága nagy. Az együttműködések hiányának legfőbb okaként a bizalmatlanság említhető, hiszen elsősorban a múltban gyökerező indokokra vezethető vissza a szövetkezeti formáktól való idegenkedés,

elutasítás. Ugyanakkor tény, hogy a saját termékeiket önállóan értékesítő termelők jobbára teljesen kiszolgáltatottak a nagyobb integrátor- és felvásárló szervezeteknek.

Az anomáliák oldását a „Helyi termék, helyi piac, közvetlen értékesítés” programmal kívánja elérni a dokumentum. Az alulról jövő, helyi élelmiszerellátást célzó kezdeményezések tapasztalatai azt mutatják, hogy megfelelő koordinációval biztosítható a termékek értékesítése, ami értelemszerűen jelentősen csökkenti a termék előállítók kockázati tényezőit. A helyi illetve közvetlen termelői értékesítés minél nagyobb arányú elterjesztése az import áruk térnyerését is visszaszoríthatja, azonban ez csak akkor lehetséges, ha a fejlesztési programokhoz kötötteen termelői és fogyasztói szemléletformáló akciók, széles körben lefolytatott népszerűsítő kampányok is lefolytatásra kerülnek.

A helyi termékek a közétkeztetésben sem jutnak érdemi szerephez. A magyarországi közétkeztetés legnagyobb részében nem a termelés aspektusából jól tervezhető, gazdaságosabban előállítható, egészségügyi szempontból jól ellenőrizhető helyi termékekre épül, hanem kis munkaigényű, kész vagy félkész kényelmi termékekre, tartósított alapanyagokra alapoz. E fenti hiányosságra reagálva a stratégiában kidolgozásra került a „Egészséges helyi terméket a közétkeztetésbe” program, mely kimondja, hogy a fennálló tendenciákat megfordítva olyan helyi kooperatív megoldásokat javasolt támogatni, melyek a helyi élelmiszer szükségleteket elsősorban a helyi kapacitásokból elégítik ki, egészséges helyi terméket juttatva közétkeztetésbe. A program sikeressége azonban azon is múlik, hogy megtörténik-e a közétkeztetésre vonatkozó szabályozás áttekintése, könnyítése annak érdekében, hogy a helyi kistermelő beszállítók is eséllyel pályázhassanak a közétkeztetésben való beszállítói részvételre.

Partnerségi Megállapodás

Magyarország és az Európai Unió között a 2014-2020-as fejlesztési időszakra megkötött Partnerségi Megállapodás a jelenlegi fejlesztéspolitikai ciklus alapidokumentuma, mely meghatározza az uniós társfinanszírozással végrehajtásra kerülő ágazati és területi operatív programok tartalmát és forráskereteit, valamint rögzíti az ország Európai Uniós célokkal harmonizáló specifikus célkitűzéseit, fejlesztéspolitikai feladatait is. Ennek értelmében a Partnerségi Megállapodás számos, az agráriumra, vidékfejlesztésre vonatkozó célt és feladatot határoz meg, melyek a RÉL-ek vonatkozásában is értelmezhetők, illetve számos esetben túlmutatnak az OFTK által lefektetett átfogó fejlesztéspolitikai aspektusokon. Erre utal – illetve az operatív programokkal való szoros logikai kapcsolatra – hogy a PM már nevesíti is a rövid ellátási láncokat, mint az aktuális vidékfejlesztési beavatkozások egyik célterületét.

A mezőgazdaság és az élelmiszeripar a vidékies térségek gazdaságának fő építőeleme Magyarországon, a helyi felvevőpiacok, termelési együttműködések és a rövid élelmiszerláncok kialakítása mind érdemi eredménnyel kecsegtető gazdaságfejlesztési potenciált képez. Ugyanakkor a dokumentum agrár- és élelmiszeripari szektor hiányait és potenciáljait tárgyaló fejezetében rögzítésre került, hogy a hazai vidéki térségekben a horizontális és vertikális együttműködések száma alacsony, ami kihasználatlan termelői és

piaci kapacitások létrejöttét eredményezi. A hagyományos kistermelői, közvetlen értékesítési lehetőségek korlátozottak, hozzáadott érték-növelésük gyenge, informáltságuk és együttműködésük alacsony fokú. Ennek oldására jó eszköz a termelői csoportok és együttműködések létrejöttének támogatása, kiemelten pedig a rövid ellátási láncok létrehozása. Ennek javasolt formái különösen a város-vidék együttműködésre építenek, ilyen lehet a városkörnyéken megtermelt élelmiszerek városi közétkeztetésben történő felhasználása. E célzott, helyi, térségi gazdasági együttműködést elősegítő beavatkozásokhoz kapcsolódó képzés és mentorálás a vidéki szegénység csökkentésében is szerepet játszhat. Az önellátási képesség erősítése és a társadalmi célú gazdálkodási modellek fejlesztése a társadalmi felzárkóztatás egyik pillére lehet, a leszakadó, alacsonyabb jövedelmi mutatókkal rendelkező külső és belső perifériák esetében.

A 2014-2020-as Európai Unió fejlesztéspolitikát meghatározó tematikus célokhoz kapcsolódó magyar beavatkozási területek között is azonosítható a rövid ellátási láncokhoz kötődő tervezett intézkedés. A **„kis- és középvállalkozások, a mezőgazdasági (az EMVA keretében), a halászati és akvakultúra-ágazat (az ETHA keretében) versenyképességének javítása”** megnevezésű 3-as számú tematikus célkitűzéshez kapcsolódóan a Partnerségi Megállapodás előírja a kistermelők rövid ellátási láncokban való részvételének támogatását, a helyi érdekű gazdaságszervezést szolgáló fejlesztések végrehajtását.

A dokumentum jellegéből adódik, hogy a programozási időszak fejlesztéseinek operatív megvalósítását célzó, azt megalapozó kitételeket is megfogalmaz. A térségileg decentralizált fejlesztések tekintetében rögzítésre került, hogy a megállapodás alapján az ERFA és ESZA forrásokat felhasználó Terület- és Településfejlesztési Operatív Programból végrehajtandó megyei fejlesztési programok szolgálják a helyi gazdasági együttműködések kialakítását, a megyében megtalálható helyi termékek fejlesztését, piacra jutását, az agrárlogisztika hálózatosodását. Ugyanakkor az EMVA támogatásokból valósulhat meg a rövid ellátási lánc-alprogram, az élelmiszerláncok és a közétkeztetés támogatása, így ezekért a végrehajtás során a Vidékfejlesztési Program felel.

Vidékfejlesztési Program

Az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alap forrásainak magyarországi elosztását a jelenlegi programozási időszakban meghatározó Vidékfejlesztési Program tematikus, ágazati koncentrációjából, az azonosított szükségletekből adódóan, egyúttal megfelelve az Európai Unió elvárásainak a rövid ellátási láncok témakörével külön alprogramban foglalkozik.

A program helyzetelemzése azt a kiemelő megállapítást teszi, hogy a rövid ellátási láncokban értékesített termékek kereslet-kínálata stabil, uniós összehasonlításban is jelentős Magyarországon. A GfK Csoport által végzett háztartáspanel vizsgálatok adatait alapul véve a termelői piacok reneszánszukat élik Magyarországon, hiszen 2000-2011 között a piaci költség megkétszereződött, 70 milliárd forintról 130 milliárd forintra nőtt. Ez jól mutatja a magas minőségű termelői élelmiszerekre mutató fogyasztói igényt, illetve ezáltal a rövid élelmiszerláncok kialakításának szükségességét. A rövid ellátási lánc neo-tradicionális, azaz modern (pl. on-line értékesítés, közösség támogatta mezőgazdaság) formáinak elterjedtsége

elmarad a nyugat-európaiktól, a tradicionális, azaz hagyományos formák (piacok, útszéli árusítás) elterjedtek, ugyanakkor jelentős humánerőforrás- és eszközfejlesztést igényelnének a biztonságos és jövedelmező működéshez. A rövid ellátási láncok fogyasztói igényeket kielégítő fejlesztéséhez nincs elég felkészült és megfelelő eszközökkel ellátott szervező és termelő. A helyi minőség rendszerek száma magas, azonban ezek döntő többsége nem tanúsításhoz kötött, így az élelmiszerlánc-biztonságot kevés esetben növelik és a társadalmi ismertségük elfogadottságuk jellemzően alacsony szintű.

A rövid ellátási láncok gazdasági fenntarthatósági problémáit részletesebben is megjeleníti a helyzetelemzés az Agrárgazdasági Kutatóintézet (AKI) 2012-es közvetlen értékesítéssel foglalkozó tanulmányába foglaltak alapján. A kutatás rámutatott, hogy a közvetlen értékesítést leggyakrabban akadályozó tényezők az értékesítési forma idő- és energiaigénye, a törvényi előírásoknak való megfelelés költségei, és a piac bizonytalansága. Az agrárlogisztikai fejlesztések, illetve a hálózatosodás szükségességét vetíti előre az AKI 2013-as, termelői piacokkal kapcsolatos felmérése. Jelenleg a hazai rövid ellátási láncok nem megfelelő környezeti fenntarthatósági mutatókkal rendelkeznek, ugyanis az ilyen értékesítési csatornákat igénybe vevő termelők túlnyomó része saját, átlagosan 12 éves gépjárművel szállítja termékeit, sőt, az ezekkel a gépjárművekkel megtett összes távolság jóval nagyobb volt, mint a hosszú ellátási láncokban részt vevő termelők esetében. Ennek értelmében ahhoz, hogy környezetileg és gazdaságilag is fenntartható rövid ellátási láncok jöjjenek létre, érdemi logisztikai beavatkozásokra van szükség⁴.

A program SWOT-analízisében erősségként jelenik meg, hogy a rövid ellátási lánc mind keresleti, mind pedig kínálati oldalról népszerű Magyarországon, azonban gyengeség, hogy a szerveződések hitelessége, környezeti és gazdasági fenntarthatósága jelenleg még nem megfelelő, fejlesztésre szorul. A fenti szükségletekre a fejlesztéspolitikai választ egyrészt a program azon prioritása adhatja meg, amely az elsődleges termelők versenyképességének javítását célozza a minőségrendszerekbe, illetve az agrár-élelmiszeripari láncba történő hatékony integráció, a termelt termékek értéknövelése és promóciója révén. A fejlesztések által növekedhet a helyi termékek, illetve a helyi, egyedi élelmiszerrendszerek iránti fogyasztói bizalom, ami a mezőgazdasági termelés diverzifikációját, a közösségi kezdeményezések dinamizálódását eredményezheti.

A Vidékfejlesztési Program részét képező Rövid Ellátási Lánc tematikus alprogram egy korábban nem alkalmazott fejlesztési lehetőséget biztosít a fent is említett hiányosságok és szükségletek kezelésére. A program tartalmát alapjaiban az ún. EMVA rendelet határozta meg (Kujáni 2014). A 1305/2013 EU rendelet írja elő tematikus alprogramok létrehozását, amelyek kiemelt szakterületek, így a jövőben kiemelt mértékű támogatásra számíthatnak:

⁴ https://www.aki.gov.hu/publikaciok/dokumentum/f:17807/Szabo_Juhasz_GAZDALKODAS_2012_03_217-229.pdf

- kisgazdaságok
- hegyvidékek
- fiatal gazdák
- rövid ellátási láncok

Ennek az Unió ajánlásnak megfelelően alakította ki a Kormány a VP-be integrált REL alprogramot. A dedikált forráskerettel rendelkező, tematikusan fókuszált program léte különösen azért fontos lépés, mert a rövid ellátási láncban résztvevő termelők jellemzően a legkisebbek (egyéni, vagy mikro-vállalkozások), így érdekérvényesítő képességük gyenge és nem járatosak az összetett együttműködési rendszerek használatában. A programban azonosításra került, hogy a REL vonatkozásában jelentős fejlesztési szükséglet mutatkozik a szaktanácsadók továbbképzésére. Éppen ezért a program keretében lehetőség nyílik a REL együttműködésekben részt vevő gazdálkodók célzott képzéseire, amelyek keretében egyrészt a támogatások elnyerésével és szabályos felhasználásával kapcsolatos ismeretek mélyítésére, valamint tapasztalatok megosztására és szervezési ismeretek elsajátítására vonatkozó képzési programok kerülhetnek végrehajtásra.

Magyar Halgazdálkodási Operatív Program

Az Európai Tengerügyi és Halászati Alap forrásait felhasználó MAHOP a 2014-2020-as programozási időszak ágazatspecifikus forráskihelyezésének egy eddigi ciklusok során nem alkalmazott, alapvetően a halászati szektor fejlesztését célzó, a többi operatív programhoz képest csekélynek mondható költségkerettel rendelkező programdokumentuma. Mivel jelen vizsgálatunk egyik térségspecifikus, Balaton Kiemelt Üdülőkörzeti aspektusaként megjelenik a hal és haltermékek ellátási láncokba való illesztésének vizsgálata. Abból adódóan, hogy a program egyes intézkedései kifejezetten a halfogyasztás ösztönzését célozzák, feltételezhető volt a helyi termék előállítással illetve a rövid ellátási láncokkal (különösen a VP-ben elfogadott REL alprogrammal) való kapcsolat. E feltételezés igaznak bizonyult, ugyanis az operatív program rögzíti a Vidékfejlesztési Programmal azonosítható szinergikus kapcsolódást. A MAHOP 2.1 és 2.6 intézkedései a REL alprogramhoz a saját termelésű akvakultúra-termékek feldolgozásának, piaci értékesítésének, és közvetlen eladásának támogatása tekintetében kapcsolódnak. Így megállapítható, hogy az élelmiszer ellátási lánc ezen egyedi szegmenséhez is támogató stratégiai környezetet biztosít a hazai operatív programok rendszere.

Terület- és Településfejlesztési Operatív Program

A túlnyomórészt helyben megfogalmazott fejlesztési igényekre reagáló, önkormányzati fejlesztések támogatására kialakított Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP) az infrastruktúra-fejlesztési hangsúly mellett több, a rövid élelmiszerláncok vonatkozásában értelmezhető, kiegészítő beavatkozásra ad lehetőséget. A megyei és megyei jogú városi Integrált Területi Programok alapján megvalósuló program gazdaságfejlesztési prioritása Magyarország kevésbé fejlett, Pest megyén kívüli térségeiben a Vidékfejlesztési Programmal komplementer módon a helyi vállalkozói aktivitás erősítése és a foglalkoztatás növelése érdekében a helyi ellátáshoz kapcsolódó önkormányzati infrastrukturális feltételek

megteremtésében, a közétkeztetés helyi termékekre épülő megszervezésében vállalhat szerepet.

A helyi gazdasági infrastruktúra fejlesztését célzó intézkedés keretében a települési önkormányzatok saját közétkeztetési feladatai ellátásának helyi alapanyagokra alapozott átalakításához szükséges infrastruktúra és eszköz fejlesztése valósulhat meg. A helyi piacszervezéshez, helyi termék-előállításához, ezek piacra jutását elősegítő, kezeléshez (pl. tárolás, hűtés, csomagolás) kapcsolódó közösségi, önkormányzati, agrárlogisztikai infrastruktúra kialakítása valósulhat meg. Emellett az operatív program humán-erőforrás fejlesztési – alapvetően foglalkoztathatóságot elősegítő – prioritásában a helyi gazdaságszervezéshez kapcsolódó szemléletformálási, közösségi akciók támogathatók.

Zala Megye Területfejlesztési Konceptió (2014 – 2030) és Stratégia (2014 – 2020)

Konceptió

Az AgriShort projekt által érintett két magyarországi megye közül Zala megye területfejlesztési dokumentumaiban található csekélyebb mennyiségű a rövid élelmiszerláncokra vonatkozó tartalmi elemet. A koncepció a fejlesztési irányok között említi a „Helyi termékek előállítási és marketing-kapacitásainak fejlesztése, az értékesítés illetve piaci bevezetés támogatása” célterületet. Ebből vezethető le a koncepció 2. „Helyi értékekre épülő versenyképes gazdaság megteremtése” c. prioritása, melynek „Helyben termelt élelmiszerek rövid csatornás, közvetlen értékesítési láncának kialakítása, helyi termékpiacok kialakítása” c. programja egyértelműen a helyi élelmiszerrendszerekkel kapcsolatos fejlesztési igényt fogalmaz meg.

Stratégia

A koncepcióval ellentétben Zala Megye Területfejlesztési Stratégiai Programja a helyi termékek előállítását és értékesítését jobbra az ökoturisztikai fejlesztések egyik kiegészítő elemeként említi. A megyei komplex ökoturisztikai termékfejlesztés jelenik meg prioritizált intézkedésként, melybe integrálhatók a falusi turizmushoz kapcsolódó szolgáltatások, köztük nevesítetten a helyi termékértékesítés is.

Somogy Megye Területfejlesztési Konceptió (2014 – 2030) és Stratégiai Program (2014 - 2020)

Konceptió

A területfejlesztési koncepció műfajának megfelelően a Somogy megyei dokumentum javarészt generalizált, átfogó módon fogalmazza meg a helyi élelmiszerrendszerekhez köthető programelemeit. Röviden, a fejlesztési irányokat nagyobb vonalaiban meghatározva került rögzítésre, hogy a helyben megtermelt és feldolgozott termékek piacra jutását az egységes arculat és marketingkapacitások megteremtése segítheti, így a helyi termékek piaci bevezetését indokolt központi forrásokból finanszírozható támogatásokkal ösztönözni. A helyi termékek előállítása és értékesítése a várostérségi együttműködések javíthatja,

valamint a tájfenntartó gazdálkodás népszerűsítését segítheti elő. Ugyanakkor a megye jelentős élelmiszer-ipari hagyományokkal rendelkezik (cukoripar, húsipar, tejipar), ami miatt az agrár-innovációk támogatása is számottevő fejlődési potenciált hordoz magában.

Stratégia

A fentiekben röviden ismertetett Somogy megyei koncepcióval szemben a megye Területfejlesztési Stratégiai és Operatív Programja már jóval részletesebb kifejtettségű és ezzel együtt meglehetősen nagy súllyal tartalmaz a rövid ellátási láncok vonatkozásában releváns programelemeket.

Ezt támasztja alá stratégia 3. tematikus specifikus célkitűzése, a „Helyi termelést, közösségek önellátását segítő fejlesztések támogatása” megnevezésű célkitűzés. A dokumentum szerint a célkitűzéshez kapcsolódóan a helyben megtalálható erőforrások minél szélesebb körű felhasználásával szükséges megteremteni a helyi termelés bázisait, a helyi termékek és szolgáltatások piacát, valamint a termelő, feldolgozó, ellátó és felhasználói alrendszerek hatékony együttműködéseinek ösztönzése indokolt. A zöldség- és gyümölcsstermelés hagyományainak újraélesztése helyi közösségi szinten is szorgalmazható a beavatkozások keretében, ugyanakkor a biotermesztés nagyságrendjének növelését is támogatni javasolt. A megye természetes melegvíz-ellátottsága jó alapot szolgáltat az önellátó közösségi üvegházi növénytermesztés elterjesztéséhez.

Mivel a megyét kiterjedt külső és belső periféria jellemzi és e területeken hagyományosan magas a hátrányos helyzetű lakosság aránya, a stratégia a szociális gazdaságok térnyerését szorgalmazza. E körben alapvetően a helyi ellátást szolgáló élelmiszertermelés és feldolgozás (kiemelten az élmunka igényes zöldség- és gyümölcsfeldolgozás), az erdő- és vadgazdálkodás, a kézműves tevékenységek és kisipari szolgáltatások fejlesztését kívánja a megye végrehajtani. Szintén a 3. megyei tematikus célhoz kapcsolódóan javasolt az öngondoskodó helyi közösségek kialakulásának elősegítése, illetve ennek érdekében a helyi szociális gazdaság megteremtéséhez szükséges peremfeltételek biztosítása, a közösségi alapú termelési és felhasználói (fogyasztói) rendszerek elterjedését segítő programok végrehajtása. A közösségi termelési és ellátó rendszerek minél hatékonyabb működése érdekében a stratégia javasolja a hagyományosan mezővárosi funkciókkal rendelkező településeken a helyi piacok és helyi logisztikai funkciókat ellátó intézmények kialakulásának elősegítését.

Kifejezetten a határ menti együttműködések fejlesztésére célozva a stratégia kimondja, hogy az aktuális programozási időszak egyik kiemelt feladata a horvát csatlakozás teremtette kisebb térségi szinten megjelenő új piacok kiszolgálásában rejlő gazdasági lehetőségek kihasználása. Itt elsősorban a határ menti somogyi települések kereskedelmi (beleértve a helyi termékek piacainak fejlesztését) és turisztikai szolgáltatásainak bővítését emeli ki a dokumentum, különös tekintettel az egészségturizmusra és a hozzá kapcsolódó szolgáltatások körére.

A turizmus vonatkozásában említésre kerül a vadász- és természeti-turizmusban meglévő kihasználatlan potenciálok és kapacitások köre, ami a téma aktualitását tekintve azért lehet

kiemelkedő fontosságú, mert az ilyen jellegű komplex turisztikai termék- és szolgáltatáscsomagokba jól illeszthetőek a helyben előállított termékek, bioélelmiszerek. A turisztikai csomagokba történő integráció a mezőgazdaságból élők jövedelmét növelheti, kapacitásaikat javíthatja.

6. Jó példák – Működő rövid élelmiszerlánc-kezdemenyezések Magyarországon

A Magyarországon már működő rövid élelmiszerláncok kapcsán releváns jó példák vizsgálatára megítélésünk szerint azért van szükség, hogy legfőbb jellemzőikre fókuszálva megállapíthatók legyenek azok a sikertényezők és fenntarthatósági kritériumok, melyek ezeket a kezdeményezéseket elismertté, a helyi társadalomban beágyazottá és példaértékűvé tették. Amennyiben az egyes, jellemzően több rövid élelmiszerlánc-formát integráló példák kapcsán valóban ki lehet emelni azokat az attribútumokat, melyek adaptációs feltételrendszere egy-egy térségben adott, akkor a modell elemeihez akár kézikönyv-jelleggel alkalmazkodhatunk egy-egy új helyi élelmiszerrendszer kialakításának tervezése során.

A jó példák kiválasztása kapcsán törekedtünk arra, hogy olyan kezdeményezéseket mutassunk be, amelyek tevékenységén keresztül átfogó képet kaphatunk a rövid élelmiszerláncok működéséről és rendszeréről. Ennek érdekében, bár mindössze öt jó példa bemutatása történik meg az alábbiakban, ezek olyan rendszerbe szervezett hálózatként, organikus egységként működnek, amelyek egy-egy szegmense önmagában is példaértékű lehet. Az alábbi fejezetben bemutatásra kerül a kiválasztott helyi vagy térségi élelmiszerrendszerek azonosítható célrendszere, a célokhoz rendelt eszközök és beavatkozási logika, valamint a rendelkezésre álló információk alapján a rendszerszintű tevékenységekhez szükséges háttér-infrastruktúra és szolgáltatások köre is. Ugyanakkor azt már e fejezet bevezetésében ki kell emelnünk, hogy e jó példák vizsgálata alapján – a helyi gazdaságfejlesztési szakirodalom egyik alapvetéséhez igazodva – az igazán jól működő ellátási hálózatok talán legfontosabb kulcstényezője az elhivatott, eltökélt és bizonyos mértékig szakértő humán-erőforrás, az ún. „helyi hős” megléte.

Házikó

2014-ben alapított Budapesten működő Házikó vállalkozás szigorú minőségbiztosítási rendszer alapján szelektált termelői alapanyagból készít minőségi péksüteményeket, szendvicseket, édességeket melyeket jellemzően kávézók, szórakozóhelyek, vendéglátó egységek számára értékesítenek környezetbarát kerékpáros kiszállítással. Emellett a kezdetektől fogva catering szolgáltatás keretében rendezvények ellátásának megszervezését is vállalja a szervezet. A kezdeményezés hamar meglehetősen népszerűvé vált a minőségi élelmiszer fogyasztásra fogékony városi, jellemzően értelmiségi réteg körében. A vállalkozás sikerességét bizonyítja, 2016. végén elindult a cég által üzemeltetett első Farmbistro, ahol már helyben is lehet minőségi alapanyagokból készült, a Házikó műhelyében feldolgozott termékeket fogyasztani. 2017. májusában pedig már a második Farmbistro is megnyílt, egy budai bankfiók egyik speciálisan erre a vendéglátási célra kialakított helyiségében.

A kezdeményezés stratégiai célkitűzése, hogy a kistermelői termékeket hatékonyan és szisztematikusan integrálja a vendéglátó szektorba, megteremtve ezzel a kapcsolatot a helyi termék előállítója és a vendéglátóhely között. A kezdeményezés arra az anomáliára kíván reagálni, hogy bár a minőségi gasztronómia képviselői részéről jelentős igény mutatkozik a termelői termékek iránt, a kapcsolati tőke és a hálózatok hiányában mégsem tudnak megfelelő minőségű termelői termékhez jutni. Termelői oldalról erre az érdeklődésre lenne is igény,

azonban e szereplők esetében is hiányzik a piac, a valós kereslet ismerete valamint az ehhez szükséges kapcsolati háló.

A vállalkozást a város-vidék kapcsolatok iránt érdeklődő, vidékfejlesztés iránt elkötelezett, vendéglátói és üzleti szférában szerzett tapasztalatokkal felvértezett Bertényi Gábor és Szalai Mihály, valamint a hozzájuk köthető alapvetően társadalomtudományi irányultságú munkatársi kör indította el. Az alapítók nevéhez számos hazai helyi gazdaságfejlesztési kezdeményezés fűződik, úgymint a nagymarosi és a balassagyarmati termelői piac, vagy a Szimpla Kert szórakozóhelyen vasárnaponként működő Szimplakerti Háztáji Piac, illetve a szintén e helyszínen létrehozott Szimpla Háztáji Kisbolt.

A Házikó adalékanyag és tartósítószer-mentes termékei:

- édes és sós sütemények (batyuk, quiche)
- desszertek
- levesek
- saláták
- szendvicsek, melegszendvicsek
- burgerek
- bio préselt ivólevelek

A termékek alapanyaga minden esetben a saját minősítési rendszerük alapján kerül beszerzésre, csak olyan termelők csatlakozhatnak beszállítóként a kezdeményezéshez, akik a kialakított kritériumrendszernek megfelelnek. A beszállítók kiválasztási kritériumrendszere az alábbiakban foglalható össze.

- Rendszeres ellenőrzés alapján alátámasztott megbízható minőség
- Nem viszonteladók által kínált, saját termék, melynek alapanyagai minden esetben igazolt helyről és gazdaságból származnak
- Transzparens gazdálkodás – a termelők minden esetben készek megmutatni gazdaságukat a Házikó vállalkozás valamint vásárlói számára egyaránt
- Családi gazdaságok és kistermelők előnyben részesítése
- Őshonos magyar és Kárpát-medencei tájfajták használata
- Táji adottságokhoz illeszkedő gazdálkodás
- Innováció, társadalmi együttműködési készség, és munkahelyteremtés⁵.

A Házikó számára kiemelt fontosságú feladat, hogy a termék-előállítók minden feldolgozott termék kapcsán visszakövethetők legyenek. Ennek érdekében honlapjukon részletesen bemutatásra kerülnek azok a gazdák, akiknek primőr terményeiből és feldolgozott termékeiből készülnek a Házikó-műhely termékei. A rendkívül jó minőségű, fotókkal ellátott bemutatkozó oldalak a termelőknek is előnyt jelentenek, hiszen minőségükből adódóan promóciós anyagként is jól alkalmazható ismertetőket jelenít meg a honlap⁶. Fontos

⁵ <http://haziko.farm/minosegbiztositas/>

⁶ <http://haziko.farm/termelok/>

megjegyezni, hogy a Házikó nem alkalmazza például a kistermelői rendeletben rögzített 40 km-es – vagy bármilyen távolságra vonatkozó – szabályt, az ország minden területéről fogad beszállítókat, amennyiben azok megfelelnek a gazdálkodással, termék-előállítással kapcsolatos előírásoknak.

A szintén e csoport érdekeltségi körébe tartozó Agri Kulti tudományos műhely a vidékfejlesztési szakmai bázist biztosítja a vállalkozás sikerességéhez, emellett pedig az egyes projektek környezeti fenntarthatóságért, vidékfejlesztési hasznosságáért is felel. Az ugyancsak a Házikóhoz köthető „mitesz.hu” honlap pedig egy közösségi alapú minősítési és információs rendszer, amely segítségével a programban résztvevő fogyasztók, és a termékeket felhasználó pl. vendéglátóegységek tájékozódhatnak az egyes termékek megítéléséről, minőségéről.

A Házikó kezdeményezés szakmai elismertségét bizonyítja, hogy 2015-ben a 10 leginnovatívabb rövid élelmiszerlánc-modell egyike volt Európában, fenntarthatósági célú tevékenységéért pedig elnyerte a Magyar Telekom Delfin díját, valamint az Európai Bizottság Social Enterprise díját⁷. Az elismertség és sikeresség tényezői a Házikó esetében vélhetően a szerveződésen belül felhalmozódott helyi gazdaságfejlesztési know-howban, a város-vidék hatékony és eredményes összekapcsolásában, a jól megválasztott keresletben („a város éhes a vidékre”⁸), valamint a szakszerűen kidolgozott minőségbiztosítási kritériumrendszerben keresendők. Azonban, mint azt az alapítók több helyen kifejtik, mindezek a gazdasági sikerhez nem elégségesek. Ebből pedig következik, hogy amint az számos helyi gazdaságfejlesztési jó példa esetében igazolt, a Házikó működtetéséhez is kell vagy kellenek azok az elkötelezett személyiségek, akik karizmatikus vezetőként képesek irányítani a kezdeményezést.

Szatyor Közösség és Szatyorbolt

A Szatyorbolt bevásárlóközösség laza, kötöttségektől mentes csoportként határozza meg magát, amelynek tagjai véleményükkel, javaslataikkal alakíthatják az áruk kínálatát, és visszajelzéseket adhatnak a termékekről a bevásárlóközösség szervezőinek, valamint a termelőknek is. A közösséget működtető non-profit alapon működő egyesület 2011-ben alakult meg. A közösség jelmondata „Szezonális élelmiszer - megbízható forrásból”. A Budapesten működő közösségen keresztül beszerezhető termékek jelentős része – a kistermelői rendeletről némileg eltérő módon – 50 km-es sugarú körből érkezik, bár egyes terméktípusok esetében érzékelhető, hogy a közösség eltér az alapelvtől, vélhetően a beszerezhetőség nehézségei miatt. A bevásárlóközösség működési elvei az alábbiak:

⁷ <http://mitesz.hu/>

⁸ <http://mitesz.hu/>

- A termékeket közvetlenül a termelőtől szerzik be – ez lehetőséget ad a termelő gazdálkodási szemléletének megismerésére
- Kizárólag szezonális, idényjellegű zöldségeket és gyümölcsöket árulnak (ezeknek is szabadföldön termesztett változatát)
- Helyi termelőkkel való kapcsolat – az szállítási költségek és a környezeti terhelés minimalizálása érdekében
- Kerékpáros kiszállítás Budapest belső kerületeiben
- Ismeretterjesztő működés – képzések, műhelyek szervezése a vegyszermentes élelmiszer előállítás módozatainak és folyamatának megismerhetősége érdekében.

A Szatyorbolton keresztül történő vásárlás menete az alábbi módokon lehetséges.

1. *Szatyorbolt – Budapest, Gyulai Pál u. 12.*

Az üzletben bárki – tehát az is, aki nem tagja a bevásárlóközösségnek – friss és tartós élelmiszereket vásárolhat, emellett a környezettudatosság szempontjait figyelembe vevő tisztítószeres, valamint ismeretterjesztő kiadványok is beszerezhetők – így végeredményben a Szatyor közösség rövid ellátási lánc-szervezetnek tekinthető.

2. *Webes rendelés*

Az interneten történő vásárlás esetén a megrendelt termékek átvehetők a Szatyorbolt átvevőpontjain, melyet a rendelés leadásakor jelölhet meg vásárló. Összesen 10 ilyen átvevőpont működik a fővárosban. A fővároson kívüli rendeléseket postai úton juttatják el az érintetteknek, azonban házhozszállítás is igényelhető.

A Szatyorbolt oldalon csak regisztrációt követően lehet rendelést leadni. Ugyanakkor a Szatyor Egyesületben való tagság számos előnnyel jár. A 10 000 Ft értékű éves tagsági díj befizetése után az egyesületi boltban történő vásárlás 10%-os kedvezmény igénybevételével lehetséges, a tagság kedvezményesen vagy ingyenesen vehet részt az egyesületi programokon, hazai és nemzetközi képzéseken, tanulmányutakon. Mindenképpen megemlítenéd, hogy a Szatyor közösség a bevásárlóközösségekkel kapcsolatos információátadásban, disszeminációban is aktívan részt vesz. Honlapjukon azok számára is segítséget kívánnak nyújtani, akik újonnan bevásárlóközösséget szerveznének – elsősorban vidéken. Nyilvánvaló, hogy a fővárosi lakosság által megtestesített kritikus tömeg küszöbértékeit meghaladó kereslet egy ilyen jellegű rövid ellátási lánc-hoz önmagában jó működési alapot biztosít. Azonban a közösség működéséhez a hatékony és informatív kommunikációs felületek (közösségi média) is nagymértékben hozzájárulnak.

Liliomkert Termelői Piac

A Balaton-felvidéken fekvő Káptalan-tóti faluban működő Liliomkert Termelői Piac története 2007-re nyúlik vissza. A piac szervezője, Harmathy Ildikó biológus-mérnök azelőtt egy kertészeti árudát üzemeltetett a piac jelenlegi területén. A piac létesítésének az ötletét egy visszajáró vevője, tájbéli ismerőse ültette a fejébe, aki kecskesajt készítésével és árusításával

foglalkozott és foglalkozik ma is. Ugyanis az ő sajtójának piacra jutási nehézségeit, egyáltalán a piacozási alkalmak és helyek meglehetősen csekély számát, és szigorú, nehezen megtartható szabályozását megismerve jutott eszébe az, hogy a birtokában lévő faluszéli akácos eszményi helye lehetne egy termelői piacnak. Mindeközben a piac későbbi szervezője látta azt is, hogy környezetében mennyi tehetséges, minőségi helyi terméket előállító ember küzd piacra jutási és ebből fakadóan megélhetési problémákkal, vagy egyáltalán eszükbe sem jut az, hogy saját, rendkívül magas minőséget képviselő termékeiket valahol értékesítsék.

Harmathy Ildikót a piacszerzés útján elindító motiváció a háztáji gazdaságok és kistermelők tevékenységének a segítése volt. Vagyis, hogy az egyes helyi termelők méltó körülmények között, jó hangulatban és betarthatatlan vagy nehezen teljesíthető szabályoktól mentesen tudják megtermelt portékájukat árusítani, s ezzel a helyi termelés, a korábban Magyarországon virágzó „háztájizás” újjáéledjen. Ez azon kívül, hogy jövedelem-kiegészítési lehetőség – vagy kiugró esetben akár megélhetést biztosító bevételi forrás – a helybeli termelők számára, vásárlói oldalról is előnyös. Hiszen közvetlenül a termelőtől tudják megvásárolni a magas minőséget képviselő, egészséges, vagy akár „bio” terméket. A szemtől szembeni vásárlás lehetősége pedig nyílt értékítéletre ad lehetőséget, vagyis a vásárló az árut és termelőjét is gyakorlatilag a helyszínen, vásárlói döntésével minősíti.

2007-ben a legelső piaci alkalmon mintegy húsz, a környékbeli településeken élő termelő árusította termékeit. Hozzá kell tenni, hogy mint szervező, nem csak az árusok bevonását érezte fontosnak, hanem nyilvánvaló volt számára, hogy vevőket is toboroznia kell, hogy „ne maradjon szegyenben”, s ne hiába pakoljanak ki az első piaci alkalomra érkező „kofák”. Az idő előrehaladtával egyre több árus jelentkezett, olyannyira, hogy viszonylag hamar – körülbelül két éven belül – a piac gyakorlatilag megtelt, ami a legforgalmasabb piaci alkalmakkor (a nyári hónapokban) több mint 200 árus részvételét jelenti. De nemcsak árusítókkal telt meg a piac, hanem vendégekkel, vásárlókkal, nézelődőkkel is. A legforgalmasabb nyári vásárnapokon a látogatók száma – becslések szerint – jelentősen meghaladja a 10 ezer főt, esetenként a 15 ezret is eléri. Mivel a piac a szabadban van, az időjárás nagyban befolyásolja a forgalmat, évszakos szinten is (téli tapasztalhatóan azért kevesebben vannak, mint a legmelegebb nyári hónapokban), illetve egy-egy nyári esős vásárnapon is érezhető a visszaesés. Mindennek ellenére a Liliomkert minden vásárnap kinyit, egész évben, 8 és 14 óra között.

Annak ellenére tehát, hogy egy alig 470 lakosú Veszprém megyei kistelepülésen működik a piac, kiemelkedő forgalmi értékeket képes produkálni. Ez egyrészt köszönhető a piac helyi és térségi társadalomba történő beágyazottságának, az árusított termékek minőségének – melyet a piacszerző maga garantál – valamint a meglehetősen széles körben való ismertségnek, amihez nagyban hozzájárult a piac szabályokkal szemben való, közösségi ellenállás attribútumait is magában hordozó működése⁹. Az országos médiavisszhangot kiváltó piaci

⁹ A Liliomkert piacot több esetben fenyegette a bezárás és ledózerolás valós réme, a hivatalos indoklás szerint a területhasználati szabályok figyelmen kívül hagyása, valamint az 51/2012. VM rendeletről való eltérés miatt.

ellenállás is hozzájárulhatott ahhoz, hogy mára a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet egyik elsőszámú gasztroturisztikai attrakciójaként emlegetik a piacot a releváns sajtótermékek.

A Liliomkert piac mögött hivatalosan a 2010-ben alapított Liliomkert Piac Szövetkezet áll. A piac területén és működésében a szövetkezet által meghatározott szabályok érvényesek és irányadók. A szövetkezet alapítására a piacszervező véleménye szerint azért volt szükség, hogy a közösségi szemlélet mind a gyakorlatban, mind jogilag, mind gazdaságilag érvényre juthasson. Azzal, hogy az árusok a szövetkezet tagjaivá válnak, hivatalosan is összefogja őket ez a társulási forma. A szövetkezeti lét a termelők közösségi teherviselését segíthetné elő, vagyis az egyéni vagy közösségi szinteken felmerülő problémákat közös erővel könnyebben képesek lehetnek megoldani, mintha minden termelő, árus magára lenne utalva. A piacvezető szerint azonban azt látni kell, hogy hazánkban a mezőgazdasági- vagy termelői szövetkezet fogalmakra még a mai napig nagyon rosszak a reflexek, s a gazdálkodók legnagyobb részben ösztönösen idegenkednek tőle, a rendszerváltozás előtti időszak rossz emléke, tapasztalatai miatt. Véleménye szerint kiemelten fontos ebben a tekintetben is jó példákat teremteni, hogy a mezőgazdaságból élők lássák, hogy nem vesztenek, inkább nyernek azzal, hogy valamely szövetkezet tagjává válnak (Fekete 2013).

A Liliomkert sikerességében kulcsfontosságú tényező a piac hitelessége, vagyis a termékek megbízhatósága és minősége. Bár kidolgozott és általános érvényű árusítási kódex nincs, a piacszervező személye valamint egyfajta organikusan kialakult közösségi ellenőrzési rendszer garantálja a termékminőséget, hiszen az árusok közös érdeke, hogy lehetőleg a piac hitelét egy árus se ronthassa. Ezzel együtt a piacszervező elkötelezettsége, elhivatottsága, rátermettsége kulcsmomentum, a Liliomkert példája mutatja, hogy kell a piacozóknak a piaci közösségnek egy vezető, aki mögé fel tudnak sorakozni, aki képviseli, és egyben irányítja is őket. Kiemelkedő szerepe van a Liliomkert sikerében és népszerűségében, hogy sajátos hangulata, belső világa, egyedi légköre van, és romantikus, vadregényes, nem konvencionális fizikai, természeti környezettel rendelkezik.

Pannon Helyi Termék Klaszter

A Pannon Helyi Termék Klasztert a 2007-ben létrejött Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft. alapította a Vas megyei Oszkón. A nonprofit szervezet 16 társszervezettel közösen hozta létre (népművészeti egyesületek, falusi turizmus szövetségek, vidékfejlesztési civil szervezetek, önkormányzatok és társulásaik) az együttműködést. A kooperáció megalakítását egy széleskörű partnerségben megalkotott helyzetelemző dokumentum alapozta meg¹⁰. A klaszter stratégiai célkitűzése a nyugat-magyarországi mezőgazdasági és kézműipari termékek hálózatba szervezése, termékfejlesztése, piacra jutásuk segítése, valamint a piacon megjelenő termékek egységes arculattal történő megjelenítése. A klaszternek ma már több mint 50 tagja van, éppúgy beletartoznak a hagyományos élelmiszert előállító termelők, mint a primőr mezőgazdasági terméket termelők, valamint a kézműves mesterséget folytató

¹⁰ <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf>

hagyományörzők. A klaszter egy együttműködési megállapodás aláírásával jött létre, mely rögzíti a kooperáció céljait, feladatait, tartalmazza a tagsági kört, valamint a menedzsment feladatok ellátására vonatkozó szabályokat és a működési alapelveket. A klaszterszervezet tagjai lehetnek termelők, kézművesek, éttermek, szállodák, turisztikai szervezetek is. A tagság számára a következő előnyöket fogalmazza meg az együttműködés:

- „Pannon Helyi Termék” védjegy és logó használati joga (az együttműködési megállapodásban lefektetett kritériumoknak való megfelelés esetén)
- Nagy forgalmú vásárokon való közvetlen termelői megjelenés koordinálása
- Egységes arculatú pavilonok használati joga
- Pályázati források felkutatása, fejlesztési projekteken való részvétel
- Közös arculat, marketing,
- Közös értékesítési lehetőségek, új értékesítési pontok felkutatása
- Helyi termék kóstolók szervezése
- Termék- és csomagolásfejlesztés

A klaszterszervezet egyik fő tevékenysége, hogy – együttműködésben a megyei agrárkamarával – helyi termelői piacot üzemeltet Szombathelyen, heti rendszerességgel, csütörtökönként. A piac fontos jellemzője, hogy az azon történő árusítás ingyenes, szemben a termelői piacok túlnyomó többségével, ahol helypénz fejében árusíthatnak a termelők (ilyen például a Liliomkert is). A szervezet közlése szerint heti mintegy 20 termelő árusít a piacon. A bevásárló körök szervezése egy új tevékenysége a klaszternek. Ennek keretében a termelői termékek piacra jutása egy a jelenkori városi fogyasztói szokásokhoz jobban illeszkedő, fogyasztóbarát szolgáltatási formában jut el a végfelhasználóhoz. E tevékenységi körben elsősorban munkahelyi közösségeknek ajánlják fel azt a lehetőséget, hogy a klaszter minőségi termékeit elektronikus rendelés alapján házhoz szállítják. A vásárlók az IT rendszer segítségével hétfőtől szerdáig adhatják le rendelésüket, a kiszállításra pedig péntek délig vállal garanciát a szervezet¹¹.

Annak érdekében, hogy a klaszterben részt vevő termelők és szervezetek közötti kapcsolat és kommunikáció fennmaradjon és erősödjön, negyedéves rendszerességgel kerülnek megrendezésre a szervezet termelői fórumai. Emellett, hogy a termelők érdekelttségét és az értékesítési potenciál mértékét fenntartsák, valamint hogy új potenciális vásárlókat sikerüljön megszólítani, viszonylagos gyakorisággal helyi termék kóstolókat szervez a menedzsmentet irányító iroda. A kommunikációs és információs csatornák egy másik fontos és más helyi termék rendszerek számára is adaptálható és fejlesztési potenciállal bíró összetevője a klaszter honlapján elérhető helyi termék térkép¹².

¹¹ <http://www.pannonproduct.hu/kapcsolat>

¹² <http://www.pannonproduct.hu/helyi-termek-terkep>

Jovánczai Hétpecsés - Gyulaj

A Jovánczai Hétpecsés termékmegnevezés mögött a gyulaji Hetedhét Határ Szociális Szövetkezet által üzemeltetett húsfeldolgozót és növénytartósító üzemet találjuk. E szövetkezetnek a helyhatóságon túl fontos szereplője a Magyar Máltai Szeretetszolgálat, mely aktívan részt vesz a szövetkezeti programok, projektek végrehajtásában. A szövetkezet 2013-ban alakult Dobos Károlyné, a falu korábbi polgármestere illetve dr. Németh Nándor területfejlesztési szakértő szakmai irányítása mellett.

A szociális szövetkezet működési területét adó Tolna megyében fekvő Gyulaj, adottságait tekintve ugyan rendkívül nagy táji-természeti értékekkel bír, azonban számos súlyos társadalmi-gazdasági kihívással küzd. Az érdemi jövedelemszerző lehetőségek hiányával, magas munkanélküliségi rátával, a képzettebb lakosság elvándorlásával, ezáltal a kilátástalanságba süppedő motiválatlan, hátrányos helyzetű népesség magas arányával küzdő faluban a szövetkezet működése az alábbi intézkedések segítségével kívánja többletforráshoz juttatni a település népességét:

- Háztáji kertészkedés és a sertéstartás jövedelemtermelő funkciójának visszaállítása
- Kiváló minőségű, hagyományos ízeket megjelenítő, ám mégis innovatív helyi termékek előállítása

A fenti intézkedések malac kihelyezési, sertéstenyésztési, valamint zöldség- és gyümölcs kihelyezési programokon keresztül valósulnak meg, melyek kertészeti és állattenyésztési szakemberek folyamatos felügyeletével, szakmai támogatásával valósulnak meg. Az önkormányzat sertéstelepén, valamint helyi és környékbeli háztáji gazdaságokban nevelt sertéseket a 2015 áprilisában megnyitott húsfeldolgozóban dolgozzák fel a szövetkezeti munkások. A hasonló gazdasági formában megtermelt zöldség- és gyümölcsterményeket, az ugyanezen év nyarán megnyitott növénytartósító kisüzemben kezelik¹³.

A húsfeldolgozóból kikerülő tökehús illetve füstöltáru térfogatnövelőktől és antibiotikumoktól mentes kiváló minőségű termék. Az üzemben, helyben is működik hús- és hentesáru bolt, mely heti három napon, három órában tart nyitva. 2015 év végén Pécs városában is megnyílt a Jovánczai Hétpecsés helyi termék boltja, ahol immáron a megyei jogú város által megtestesített tömeges keresletet is elérhette a kiváló minőségű termék. Azonban ez az üzlet 2017-ben a gazdaságtalan működés miatt végül bezárni kényszerült. A pécsi hús- és hentesáru bolt mellett azonban Dombóváron is megnyílt egy termék mintabolt a városi piacon, keddtől szombatig tartó, délelőtti nyitvatartással. A Jovánczai Hétpecsés boltjaiban a növénytartósító üzemből kikerülő – jellemzően a helyi közfoglalkoztatási programban előállított terményeket hasznosító – savanyúságokat, lekvárokat, befőtteket, zöldségkrémeket is megtalálhatjuk. Fontos megemlíteni mindezek mellett, hogy a mindkét üzem termékei ellátják a Gyulaji Önkormányzat által üzemeltetett 220 adagos konyhát, sőt, egyes termékeket más települések közkonyháira illetve éttermekbe is eljuttat a szövetkezet. Követve a jelenkor technikai elvárásait a szövetkezet által üzemeltetett honlapon internetes

¹³ http://hetpecsetes.hu/UZEMEINK_ES_BOLTJAINK-o96

vásárlásra is lehetőség van, amely során a megrendelt terméket a szociális szövetkezet járművei szállítják ki a megadott címre. Ugyanakkor – nyilvánvalóan a szövetkezet eszközellátottságából adódóan – jelenleg csak földrajzilag meglehetősen korlátozott térben van mód kiszállításra, a Gyulaj – Pécs, illetve a Gyulaj – Siófok – Budapest vonalon

7. A mezőgazdasági szektor helyzete Somogy és Zala megyében a statisztikai adatok tükrében

A vizsgálat helyzetfeltáró munkarészének fő tartalmi novumát egy a helyi termék előállítókra, valamint a minőségi gasztronómia képviselőire fókuszáló kérdőíves vizsgálat részletes elemzése adja, annak érdekében, hogy a felmérést megfelelő kontextusban értelmezhessük, szükségesnek láttuk a két érintett megye agrárstatisztikai adatainak leíró és összehasonlító analízisét elvégezni. Azért is szükség van erre, mert kérdőíves felmérésünk a relatíve széles tematikus spektrum ellenére is meglehetősen fókuszált, hiszen egy jól körülhatárolható célcsoportban került lekérdezésre, ami értelemszerűen nem fedi le a teljes agrárvertikumot.

A vizsgálat fókuszába állított területegységek ágazat-specifikus átfogó vizsgálatára így a Központi Statisztikai Hivatal, az azóta megszűnt Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal (ma Magyar Államkincstár) által közzétett, az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszerben elérhető legfrissebb, 2015-évi adatsorok elemzésével került sor. Azonban számos kistermelői, őstermelői élelmiszer-előállítást érintő mutató legutoljára a 2010. évi Általános Mezőgazdasági Összeírás (ÁMÖ) alkalmával került felvételre. Bár az elmúlt hét esztendőben vélhetően formálódtak az agrárszektor ágazati szegmentumai és belső arányai a megyékben, mivel az ÁMÖ 2010 adatai a projektben végzett helyzetfeltárásunk vonatkozásában érdemi információtartalommal és erőteljes magyarázóerővel bírnak, bizonyos felületeken ezen mutatókra is támaszkodtunk (amelyek kapcsán nem állt rendelkezésre frissebb adat a 2010. évinél). Emellett, szintén a szükséges térségi kontextus meghatározása érdekében egy generálisabb, nem a teljes körű demográfiai elemzések igényével készült területi, népességi és társadalom-földrajzi aspektusokat bemutató fejezet is készült Somogy illetve Zala megyéről.

7.1 Terület, népesség, településszerkezet

Somogy megye a Dunántúl legnagyobb kiterjedésű, legalacsonyabb népsűrűségű megyéje. Állandó népessége 2015-ben 321 221 fő volt. Zala megye esetében ez a szám 283 402 fő, ami nem társul sem kiemelkedő nagyságú területhez, s így szélsőségesebb népsűrűségi értékhez sem. Ezek alapján tehát a jelen projekt által érintett határ menti térség lakosság száma 604 623, ami az ország lakosságának mintegy 6%-a, a Dunántúl NUTS-1 régió népességének éppen ötöde.

Somogy megye lakónépessége 246 önálló településen oszlik el. A megye településállományának mintegy 92%-a község jogállású, melyeken 145 568 fő, azaz 46,7 %-nyi lakosság él. A települések közel fele, 49,5%-a nem éri el az 500 fős lakosságszámot, így elmondható, hogy Somogy megyére kifejezetten jellemző az apró- és törpefalvas településhálózat. A megyében két nagyközség (4500 főnyi lakossággal) és 15 nem megyei jogú város található. Ez utóbbiak lélekszáma megközelíti a 100 ezret (98 253). A városlakók létszámát növeli Kaposvár a maga 63 ezres lélekszámával, így Somogy megye lakosságszámának több mint fele, 51%-a városlakó. A megye népsűrűsége mindössze 52 fő/km², így egyértelmű, hogy a megye az Európai Unióban hagyományosan alkalmazott

terminológia szerint – 100 fő/km² népsűrűség alatti térség számít rurális térségnek - a rurális térségek közé tartozik (Kovács 2003).

Zala megyében 258 önálló közigazgatási egységként funkcionáló település található. Hasonlóképpen Somogy megyéhez – bár annál még erőteljesebb mértékben - Zala megye is hagyományosan aprófalvas településszerkezettel bír. A települések 95%-a községi jogállású, ebből 163 település, vagyis az összes település 63%-a nem éri el az 500 fős lakosságszámot. Zala megyében találhatók egyébként az ország legkisebb települései, úgymint a 12 fős Iborfia vagy a 16-16 fős Felsőszenterzsébet és Lendvajakabfa. Községben él a lakónépesség 40%-a, azonban a városlakók száma aránya valamivel magasabb a Somogy megyei értékeknél, 56% (157 080 fő). Köszönhető ez annak, hogy a megyében két megyei jogú város is található, Nagykanizsa illetve Zalaegerszeg. Ugyanakkor, ha a 70%-os országos átlaghoz viszonyítjuk a városlakók arányát, úgy láthatjuk, hogy e relációt tekintve Somogy illetve Zala megyében jelentős tömegben és arányban képviselteti magát a nem városi, vidékies térségekben élő lakosság. Zala megye alapvetően vidékies voltát alátámasztja az is, hogy a népsűrűségi értékek szerint meghatározott, Európai Unió vidékiség-kritériumnak (ld. fent) is megfelel, hiszen e terület egység népsűrűsége 2015-ben 73 fő/km² volt.

7.2 Általános Mezőgazdasági Összeírás (2010) szerinti megyei jellemzők

A 2010-es Általános Mezőgazdasági Összeírás (ÁMÖ) során felvett adatok elemzése e tárgykörben vitára adhat okot, hiszen az adatsorok időbeli relevanciája nyilvánvalóan kérdéses. Főként annak fényében igaz ez, hogy az azóta eltelt hét évben a szakpolitikai erőter változásai következtében a hazai agrárium birtokszerkezetében és földhasználati jellemzőiben is jelentős változások állhattak be. Mégis, mivel a tíz évenként esedékes agrárcenzus számos olyan megyei szintre aggregálható települési szintű adatot tár elénk, melyek magyarázóereje kétségtelenül árnyalja a vizsgált terület egységek agrárgazdaságáról kialakítható képet, az utolsó teljes körű mezőgazdasági adatfelvétel Somogy és Zala megyei fókuszpontú leíró és összehasonlító elemzését szükségesnek tartottuk. Ugyanakkor fenntartjuk azt a hipotézisünket, hogy a 2020-ban esedékes ágazati census számottevő, vizsgálandó strukturális változásokat mutathat ki a magyarországi agrárgazdaságban.

A mezőgazdasági összeírás egyik legalapvetőbb mutatója a területi szinteken működő gazdaságok, agráriumban érdekelt gazdasági egységek száma. Somogy megyében 33 138, Zala megyében pedig 25 995 gazdaságot regisztrált az összeírás. A Budapest nélküli megyénkénti országos átlag 30 236, ennél viszont számottevően csekélyebb a dunántúli NUTS-1 nagyrégió átlaga, ami 20 844. Ha e mutató vonatkozásában rangsoroljuk a Dunától Nyugatra fekvő megyéket, Somogy és Zala ebben a sorrendben az első két helyet foglalja el. Tehát a két határ menti megyében a mezőgazdasággal foglalkozó gazdasági egységek gyakorisága meghaladja a Dunántúl megyék gyakoriságértékét és átlagát, ugyanakkor a gazdaságstruktúrájában agrárium-vezéreltebb alföldi megyék értékétől messze elmarad (pl. Bács-Kiskun, Szabolcs-Szatmár, Jász-Nagykun-Szolnok).

A gazdaságok számán belül az agrárstatisztika elkülöníti az egyéni gazdaságok körét¹⁴. Az egyéni gazdaságok aránya az összes gazdaságból Somogy megyében 98,3 Zala megyében pedig 98,6. Ezen érték országos szinten meglehetősen homogén, az országos Budapest nélkül számított megyei átlag 98,56%, melytől legnagyobb mértékben Veszprém megye tér el összesen mintegy 1,21 százalékponttal. Az egyéni gazdaságok száma Somogy megyében 32 602, Zala megyében 25 643. E mutató tekintetében – következően a gazdaságok számával való nagyfokú egyezésből – azonos a dunántúli megyék rangsora az előbbivel: Somogyban regisztrálható a legtöbb, míg Zalában a második legtöbb egyéni gazdaság, így a fókuszunkat képező határ menti térségről megállapíthatjuk, hogy térségi összevetésben jelentős mezőgazdasági tömegbázissal rendelkezik.

Az ÁMÖ egyik legfőbb értéke, hogy teljes képet alkothatunk a vizsgált terület egységek területhasznosítási, földhasználati viszonyairól. Országosan a mezőgazdaságilag hasznosított földterületek térmértéke megközelíti a 6,5 millió hektárt, ez országos megyei átlagban 338 402 hektárt jelent. Értelemeszerű, hogy a megye összterületével a mutató szoros összefüggésben van, jól példázza ezt az egyébként is hagyományosan agrárgazdasági orientációjú Bács-Kiskun megye kiugróan magas abszolút értéke. Ha a megye összterületére vetítjük a hasznosított földterületek méretét, úgy a következő megyei jellemzőket olvashatjuk ki. Országos megyei átlagban a mezőgazdaságilag hasznosított területek aránya az összterületből 69,5%, a Dunántúl esetében ezzel közel megegyező, 70,3%. Ugyanakkor Somogy és Zala megye mindkét középértéktől elmarad, a hasznosított mezőgazdasági területek aránya az összterületből e két megyében a legalacsonyabb a vizsgált NUTS-1 nagyrégióban. Különösen Zala megye értéke figyelemreméltó, hiszen a nyugat-dunántúli megye országos összevetésben az utolsó pozíciót foglalja el, területének 57%-a hasznosított mezőgazdasági terület.

A „nem hasznosított mezőgazdasági területek aránya az összes mezőgazdasági területből” megnevezésű fajlagos mutató tekintetében az országos megyei átlag 1,1%-nyi értéket produkál. A mezőgazdasági területek körülbelül századrésze hever parlagon. A megyék értékeiben meglehetősen kismértékű átlagtól való eltérést figyelhetünk meg. Azonban Zala megye értéke érdemben meghaladja az országos átlagot, hiszen a területek 1,65%-át nem kerül hasznosításra. E mindössze négy ezreléknyi eltérés nem tűnik jelentősnek, azonban feltétlenül kiemelendő, hogy az ország megyéit tekintve Zala megye az alulhasznosítottság vonatkozásában országosan a negyedik (kiemelkedik ebből az összevetésből Veszprém megye, 3,5%-os értékkel, a sorban második Borsod-Abaúj-Zemplén megye sem éri el a 2%-os arányt). Somogy megye ezzel szemben jóval átlag alatti alulhasznosítottsági mutatóval rendelkezik, az összes mezőgazdasági földterület 0,6%-a nem volt hasznosított 2010-ben.

¹⁴ Egyéni gazdaság a mezőgazdasági tevékenységet folytató háztartás és az adószámmal rendelkező egyéni vállalkozás által működtetett gazdaság, amely technikailag és gazdaságilag különálló termelőegységnek tekinthető, és a KSH által meghatározott gazdálkodási referenciaértékeket (pl. 50 baromfi, 500 m² gyümölcsös) meghaladja (<https://www.ksh.hu/docs/hun/agrar/html/fogalomtar.html>).

Művelési ágak szerint csoportosítva a hasznosított földterületeket elmondható, hogy Magyarországra alapvetően jellemző a szántóföldi művelés túlsúlya. Országos átlagban 58,6%-os a szántóföldi művelés aránya, melytől pozitív irányban a jellemzően jó talajadottságokkal rendelkező, nagytáblás gabonatermelésre kifejezetten alkalmas alföldi megyék térnek el (pl. Békés, Csongrád, Jász-Nagykun-Szolnok), egyedüli dunántúli megyeként Tolna megye csatlakozik hozzájuk. Somogy és Zala megye az országos megyei átlagnál csekélyebb arányú szántóföldi művelésben hasznosított földterülettel bír, 53,9% illetve éppen 50% a vizsgált területek tekintetében ez az arány. Ez ugyanakkor nem feltétlenül jelent problémát, hiszen a szántóföldi növénytermesztés csekélyebb arányszáma utalhat a határ menti megyék agrárgazdasági diverzifikáltságára, ami a helyi termék-előállítás tekintetében inkább előnyös tényező lehet.

A gyümölcsösök tekintetében jóval színesebb az országos és a megyei területi mintázat, mint a fentebb tárgyalt szántóföldi művelés esetében. Az ország gyümölcsöseinek csupán 18%-a található a Dunántúlon, viszont az e művelési ágba vont földterületek 36,5%-a egymagában Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében terül el. Ehhez képest Zala és Somogy megye 2,5 illetve 3,5%-os részesedése az ország gyümölcsöseinek területéből elenyészőnek tűnik, azonban mindenképpen figyelemreméltó hogy ez a somogyi arányszám a legmagasabb a Dunántúl megyéi közül, és Zala megye is a felfér e tekintetben a dobogó legalsó fokára – Fejér megyét követően. Ugyanakkor, ha a gyümölcsösök összes területhasználati módozathoz viszonyított arányát vizsgáljuk, már jóval árnyaltabb képet kaphatunk, ami gyümölcsösök földhasználatban jelentkező jóval kisebb arányát mutatja, és egyben utal a hasznosítási mód relatív jövedelmezőségére. A hasznosított területekből a gyümölcs termőterületek aránya átlagosan mindössze 1,1% Magyarországon. Ezt az átlagot nem éri el Zala megye (0,8%) és Somogy megye (0,6%) sem. De ha csupán a dunántúli NUTS-1 nagyrégiót vizsgáljuk, úgy mindkettő megye átlag feletti arányszámot produkál, hiszen a dunántúli átlag 0,5%. Az adatsor alapján arányaiban a legjelentősebb gyümölcs termőterületekkel Zala megye rendelkezik a Dunántúlon, szorosan követi őt vizsgálatunk másik fókuszterülete, Somogy megye, vagyis a mutató a területhasználat és ezáltal az agrárium diverzifikáltságára való utalásunkat részben mindenképpen megerősíti.

A hazai mezőgazdaságot és a mezőgazdasághoz valamiképpen kapcsolódó számos gazdasági ágat, így a borászatot, a turizmust vagy az élelmiszeripart – sőt, összességében a magyar országimázst – is érintő kérdés a szőlőtermelés helyzete. Igaz ez Somogy és Zala megyére is, melyek rendelkeznek történelmi borvidékekkel (Balatonboglári- és Zalai-borvidék valamint a Badacsonyi-borvidék egy része), sőt a Balaton térségi turizmus egyik kiemelkedő turisztikai terméke a bor és a hozzá kapcsolható gasztronómia. A Magyarországon található 53 ezer hektárnyi szőlő termőterületből 4 900 hektárnyi térmérték esik Somogy és Zala megyére. Ez mindkét megye esetében – rendkívül csekély eltérésekkel – 0,8%-os részesedést jelent az összes mezőgazdasági területhasználatból. Somogy vonatkozásában 3207 hektárnyi, míg Zalában 1690 hektárnyi szőlőültetvényt regisztrált a 2010-es census. Meg kell jegyeznünk, hogy dunántúli összevetésben a somogyi szőlőterületek összértéke éppen csak lemarad a több történelmi borvidékkel is rendelkező Veszprém megye adatától (3261 hektár).

Elsősorban az állattenyésztés szempontjából lehet jelentős a gyepterület művelési ág vizsgálata. Területhasználati aránya Zala és Somogy megye esetében is az országos átlag alatt marad, azonban a dunántúli NUTS-1 nagyrégió megyei átlaga (6,44%) feletti értéket mutat Zala megye vonatkozásában. Itt a hasznosított földterületek közel 8%-át (7,99) teszik ki a gyepterületek, ezzel a régióban második a határmenti megye, Veszprém megyét követve. Somogy ugyanakkor ebben az összevetésben is átlag alatti értéket produkál (6,4%). Ugyancsak az állattenyésztéshez, de annak egy speciális területéhez kapcsolható a halastó művelési ág. A halastavak területe jellemzően elenyésző részét teszi ki Magyarország mezőgazdaságilag hasznosított földterületeinek. E művelési ágat tekintve az országos megyei átlag 0,45%-os részesedés a hasznosított területekből, a Dunántúl megyei átlaga ennél valamivel kevesebb 0,31%. Somogy megye ugyan lényegében az országos átlaggal megegyező értéket produkál (0,42%), azonban Zala megyében a halastavak területhasználati aránya egy nagyságrenddel kisebb, 0,04%, annak ellenére, hogy a megyében számos országosan ismert halastó, horgásztó illetve haltenyésztő telep működik.

A rövid élelmiszerláncok aspektusából az ÁMÖ által regisztrált egyik legfontosabb mutató a konyhakertek területnagysága. Azért kell kiemelni e művelési formát, mert a jól működő – jó példák között is bemutatott – termelői-fogyasztói együttműködések jelentős része (jellemzően a termelői piacok, de lehet ez bevásárlóközösség is) nagymértékben épít a háztáji gazdálkodásban megtermelt javak kapcsán felhalmozódott felesleg értékesítési láncba kapcsolására. A háztáji gazdálkodás elsődleges területhasználati bázisát pedig az agrárcenzusban is regisztrált konyhakertek képezik. A 2010-es adatok alapján Magyarországon összesen 16 778 hektárnyi konyhakert állt művelés alatt. Megyei összevetésben Szabolcs-Szatmár-Bereg megye rendelkezett ekkor a legnagyobb térmértékű ilyen jellegű területtel, mintegy 2158 hektárnyi háztáji gazdaságban releváns kerttel, ami a hazai konyhakertek igen tekintélyes részét, 12,8%-át fedte le. Somogy megye konyhakertjei az országos összérték 6,38%-át, míg Zala megye ennek 3,85%-át tette ki. A Dunántúlon a konyhakertek területének megyei átlaga 628,3 hektár, amit Zala megye ugyan némileg meghalad (646 hektár), azonban Somogy megye ezt a középértéket nem éri el annak ellenére sem, hogy összterülete, lakosságszáma, sőt ingatlanállománya is számottevően nagyobb, mint Zala megyének.

7.3 Az agrárium szerkezete a KSH 2015-ös adatai alapján

A KSH legfrissebb elérhető adatai szerint Somogy megyében a regisztrált gazdasági szervezetek száma 60 450, ennek közel harmada, 20 080 gazdasági egység a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás és halászat nemzetgazdasági ágban regisztrált vállalkozás. Zala megye tekintetében a gazdasági szervezetek száma valamivel kevesebb, 54 151, nyilvánvaló összefüggésben az alacsonyabb népességszámmal, kisebb megyei összterülettel. A mezőgazdaság, erdőgazdálkodás és halászat nemzetgazdasági ágban tevékenykedő regisztrált vállalkozások száma 16 598, ami az összes gazdasági szervezetre vetítve a Somogy megyeivel lényegében azonos 32%-os értéket ad ki.

Ha e két megye értékeit az országos, Budapest nélkül számolt megyei átlaghoz viszonyítjuk, a következőket figyelhetjük meg. A gazdasági szervezetek száma mind a két megye esetében jelentősen az országos átlag – 73 494 gazdasági szervezet megyénként - alatt marad, Somogy megye 17,8%-kal, Zala megye pedig 26,4%-kal lemaradva attól. A helyzetelemzés tematikus fókusza szempontjából viszont fontosabb ennél, hogy a mezőgazdasági ágazatban tevékenykedő regisztrált vállalkozások országos megyei átlaghoz viszonyított aránya milyen képet mutat. Az országos megyei átlag értéke e mutató tekintetében 24 108, ami az összes gazdasági szervezet 32,8%-át jelenti. Somogy és Zala megye ebből a szempontból az országos átlaggal szinte teljesen megegyező értéken áll, hiszen, mint fentebb láthattuk a vizsgált megyék gazdasági szervezeteinek mintegy harmadát teszik ki a mezőgazdasági vállalkozások

A két megye vállalkozásainak számát, a vállalkozási formák és tevékenységi körök jellemzőit vizsgálva a következő kép rajzolódik ki az agrárium aspektusából. Somogy megyében a 2015-ös adatok szerint 55 368 regisztrált vállalkozást azonosíthatunk. Ennek több mint harmada (36,3%), 20 080 vállalkozás a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat nemzetgazdasági ágakban tevékenykedik, vagyis a fent említettek alapján minden e körben működő gazdasági szervezet vállalkozásnak minősül. Emellett azonban a regisztrált vállalkozásokon belüli kategóriaként értelmezhető 10 390 társas vállalkozás közül csupán 7,7%-nyi működik e tevékenységi körben. Ez tehát arra utal, hogy a mezőgazdasági vállalkozások többsége kisebb méretű jellemzően a társas vállalkozói formákat nem preferáló kör.

Zala megyében valamivel kisebb súlyt képvisel a mezőgazdasági vállalkozások köre a regisztrált egységek között, azonban belső tagoltságát tekintve Somogyhoz hasonló képet kapunk. A 49 548 regisztrált vállalkozás éppen harmada, 33,5%-a mezőgazdasági tevékenységet végző vállalkozás. Ezen belül a 10 408 társas vállalkozás mindössze 5,3%-a működik a vizsgált kategóriában. Érdemes e dimenzióban is megvizsgálni a két megye pozícióját országos megyei, illetve NUTS-1 nagyrégiós, dunántúli összehasonlításban. Országos összevetésben a regisztrált vállalkozások 35,4%-a tevékenykedik a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat nemzetgazdasági ágakban. Mint a fentebbi adatokból kiderül, Somogy megye éppen meghaladja ezt az értéket, míg Zala megye két százalékponttal elmarad attól. Összességében e tekintetben elmondhatjuk, hogy a mezőgazdasági vállalkozások súlya a regisztrált vállalkozásokon belül az országos átlag körül mozog. Ha viszont a társas vállalkozásokat vesszük górcső alá, megállapítható, hogy a társas vállalkozások körében működő mezőgazdasági egységek aránya az országos átlagnál (3,7%) mindkét megye esetében jóval magasabb (Zala 5,3%, Somogy 7,7), Somogy megye esetében több mint kétszeres. Dunántúli összehasonlításban a mezőgazdasági vállalkozások regisztrált vállalkozásokon belüli aránya mindkét megye esetében (Somogy 36,3%, Zala 33,5%) jelentősen meghaladja a nagyrégiós átlagot (27,8%), valamint ugyanez elmondható a mezőgazdasági társas vállalkozások összes társas vállalkozáson belüli arányáról (4,3% a Dunántúlon, 7,7% Somogyban, 5,3% Zalában). Ezek alapján elmondható, hogy a két megye viszonylatában közel azonos, relatíve magas vállalkozói aktivitást tapasztalhatunk a mezőgazdaság területén, amit egyébként a jelenleg elemzett adatoknál öt évvel korábbi

agrárcenzus adatai is alátámasztanak részben, a mezőgazdasági aktivitások azonosítható területi sajátosságai kapcsán.

A rövid élelmiszerláncok szempontjából kiemelt jelentőséggel bír a regisztrált őstermelők gyakorisága, hiszen a magas minőségű helyi terméket előállító gazdaságok jellemzően e gazdasági formában működnek. Ahhoz tehát, hogy a helyi termék előállítás megyei potenciálértékeit jó közelítéssel megtudhassuk, feltétlenül vizsgálnunk kell az ezen adóügyi kategóriába sorolható gazdaságok körét. Meg kell jegyezni ugyanakkor, hogy az őstermelők térségi jelenlétének, agrárgazdasági súlyának elemzését és értékelését torzíthatja, hogy számos esetben olyan személyek részére is kiváltanak őstermelői igazolványt, akik mezőgazdasági tevékenységet de facto nem végeznek. E mutató vonatkozásában viszont éppen a települési sajátosságok miatt is indokoltnak tartottuk a megyék fókuszáltabb, települési szintű elemzését.

A KSH 2015-ös adatai szerint Somogy megyében a regisztrált őstermelők száma 11 486 volt, ez a települések főátlagát vizsgálva 46,7 őstermelőt jelent településenként. Összesen két településen nem regisztráltak őstermelői igazolvánnyal rendelkező lakost, Pamukon és Rinyabesenyőn. Az abszolút mutató tekintetében magasan kiemelkedik a megyei jogú város, Kaposvár (892 őstermelővel), valamint ehhez illeszkedve a nagyobb városokban, járásközpontokban (Csurgó, Marcali, Balatonboglár, Barcs) azonosítható legnagyobb számban e gazdálkodási forma. Ez – habár megtévesztő lehet – mégis azért lehet figyelemreméltó a helyi élelmiszerrendszerek kialakítása tekintetében, mert e településeken bár kevésbé jelentős az agrárgazdasági profil, mégis számottevő mezőgazdasági termelői tömegbázissal rendelkeznek.

Azonban egészen más kép rajzolódik ki, ha az őstermelők számát a megye illetve a települések lakosságszámára vetítjük. Az így képzett fajlagos mutató megyei átlaga szerint Somogy megyében 1000 lakosra 37,16 fő őstermelő jut, ami az országos átlagot mintegy 30%-kal, míg a dunántúli NUTS-2 régió átlagát 52%-kal haladja meg. A települési rangsort vizsgálva megállapíthatjuk, hogy túlnyomó többségében az apró- és törpefalvak foglalnak el előkelő helyet. Az így képzett rangsor első tíz ranghelyén szereplő települések fele 100 fő alatti törpefalu (Porrogszentpál, Somogybükkösd, Szorosad, Gadács, Libickozma).

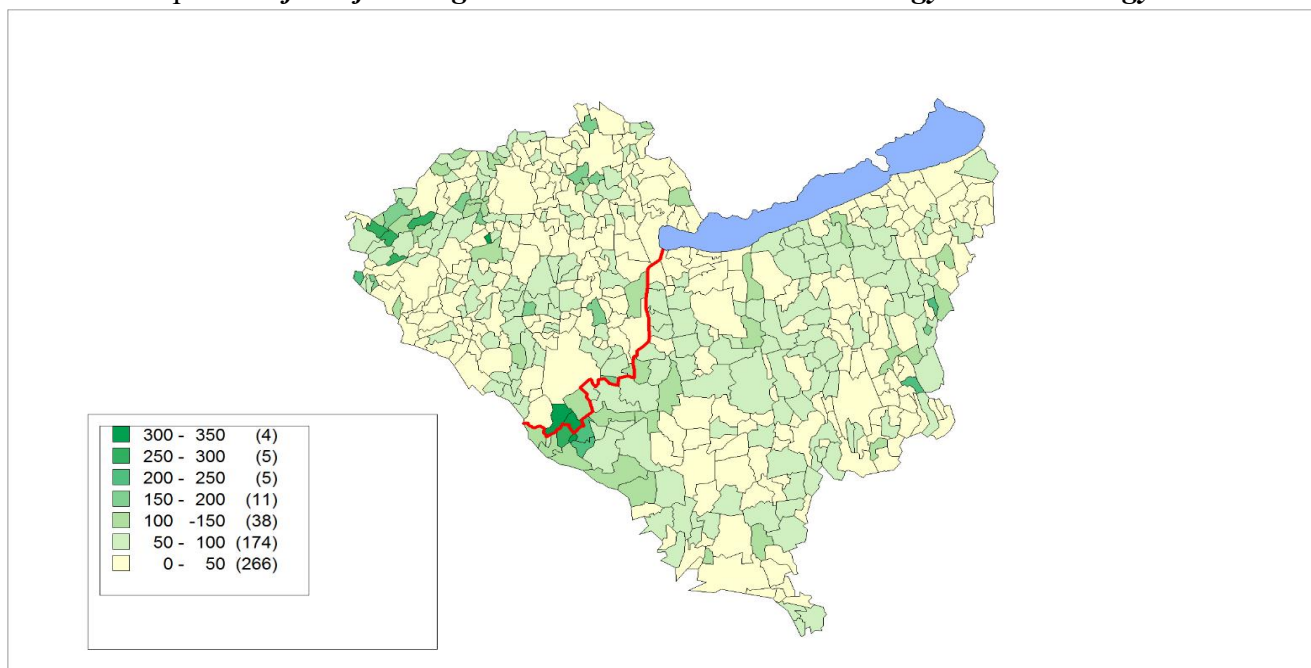
A lenti, 1. számú térképen jól kirajzolódik az a területi mintázat, amelyet a fajlagos mutató települési eredményei előre vetítettek. Belső-Somogy szolgáltatási és munkaerőpiaci központoktól távol eső, közlekedési szempontból jellemzően elzártabb településeire koncentrálódnak az őstermelők lakosságszámmal súlyozott arányszámának magasabb értékei, amely jelenség arra utal, hogy e településeken elsődleges megélhetési forrást nyújthat az ilyen jellegű, mezőgazdasági tevékenységi kört lefedő részben vagy egészben történő önfoglalkoztatás. Ennek fényében egyáltalán nem meglepő, hogy a fajlagos mutató tekintetében a járásközpontok, nagyobb városok abszolút volumenben kimutatható, a település lélekszámából következő súlya annulálódik. Érdeemes megjegyezni azt is, hogy Somogy megye Balaton Kiemelt Üdülőkörzethez tartozó településein a megye egyéb

területeihez képest alacsonyabb őstermelői arányszám mutatható ki, különösen igaz ez a Balaton partján fekvő kifejezetten turizmusgazdasági fókusszal rendelkező településekre.

Zala megyében a 2015-ös agrárstatisztikai adatok szerint az őstermelők száma 9085 volt, ami települési átlagban 35,2 őstermelőt jelent. E megyében három törpetelepülésen nem került regisztrálásra őstermelő, Csertalakoson, Lendvajakabfán, Ortaházán. Amint az Somogy megyében is tetten érhető, kiugróan magas népességszámuknak köszönhetően az őstermelők gyakoriságának abszolút volumene vonatkozásában magasan kiemelkednek a megyei jogú városok (Nagykanizsa 1192 fő, Zalaegerszeg 826 fő) valamint egyes járásközpontok (Zalaszentgrót 306, Keszthely 288, Lenti 200). Itt is meg kell jegyeznünk, hogy bár értelemszerűen egészen más, területi elemzésben nagyobb magyarázóerővel bíró adat- és rangsort tár elénk az őstermelők lakónépességre vetített településenkénti száma, mégis Zala megyében is azonosíthatók azok a központi helyek, települések, ahol önmagában jelentős termék-előállítói tömeg van jelen.

Az 1000 főre vetített fajlagos adatok tekintetében is hasonló a kép, mint Somogy megyében. Őstermelők legnagyobb arányban az apró- illetve törpetelepüléseken vannak jelen, a településrangsor első tíz településéből hét község nem éri el a 100-as lélekszámhatárt, sőt az ország legapróbb falvai között tartjuk őket számon (pl. Iborfia, Felsőszenterzsébet, Kozmadombja, Bödeháza). Zalában is érvényesül az a Somogy belső periferiáin tetten érhető jelenség, mely szerint a központoktól térben távol eső törpefalvakban számottevő, és sokszor kizárólagos megélhetési és munkalehetőségként értelmezhető a mezőgazdasági és feldolgozott termék-előállítás lehetősége. A Zala megyei átlag a fajlagos mutató tekintetében 33 őstermelő/1000 lakos, amely adat bár Somogy megyétől elmarad ugyan, azonban az országos (28,5) és a dunántúli átlagot (24,3) jelentősen meghaladja.

1. sz. térkép *Ezer főre jutó regisztrált őstermelők száma Somogy és Zala megyében*



Adatok forrása: KSH 2015

A rövid élelmiszerláncok vonatkozásában, mint azt a jó példák ismertetése során is láthattuk, a termelői együttműködések szerepe kiemelt jelentőségű. Az ilyen jellegű kooperációk egyik – számos negatív, múltban gyökerező reflexet is magában hordozó – formája az agrárgazdasági szövetkezet, melyek regisztere települési szinten megtalálható a KSH mezőgazdasági adatkataszterében. A 2015-ös adatok szerint Somogy megyében 37, míg Zala megyében ennél jóval kevesebb, 17 ilyen jellegű együttműködés azonosítható a statisztikákból. A két megyét egymással e dimenzióban összehasonlítva szembeötlő, hogy mennyire eltérő településtípusokon jöttek létre e szövetkezetek. Míg Somogy megyében a megyeszékhely, a járásközpontok és a városok szerepe hangsúlyozható ki (Kaposvár 4, Marcali 2, Nagyatád, Tab, Barcs, Balatonlelle, Balatonboglár, Nagyajom 1-1 szövetkezet) addig Zala megyében a 17 szövetkezetből csupán kettő működik járásközpontban vagy városi jogállású településen (Zalaszentgrót, Zalakaros 1-1 szövetkezet). Ugyanakkor például a mindössze 120 fős Padáron – illetve emellett a 704 lakosú Zalabéren – két szövetkezet is működik (igaz, előbbi településen például csak mezőgazdasági társas vállalkozást azonosíthatunk).

A Budapest nélküli országos megyei átlaghoz viszonyítva a két megye adatát, megállapítható, hogy Somogy megye kevéssel az országos számtani középérték (35,7) fölött pozicionálható, kilencedik helyen az országos megyei rangsorban. Zala megye értéke ugyanakkor jóval az országos átlag alatt helyezkedik el, hiszen a harmadik legkevesebb agrárgazdasági szövetkezet működik e megyében. Dunántúli összevetésben a fentiekkel egybevág a kép, ugyanakkor mivel a dunántúli megyékben tetten érhetően alacsonyabb az agrárgazdasági szövetkezetek száma, Zala megye átlagtól való eltérése csökken. A NUTS-1 régió főátlagja e mutatót tekintve 25,1 szövetkezet megyénként, a Zala megyei 17-es értékkel szemben. Zala megyénél kevesebb mezőgazdasági kooperációval a Dunántúlon csupán Fejér megye rendelkezik, míg Komárom-Esztergom megye adata vele azonos. Somogy megye ugyanakkor a Dunántúl második legtöbb mezőgazdasági szövetkezetével bír, a kiugróan magas értéket megjelenítő (51) Győr-Moson-Sopron megye mögött. Fontos megjegyezni, hogy olyan településeken, ahol valós tevékenységet kifejtve léteznek ilyen mezőgazdasági szövetkezetek, ott olyan jellegű termelői-fogyasztói együttműködések helyi társadalmi beágyazódására, mint a rövid élelmiszerlánc, nagyobb esély adódhat – amennyiben a szövetkezeti forma működtetése a termék előállítók számára pozitív tapasztalatokkal társul.

A termelői együttműködések megye agrárgazdaságában betöltött szerepe az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alap támogatásainak mértékéből is nyomozható. A termelői csoportok létrehozása és működése jogcímen 2015-ben kifizetett támogatások összege az azóta már megszűnt Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal adatsoraiból rendelkezésre áll. 2015-ben országosan 1,47 Mrd Ft került kihelyezésre e jogcímen. Habár az eddig vizsgált statisztikai adatokból erre aligha következtetnénk, a hazai megyék közül éppen Zala megyében került kihelyezésre e témakörben a legnagyobb forrástömeg (legalábbis a 2015-ös évet tekintve), ami 204 millió Ft-ot jelent, az összes e célkitűzés kapcsán kihelyezett forrás 13,9%-át. Ezzel szemben Somogyba ilyen célra 92,1 Mrd Ft fejlesztési forrás érkezett a vizsgált évben, ami az éves országos tematikus allokáció 6,2%-a.

A fenti, statisztikai adatokat segítségül hívó leírásban és összehasonlító elemzésben jól kirajzolódik az a kép, hogy a vizsgálatunk fókuszterületét képező két határ menti megye relatíve nagy mezőgazdasági tömegbázissal bír, az agrárium a megyék gazdasági struktúráját meghatározó ágazat. Bár eltérések mutatkoznak a két megye területhasználati jellemzőiben, mégis a viszonylagos diverzifikáltság a helyi termelői együttműködések létrehozása tekintetében pozitív tényezőként azonosítható, melynek kooperációk gyökerei és működésük nyomai már a statisztikákban nyomonozhatók. A helyben meglévő, és térben egyes helyeken koncentrálódó termelői réteg, valamint a funkcionális központi, és kiemelt turisztikai szerepkörrel bíró – pl. Balaton Kiemelt Üdülőkörzet – települések által megtestesített potenciális kereslet az előállított termékekhez szükséges mértékű felvevőpiacot is jelenthet.

8. Kvalitatív elemzés: termelői célcsoport

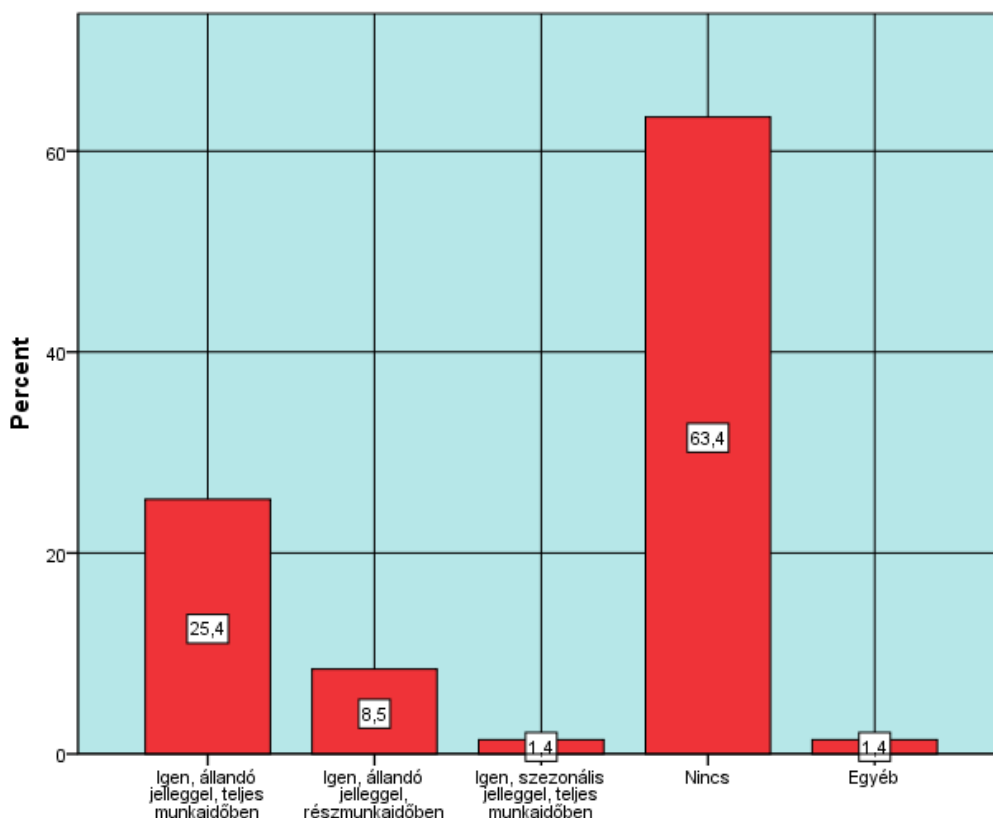
Az AgriShort projekt által érintett szakterületi szempontból legrelevánsabb célcsoport kérdőíves felmérésére 2017. július-augusztusában került sor. A kérdezőbiztosok által terepen – jellemzően a gazdaságnál, vagy a megkérdezett lakcímén – lekérdezett kérdőívek, széles tematikus spektrumuk, valamint a számos nyitott, részletezendő kérdés miatt elemeiben a strukturált interjú attribútumait is magában hordozta. A kérdéssorok lekérdezése a kérdezőbiztosok tájékoztatása szerint meglehetősen széles időskálát, 30 – 90 percet vett igénybe. Mivel minőségbiztosított adatbázis Zala és Somogy megye termelőiről nem állt rendelkezésünkre a mintaképzés során, így jellemzően webes adatbázisok (pl. helyboljobb.hu, termelotol.hu) segítségével állítottuk össze a felkeresendők körét. Azonban számos esetben, az elavult interneten elérhető elérhetőségi adatok miatt hólabda-módszert kellett alkalmaznunk a termelők terepi megkeresése során. A termelői célcsoportban lekérdezett kérdőívet jelen tanulmány 1. számú melléklete tartalmazza.

8.1 A vizsgálatban szereplő termelők területi és státuszjellemzői

A Magyarország két határ menti megyéjében, Somogy és Zala megye területén végzett termelői célcsoport vizsgálatban szereplő válaszadók száma 71 fő. A mintaösszetétel nemek szerinti megoszlása férfi többséget jelez, a férfiak minta aránya 57,7 % (41 fő), a nők 42,3 % (30 fő). A termelők mintegy 30 %-a felsőfokú, egyetemi, vagy főiskolai végzettséggel rendelkezik, de a szakközépiskolai, vagy gimnáziumi érettségivel, illetve az érettségivel és valamilyen technikumi végzettséggel bírók együttes aránya meghaladja a mintapopuláció 50 %-át. Szakmunkás oklevéllel minden kilencedik, általános iskolai végzettséggel minden tizenkettedik termelő rendelkezik. A nemek és az iskolai végzettség közös dimenzióban nem igazolhatók szignifikáns összefüggések, ezzel együtt az alapfokú iskolai végzettségű válaszadók körében négyötödös többségben vannak a nők, a szakmunkás és a felsőfokú iskolai végzettségűek nagy többsége, háromnegyede, illetve közel kétharmada férfi, a középfokú végzettségűek körében a gimnáziumot kivéve minden esetben férfi többség igazolható.

A válaszadóknak módjuk volt arra, hogy jelezzék, ha termelői tevékenységük mellett még további más keresőtevékenységet is folytatnak. A mintába került 71 termelő 63,4 %-a (45 fő) azt a választ adta, hogy termelői tevékenységén kívül más keresőtevékenységet nem folytat, kevéssel több, mint harmaduk viszont vagy egészállásban, vagy részmunkaidőben, esetleg szezonálisan más keresőtevékenységben is érdekelt. Itt tehát fontos megjegyezni, hogy legalábbis a vizsgált mintában elsődleges megélhetési forrást a mezőgazdasági tevékenység, a termék-előállítás jelent. Az egyéb jövedelemtermelő tevékenységekben is érdekelt foglalkoztatottak 72 %-a egész állásban dolgozik termelői munkája mellett, minden negyedik részmunkaidőben, egy válaszadó pedig szezonális időbeosztásban. Egy termelő jelezte, hogy számlaképes vállalkozóként megbízási szerződések alapján szakértői tevékenységben érdekelt, egyébként ideje legnagyobb részében termelői mezőgazdasági munkát végez. A gazdasági aktivitás dimenziói a mintapopuláció esetében függetlenek a nemek és az iskolai végzettség jellemzőitől.

1. sz. ábra *A gazdák termelő tevékenység melletti munkavégzésének jellemzői*



Megvizsgáltuk a válaszadó termelők gazdálkodási formáit, amely kérdésre egy megkérdezett több választ is adhatott. E lehetőséggel 20 termelő élt is, ennek megfelelően a kérdés érvényes válaszainak száma 91-re módosult, mivel mindenki adott legalább egy érvényes választ. Az említésgyakoriságok első helyén az őstermelő kategória helyezkedik el, ennek aránya az összes említésen belül közel 50 %, a kistermelő válaszkategória jelölési aránya 23 %, az egyéni vállalkozásé 11 %, 6,6 % a társas vállalkozás, 5,5 % a családi gazdaság, és 4,4 % a szövetkezeti működés. Az összes megkérdezettre vetített említésgyakoriságok alapján az őstermelő kategóriát 63,4 %, a kistermelőt 29,6 %, az egyéni vállalkozást 14,1 %, a társas vállalkozást 8,5 %, a családi gazdaságot 7 %, a szövetkezeteket 5,6 % említette. Az említésgyakoriságok kategóriaváltásait jellemzően az okozza, hogy az őstermelők egy része kistermelőnek is tartja magát, ezt igazolja az a megfigyelés, hogy második helyen az őstermelő kategóriát már senki sem említette, a kistermelő kategória említésgyakorisága viszont kétszerese az első helyen említett gyakoriságnak.

Az általános státuszvizsgálat része volt a tevékenység típusjegye, ez a válaszadók 86 %-a esetében valamilyen mezőgazdasági tevékenység, csak tíz olyan válaszadó került a mintába, aki nem foglalkozik földműveléssel.

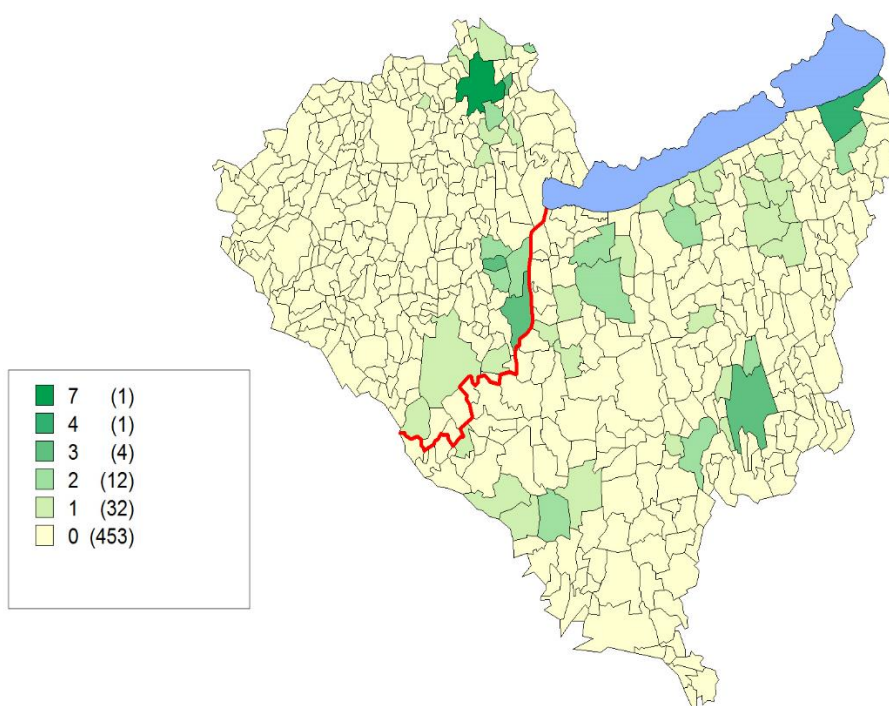
A művelt földterületek hektárban kifejezett térmértéke szerinti eloszlásszerkezet nem véletlen módon a kicsi földméret felé súlyozódik. A minimális szélsőérték 0,07 hektár, a maximum 400 hektár (4 km²). Az átlag 22,1 hektár (0,221 km²), a medián és a módusz egyaránt 2 hektár

(0,02 km²). A művelt földterületek átlag körüli átlagos szóródása az eloszlásszerkezet volumenében nagy, 68,7 hektár (0,687 km²). A számok pedig értelemszerűen azt jelzik, hogy vizsgálatunk jellemzően a kisebb gazdaságokra korlátozódott, ami a rövid élelmiszerláncokban, helyi élelmiszerrendszerekben érdekelt helyi termék-előállítók relevanciáját erősíti az elemzésben.

A fenti állítást támasztja alá az az elemzési eredményi is, hogy az elemzésbe vont földet művelő gazdák harmada, 34,4 %-a 1 hektárnál kisebb földet művel. 1 és 5 hektár közötti területet a mezőgazdasági földművelést végző válaszadók 29 % gondoz, vagyis a gazdák közel kétharmada 5 hektárnál kisebb földön dolgozik. 100 hektár fölötti területművelők száma 4 fő, 6,5 %-a az összes földet művelőnek

A mezőgazdasági tevékenység települési helyszíne vonatkozásában mindösszesen hatvan települést neveztek meg, ezek közül húsz szerepel egynél több említésgyakorisággal. A hatvan említett településből csak Budakeszi nem része a vizsgálati térségként kijelölt Somogy és Zala megyéknek, ez a válaszadó egy további, Zala megyei község (Miháld) révén kapcsolódik a mintához. A mezőgazdasági tevékenységgel összefüggésben leggyakrabban említett település Zalaszentgrót (hét említés), majd Balatonboglár, Balatonlelle, Nagyrada, Garabonc, Orosztony, Kisgörbő, Lengyeltóti, Szőlősgyőrök és Siófok vonatkozásában kilenc olyan település következik, ahol egyaránt három-három említéssel találkozunk. Két-két említést Balatonmagyaród, Bárdudvarnok, Kaposvár, Kéthely, Marcali, Somogyaszaló, Tarany, Zalasabar, Zalaszentlászló és Zalacsány esetében detektáltunk. A további települések egy esetben kerültek említésre.

2. sz. térkép A válaszadó termelők telephelyei Somogy és Zala megyében



Amennyiben nem csak a mezőgazdasági földművelő termelőket vizsgáljuk, hanem minden válaszadó működési telephelyét egyszerre, azt látjuk, hogy a 71 válaszadó 45 települést, vagy település kombinációt nevezett meg, mindösszesen 52 település vonatkozásában. Nyolc esetben egynél több telephely van, ebből négy tisztán a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet (BKÜ) vizsgálatban érintett területrésze, további négy tisztán nem BKÜ településkombináció. Ennek megfelelően az üdülőkörzeti települési részesedés aránya 48 %, vagyis gyakorlatilag kiegyenlített a BKÜ területén belüli és azon kívüli működési telephelyek egymáshoz viszonyított képviseleti aránya.

A működési telephelyek megyeszintű besorolásai szerint 53,5 % somogyi, 45,1 % zalai, illetve egy válaszadó csak részben kapcsolódik a térséghez, mivel Zalaszentlászló mellett Budapestet is megjelölte működési telephelyként.

A legtöbbet említett Somogy megyei település Kaposvár és Siófok, mindkét város három-három válaszadó jelölte. Ez bizonyos értelemben alátámasztja a statisztikai adatelemzésünk során már említett, járásközpontokban és megyeközpontban azonosítható termék-előállítói tömegbázist. Két-két említéssel szerepel Bárdudvarnok, Kéthely, Lengyeltóti, Marcali, Somogyaszaló és Tarany. További 20 település egyszer került említésre.

Zala megye esetében hét említéssel vezeti a rangsort Zalaszentgrót, három-három említést kapott Kisgörbő, Nagyrada és Zalakomár. Két-két említéssel Balatonmagyaród, Garabonc, Kisvásárhely és Zalasabar jelenik meg. További nyolc település egyszer került nevesítésre.

A tényfeltárást a termelői kérdőív termék-előállításra vonatkozó kérdéseinek tárgyalásával folytatjuk.

8.2 Termelt termékek

Termékprofil

A termékprofil térképezése érdekében a megkérdezetteket felkértük, nevezzék meg, milyen termékeket termelnek, illetve állítanak elő. Egy válaszadó több válaszlehetőséget is megjelölhetett, illetve élhetett azzal az opcióval is, hogy szövegesen egészíti ki a válaszként felkínált kategóriákat. A 71 megkérdezett mindegyike adott legalább egy érvényes választ. Az eredmények alapján 25 válaszadó (35,2 %) állít elő csak egy terméket, egy válaszoló pedig nem kevesebb, mint tíz különböző termék előállítását végzi. Két terméket a termelők ötöde, három terméket hatoda állít elő. Négy, vagy ennél több termék előállítása a válaszadók többségére nem jellemző, ezek a válaszgyakoriságok termékszámanként 2 és 4 % között szóródnak, kivéve a hat termékre vonatkozó kategóriát, a jelen mintában hat olyan válaszadó akadt, aki hat különböző termékkel jelenik meg a piacon, ami az összes válaszadó 8,5 %-át teszi ki.

Az előállított termékekre vonatkozóan a 71 megkérdezett mindösszesen 218 különböző érvényes válaszjelölést adott. A legmagasabb arányban említett válaszkategória a gyümölcs, ezt 37 alkalommal jelölték a válaszadók, ami az említések arányának mintegy hatodát teszi ki,

ami az összes megkérdezettre vetítve 52,1 %-os arány jelent. A gyümölcsstermelés mintában regisztrált relatíve magas aránya ugyancsak alátámasztja a korábban ismertetett statisztikai adatelemzés abbéli megállapításait, mely szerint különösen Somogy megyében, de Zalában is nagyrégiós összevetésben kiemelt szereppel bír a gyümölcsstermesztés.

Bár nem kevesebb, mint 20 különböző válaszkategóriát biztosítottunk a válaszok jelöléséhez, mégis a következő leggyakoribb válaszkategória az egyéb válaszok összessége. Egyéb válasz az összes említés hetedében fogalmazódott meg, ami az összes megkérdezettre vetítve 43,7 %-os arány jelent. Az egyéb válaszok azonban értelemszerűen nem jelentenek egységes kategóriát, a tartalmak nagyon különbözőek, és az említésszámok is összességében kicsik. Négy említésnél többször egy terméket sem azonosítottunk. Három és négy említéssel a tisztított csonthéjas készítmények: dió, mogyoró, mandula, a különböző, egyéb, nem primer méhészeti termékek, mint a méhviaszgyertya, nyers méhviasz, propolisz, virágpor, a 100 %-os tisztaságú ivólevelek, mint a szőlőmust-, és homoktövis lé, illetve a nem 100 %-os tisztaságú ivólevelek szerepelnek. Ez utóbbiak a válaszokban nem kerültek részletezésre. Egy-két említés mellett például a különböző aszalt gyümölcsök, édes/sós téztafélék, pékárú töltelékek, élőállatok, gyógynövények, fűszerolajok, mustár, pálinka, szója, illetve különböző virágpalánták, cserepes virágok kerültek képbe.

A válaszként felkínált kategóriák következő gyakoriságeleme a zöldségfélék, ezeket 22 alkalommal említették a válaszadók, ami az említések egytizedét adja, míg az összes megkérdezettre vetítve 31 %-os értéket produkál. Az említésgyakoriságok negyedik helyén 21 említéssel a lekvárok és chutney szerepel, gyakorlatilag az előzővel megegyező arányok szerint. Lényegében azt mondhatjuk, hogy a vizsgált termelők termékprofilját erősen dominálja a zöldség és gyümölcs, illetve az ezekből készített termékek.

A fűszernövények 15 említésben fejeződtek ki, a szörpöket 14 alkalommal, a savanyúságokat 13-szor, a mézet a válaszadók 12-szer jelölték. A gabonafélék és őrlemények kilenc, a borok és a tojástermékek nyolc, füstölt húsok öt, a sajtok és egyéb tejtermékek valamint az olajos magvak négy-négy, nyers húsok, olajok és ecetek három-három, a halak két említést kaptak.

Legkeresettebb, legnépszerűbb termékek

A kérdőíves felmérés során a termelők megnevezhették a tapasztalataik szerint legkeresettebb, legnépszerűbb termékeiket, illetve lehetőséget biztosítottunk arra is, hogy a legfontosabb hármat rangsorolással emelhessék ki. A válaszok típus és besorolásrendje nem véletlen módon visszatükrözi az előbbieken demonstrált termékprofil-összetételt. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy kevés esetben találkozhattunk konkrétan, az alapanyag jelzésén túli egyedi termékmegnevezéssel. Mind az első, mind a második, mind a harmadik rangsorhelyen az említésgyakoriságok felét meghaladóan dominál a zöldség és gyümölcs, a méhészeti, a szőlészeti és borászati termékskála. Mindhárom rangsorban többször említett gyümölcs a málna, őszi és kajsziarack, illetve a különböző almafajták, például idared, vagy braeburn alma, míg összességében egy-két említést kapott a cseresznye és a meggy, a dió, a mandula, a nektarin és a körte. A zöldségek szintén igen széles spektrumban mozognak, egyrészt friss,

másrészt fagyasztott állapotban is említésre került a káposzta, a (gyalult) tök, vagy a burgonya. De többször említették a sárgarépat, a paradicsomot, a hagymaféléket, ezen belül egy alkalommal említették a Jancsi hagymát.¹⁵ Egy-egy említéssel emelték ki a (bio) szóját, különböző zöldségekből készült lekvárokat, vagy chutney készítményeket, illetve palántás zöldségeket. A mézek esetében domináns az akácméz, de többször említették a hárs és a repcemézet. Ezeken kívül említést kapott a facéliaméz, a különböző mézekből összeállított vegyes virágméz, illetve a kevésbé ismert szolidágó, vagy aranyvessző méz.¹⁶ A mézek mellett említett népszerű termék a propolisz és a virágpor, a propoliszt első, a virágport harmadik helyen említették. A borok vonatkozásában mindhárom terméktípus, a fehér, vörös és rozébor egyaránt megjelenik. A gyakran említett borok borvidék-specifikusságát alátámasztja, hogy a közismert helyi sajátosságoknak megfelelően a különböző rizlingfajták szerepe, ezen belül elsősorban az olaszrizling kiemelt szereppel bír a szőlő- és bortermelésben. Mind az első, mind a második, mind a harmadik rangsorhelyen találkozunk ennek említésével. Emellett többször említették a cabernet fajtákat, a chardonnayt, vagy a cserzei fűszerest. Összességében egy-egy említést kapott merlot, a zweigelt, a kékfrankos, a királyleányka és az irsai olivér. Első helyen megnevezve találtunk egy különleges borfajtát is, a pintest.¹⁷ A megnevezett szőlőfajták jellemzően követik a nevesített borokat, olaszrizling, szürkebarát, cabernet franc, cabernet sauvignon, merlot, cserzei fűszeres, rizlingszilváni, irsai olivér, kékfrankos. De megjelentek a muskotály és csemegeszőlők, illetve az ezerfürtű.¹⁸ Több esetben a termelők csak utaltak arra, hogy többféle szőlőt, illetve bort készítenek, konkrétan nem nevezték meg fajtákat. Olyan esettel is találkozhattunk, ahol a termelő csupán arra vonatkozó választ adott, hogy milyen színű szőlőt és bort állít elő.

Piaci értékesítés szezonalitása

A legkeresettebb, legnépszerűbb termékek megnevezését követően a megkérdezettek egy tízes skálán megjelölhették, hogy a megtermelt termékek piacra juttathatóságát milyen mértékben érinti az évszakos szezonális problémája. A skálabeosztás értelmében a kis értékek azt jelentették, hogy inkább nem, a skála felső értékei pedig azt, hogy nagy, vagy teljes mértékben érinti. Két megkérdezettől eltekintve mindenki válaszolt a kérdésre. A válaszok skálaeloszlása standard normális szerkezetet jelenít meg¹⁹, amelyet a horizontális és

¹⁵ Jancsi, vagy csoportos/csomós hagymának neveznek bizonyos csemege-zöldhagyma jellegű hagymaféléket, amelyek a száruk végén hozzák mogyoró nagyságú terméseiket, emiatt külleme a fokhagymára is hasonlít. Ez a hagymafajtát régióként más és más névvel illetik, például Magyarországon keleti részén, Szabolcs megyében 'kotlóhagymának' nevezik.

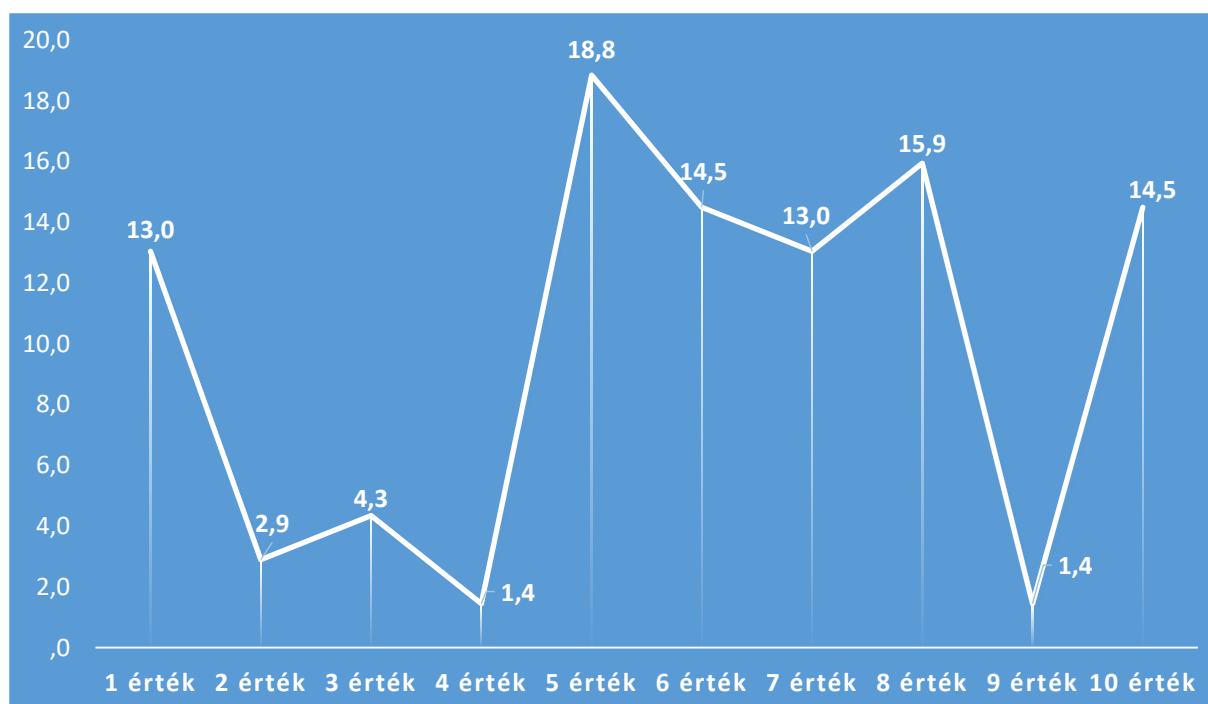
¹⁶ Az aranyvessző elismert gyógynövény, gyakran mentás utóízű, mivel egy időben nyílik a mentával. Immunerősítő, vesetisztító és idegnyugtató hatásait orvosilag tesztelték. Az aranyvessző a Balaton környékén terem Magyarországon a legnagyobb mennyiségben.

¹⁷ A pintes a legősibb Kárpát-medencei szőlőfajták egyike, amelyről sokáig azt hitték, hogy a 19. századi filoxeravész elpusztította. Ezt az ősi szőlőt az 1960-as években a Mecsekben fedezték fel, de hogy pontosan melyik korabeli fajtához tartozott, azt már nem lehetett megállapítani. Ez a szőlő termésmennyiségéről kapta a pintes nevet. A pintes elismert szőlőfajta, jelenleg Magyarországon Zalaszentgrót Csáford településrészén mindössze 1,2 hektáron művelik.

¹⁸ Az ezerfürtű egy Magyarországon nemesített fehérborszőlő hibridfajta. Az 1950-es években nemesítették a piros tramini és a hárslevelű fajták keresztezésével.

¹⁹ A metrikus mérési szintű megfigyelési értékek eloszlásszerkezete többek között egy dobozdiagram (boxplot) alapján szemléltethető. A dobozdiagram közepét a medián szabja át, ami a pontértékek eloszlásának második

a vertikális torzulás, illetve ezek standard hibáinak értékei is alátámasztanak,²⁰ nincsenek olyan szélsőértékek, amelyek rontanák a centrális középérték statisztikák, illetve az eloszlás alapján logikai úton levonható következtetések megbízhatóságát. Összességében a válaszok nyomán azt láthatjuk, hogy a véleményformálók kihasználták a teljes skálaterjedelmet, a válaszok hetede az 1-es kategóriába csoportosul, ami a teljes problémamentességet jelenti, a 2-es, 3-as és 4-es értékek együttes gyakorisága kevesebb, mint az összes válasz egytizede. A válaszok relatív többsége, közel ötöde az 5-ös kategóriába súlyozódik. A gyakoriságemlétesek száma a 6-os és a 7-es kategóriákban egymáshoz képest fogyatkozóak, az előbbi 14,5 %, az utóbbi 13 % nagyságrendet alkot az összes válaszon belül. A 8-as érték gyakoriságemlétese 16 %, a 9-es érték 1,4 %, míg a 10-es végtengely-ponté 14,5 %. Alakzati értelemben úgy tűnik, hogy a válaszadók a szélsőség és a centrális értékjelöléseket részesítették előnyben. A skálaátlag $5,96 \approx 6$ -os érték, az átlag körüli átlagos szóródás $2,773 \approx 3$ -as pontérték. A medián 6, a módusz a válaszeloszlások alakzati vázlataként már jelzett 5-ös érték-kategória, mindez összességében azt jelenti, hogy az évszakos szezonális okoz némi problémát a piaci értékesítésben - a termelői profilok összességére tekintettel döntően mezőgazdasági termelői összkép szintézisében ez talán nem is annyira meglepő - de közel sem jelent olyan súlyos nehézséget, ami ne lenne áthidalható.



kvartilise. A dobozból felfelé és lefelé irányuló vonalak hossza az adott interkvartilis terjedelem, ami a felső és az alsó kvartilis, vagyis az első és a harmadik kvartilis különbségének másfélszerese. A függőleges vonalak két végét vízszintesek jelzik, ez az a terjedelem, amelyen belül minden megfigyelésnek lennie kell, ha az eloszlás normális. Bármely megfigyelés, ami ezeken kívül esik külön jelzést kap. Ez a jelzés 1,5-3 interkvartilis terjedelemen belül egy O-betű, 3 interkvartilis terjedelemen túli szélsőérték esetében egy csillag (*).

²⁰ Vertikális eloszlástorzulás alatt a kurtosis, a horizontális alatt a skewness, illetve ezek standard hibáinak értékeit értjük. Általánosságban egy eloszlást akkor tekinthetünk standard normálisnak, ha az oldalirányú és a vertikális torzulás értékei $\pm 1,00$ értéken belül vannak, illetve a megfigyelt értékek és ezek standard hibáinak hányadosa nem nagyobb, mint $\pm 1,96$, enyhébb kritérium esetén $\pm 2,58$. Jelen esetben a kurtosis és a skewness empirikus értékeinek és ezek standard hibáinak hányadosa minden esetben kisebb a tűréshatárt jelentő értéknél.

Ábra: A kérdőívben szereplő „Az Ön által megtermelt termékeket, azok piacra juttathatóságát összességében milyen mértékben érinti a szezonális problémákja? Jelölje meg az 1 – 10-ig tartó skálán!” kérdésre adott válaszok szerkezete

Egész évben előállított és piacra juttatott termékek

A termelők nyilatkozhattak arról, hogy van-e olyan termékük, amelyet egész évben, kiegyenlített mennyiségben és minőségben képesek előállítani és piacra juttatni. A kérdésre az összes megkérdezett termelő mintegy kétharmada (66,2 %) válaszolt igennel. A mezőgazdasági és nem mezőgazdasági termelők metszeteiben az elfogadott szignifikancia szinten nincs összefüggés, ezzel együtt a nem mezőgazdasági termelők egy kivétellel mind úgy nyilatkoztak, hogy van ilyen termékük, míg a mezőgazdasági termelők 62,3 %-a válaszolt igennel. Ezen eltérés oka vélhetően az, hogy a nem mezőgazdasági termelőnek minősülő termék-előállítók kevésbé kitéttek az időjárás időszakos, évszakos váltakozásainak, míg az agrárium működését e tényező alapjaiban befolyásolja.

A kérdésre igennel válaszolók rövid válaszban kifejtették, hogy mi az a termék, amit képesek egész évben előállítani és piacra juttatni. Az összesített válaszok említésgyakoriságai egy és öt említés között változnak, általában gyűjtőfogalom jellegűek, nélkülözik a konkrétumokat, viszont ezek később, a kérdőív más pontjain még részletesebb kifejtésre, pontosításra kerülnek. A gyakoriságemlítések élén különböző borászati termékek, mézek, húsok és húskészítmények, lekvárok, olajok, zöldségek és zöldségkészítmények, savanyúságok állnak. Egy-két említéssel csatlakoznak a válaszspektrumhoz a fűszernövények, tészták, szörpök, ivólevek, teák, sütemények és pékáruk, élőállatok, a tojás, illetve a különböző sajtok.

Csúcsgasztronómiában hasznosítható termékek előállítása

A termelők saját belátásuk szerint válaszolhattak arra a kérdésre, hogy alkalmasnak ítélik-e valamely terméküket arra, hogy az a minőségi, vagy csúcsgasztronómiai igényű turisztikai vendéglátásban hasznosítható, megjeleníthető legyen. A megkérdezettek 77,5 %-a, vagyis több mint háromnegyede egyértelmű igennel felelt, a nemleges válaszok aránya minden nyolcadik, a kérdés relevanciáját elutasítóké minden tizedik válaszadóra tehető. Mezőgazdasági és nem mezőgazdasági profillal rendelkező termelők válaszai között nincs szignifikáns eltérés. Mindkét esetben 70 %-ot meghaladó azok aránya, akik alkalmasnak ítélik a termékeiket erre. A nemlegesen vélekedők 78 %-a, illetve a kérdés relevanciájában kételkedők 86 %-a mezőgazdasági termelő, de ezzel együtt ők alkotják a minta elsöprő többségét, mivel a két metszet válaszainak eloszlása egymáshoz képest harmonikus, nem alakulhat ki nem véletlen véleménydifferencia.

A kérdésre igennel felelők minden esetben éltek szöveges válaszmagyarázattal, ezek feldolgozásának eredménye az ismertett termékprofil szerkezeti képét reprodukálja, vagyis ebben az esetben is domináns a zöldség és gyümölcs termékek köre, de most részletesebb válaszokat kaptunk. Például a málna kizárólag magyar, több esetben specifikus (F4 = fertődi

zamos) fajta, a rostos gyümölcs és zöldséglevelek (például paradicsomlé) tartósítószer mentes, 100 %-os tisztaságú termékek, legyen szó málnáról, almáról, körtéről, szilváról, őszibarackról, sárgabarackról, vagy meggyről. A lekvárokról és dzsemekről ugyanez mondható el. Készül hagymalekvár, ezen belül medvehagyma lekvár, de készül tormás almakrém, körte chutney, fűszerolajok, adalék és tartósítószer mentesen tökmagolaj, mákolaj, lenmagolaj, szezámolaj, mogyoró olaj, és szőlőmag olaj is. A tojástermékek között feltűnik a fűrjtójas, a húskészítmények között a mangalica sertés, és a szürke marha, a kacs és a liba. A tejtermékek-sajtok közül kiemelésre kerültek a kecsketejből készült termékek. A jelen kérdésen belül a halfélék vonatkozásában találkozhattunk a tokhallal, amelyet nyers és füstölt formában, halkolbászként értékesítenek. A tésztafélék esetében pedig az előállító megjegyezte, hogy termékei hagyományos gyártási technológiával, kézzel készülnek, klasszikusa levesbetétnek – vagy hagyományos tészta-alapú főétkezéshez – használhatók fel.

Speciális, innovatív csúcsgasztronómiai termékek

A megkérdezetteknek módjukban állt válaszolni arra a kérdésre is, hogy rendelkeznek-e bármilyen speciális, újszerű – tehát nem hagyományos, tradicionális, általánosan ismert – minőségi vendéglátásban hasznosítható, akár csúcsgasztronómiai igényeknek is megfelelő termékkel. E kérdés annyiban tér el az imént tárgyalt körtől, hogy itt kifejezetten arra voltunk kíváncsiak, hogy a vizsgált térségi minta helyi termék-előállítói milyen, termékeikben tetten érhető innovációs potenciállal rendelkeznek.

Eredendően azt gondolhatnánk, hogy döntő többségében erre a kérdésre is igen lesz a felelet, vagyis hogy a termelők rendelkeznek egyedi, újszerű és széles körben felhasználható termékekkel. Azonban az, hogy valaki alkalmasnak tartja-e magát, vagy a vállalkozását arra, hogy ilyen terméket előállítson, és valóban van is ilyen terméke, az közel sincs egyensúlyban. A válaszadók 35,2 %-a, vagyis alig több mint harmada (25 fő) állította magáról, hogy rendelkezik legalább egy, vagy több csúcsgasztronómiai potenciállal rendelkező termékkel, közel kétharmaduk azonban nemleges választ adott. Matematikai szignifikancia próbával megvizsgálva a csúcsgasztronómiai termék előállítására vonatkozó, illetve az innovatív termékekkel való rendelkezés tényét, nem tárhatunk fel nem véletlen összefüggéseket, ettől függetlenül a válaszok eloszlásszerkezetét a mélyebb megértés érdekében tárgyaljuk.

Összesen 55 termelő állította, hogy a vendéglátásban értékesíthető csúcsgasztronómiai termék előállítására alkalmas, de csak alig kétötödük, vagyis 23 fő rendelkezik is ilyen termékkel, az 55 válaszadó abszolút többsége, azaz 32 fő nem. Azok, akik az alkalmasság kérdésére nemleges választ adtak, mintegy 90 %-ban nem is rendelkeznek csúcsgasztronómia potenciállal bíró termékkel, de mégis volt egy válaszadó, aki az utóbbi kérdésre igennel válaszolt. Azok, akik nem tartották relevánsnak azt, hogy alkalmasak-e ilyen termék előállítására rendszerint nem is rendelkeznek ilyenekkel, de ebben az esetben is akad egy kivétel. Ezt a két bonyolultabb válaszkombinációt külön is megvizsgáltuk.

Az a termelő, aki azt a választ adta, hogy nem alkalmas csúcsgasztronómiai termék előállítására, de mégis van ilyen potenciállal bíró terméke, a szöveges válasz kiegészítésből

kideríthető módon egy közelebből nem részletezett magyar paradicsomfajtára gondolt. Ez az ellentmondásosnak tűnő helyzet azzal magyarázható, hogy nincs meg a megfelelő adminisztrációs, logisztikai és anyagi háttér, a termelő nem tudja előállítani a terméket olyan mennyiségben, ami a speciális paradicsomfajta termelésének kívánalmaihoz illeszkedve már nagyobb tömegben is kifizetődő lenne. A másik esetben a termelő nem tartotta relevánsnak a csúcsgasztronómiai termék előállítási képességét, de szintén jelezte, hogy van ilyen terméke, ami a kamut búza.²¹ Ezt a búzafajtát a termelő elmondása szerint talán csak ők termelik Magyarországon, csakhogy a tapasztalataik alapján nem keresik, valószínűleg nem is ismerik ezt a terméket annyian, hogy megérje nagyobb tömegben előállítani, viszont sok lehetőséget látnak benne.

Végül vegyük szemügyre azt is, hogy akik a kérdésre igennel feleltek, mely termékre, termékekre gondoltak. A kérdésre érvényesen válaszoló 25 termelő összesen 16 különböző kategóriába sorolt módon 40 különböző terméket említett. A megnevezett csúcsgasztronómiai termékek relatív többsége, mintegy negyede gyümölcs, vagy zöldség alapú lekvár és dzsem. Említésre került a csipkelekvár, sárgabarack és áfonyalekvár, a málnalekvár, illetve a málnából készült dzsem, de ide sorolhatók a vadon élő gyümölcsökből készült dzsemek. A relatíve szokványos termékek mellett több igen különleges lekvárral is találkoztunk. Ilyen például a kékszőlőlekvár, a zöldparadicsom lekvár, vagy a fenyőrügy lekvár. Nem maradtak ki a befőttek sem, említésre került a málnabefőtt, illetve a feketeáfonya és feketeszeder befőtt. A húskészítmények esetében kiemelték a mangalica szalonnát, sonkát és kolbászt, a halaknál a tokhalat. A zöldségeknél a nemesített chili paprika fajtákat, a fűszernövényeknél a sáfrányos szeklicét és a mustárt, a boroknál a téli szüretelésű jégbort, a tojásoknál a fűrtőjt és a zöldtojást, a tejtermékeknek a különböző érlelésű és állagú kecskesajtot. A sós pékáruk különböző kézzel gyúrt tésztákból, kalácsokból, perecekből állnak, de nem maradtak ki az édes tészták sem, ez esetben a mézeskalácsot emelték ki. A különböző szörpök, ivólevelek is felkerültek a csúcsgasztronómiai potenciállal rendelkező termékek listájára, ezeken belül diólevél szörp, említhető a zöldalma és céklalé keveréke, vagy akár a zsályaszörp ígérkezik különlegesnek. Az égetett szeszes italok vonatkozásában a muskotály szőlőből készült törkölypálinka tekinthető kuriózumnak a termelő megítélése szerint.

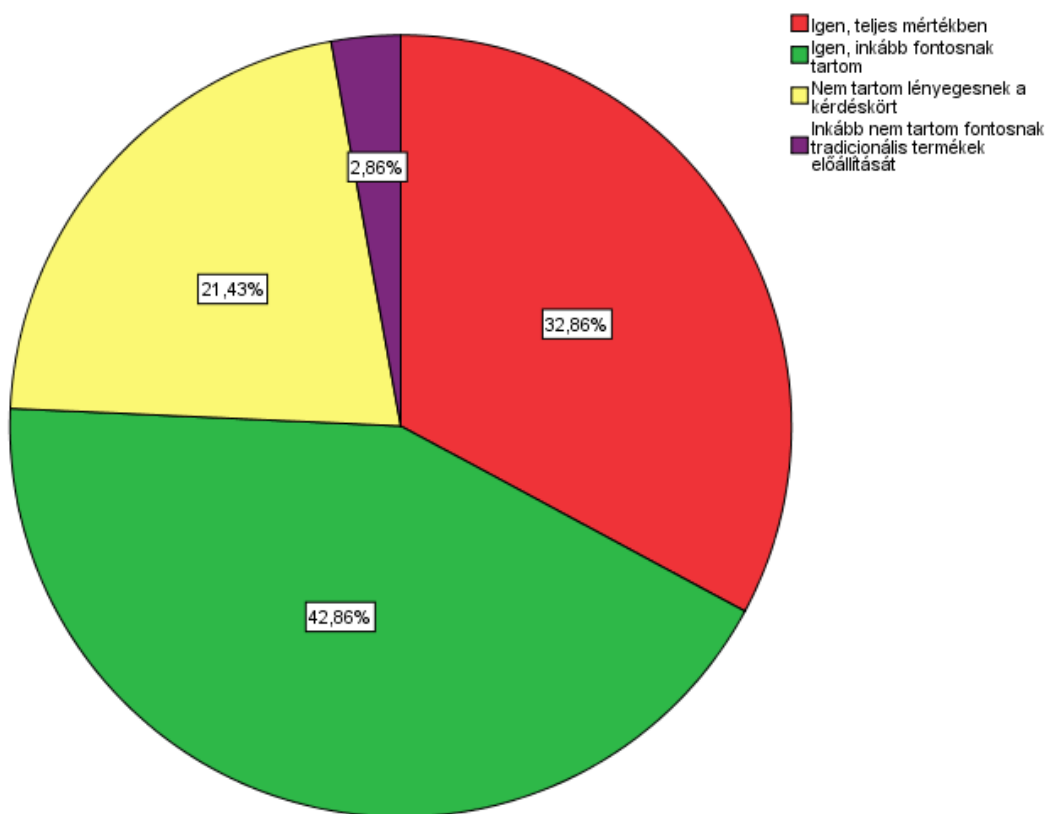
A tájegységre jellemző hagyományos, tradicionális termékek előállításának fontossága

A termelőket felkértük arra, hogy értékeljék mennyire fontos az a számukra, hogy olyan terméket állítsanak elő mely az adott tájegységre jellemző, hagyományos, tradicionális

²¹ A kamut, vagy más néven khorasan búza a Föld egyik legősibb búzafajtája, a feljegyzések és a történelmi bizonyítékok alapján nagy tömegben az ókori Egyiptomban termesztették, így egyiptomi búzának is nevezik. Az egyiptomi kamut, mint ősbúza soha nem került nemesítésre, és az egyiptomi kultúra hanyatlásával évezredekre feledésbe merült, csak a 20. század második felében fedezte fel ismét az élelmiszeripar a törkölybúzával együtt. A kamutbúzát Európában kizárólag ökológiai gazdaságokban termesztik, nagyobb mennyiségben az Amerikai Egyesült Államokban állítják elő. A kamut leginkább a durumbúzához hasonló. A ma elterjedt nemesített búzafajtákhoz képest a kamutnak alacsonyabb a szénhidrát és élelmi-rost, magasabb a fehérje-, zsír-, és ásványianyag-tartalma. Elsősorban a tésztaipar használja alapanyagként. Mivel a termék glikémiás indexe alacsony, a kamutbúza készítmények jól beilleszthetők a cukorbeteg étrendjébe. Mivel az Egyesült Államokban a legmagasabb a Földön a cukorbeteg populációs aránya, nem véletlen ennek a búzafajtának a kiterjedt termelése.

terméknek minősíthető. A válaszokat ötfokozatú skálán adhatták meg, ahol a teljes mértékben fontos skálaponttól az egyáltalán nem fontos felé haladunk. A 3-as középérték most neutrális kategória, nem készítette állásfoglalásra a válaszadót. A termelők harmada a teljes mértékben fontos, további 43 %-a az inkább fontos kategóriát jelölte meg válaszként, az első két kategória együttes gyakoriságválasztása az összes termelő 75,7 %-át, vagyis mintegy háromnegyedét alkotja. A termelők közel ötöde nem kívánt állást foglalni a kérdésben. A nem fontos válaszmezőt mindössze két termelő választotta, az egyáltalán nem fontos kategória gyakoriság találat nélkül maradt. A termelők elsőprő többsége számára tehát, függetlenül attól, hogy mezőgazdasági, vagy egyéb terméket állítanak elő, fontos a tájegységre jellemző hagyományos, tradicionális termékek előállítása.

2. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Fontosnak tartja-e hogy olyan terméket állítson elő, mely az adott tájegységre jellemző, hagyományos, tradicionális terméknek minősíthető?” kérdésre adott válaszok megoszlása

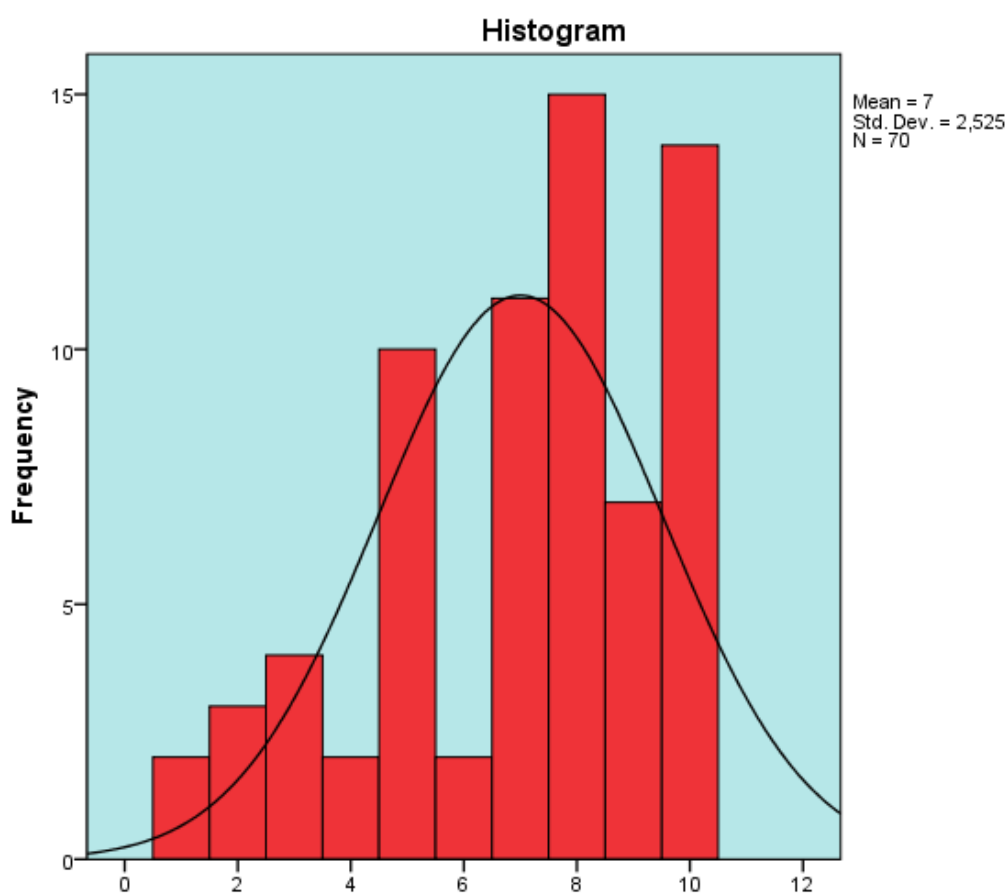


Az előállított termékek iránti kereslet hosszú távú biztosítottságának perspektívája

A termelők azt is értékelhették, hogy megítélésük szerint milyen az előállított termékek iránti kereslet hosszú távú biztosítottságának perspektívája. A válaszokat egy tízfokozatú intervallum skálán fejezhették ki, ahol az 1-es érték szerint a termékeik iránti hosszú távú kereslet egyáltalán nem biztosított, a 10-es pedig a teljes mértékben biztosított szélsőértéket képezte. A termelők ezúttal is kihasználták a teljes válaszspektrumot, azonban a válaszok eloszlásszerkezetének hisztogramja a skálatengely értelmezési iránya szerint jobbra „dől”,

vagyis a többség inkább látja biztosítottnak a termékek iránti hosszú távú keresletet, mint kételkedne ebben. Az értékeloszlás dobozdiagramja kvartilis szegmensek szerint nem tárt fel eloszlástorzulást számottevően befolyásoló, úgynevezett outlier értéket, az oldal és a vertikális irányú torzulás értékei határértéken belüliek, illetve ezek standard hibáinak hányadosai is tűrési határértéken belül maradnak. A válaszok pontérték eloszlása normálisnak tekinthető, a centrális középértékek megbízhatóságára vonatkozó módszertani elvárás feltételei teljesülnek. A pontérték átlag 7-es, az átlag körüli átlagos szóródás 2,525 pontérték, a medián és a módusz egyaránt 8-as. Ez alapján kijelenthető, a válaszadó termelők jellemzően nyugodtan tekintenek a jövőbe, biztosítottnak látják a termékeik iránti jövőbeni keresletet.

3. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Mennyire látja hosszú távon is biztosítottnak a termékei iránt támasztott keresletet? Jelölje az 1-10-ig tartó skálán!” kérdésre adott válaszok megoszlása



Gazdasági adottságokhoz, lehetőségekhez mért kapacitáskihasználtság

Felkértük a termelőket arra is, hogy a kérdezés időpontját alapul véve egy százalékos skálán – vagyis százalékos becsléssel – adják meg, milyen a gazdaságuk kapacitásainak kihasználtsága a rendelkezésre álló adottságokhoz és lehetőségekhez képest. A kérdésre egy termelőt kivéve mindenki válaszolt, a megadott értékeket százalékban kifejezve tárgyaljuk.

Az értékskála minimumpontja 15, maximumpontja a 100-as tengelyvégpont²². 50 pontérték, vagyis 50 %, vagy az alatti üzemelési szint 26 termelő esetében került jelölésre, ami az érvényes válaszok 37,1 %-át, vagyis több mint harmadát jelenti. 70 pontérték, tehát 70 %, vagy azt meghaladó üzemelési szint az összes érvényes válasz 52 %-a esetében kristályosodott ki. 9 válaszadó, vagyis minden nyolcadik termelő 100 %-os kapacitáskihasználtságot jelzett. A becslések átlaga az összes érvényes válasz figyelembevételével 62,83 értékpont ≈ 63 %²³. Összességében tehát a válaszadók többsége a kérdés időpontjában átlag feletti üzemelési szintet valószínűsített, de valamennyi megkérdezettből csak minden nyolcadik vélte, hogy vállalkozása, gazdasága elérte teljesítményének végső határait. Mivel az adatfelvételre július-augusztus hónapokban került sor, ez egyes mezőgazdasági termények betakarítása és hasznosíthatósága szempontjából értelmezhető jelenség.

Jövőbeni kapacitásbővítési opció

A termelt termékek utolsó kérdése egy lehetséges jövőbeni kapacitásbővítési opcióra vonatkozott, erre a kérdésre dichotom szerkezetben igen/nem válasz volt adható, de emellett felkínáltuk a válaszkitérés lehetőségét is. Az összes válaszadó kétötöde, 40,8 %-a, vagyis 29 megkérdezett jelezte, hogy szándékában áll a kapacitásbővítés, 35 termelő, az összes megkérdezett fele nemleges választ adott, 7 termelő, vagyis minden tízedik nem tudott, vagy nem kívánt a kérdésre válaszolni. A válaszkitérők nélküli arányszerkezet 45,3 %-os igenlő és 54,7 %-os elutasító magatartást jelenít meg, vagyis a kérdésben véleményt nyilvánítók abszolút többsége belátható időn belül inkább nem tervezi jelenlegi termelési kapacitásainak bővítését. Mezőgazdasági és nem mezőgazdasági termékprofil metszetében nincs szignifikáns különbség, a válaszadók többsége egyik csoportban sem tervezi kapacitásainak bővítését.

8.3 Terméértékesítés, piacra jutás

A terméértékesítés lehetséges módok

Több válaszalternatíva együttes lehetőségét felkínálva megkérdeztük a termelőket, mely értékesítési felületeken és módokkal juttatják piacra és árusítják a termékeiket. A kérdésre minden termelő adott legalább egy választ, de értelemszerűen jellemzőbb volt a többválaszos szerkezet. Egy válasz lehetőségével a termelők negyede (18 fő) élt, két válaszlehetőséget a

²² Alakzati értelemben az értékbecslés eloszlás a magasabb értékek felé tolódik, de ennek mértéke nem szélsőséges. A szélsőértékek közötti terjedelem 85 értékpont, vagyis 85 %. A kvartilisek közötti értékterjedelem 40 értékpont, 40 %. A megadott értékek oldalirányú torzulása egészen minimális, jól követi a standard normális eloszlásgörbét, a vertikális torzulás érték egységnyi, a normalitás tűréshatárán áll, a normális szerkezethez képest kissé lapultabb eloszlásgörbét valószínűsít. A dobozdiagram nem tárt fel a mediánhoz képest 1,5 interkvartilis távolságnál nagyobb szélsőértéket. A torzulásértékek és a standard hiba hányadosai $\pm 1,96$ pontértéken belüliek, ezek alapján az eloszlást normálisnak tekintjük, vagyis a centrális értékek matematikai megbízhatóságát nem vonhatjuk kétségbe.

²³ Az átlag körüli átlagos szóródás 25,361 értékpont, ami 100-as skálán jelentősnek számít, de ezt akár a viszonylag alacsonyabb vizsgálati elemszámmal is indokolhatjuk. A medián és a módusz egyaránt a 70-es érték, tehát 70 %. Amennyiben kizárólag a 95 %-os megbízhatósági (konfidencia) intervallumon belüli megfigyelési értékeket vizsgáljuk a trimmelt átlag szerint is levonhatunk következtetést az átlagra vonatkozóan. A trimmelt átlag 63,22 ≈ 63 értékpont, nem tér el a zavarmentesített átlagtól, ami várható, mivel az eloszlás normális.

megkérdezettek 29,6 %-a jelölt (21 fő), három választ az összes termelő közel harmada (23 fő), négyet egytizede (7 fő) nevezett meg, öt választ ketten jelöltek. Az említésgyakoriságok száma összesen 167, ebből 47 említés vonatkozott a háznál, vagy üzemelési telephelyen történő értékesítésre, ez az összes említésgyakoriság mintegy 28 %-a, és az összes termelő közel kétharmada jelölte ezt a válaszopciót reális alternatívaként. Vagyis a válaszokból a háznál, a saját gazdaságban történő értékesítés jelentősége rajzolódott ki. A második leggyakrabban említett kategória a felsorolt hét kategórián túli egyéb értékesítési típusok összessége. Ugyanarra vonatkozóan az egyéb kategórián belül ötnél több említésgyakoriság nem fordult elő, ez utóbbi a nagykereskedőkre, felvásárlókra vonatkozott. Az egyéb kategórián belül többször említették, hogy fesztiválokra, rendezvényekre, vásárokra szállítanak a termékeikből, illetve az is gyakoribb, hogy szállodák éttermei, vagy önálló étkezőhelyek rendelnek tőlük.

1. sz. táblázat A kérdőívben szereplő „Mely értékesítési felületeken és módokkal juttatja piacra, árusítja termékeit?” kérdésre adott válaszok megoszlása

SYSTEM MISSING = 0 fő Érvényesen válaszolók száma = 71 fő (100,0 %)	Említések száma (N=167)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes megkérdezettre (N=71 fő)
Háznál, vagy telephelyen történő értékesítés	47	28,10%	66,20%
Egyéb	33	19,80%	46,50%
Termelői piac	32	19,20%	45,10%
Kiszállítás	22	13,20%	31,00%
Egyéb, nem termelői piac	15	9,00%	21,10%
Online értékesítés	9	5,40%	12,70%
Helyi termék boltok, polcok	8	4,80%	11,30%
Bevásárlóközösségek	1	0,60%	1,40%
Összesen	167	100,0%	Kategóriagyakoriság/N*100

Egy-két említésgyakorisággal fejeződött ki az üzletláncokhoz történő értékesítés, mint a CBA, a Spar, és a Z+D, a kiskereskedői réteg, valamint a zöldségüzletek. Emellett konkrétan említésre került a jelen tanulmány jó példái között is vizsgált Szatyorbolt, mint felvásárló. E körben előfordult a strandbüfé, valamint az önkormányzati hivatal, és az iskolai gyermekétkeztetés említése is. Mások szerződéses partnerek útján értékesítenek, például a kamutbúzáat előállító termelő öt éve Németországba exportál, vagy éppen személyes kapcsolatok révén történik az eladás. Az egyéb kategória említésgyakorisága az összes említés ötödére tehető, összességében majdnem minden második termelő választotta ezt a válaszlehetőséget is. Az említésgyakoriságok harmadik helyén a termelői piac válaszkategóriát találjuk, ezt 32 termelő jelölte, ami az összes megkérdezett termelőre vetítve 45 %-os arányt jelent. A kiszállítás válaszopciót 22 termelő választotta, ez az említések arányában minden hetedik választ jelenti, a megkérdezettekre vetítve egyharmad közeli értéket valószínűsít. Az egyéb, nem termelői piac 15 termelő esetében jelent meg válaszként, ami az említések 9 %-a, a megkérdezettekre vetítve 21 %. Az online értékesítés alacsonyabb

gyakoriságú 9 termelő esetében mutatkozott alkalmazott gyakorlatként, ami az összes említés mindössze 5,4 %-a, a megkérdezettek körében egynolcados arány. Az említések utolsó előtti rangsorhelyén a helyi termék boltok, polcok szerepelnek, ezt 8 termelő választotta, ami az említések arányában kevesebb, mint 5 %, a megkérdezettek körében egytized gyakoriságot körvonalaz. A legkevésbé választott felkínált kategória bevásárló közösségek, ezt mindössze egyetlen termelő jelölte, aki egyébként szintén egyedülként a mintában nyers és füstölt tokhalat, illetve tokhaltermékeket állít elő, értékesít.

A termékértékesítés területi, települési jellemzői

A mintába választott termelők elmondhatták, mely településen, vagy településeken értékesítik terméküket, vagy termékeiket, bármely értékesítési forma és típus szerint. A kérdésre két termelő kivételével mindenki válaszolt, 39 válaszadó pedig egynél több települést nevezett meg.

Az említésgyakoriságok száma mindösszesen 175, ami több mint 60 különböző településre vonatkozó értékesítési spektrumot jelent. Ezek egy része életszerű módon túlmutat a vizsgálatba vont Somogy és Zala megye településhálózatán, sőt, egyes esetekben az országhatárokon is. Annak ellenére, hogy a kérdés kifejezetten településnév megadására vonatkozott, ez nem minden esetben sikerült, néhány termelő inkább térséget körvonalaz a válaszában, vagy online értékesítési formán belül ismeretlen területhatárok szerint az egész országot, vagy ennél is szélesebb földrajzi lefedettséget jelölt.

Az azonosítható települések említésgyakoriságát Csáford településrészrel egyben Zalaszentgrót vezeti, ez a zalai kisváros 14 említést kapott. Ez egyébként annak is köszönhető, hogy a Zalaszentgrót és környéki helyi termék előállítóknak meglehetősen jól szervezett, frissített internetes adatbázisa van, így a kérdőíves felmérés során jóval egyszerűbb volt e kört elérni. Az említésgyakoriságok rangsorában Budapest és Keszthely következik, mindkét esetben 13 említéssel. A főváros egyben az első olyan település, ami vizsgálati térségen kívüli. Tíz említést számláltunk össze Somogy megye székhelye, Kaposvár vonatkozásában, ezt Siófok követi 7 említéssel, majd Balatonboglár, Balatonfenyves, Marcali, Fonyód és Zalakaros következik a sorban 6-6 említés mellett. Ezek a települések kivétel nélkül Somogy és Zala megyeiek. Somogy megyében Balatonmárfiafürdő 5, Zala megye székhelye, Zalaegerszeg, illetve Zalaegerszeg mellett Hévíz üdülőváros is 4-4 említést kapott. Négy említéssel szerepel sorban a Veszprém megyei Káptalanfőti község is, nyilvánvalóan a közismert és nagy látogatottságú Káptalanfőti Liliomkert termelői piac miatt. Három említést kapott Zala megye másik megyei jogú települése, Nagykanizsa, és további négy Zala megyei település, Garabonc, Kiszgömbö, Nagyrada és Zalasabar, illetve három jelölést kapott még a Somogy megyei Nagyatád város. Kilenc további Magyarországi település kapott 2-2 jelölést, ezek között szerepel Vas megye székhelye, Szombathely és a szintén térségen kívüli Sümeg város, amely Veszprém megye része. Vizsgálati térségen belül két említéssel Somogy megyében Balatonföldvár és Kéthely, Zala megyében Balatonmagyaród, Kehidakustány, Kisvásárhely, Zalakomár és Zalaszentlászló jelenik meg. Két említést kapott Németország is, de településmegnevezés nélkül. További 30 érvényes válasz csak egyszer fordult elő, de ezek

között is akad olyan, ami nem település, hanem egy térség, ilyen Vas megye területén az Őrség vidéke, illetve Horvátország, ez utóbbi esetében más válaszokból kiolvashattuk, hogy a termelő Csáktornyára és Kaproncára is szállít döntően ivóleveket és szörpöket, vagy lekvárokat és dzsemeket. Vizsgálati térségen kívüli település Baranya megye székhelye, Pécs, Pest megyében Szentendre és Vác, illetve Fejér megyében a Velencei-tó névadó települése, Velence városa. Somogy megye települései esetében egy említést kapott Balatonszentgyörgy, Balatonszemes, Bárdudvarnok, Beleg, Berzence, Böhönye, Gige, Kaposmérő, Látrány, Lengyeltóti, Nagycsepely, Ötvöskónyi, Porrog, Ságvár, Segesd, Simonfa, Somogyszob, Szántód, Szólád és Visz, összesen 20 település, ezen belül csak Lengyeltóti város. Egy-egy említés mellett kimutatott zalai település csak négy akadt, Nagygörbő, Túrje, Szalapa és Zalabér, valamennyi község.

A termékmennyiség növekedésének potenciáljai a kereslet növekedése esetén

A termelők részletes választ adhattak arra a kérdésre, hogy van-e olyan termékük, amelyet a jelenleginél nagyobb piaci érdeklődés esetén a jelenleginél nagyobb mennyiségben tudnának előállítani. A kérdésre a megkérdezett összes termelő fele, 36 fő válaszolt igennel, a többiek erről negatívan vélekedtek. A mezőgazdasági és a nem mezőgazdasági termelést folytató termelők válaszai nem különböznek egymástól szignifikánsan, fele-fele arányban válaszoltak igennel és nemmel. Az igen válaszok a legtöbb esetben valamennyi előállított termékre érvényesek, nyilván az életszerű felső termelői keretek figyelembevételével. Hiszen a megkérdezett egyéni termelők nem ipari mennyiségben állítják elő portékájukat, tehát a termelésfokozás semmiképp nem jelenthet ipari mennyiségű előállítást, csak a jelenlegi termelés mennyiségének arányos fokozását.

De más specifikálás is megfogalmazható a válaszok ismertetése előtt, mint a kiserelési mennyiség növelése, ami részben a tartalékokból eredhet például a mézek, vagy a fagyasztott termékek esetében. Több esetben az is probléma, hogy az előállított termék szedése engedélyköteles, ilyen például a medvehagyma és az erdei bogyós gyümölcsök, de engedéllyel ezekből is több gyűjthető. Más esetben a munkaerő, vagy a feldolgozás kapacitás jelent problémát, de voltak olyan válaszadók is, akik termékmennyisége erősen függ az időjárási viszonyoktól, és csak akkor tudnának nagyobb mennyiséggel megjeleni a piacon, ha azt az égiek is úgy akarják, nemcsak a piaci igények. Mindezek figyelembe vételével értelmezzük a válaszainkat. Az egyik termelő azt jelezte, hogy az előállított paradicsomfajták közül a speciális savmenteseket, például a fekete paradicsom előállítását tudná növelni. Egy másik a vetésforgó szabta határokon belül édesköményt és tönkölybúzát tudna a jelenleginél nagyobb mennyiségben termelni. Megjelennek az élőállatok is, mint a házi csirke, a szarvasmarha, kacska, liba vagy a mangalicasertés. Az élőállatok ellátása és gondozása nemcsak táplálék és víz, hanem erősen helyigényes is, tehát több esetben a nagyobb termelési kapacitás épület és egyéb infrastruktúrafejlesztést is követelne, nem pusztán a telephely kihasználtságának növelését.

A megnevezett termékek arzenálja, termékenként egy-három említés mellett az alábbiakban összegezhető: gyümölcsök, ezen belül alma, málna, körte, barack, bogyós gyümölcsök,

szeder, szilva, csipkebogyó,²⁴ dió, mogoró, homoktövis, illetve ezek szörpjei, ivólevelei, teái, illetve ugyanezek lekvár és dzsem feldolgozási formái. Szőlő és borászati termékek: sauvignon blanc, chardonnay, merlot és cabernet sauvignon fajtákat. Zöldségek és savanyúságok: káposzta, uborka, tök. Tejtermékek, sajtok vonatkozásában: tehéntejből készült termékek, parenyica sajt, joghurt, túró, tejföl, kecsketej termékek, juhtejből készült gomolya sajt. Többen a méhészeti termékeket említették, mint virágpor, propolisz, méhviasz, vagy a különböző mézek. Megjelenik még a fürjtojás, a mézeskalács, és közelebbről meg nem nevezett gyümölcspálinka spektrum.

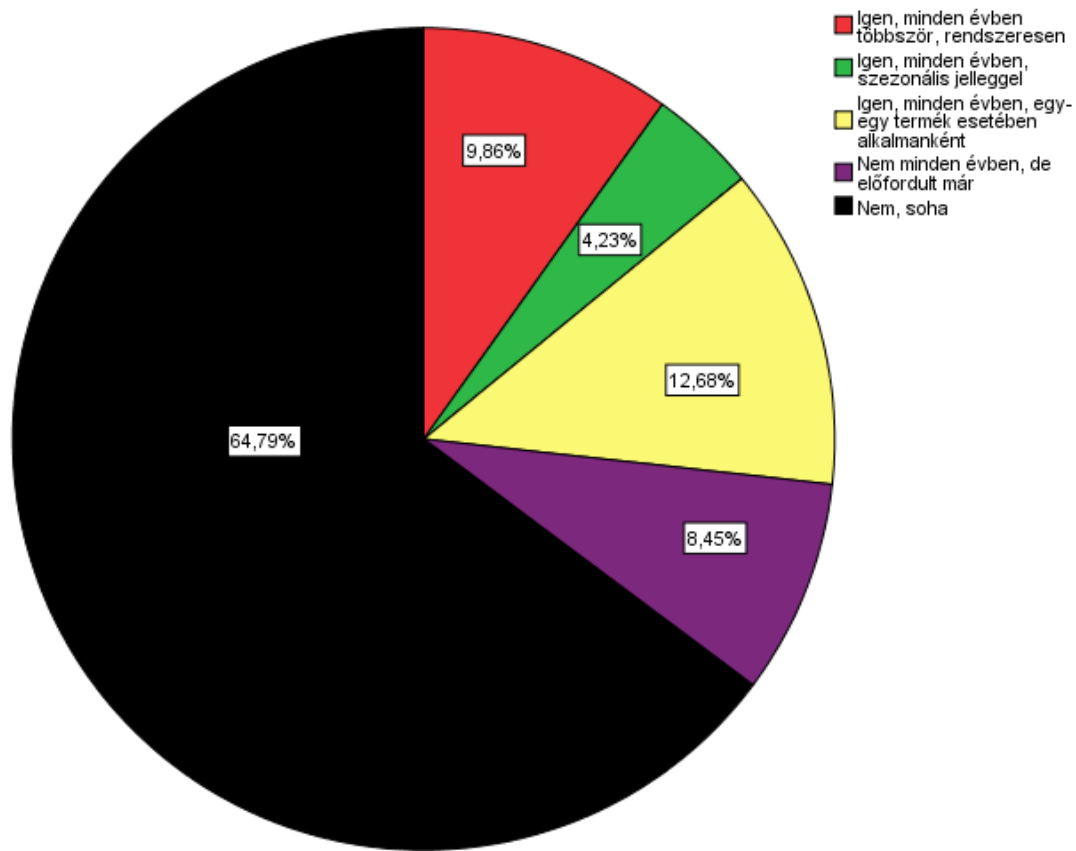
Reklámcélú hirdetések felületei

A termelők válaszolhattak arra a kérdésre, hogy használnak-e online, vagy nyomtatott média, illetve egyéb hirdetési felületeket reklámcélokra. A válaszszerkezet komoly fejlesztési lehetőséget takar ezen a téren, ugyanis a válaszadók mintegy 65 %-a, közel kétharmada nem használ sem online, sem semmilyen reklámfelületet termékei népszerűsítése érdekében. Mindössze heten vannak a mintában azok, akik minden évben, rendszeres időközönként többször reklámozzák magukat, hárman azok, akik minden évben, de csak működésük szezonális időszakában teszik ezt, illetve kilencen, akik ugyan minden évben reklámoznak, de nem rendszeresen, hanem alkalmanként az éppen adott szezon kívánalmainak megfelelő termék esetében. Ezek összesített aránya a mintán belül 26,8 %, minden negyedik termelő.

További hat megkérdezett válaszolta, hogy nem minden évben, de működésük megkezdése óta előfordult már néhány esetben, hogy reklámoztak egy-egy akár új, vagy ismert és keresett terméket, ennek a csoportnak az aránya teljes mintán belül 8,5 %, nem több, mint minden tizenkettedik válaszadó. Azok a termelők, akik többé-kevésbé élnek a reklámozás adta lehetőségekkel megnevezhették azt is, hogy milyen formában teszik ezt. Öten saját facebook profiljuk keretében reklámozzák termékeiket, további négy termelőnek saját internetes weblapja van. Plakátot, nyomtatott szórólapot hárman, hirdetési újságban közzé tett reklámot ketten, egyesületi honlapon való ráklikkelési lehetőséget, illetve „szájhagyomány útján” való reklámot egy-egy termelő említett magyarázatként.

²⁴ A csipkebogyó, vadrózsa számos elnevezéssel bír Magyarországon. Zala megye egyes területein csipkenyének nevezik, máshol csipke, megint máshol hecsedli, vagy hecserli néven ismerik, de sok helyen a bicske név is elterjedt. A jelen említésben eredetileg a csipkenye megnevezés szerepelt.

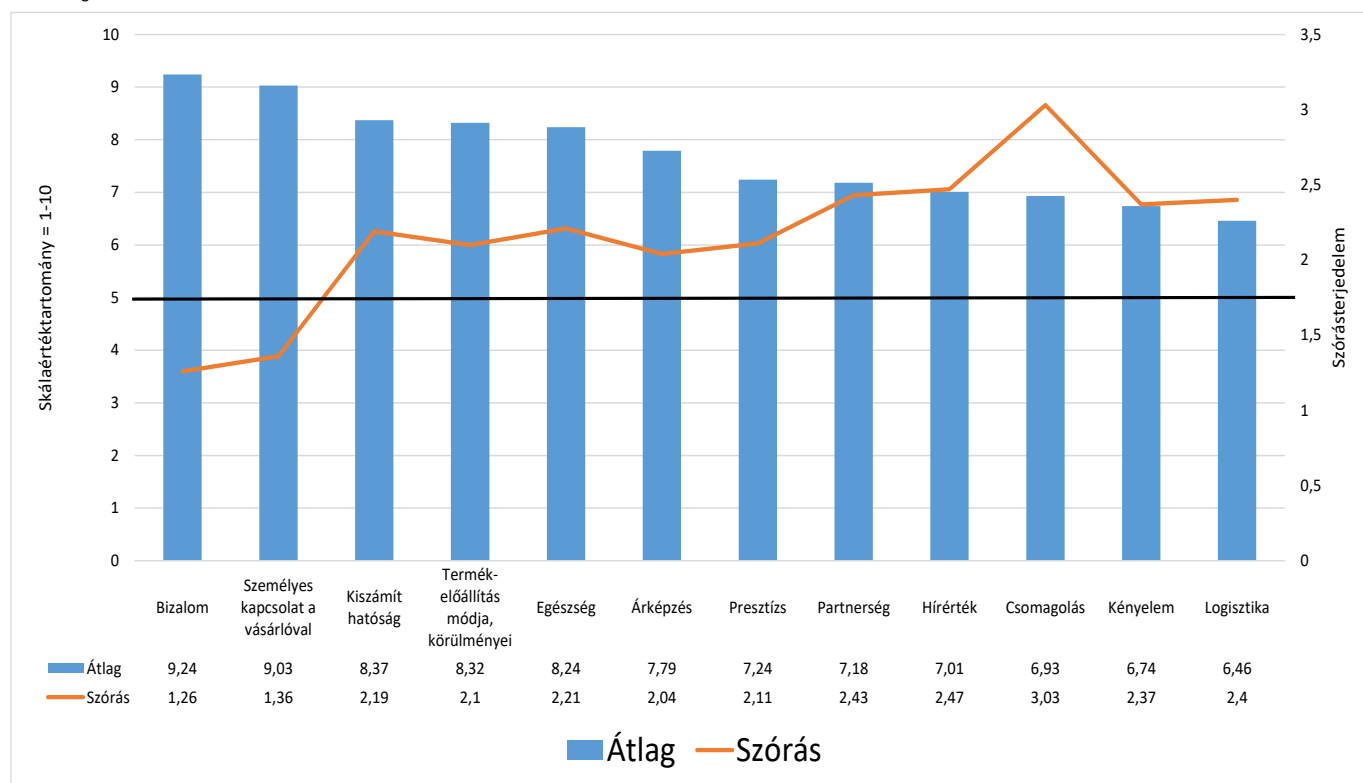
4. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Használ-e valamilyen online vagy nyomtatott média illetve egyéb hirdetési felületet reklámcélokra?” kérdésre adott válaszok megoszlása



Termékértékesítésben szerepet játszó tényezők jellemzői

Felkértük a termelőket, hogy 1-10 közötti skálán értékeljék, mekkora szereppel és fontossággal bírnak különböző tényezők a helyi termékek értékesítése terén. Összesen 12 különböző lehetséges befolyásoló tényezőt gyűjtöttünk össze. A skálák értelmezési iránya minden esetben ugyanaz, az 1-es érték az egyáltalán nem a 10-es teljes mértékben szerepet játszó tényezőket jelentette.

5. sz. ábra A kérdőívben szereplő „A következő tényezők mekkora szerepet játszanak a helyi termékek eredményes értékesítése tekintetében? Értékelje 1-10-ig tartó skálán, ahol a 10-es érték jelentése „Teljes mértékben”, míg az 1-es jelentése „Egyáltalán nem.” kérdésre adott válaszok értékei



Az adatok értelmezéséhez nagyon fontos észrevétel, hogy mind a 12 elemzési dimenzió a skálatartomány 5-ös elméleti középértékénél magasabb átlagot produkált, ennek megfelelően a válaszok eloszlásszerkezete minden esetben a skálairány jobboldali, magasabb értékeket kifejező tartománya felé súlyozódik, ezzel együtt a véleményalkotók több esetben nem használták ki a teljes skálatartományt. A bizalom, vagy a vásárlóval való személyes kapcsolat esetében a teljes válaszspektrum az 5-10 közötti skálapontokra súlyozódik, ami értelemszerűen befolyással van a szórástartomány alakulására is.

Az értékelések rangsorát a bizalom vezeti, amelynek átlaga 1-10 skálán kérdezve 9,24, az átlag körüli átlagos szóródás 1,26 pontérték. Az adatok értelmezése szempontjából nagyon fontos azt megérteni, hogy miért olyan fontos a bizalom. Amennyiben a bizalmat a megbízhatóság szinonimájaként kezeljük, a bizalom azért fontos, mert jelen van a termelői kapcsolatokban, hitelességet biztosít, egyben minőségvédjegyként is funkcionál, tehát ha valakiben megrendül a bizalom, az hitelességvesztést jelent. Ez pedig a bizalmi tőkén alapuló, termelői termékek esetében jellemzően csak elvontan létező minőségvédjegy devalválódásához vezet. Úgy gondoljuk tehát, hogy a bizalom egyfelől elvárás, de jó értelemben kényszer is, ami pályán tartja a termelőket, és garancia a minőségre. A vásárlóval való személyes kapcsolat szerepe és fontossága szintén 9-es érték feletti átlagon zárt, a szóródás értéke itt is alig haladja meg az egységnyit. A vásárlóval való direkt, közvetlen kapcsolat a rövid ellátási lánc működésének alapfeltétele, ha ez nem lenne fontos, ugyancsak

nem lenne értelme helyi termeléssel foglalkozni, a válaszadó tudatosság ezen a téren is megnyugtató és nagyon stabil. Tehát a vizsgálatba vont termelők elsősorban a közvetlen, személyes értékesítésen alapuló rövid élelmiszerláncokat preferálják.

Sorrendben a harmadik legfontosabb tényező a kiszámíthatóság, amit értelmezhetünk a rendszeresség szinonimájának. Az átlagérték 8,37, a szórás 2,11. Ha a termelő kiszámíthatóan termel, árusít, rendszeresen jelen van, a termelői vállalkozás ott lesz a helyi termelői térképen, tehát a vásárlók keresni fogják, és ha a termék jó, az bizalmat teremt, ami lényegében védjegyet alkot és minőséget biztosít. A negyedik legfontosabb tényező a termék előállítás módja és körülményei, az átlag ebben az esetben 8,32 pontérték, 2,1 pontérték szóródás mellett. Ez szintén érthető és logikus egészet alkot az előbbiekkal. Ugyanis ha a termék előállítása nem hagy kétséget afelől, hogy kézműves manufaktúrában készült, helyi alapanyagokból előállított helyi termék, az bizalmat teremt, ami vásárlókat vonz, és az értékesítés rendszerességét alapozza meg, ami így a termelő számára a gazdaság méretéhez igazított biztos megélhetési alapokat teremt.

Nagyon fontos az egészség, amit a termelői termékek egészségességének szinonimájaként fordíthatunk le, az átlag 8,24, a szóródás 2,21 pontérték. Nagyon lényeges az árképzés is, hiszen 7,79-es az átlag, és még mindig csak 2-es értéken áll a szóródás, de még fontosabb ennél, hogy a bizalom, a vásárlóval való személyes kapcsolat, a kiszámíthatóság, a termék előállítás módja és körülményei, valamint az egészség is fontosabb a termelőknek, mint az árképzés. A termelők társadalmi szolgáltatást nyújtanak, aminek tevékenységük haszna nyomán magas minőségi értéke van, ennek pedig ára, de az, hogy nem az ár a legfontosabb, hanem a társadalmi szolgálat összessége, az külön értéke a helyi termelők mintacsoportjának, bizalom és védjegy alapozó tényezők. A fontosság rangsort a presztízs dimenziójával folytathatjuk, ennek átlaga 7,24 pontérték, a szórás 2,11. Presztízst a magas minőség előállítása teremthet, az életszerűen rendszeres termelési kiszámíthatóság, a helyi kapcsolatok, ismertség és átláthatóság, ami a termelési módokat illeti, logikus egész. Sorrendben következő a partnerség, az átlag 7,118, a szórás 2,43.

A partneri együttműködés fontossága a helyi termék értékesítésében kiemelt, csak abban az esetben nem lenne ez releváns, ha önellátó kisgazdaságokról beszélnénk, de a rövid ellátási láncban szerepet játszó tényezők esetében ez értelemszerű relevancia. A hírérték fontosságát 7-es értéken pozicionálódik, a szórás 2,5 pontérték közelében. Az előbbieken már láttuk, hogy a reklám a legtöbb termelő esetében kevésbé mutat gyakorlatias jegyeket, jellemzően inkább nincs, mint van, ennek ellenére fontosnak ítélik a termékek hírértékét, csak éppen ennek gyakorlati megvalósítása késedelmes, vagy marad el. A kérdés fontosságának felismerése adott, erre mindenképpen érdemes kiemelt figyelmet fordítani a rövid élelmiszerláncok szervezése, kialakítása során.

A csomagolás az első olyan tényező, aminek átlaga 7-es érték alatti, 6,93, a szórás is magasabb, meghaladja a 3-as pontértéket, ami a legnagyobb a kérdések között. A csomagolás fontos, de nem minden termék kerül csomagolásra, ahol ez nem következik be, ott a megadott érték is alacsony lesz, ahol viszont ennek kiemelt fontossága van, ott a maximum felé közelít.

Az előbbiek értelmezési dimenziójában értelemszerűen ebben a spektrumban az értékelésátlaghoz képest jelen vannak outlier megfigyelések, de ezeket az előbbiek fényében érdemes értékelni. A kényelem az átlagok alapján az utolsó előtti fontosságfaktora az üzemenlési követelményeknek. Az átlag 6,74, a szórás 2,37. A kényelem többretegű jelentést hordoz, kényelmet jelent a vásárlónak, hogy helyben helyi terméket vásárolhat, de kényelmet jelent a termelőnek is, mert egyáltalán nem, vagy csak kis távolságra kell szállítani a terméket az értékesítés érdekében. De a kényelem nem elsődleges, bár fontos szempont, a rangsor élén álló társadalmi szolgálat minőségű multiplikátorok viszont kiemelten fontosak. A rangsort a logisztika zárja, ebben az esetben az átlag 6,46 pontérték, a szóródás 2,4-es. A logisztika egyfajta szervezettségösszhang, harmonikus, gördülékeny működés, nincs kizárva, hogy nem mentes a gazdaságipari sztereotípiáktól a termelők körében, és emiatt hangzott kissé talán idegenebb csengéssel ez a szó. Nem alacsony az átlag persze ebben az esetben sem, a helyi termelők megoldják, kilogisztikázzák az értékesítés problémáját, amennyiben van mit értékesíteni, ez ugyanis a működésük alapfeltétele. A logisztika, mint operátor fogalom a rövid ellátási lánc egyre nagyobb társadalmi szélesedése nyomán valószínűleg fontosságértékelésében is jelentősödni fog.

A vendéglátásban megjelenő termékértékesítés

Az adatfelvételt megelőzően feltételeztük, nem minden termelő értékesíti a termékeit a vendéglátásban, akár éttermek, szállodák éttermei, vagy egyéb vendéglátóhelyek számára, emiatt eleve úgy terveztük, hogy ezt a termelői réteget külön is megvizsgáljuk. A 71 megkérdezett termelő harmada, összesen 24 fő válaszolta, hogy termékeivel a vendéglátás különböző platformjain megjelenik, így a tényfeltárásban most majd ezt az elemszámot tekintjük 100 %-nak. A termelők kétharmadának a jelen kérdésre adott nemleges válasza miatt a vendéglátóhelyekkel kialakított aktív partneri kapcsolatok, a termelőtől leggyakrabban vásárolt termékek, valamint a partnerkapcsolatok sikerességében közrejátszó tényezők kérdéseire már nem kellett válaszolnia.

Vendéglátóhelyekkel kialakított aktív partneri kapcsolatok száma

Az a 24 termelő, aki azt jelezte, hogy termékeit értékesíti a vendéglátásban, megnevezhette, hogy hány ilyen jellegű vendéglátóegységgel van üzleti-partneri kapcsolatban. Erre hét különböző dimenzióban volt lehetőség, de a hét megadott térség-specifikus vendéglátó szegmens kiegészülhetett az egyéb kategória választásával. Az első ilyen dimenzió a minőségi, csúcsgasztronómiai étterem volt, ilyen vendéglátóegységgel a kérdés időpontjában a 24 termelőből tíz fő állt üzleti partnerkapcsolatban, ez 42 %-os nagyságrendet alkot ebben a csoportban. A válaszadók minimálisan egy, maximálisan 50 db különböző kapcsolat létezését említették, ez átlagban $6,6 \approx 7$ db kapcsolatszámot körvonalaz. A szóródás értéke a nagyon eltérő kapcsolatszámok miatt, amit nyilván a beszállított termék is befolyásol, magas, 15,277.

A második mérési dimenzió a hagyományos étterem, vendéglő, csárda volt, ezzel a vendéglátótípussal a 24 beszállító termelőből 20 fő volt kapcsolatban, ami 83 %-os üzleti-

partneri kapcsolataránynak felel meg. A kapcsolatok száma 1 és 20 közötti, összesen 68 db, ami 3,4-es átlagnak felel meg, tehát átlagban 3-4 ilyen kapcsolat lehet. Az átlagos szóródás értéke 4,33 üzleti kapcsolatszám. Büfével, bisztróval kevesen, a 24-ből csak öten voltak kapcsolatban, ez 21 %-os kapcsolati aránynak adódik. A kapcsolatok száma 1 és 10 között szóródik, összesen 17 db, ami átlag, ahogy az előbbi esetben szintén 3-4 ilyen kapcsolatra utal. Magánszálláshely, panzió dimenzióban csak 4 termelői beszállítót találtunk, ez a vendéglátóegységekhez beszállító termelők alig több, mint hatoda. A kapcsolatok száma most is 1 és 10 között alakul, összesen 17 db különböző kapcsolatról van szó. Az átlag 4,25, az átlag körüli átlagos szórás 4,27, akik kapcsolatban vannak magánszálláshelyként is funkcionáló, étkeztetést is biztosító panzióval átlag 4 ilyen kapcsolatuk lehet. Szálloda, hotel wellness központ, mint üzleti partner 21 %-os kapcsolati arányban öt termelő esetében van jelen. A kapcsolatok száma alacsony, 1 és 5 között változik, összesen 13 db, az átlag 2,6, a szórás 4,93, közel a duplája az átlagnak. Összességében azt mondhatjuk, hogy akik szállodával és hotellel is üzletelnek, átlagosan 2-3 partnerrel tartanak kapcsolatot. A hetedik direkt módon mért dimenzió a rövid élelmiszerláncok egy általunk is vizsgált formája, a bevásárlóközösség. E lehetőséget mindössze két termelő említette a 24-ből, ami 8 %-os partnerkapcsolati arányt fejez ki. Az egyik termelő 3, a másik 5 ilyen partneri kapcsolatot említett, ez összesen 8 db, az átlag tehát 4. Az egyéb kategória választásával három termelő élt, de mindhárom válasz másra vonatkozott. Az egyik termelő 10 különböző vinotékával tart fenn üzleti kapcsolatot, a másik 3 különböző cukrászdába szállít, míg a harmadik egy fővárosi gourmet, úgynevezett *all in delicacies*, más néven ínycsiklandó étteremmel és üzlettel tart fenn egyetlen kapcsolatot.

A termelőtől leggyakrabban vásárolt termékek

A vendéglátóegységekhez beszállító termelők elmondhatták, melyek azok a termékek, amelyeket a leggyakrabban vásárol az előbbieken körvonalazott vevőkör. A kérdésre mind a 24 termelő adott legalább egy választ. Részletesebben vázolva a válaszszerkezeteket 18 termelő adott csak egy, további négy termelő kettő, egy termelő három és szintén egy termelő négy különböző választ. Az érvényes válaszgyakoriságok száma mindösszesen 33. A leggyakrabban említett, a kérdőívben megnevezett kategória a bor, összesen öt alkalommal említették. Szintén öt említéstalálattal kapott a szabadon választható egyéb kategória, de ez esetben mind az öt válasz más és másra vonatkozik. Az egyik válaszadó a különböző száraztésztákat emelte ki, ezen belül alapvetően a levestésztá-betétekre gondolt, cézmetésztára, eperlevél és csuszatésztára. Ezen kívül említették a pálinkát, a gyümölcsleveket, a fürjtojást és a diót. A válaszként felkínált kategóriák említésgyakoriságait áttekintve, 4 említéssel sorban következnek a gyümölcsök, ezt 3 említéssel követik a sajtok, majd a 2 említéses kategóriák következnek, úgymint zöldségfélék, sajtokon kívüli egyéb tejtermékek, füstöltárak, lekvárok, chutney-félék és savanyúságok. Egy-egy említést kaptak a húsarak, mézek, szörpök, halak, a tyúktartás, illetve a különböző gabonafélék és őrlemények. Tulajdonképpen egy igazán jelentős kategóriát szűrtünk ki a válaszokból, ezek pedig a borok, legalább minden ötödik vendéglátóegységbe beszállító termelő forgalmaz helyi borokat. Néhány, a kérdőívben felkínált kategória, mint a gomba, olajok, pékáruk, ecetek, illetve a fűszernövények most nem kaptak említéstalálattal. Ez nem azt jelenti, hogy ilyen beszállító nincs, csak azt, hogy nem került a mintába.

Partnerkapcsolatok sikerességében közrejátszó tényezők értékelése

A vendéglátóegységekhez beszállító termelők számára külön biztosítottuk, hogy értékelhessék üzleti-partnerkapcsolataik alakulásában és minőségében közrejátszó tényezőket. Ezek egy része azonos a termékértékesítésben szerepet játszó tényezők esetében felkínált értékelési kategóriákkal, de többségében mégis más értékelési dimenziókról van szó. A kérdéscsoportra a 24 beszállító termelőből 23 válaszolt. Az értékelő skálák 1 és 10 közötti terjedelemben rögzítették a válaszokat, ahol az 1-es érték az egyáltalán nem fontos, a 10-es a nagyon fontos értékelési pontot jelentette. A válaszok rangsorát az átlagértékek sorrendje szerint tárgyaljuk. Alapvetően azt látjuk, hogy minden dimenzió fontos, egyik esetben sem tapasztalható 5,00 alatti átlagérték, bár a szóródás tartományok 7,00 alatti átlagok esetében már érintik ezt a szegmenst is.

2. sz. táblázat **Partnerkapcsolatok sikertényezői a termelők válaszai alapján**

	Éttermek, szállodák, egyéb vendéglátóhelyek számára terméket értékesítő válaszadók száma összesen (fő)	Érvényesen válaszolók száma (fő)	Minimum érték	Maximum érték	Átlag	Szórás
Bizalom	24	23	8	10	9,70	,640
Kiszámíthatóság		23	5	10	9,30	1,220
Minőségre törekvés		23	1	10	8,91	2,130
Személyes kapcsolatok		23	5	10	8,83	1,400
Termék-előállítás módja, körülményei		23	1	10	7,83	2,440
Felvásárlási ár		23	5	10	7,70	1,920
Földrajzi távolság		23	1	10	6,96	2,790
Gazdasági átláthatóság		23	1	10	6,43	2,860
Hírérték		23	1	10	6,39	2,950
Szezonalitás		23	1	10	5,61	2,940

A rangsor első helyén ezúttal is a bizalom helyezkedik el, az értékelő skála ebben az esetben 8 és 10 közötti terjedelemben került kihasználásra, az átlag 9,70, ennek megfelelően a szórás igen kicsi, 0,64 pontérték. A 9,30-as pontérték átlag alapján második a kiszámíthatóság, a kihasznált skálatartomány 5 és 10 közötti értékeket tartalmaz, az átlagos szóródás 1,22. A minőségre törekvés foglalja el az átlagok harmadik rangsorhelyét, ebben az esetben 1 és 10 a két szélsőérték, az átlag 8,91 pont, a szórás 2,13. A személyes kapcsolatok állnak a negyedik helyen, ebben az esetben is töredékskála kihasználás zajlott a 23 véleményalkotó részéről. A legkisebb skálaérték 5, a legmagasabb 10-es volt, az átlag 8,83 pontérték, 1,40-es szóródás mellett. Az ötödik helyen a termék-előállítás módja és körülményei helyezkedik el, az átlag 1-

10 skálatartományban 7,83, a szórás 2,44 pontérték. Ezt a felvásárlási ár követi 7,70-es átlagértéken, ebben az esetben is 5 és 10 közötti tartományokat jelöltek a válaszadók, ehhez képest a relatíve alacsonyabb átlag az 5-ös érték felé való közelítést valószínűsíti inkább, mint a 10-eshez való, a szóródás 1,92 pontérték. A földrajzi távolság átlaga 6,96, a szórás 1 és 10 közötti skálatartomány kihasználás vonatkozásában közelít a 3-as értékhez, a partnerkapcsolatok sikerességében tehát a távolság is fontos tényező, de nem feltétlenül meghatározó. A gazdasági átláthatóság pontérték átlaga 6,43, a szórás szintén közel van a 3-as értékszinthez. A skálatartomány kihasználása teljes, 1 és 10 közötti spektrum.

Nem feltétlenül könnyű megítélni, hogy egy vállalkozás, amellyel kapcsolatban állunk mennyire átlátható gazdasági kapcsolattal rendelkezik velünk, talán ezért is a legfontosabb a bizalom, illetve főtényező-faktoronként a kiszámíthatóság, a minőségre törekvés és a személyes kapcsolatok. A hírérték átlaga az utolsó előtti a rangsorban, 6,39, a skálatartomány ebben az esetben 1 és 10 közötti, a szóródás közel 3-as pontérték. Ezek alapján a hírérték is inkább fontos, mint nem fontos a partnerkapcsolatok sikerességében, de már nem feltétlenül döntő tényező. A rangsor utolsó eleme a szezonális, amelynek átlaga 5,61, tehát így biztosan a semleges 5-ös középértékszint feletti, vagyis inkább fontos ez is, mint nem fontos. A jelölési skálatartomány 1 és 10 közötti, az átlag körüli átlagos szóródás hasonlóan az előbbiekhöz 2,9 érték felett van, tehát közel helyezkedik a 3-as pontértékhez.

Vendéglátásban megjelenő értékesítés akadályai

A kérdőív következő kérdésével megfordítottuk a kérdésfeltevés logikáját és megcéloltuk azt a termelői réteget is, amely nem értékesíti a termékeit a vendéglátásban. A jelen kérdés metszetében, amely a vendéglátásban megjelenő értékesítés akadályait igyekszik megragadni, 47 termelő válaszaival dolgozhatunk. Tíz különböző dimenzióban mértük a vendéglátásban való termékértékesítés lehetséges akadályait, illetve felkínáltuk azt a lehetőséget is, hogy a termelők szabadon kombinálhassák indoklásaikat, vagy kiegészíthessék olyan válaszokkal is, amelyekre a kérdőív összeállításakor nem gondoltunk. Minden olyan termelő adott legalább egy válaszindoklást, aki nem végez beszállítást vendéglátóhelyre. 25 termelő egy, 9 termelő kettő, 10 termelő három és 3 termelő négyféle indoklást jelzett, az indoklások száma összesen 87.

3. sz. táblázat *A vendéglátásban történő termékértékesítés akadályai a termelők válaszai alapján*

SYSTEM MISSING = 24 fő (33,8 %) Érvényesen válaszolók száma = 47 fő (66,2 %)	Említések száma (N=87)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes érvényesen válaszolóra (N=47 fő)
Kapacitáshiány	20	23,00%	42,60%
Nincs kapcsolatom ilyen helyekkel	15	17,20%	31,90%
Nem érdekel ez a lehetőség	10	11,50%	21,30%
Más vásárlókör	10	11,50%	21,30%
Kiszámíthatatlan termékmennyiség	8	9,20%	17,00%
Felvásárlási ár	7	8,00%	14,90%
Megfelelő termékek hiánya	5	5,70%	10,60%
Logisztikai, szállítási nehézségek	4	4,60%	8,50%
Szezonális	4	4,60%	8,50%
Egyéb	3	3,40%	6,40%
Gazdaságtalanság	1	1,10%	2,10%
Összesen	87	100,00%	Kategóriagyakoriság/N*100

A leggyakrabban említett indoklás a kapacitáshiány, összesen 20 alkalommal fordult elő a válaszok között, ez az említések arányában 23 %-os nagyságrendet alkot, az érvényesen válaszoló 47 termelőre vetítve 42,6 %-os aránynak felel meg. A második leggyakrabban említett indoklás az, hogy nincs kapcsolata a termelőnek vendéglátóhelyekkel, ezt a választ 15 alkalommal jelölték a mintában, ami az említések arányában 17,2 %, a kérdésre válaszolók csoportjában 31,9 %-os aránynak felel meg. Tíz-tíz válasz metszetében jelentkezett, hogy nem érdekli az adott termelőt az a lehetőség, hogy beszállítson a termékeiből vendéglátóhelyekre, illetve az is, hogy más az előállított termékek vásárlóköre. Az említések arányában minden kilencedik válasz csoportosítható ezek közé, míg a válaszolókra vetítve legalább minden ötödik termelőre igazak ezek az állítások. Az indoklások gyakoriságsorrendjében a kiszámíthatatlan termékmennyiség következik, ezt nyolc esetben jelölték válaszként a termelők. Ez az említések arányában 9,2 %, a válaszolókra vetítve 17 %-os aránynak felel meg, tehát legalább minden hatodik vendéglátóhelyre terméket nem szállító termelőre igaz állítás. A felvásárlási ár, mint indok említése hétszer fordult elő a mintában. Ez a válaszindoklások 8 %-a, és az érvényesen válaszolókra vetítve 14,9 %, ami minden hetedik termelőt jelent. A megfelelő termék hiánya öt esetben fejeződött ki indoklásként, ez az említések arányában már csak 5,7 %, a kérdésre válaszolók körében 10,6 %-os arány. A logisztikai és szállítási nehézségek négy-négy említést kaptak, ezek gyakoriságarányaikban kevesebb, mint 5-5 %-ot jelentenek, és legfeljebb minden tizenkettedik termelőre igazak.

Három kombinált válasz is megjelent indoklásként, amelyet a termelők maguk alkottak. Mindhárom válasz más indoklást tartalmaz, az egyik ilyen az előírásoknak való megfelelés hiánya, a másikban azt fogalmazták meg, hogy túl nagy időráfordítást követelne, például állandóan utánajárni, egyeztetni, kiszállítani stb., és ezért nem éri meg, a harmadik konkrét engedélyezési problémára gondolt (HACCP hiány), az indoklásban elhangzott, hogy túl sok adminisztrációval jár, ha vendéglátóhelyeknek adnak el, kényelmesebb helyben értékesíteni. Végül az utolsóként jelölt felkínált kategória a gazdaságtalanság, amit egyetlen termelő említett. Összességében tehát a válaszindoklások többsége vagy a termelési kapacitás

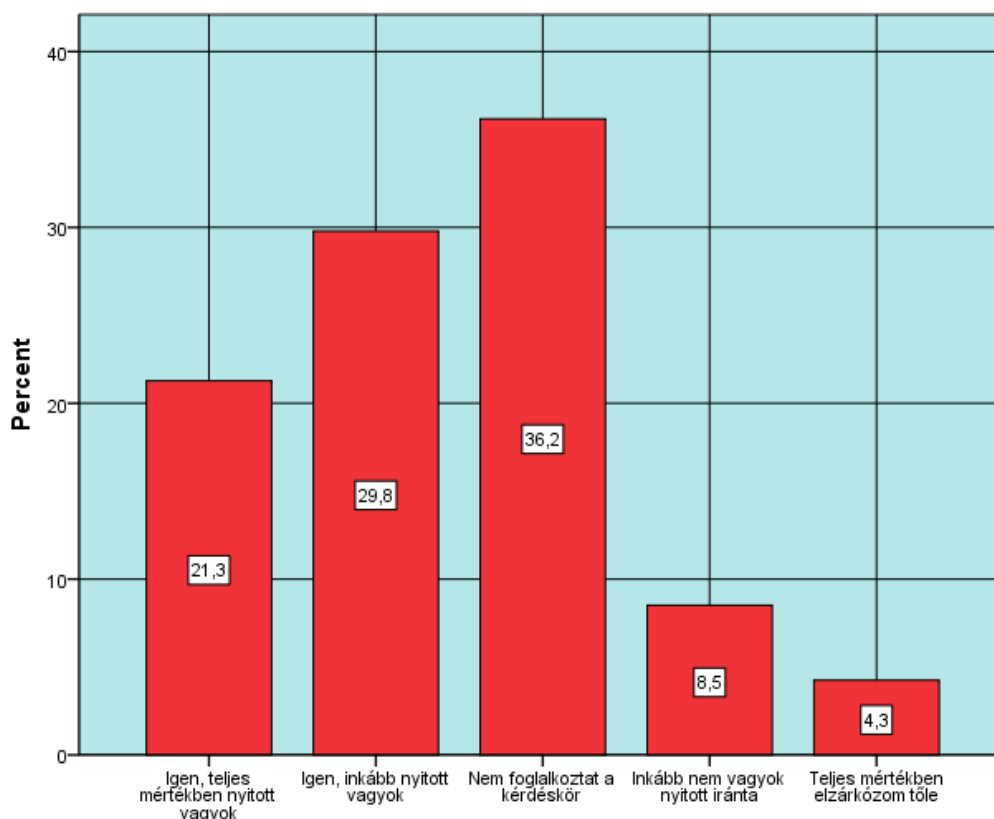
hiányával indokolja a vendéglátást megkerülő gyakorlatát, vagy azzal, hogy más a vevőkör, nincs kapcsolata vendéglátóhelyekkel, nem érdekli ez a lehetőség.

Termékértékesítési opció éttermek, szállodák, vendéglátóhelyek számára

A vendéglátóhelyekre termékbeszállítást nem végző termelők nyilatkozhattak arról is, hogy nyitottak-e arra, esetleg van-e olyan szándékuk, hogy termékeiket éttermek, szállodák, vagy egyéb vendéglátóhelyek számára értékesítsék. Akik már végeznek ilyen tevékenységet értelemszerűen erre a kérdésre nem válaszoltak, így továbbra is 47 érvényes válasszal dolgozunk. Tíz termelő válaszolta, hogy teljes mértékben nyitott arra, hogy vendéglátóhelyekre is szállítson a termékeiből, további 14 hajlik arra, hogy az értékesítést ebbe az irányba is kiterjessze, mindez együtt a kérdésre felelők abszolút többségét, 51,1 %-át jelentik.

A vendéglátóhelyekre termékbeszállítást nem végző termelők relatív többségét, több mint harmadát nem foglalkoztatja ez a kérdés, más a termékspektrum, más a vevőkör, nem jön szóba náluk ez a lehetőség. Az elzárkózó magatartás összességében nem jellemző, négy termelő vélte, hogy inkább nem választaná ezt a lehetőséget akkor sem, ha tehetné, és kettő akadt, aki teljes mértékben elzárkózott ettől.

6. sz. ábra A kérdőívben szereplő „Nyitott-e arra, van-e olyan szándéka, hogy termékeit éttermek, szállodák egyéb vendéglátóhelyek számára értékesítse?” kérdésre adott válaszok megoszlása a válaszkategóriák szerint



8.4 Együttműködés, kapcsolati háló

Termelői együttműködés, hálózat, partnerségi viszony

A termelői együttműködés és kapcsolati háló kérdéscsoportján belül újra minden megkérdezett válaszára számítottunk, elsőként azt tudakoltuk a termelőktől, hogy tagjai-e valamilyen termelői partnerhálózatnak. A mintába került termelők abszolút többsége, 55 %-a (39 fő) válaszolta, hogy nem tagja semmilyen együttműködésnek, 45 % (32 fő) igennel felelt. A kérdést tovább mélyítettük abba az irányba is, hogy az igennel válaszolók megnevezhessék azt az adott szervezetet is, amelynek tagjai, ezzel a lehetőséggel minden igen választ adott termelő élt. Az említések élén öt-öt említés vonatkozásában a Zalai Borút Egyesület és a Nemzeti Agrárkamara pozícionálódik. Négy-négy említés kapott a Zala Termálvölgye Egyesület és a Nyitott Porta Hálózat. Két-két említéssel a Balaton-Ker-Tész Szövetkezet, a Biokontroll Hungária, az OMME²⁵ és a Zselici Méhész Egyesület jelenik meg. Egy-egy említéssel további 13 különböző szervezetet detektáltunk: Zalaszentgróti Hegyközség, MAGÉSZ - Vetőmag Értékesítő Szövetkezet, Homoktövis Mezőgazdasági Szövetkezet, Innovatív Mezőgazdasági Biotechnológiáért Egyesület, MAHAL - Magyar Akvakultúra és Halászati Szakmaközi Szervezet, Mogyoró és őszibarack termelői szakcsoport Nemesviden, Népművészeti Egyesület – Zalaegerszeg, Kézműves Egyesület – Zalaegerszeg, Alkotóházak Országos Egyesülete, TÉSZ - Termelői Értékesítő Szervezetek, BOTÉSZ - Bodzatermelők Értékesítő Szövetkezete, Zalakarosi Termelői Piac, Zselici Mézlovagrend.

Szervezeti, kapcsolati háló minősége

A termelőket megkértük, minősítsék kapcsolataik erősségét különböző, a kérdőívben nevesített, ágazatilag releváns szervezetekkel, vagy a termelői együttműködések szervezésében érintett, kiemelten fontos szakmai képviselőkkel. A kapcsolati erősség jelölésére 1 és 10 közötti skálát kínáltunk fel, ahol az 1-es érték a nagyon gyenge, ritka, a 10-es a nagyon erős, gyakori kapcsolatot jelentette. A nulla érték jelölésével leválaszthatóvá váltak azok a termelők, akiknek az adott szervezettel, vagy személyekkel nem volt semmilyen kapcsolatuk.

Összesen egy tucat különböző szervezet, vagy szakmai képviselő került felsorolásra és értékelésre. Az eredményeket a kapcsolaterősségek átlagangsora alapján tárgyaljuk. A kapcsolaterősségi és fontossági rangsor első helyén a helyi, vagy térségi mezőgazdasági és szociális szövetkezet áll. A kapcsolaterősség átlaga 7,82, az átlag körüli átlagos szóródás 2,89 pontérték. Nagyon fontos azonban az adatok értelmezésénél, hogy hányan jelöltek kapcsolatot az adott szervezettel. Jelen esetben ez átlagosan minden hatodik válaszadóra tehető, a többieknek ugyanis nincs kapcsolata ilyen jellegű kezdeményezéssel. Összességében tehát azt mondhatjuk, hogy azok, akik kapcsolatban vannak a helyi, vagy térségi mezőgazdasági és szociális szövetkezetekkel, a kapcsolat alapvetően szorosnak és jónak mondható. Az átlagangsor második helyén a termelő által ismert legforgalmasabb termelői piac szervezője helyezkedik el, ez a személy értelemszerűen településenként, térségenként más és más lehet.

²⁵ Országos Magyar Méhészeti Egyesület.

Az értékelések átlaga 7,68 pontérték, a szórás 2,74. Fontos értékelési szempont ezúttal is a válaszadói arány, ami jelen esetben mintegy 48 %-a az összes megkérdezettnek.

4. sz. táblázat A vizsgált termelők és a releváns ágazati szereplők kapcsolatának minősége a válaszadó értékelése szerint

	Nincs kapcsolata (fő)	Van kapcsolata (Fő)	Nincs kapcsolata (%)	Van kapcsolata (%)	Kapcsolat értékelési átlag az érvényes válaszok alapján	Kapcsolat értékelés átlagának szórása
Helyi, vagy térségi mezőgazdasági és szociális szövetkezet	60	11	84,51	15,49	7,82	2,89
Az ön által ismert legforgalmasabb termelői piac szervezője	37	34	52,11	47,89	7,68	2,74
Helyi falugazdász	10	61	14,08	85,92	7,54	2,83
A telephelyéhez legközelebb eső termelői piac szervezője	35	36	49,3	50,7	7,17	2,72
Helyi agrárlogisztikai központ	63	8	88,73	11,27	7,00	4,07
Szervezett bevásárló kör	65	6	91,55	8,45	7,00	3,29
Helyi borászatok, borút egyesületek	49	22	69,01	30,99	6,59	3,22
Nemzeti Agrárgazdasági Kamara illetékes megyei igazgatósága	20	51	28,17	71,83	5,76	3,25
Magyar Államkincstár	32	39	45,07	54,93	5,62	3,28
A magas szintű gasztronómiát képviselő éttermi szakma képviselőivel	49	22	69,01	30,99	5,27	3,64
Helyi termék bolt vezetője	64	7	90,14	9,86	4,71	4,11
Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat illetékes megyei referense	58	13	81,69	18,31	4,31	2,93

Az átlagrangsor harmadik helyén a helyi falugazdász pozicionálódik, aki szintén településenként más és más lehet. A falugazdászokkal való kapcsolat erőssége és fontossága meggyőzően magas, 7,54 értékpontos átlagon zárt, a szóródás 2,83. A falugazdászokkal való kapcsolat erőssége, rendszeressége és fontossága nagyon magas válaszadói aktivitás mellett rajzolódott ki, hiszen a termelők mintegy 86 %-nak van kapcsolata helyben tevékenykedő szakemberekkel. Nyilvánvalóan ez a falugazdászok, jellemzően terepi, kapcsolattartáson alapuló feladatkörének köszönhető.

A negyedik helyen az adott termelő működési telephelyéhez legközelebb eső termelői piac szervezője helyezkedik el, ezek a személyek is nyilvánvalóan különbözők. Az értékelési átlag 7,17 pontérték, a szórás 2,72. A termelők egyik felének van kapcsolata a telephelyéhez legközelebbi termelői piac vezetőjével, másik felének nincs, akinek tehát van, alapvetően jó, rendszeres és erős kapcsolatról számolt be. A rangsort követve a helyi agrárlogisztikai központ következik, értékelési átlaga 7,00, a szóródás értéke nagy, 4-es pontértéket meghaladó. Összességében azonban csak alig minden kilencedik termelőnek van kapcsolata ilyen központtal, a többieknek nincs. Kereken 7,00-es pontérték átlagon zárt a szervezett

bevásárló kör is, a szóródás értéke kisebb az előbbinél, 3,29 annak ellenére, hogy a helyi agrárlogisztikai központnál is kevesebben vannak kapcsolatban szervezett bevásárló körökkel, aki viszont igen, annak a véleménye alapvetően kedvező. A helyi borászok, borút egyesületekkel való kapcsolaterősség és fontosság értékelési átlaga 6,59 pontérték, az átlag körüli átlagos szórás 3,22.

A helyi termelők kevesebb, mint harmadának van kapcsolata borászokkal, borút egyesületekkel, amit nyilván az előállított termékspektrum indokol, azonban akiknek mégis van ilyen kapcsolata, azok értékelésátlagának neutrális középhez tendáló volumene nem feltétlenül árulkodik zökkenőmentes, harmonikus viszonyról. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara illetékes megyei igazgatóságával a termelők közel háromnegyedének, 71,8 %-ának van kapcsolata, ehhez képest a kapcsolaterősség, fontosság és rendszeresség pontértékelési átlaga 5,76, a szóródás 3,25. Az előbbi esetben relatíve kevés válaszadó adott mérsékeltebb átlagértékelést, most azonban a többség tette ugyanezt, bár még mindig nem tartunk az elégedetlenségi mezőben, de már annak közelébe helyezkedik az átlag, és a szóródás értékei egyértelműen jeleznek egy határozottan elégedetlenebb tábor is. A Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Hivatal feladatait átvevő Magyar Államkincstárral való kapcsolat erőssége, szorossága és rendszeressége szintén a termelők abszolút többségének, mintegy 55 %-ának véleményei alapján 5,62-es pontérték átlagon végzett, a szórás 3,28. Mint az előző esetben, az értékelésátlag a semleges középhez tart, nem negatív, de már egyértelműen pozitívnak sem tekinthető. Körvonalazható azonban egy elégedettebb és egy elégedetlenebb tábor, és a kettő véleményei az értékelési tengely közepénél találkoznak. A magas szintű gasztronómiát képviselő éttermi szakma képviselőivel való kapcsolatok termékprofil függőek, illetve befolyásolja az is, hogy szállít-e a termelő olyan étterembe, szállodába terméket, amit a jelen kategóriába sorolhatónak nevezünk. A termelők 69 %-ának nincs ilyen kapcsolata, a fennmaradó 31 %-nak igen. A kapcsolaterősség, fontosság és rendszeresség értékelésátlaga 5,27, a szóródás 3,64 pontérték, gyakorlatilag eltalálta a semleges középértéket, aminek az oka a válaszadói szerkezet dichotómiája, amelyben körvonalazhatunk egy relatíve elégedettebb, és egy relatíve elégedetlenebb termelői réteget. Az átlagangsor utolsó előtti értékelési dimenziója a helyi termékbolt vezetője, aki ugyancsak nem egy, hanem különböző személyek összessége. Az átlag ebben az esetben 4,71 pontérték, a szórás 4,11, ez most lényegében azt jelenti, hogy meglehetősen személyfüggő és szubjektív a pontozás mind a véleményalkotó, mind a vélemény alkotás tárgya vonatkozásában, csak hogy ennek a szerkezetnek most csak az egyik felét tesztelhettük le, mégpedig a termelő nézőpontjából. Lényeges, hogy a megkérdezettek 90 %-ának nincs kapcsolata helyi termékbolt vezetővel, valószínűleg azért, mert ilyen termékbolt nincs helyben, ahol viszont mégis van, és a válaszadó értékelést is adott a kapcsolatról annak erőssége, szervessége, rendszeressége és fontossága vonatkozásában - az döntően nem túl magas, inkább rossz, mint jó, vagy diplomatikusabban fogalmazhatnánk úgy is, hogy javítható. A tizenkettedik elemzési dimenzió, amely egyben az átlagangsor utolsó eleme a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat illetékes megyei referensével való kapcsolat. A termelők 18,3 %-a nyilatkozott úgy, hogy van kapcsolata a referenssel, a többieknek nincs, tehát ők már értékelést sem adhattak. A válaszadó termelői réteg értékelésátlaga 4,31, az átlag körüli átlagos szórás 2,93. Akinek tehát van kapcsolata, az rendszerint nem értékelte ezt a kapcsolatot nagyon szervesnek, szorosnak

és erősnek, sem pedig rendszeresnek, bár a szóródás értéke egészen a 7-es átlagig ível, 4,31 pontértéktől lefelé is mutat az 1-es értékig. Meg kell jegyeznünk, hogy ez utóbbi, az elemzés során feltárt értékhez nagyban hozzájárulhat, hogy Somogy megyében a kérdőív lekérdezése idején Somogy megye nem rendelkezett kinevezett megyei referenssel a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat részéről. Ez pedig értelemszerűen nagymértékben torzíthatta negatív irányban az e dimenzió vonatkozásában tett válaszadói értékeléseket.

Helyi termelői együttműködésben való részvételi opció

A termelők nyilatkozhattak arról, hogy részt vennének-e olyan formalizált helyi termelői együttműködésekben, amely a termelői élelmiszerek piacra jutását, értékesítését segítené. A kérdés sokrétegűségére tekintettel felkínáltuk a válasz elöl való kitérés lehetőségét is. A 71 megkérdezett termelőből 45 fő, 63,4 % válaszolt igennel, elutasító választ mindössze 8 termelő fogalmazott meg, a válasz elöl kitérők száma 18 fő, minden negyedik vizsgálati alany. Amennyiben a válaszkitérők gyakoriságától eltekintünk, az igennel válaszolók aránya 85 %, a nemmel válaszolóké 15 %. Az elutasító választ adott nyolc megkérdezett mezőgazdasági termelő. Két termelő méhészeti termékekkel foglalkozik, ketten savanyúságokkal, egy termelő döntően fűszernövényekkel, egy cserepes virágokkal és zöldségpalántákkal, egy gabonatermeléssel, ezen belül kamut és tönkölybúzával, ketten pedig vegyesen savanyúságokkal, gyümölcsökkel, lekvárokkal és szörpökkel. Végeredményben a termelők körében jelentős az igény és a vélemények összhangja akár egy formalizált helyi termelői együttműködés kialakítására, akár az abban való részvételre, feltéve, ha ez a termelői élelmiszerek piacra jutását és értékesítését valóban támogatja, és segíti.

A rövid ellátási lánc fogalmának értelmezése

A termelők számára összeállított kérdőív utolsó kérdése annak tisztázására irányult, hogy vajon maguk a termelők mennyire vannak tisztában a rövid ellátási lánc, mozaikszóval REL, vagy rövid élelmiszerlánc, vagyis RÉL fogalmával. Direkt, igen/nem válaszlehetőségek felkínálásával egyértelműen eldönthető válasz formájában az összes megkérdezett kétharmada, 48 termelő nyilatkozott úgy, hogy ismeri ezt a fogalmat, harmaduk viszont nemmel válaszolt. Azok, akik úgy nyilatkoztak, hogy nem ismerik a REL/RÉL fogalmát jellemzően alapfokú iskolai végzettségűek, még pontosabban fogalmazva az alapfokú iskolai végzettségűek kizárólag nemleges választ adtak a kérdésre, de van még egy csoport, amely esetében felülreprezentált többség mutatkozik a nemmel válaszolók körében, mégpedig a szakközépiskolai érettségivel rendelkezők. A többi iskolai végzettségcsoportban, akár szakmunkás, akár gimnáziumban érettségizett, technikumot végzett, felsőfokú oktatási intézményben szerezte legmagasabb végzettségét masszívan felülreprezentáltak azok, akik állításuk szerint ismerik és értik, hogy mit jelent a REL/RÉL. Ezzel együtt minden iskolai végzettség csoportban előfordulnak olyan válaszadók is, akik nemmel válaszoltak.

De vajon azok, akik igennel feleltek, valóban ismerik, értik-e ezt a fogalmat? Ezt a válaszelölések szöveges kiegészítésében, kérdezőbiztosi segítségnyújtás nélkül fejthették ki. Beszédes információ, hogy minden igennel felelő élt a szöveges magyarázat lehetőségével is,

ezek alapján nem lehet kétség afelől, hogy a fogalom ismeretére igennel válaszolók nemcsak a levegőbe beszéltek, hanem részben vagy egészben ismerik és értik a REL/RÉL jelentését.

Valamennyi válaszértelmezés az alábbi jelentésszegmensen belülre pozicionálható:

Előállítani, az előállítás helyéhez térben legközelebbi, vagy legkézenfekvőbb helyszínen és módokon értékesíteni.

Szó szerint közlünk néhány választ a fenti összegző tartalom alátámasztására:

„A lényege, hogy minél rövidebb úton juttassuk el a fogyasztóhoz a terméket. Én úgy mondanám viccesen, hogy tőgyemelegen szeretem eljuttatni a tejet minden fogyasztóhoz.”

„Én a saját zalai lovas kft-m éttermében a kistermelőként üzemeltetett húszüzemem termékeit az étlapon árulom. Így a vendég megkóstolhatja és meg is veheti. A lovas vendégek részére egy napos lovasprogramot szervezünk különböző borászatokba, ahol lehetőségük nyílik borok megvásárlására. Személyes közvetlen kapcsolat alapján történik mindez.”

„A RÉL egy olyan rendszer, ami keretében a termelőhöz házhoz megy a vevő. De például a szedd magad akció is ilyen.”

„A termelőfalu példa erre. A rendszer lényege, hogy egészséges, vegyszermentes termékeket minél rövidebb úton juttatjuk el a vevőhöz.”

„Helyben megtermelt és 40 km-en belül, vagy Budapesten értékesített élelmiszerekről van szó. Saját példa: én magam megtermelem a gyümölcsöt, megfőzöm a lekvárt és én magam értékesítem. Nincs kereskedelmi szereplő.”

„Például az online értékesítés is ilyen. A helyi termék piac pedig értelemszerűen adott. Az éttermekbe, vagy más helyi felhasználói helyekre magam is beszállítok. A REL egy kereskedelmi közvetítőktől minél inkább mentes, nagyker kihagyásával működő értékesítés.”

Más válaszokban nemcsak fogalomismeret határozott körvonalai, hanem egyes problémadimenziók életszerű háttere is kitapintható:

„A RÉL egyik lehetséges formája a helyi termelői piac. Helyi termelés - helyi felvásárlás, erről szól. Minél rövidebb úton juttassuk el az árut a fogyasztóhoz. Sajnos vidéken ilyen nem nagyon van, ma már egyre kevésbé működik. Nincs felvásárlás, nálunk a bogyós gyümölcs mázsaszám terem, de megszűnt a felvásárlás. Itt mázsaszám nem tudok eladni magánszemélyeknek. Ma a málna és a szeder Magyarországról Szerbiába ki van szervezve, és borzasztó drágán adják. Nekünk meg mázsaszám terem, és gond az értékesítése.”

„A rövid élelmiszerlánc szerintem az, amikor a közmunkások megtermelik a zöldséget, stb. a helyi óvoda, iskola konyhája számára.”

„A közbeszerzés nagy akadálya a RÉL rendszer elterjedésének, és a közétkeztetésben való alkalmazásának. Az árral lehet versenyezni, márpedig hiába helyben terem, de sajnos nem mindig olcsóbb a termelői termék.”

„Mi a medvehagymát összegyűjtjük, tisztítjuk, válogatjuk, szárítjuk-lecsepegtetjük, utána fagyasztóba kerül. Végül aprítás, csomagolás és eladható a termék. De van, hogy a nagykereskedő Belgiumba adja el, és ő belga címkével látja el, akár úgy is átcsomagolja a mi termékeinket.”

A rövid ellátási lánc a globalizált nagykereskedelmet megelőző gazdasági környezetben teljesen hétköznapi, magától fel sem tűnő pénz/értéktermék csereüzlet volt, bár azzal a névvel, hogy REL vagy RÉL, sohasem illették. Az egykor volt háztáji kisgazdaságok társadalmi élelmiszerellátó szerepének drasztikus csökkenésével csak a társadalmi gyakorlat kopott meg, annak jelentéstartalma nem, így könnyen fel tud csatlakozni az új fogalom, a régire.

9. Kvalitatív elemzés: vendéglátó célcsoport

A vendéglátó célcsoportban végrehajtott kérdőíves felmérésünk a rövid élelmiszerláncok és a gasztronómia potenciális összefüggéseit, kapcsolódási pontjait és fejlődési lehetőségeit kívánta feltárni a programterületen jól körülhatárolható, hangsúlyos gasztronómiai és gasztroturisztikai arculattal bíró téregységben, a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet somogyi és zalai részén. A kérdőíves felmérés a termelői célcsoport körében folytatott vizsgálattal egy időben zajlott, 2017. július-augusztus hónapjaiban. A vizsgálatot – ugyancsak hasonlóan az előző célcsoportéhoz – kérdezőbiztosok végezték, terepi, helyszíni adatfelvétellel. A kérdőív szerkezete ez esetben is számos ponton szövegesen kifejtendő válaszokat determinált, így az adatfelvétel jellege elemeiben a strukturált interjúk attribútumait is tartalmazta. Ezáltal a kérdőívek lekérdezése ez esetben is széles időspektrumot, 40-90 percet vett igénybe. A mintaképzés során a Magyar Konyha magazin Balatoni Gasztrokalauz 2017 kiadványát vettük alapul, amely az üdülőkörzet minőségi vendéglátóhelyeit bemutató, a teljesség igényével készülő kiadvány. A BKÜ zalai és somogyi alrégióiban végzett vizsgálat mintájának kialakítása során figyelembe vettük az alapsokaság területi elrendeződését, így egy területi értelemben reprezentatív mintán hajtottuk végre a felmérést. A vizsgálati minta összeállítása során a vendéglátóhelyek típusainak alapsokaságon belüli megoszlását is figyelembe vettük (étterem, bisztró, strandbüfé, cukrászda). A vendéglátó célcsoportban lekérdezett kérdőívet jelen tanulmány 2. számú melléklete tartalmazza.

9.1 A vizsgálatban szereplő vendéglátók státuszjellemzői

A minőségi gasztronómiát képviselő vendéglátó célcsoport vizsgálatban szereplő válaszadók száma 50 fő. A kérdések alapvetően az adott vendéglátóegységek üzemelési jellemzőit járják körül egy külön Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben releváns térségi specifikummal a kérdőív végén. A termelői célcsoport elemzéssel való legszorosabb keresztmetszetet a helyi termékek és alapanyagok éttermi felhasználása, valamint a helyi termelőkkel tartott fenntartott kapcsolatok térképezése szolgáltatja, de megegyező tematika például a rövid ellátási lánc fogalmának értelmezése is.

Ugyan az adatfelvétel Somogy és Zala megyékben zajlott, ezeken belül a Balaton Kiemelt Üdülőkörzetben (BKÜ) is, még pontosabban a vizsgálat során az adott vendéglátóegység, étterem, szálloda étterme, bisztró üzemelési telephelyként elért települések mindegyike a BKÜ Somogy és Zala megyei része. Az ívek lekérdezése 23 különböző településen zajlott, Somogy megye településeinek részesedése a mintában: $15/23 \cdot 100 = 65,2\%$, Zala megye településeinek részesedése $8/23 \cdot 100 = 34,8\%$. Ez a mintaképzés során alkalmazott alapsokaság reprezentatív területi metszete. Somogy megye 15 érintett települése: Balatonboglár, Balatonfenyves, Balatonföldvár, Balatonkeresztúr, Balatonlelle, Balatonmárfafürdő, Balatonszárszó, Balatonszemes, Balatonvilágos, Fonyód, Kőröshegy, Siófok, Somogytúr, Szántód és Zamárdi. A 8 Zala megyei település: Alsópáhok, Balatongyörök, Gyenesdiás, Hévíz, Keszthely, Várvolgy, Vonyarcvashegy és Zalacsány. A városi jogállású települések aránya 34,8 %, ez hat somogyi és két zalai várost jelent, a többi település község. A közvetlen Balaton partvonallal rendelkező települések száma 17, vagyis

73,9 %-a az összes üzemelési telephelynek, csak 6 településnek, ami az összes üzemelési helyszín negyede, nincs közvetlen Balaton partja. Somogyból két ilyen település van: Kőröshegy és Somogytúr, mindkettő község. A zalai minta esetében négy településnek van, négynek nincs Balaton partja²⁶, ez utóbbiak közül Hévíz európai viszonylatban is számottevő. Gyógy-tava miatt télen-nyáron látogatott üdülőváros, de a Hévíz mellett közvetlenül elhelyezkedő Alsópáhok is fontos üdülőtelepülésnek számít. A vizsgálatba vont parti települések Zalában: Balatongyörök, Gyenesdiás, Keszthely és Vonyarcvashegy.

A vendéglátóegységek térségi-települési megoszlásjellemzői mellett lényeges az 50 vendéglátóegység térségi-települési megoszlása is. A válaszadó somogyi vendéglátók részesedése a mintában $36/50 \cdot 100 = 72\%$, a zalaiaké $14/50 \cdot 100 = 28\%$, tehát az 50 válaszadó 72 %-ának üzemelési telephelye a mintában szereplő 15 somogyi település egyike, míg a 14 Zala megyei válaszadó, az üzemelési helyszínek mintegy harmadát fedi le. A válaszadók relatív többsége, 12 fő Siófokon működtette a vendéglátóegységét, ez az összes megkérdezett közel negyedét kitevő aránynak felel meg. Balatonlellén öt, Keszthelyen négy, Balatonbogláron és Zamárdiban három-három vendéglátó működtetett éttermet. Ezen az öt településen működik a mintába került vendéglátóhelyek abszolút többsége, 54 %-a. Két-két vendéglátóhely működött Balatonfenyvesen, Balatonszemesen, Hévízen, Vonyarcvashegyen és Zalacsányon. Tizenhárom további településen csak egy-egy mintába került vendéglátóegység működött, ezek közül kilenc somogyi: Balatonföldvár, Balatonkeresztúr, Balatonmárfafürdő, Balatonszárszó, Balatonvilágos, Fonyód, Kőröshegy, Somogytúr és Szántód, négy Zala megyei: Alsópáhok, Balatongyörök, Gyenesdiás és Várvolgy.

A vendéglátóegységekről gyűjtött általános információk körében vizsgáltuk a megnyitás évét. Az ötven megkérdezett 25 különböző dátumot említett, amelyek nem kevesebb, mint 127 év időterjedelmet fognak át. A legrégebb óta üzemelő vendéglátóhely 1890-ben nyitotta meg kapuit, a legújabb 2017-ben. A nyitás éveinek eloszlásszerkezetét megvizsgálva az adatfelvétel időpontjához közelítve sűrűsödnek a válaszjelölések, ez alapján a mintába került vendéglátóhelyek megnyitásának időeloszlása eltér a standard normálistól. Amennyiben az össze adatot együtt vizsgáljuk az átlag 2003, a medián 2011, a módusz, 2014 évet adja, az átlag körüli átlagos szórás meghaladja a 20 évet. A válaszok összességében domináns tényező a relatíve új keletű üzemelés, zömében tehát 21. században megnyitott vendéglátóhelyek kerültek a mintába.

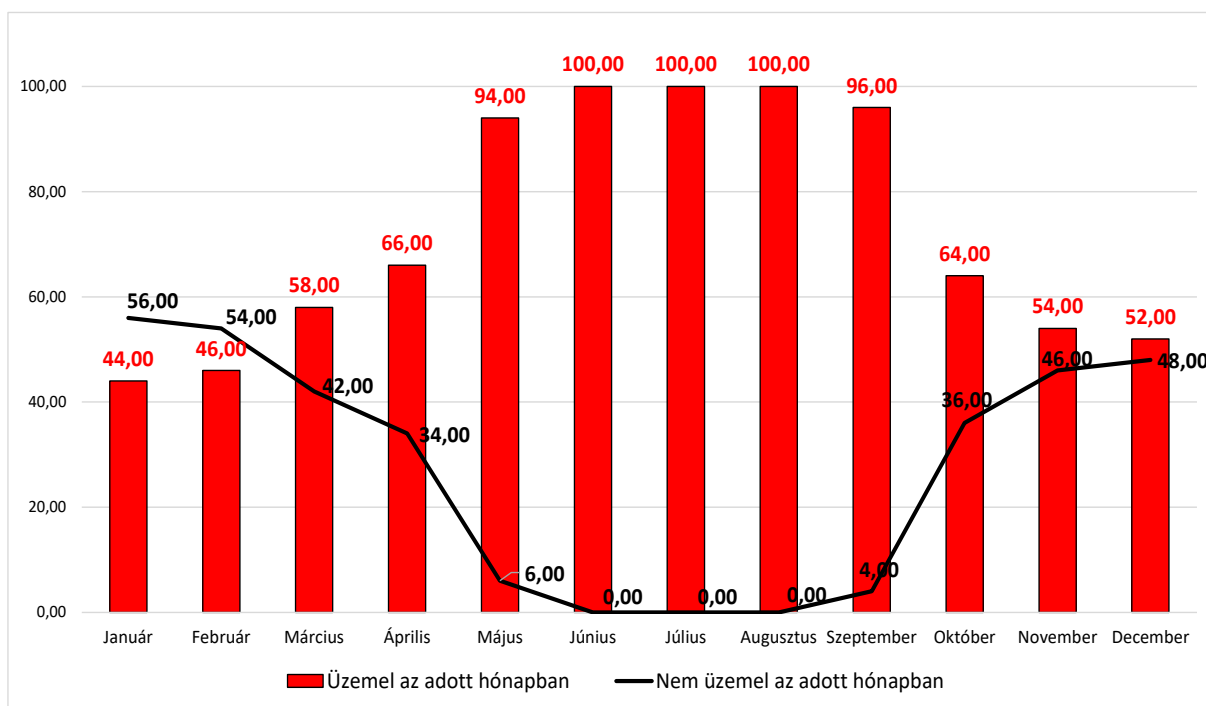
A vendéglátók nyilatkozhattak arról is, hogy mikor, melyik évben került a tulajdonukba a vendéglátóhely. A kérdésre egy kivétellel mindenki válaszolt. A legkorábbi tulajdonszerzés 1969-ben, a legújabb 2017-ben következett be, a szélsőértékek által átfogott időterjedelem 48 év, az átlag 2006, az átlag körüli átlagos szórás 11,3 év, a medián 2012, a módusz 2014. Az eloszlás alakzata ebben az esetben is folyó év felé dilatálódik, minél inkább közelítünk 2017-hez, annál több a tulajdonszerzés. A tulajdonszerzés éve a mintában olyan mértékben tolódik 2017-felé, hogy a legkorábbi, 1969-es tulajdonszerzés már outlier érték. Amennyiben ezt

²⁶ Ez sajátos területi jellegzetesség, mivel a mintában szereplő további települések közigazgatási területe maradéktalanul lefedi Zala megye közvetlen Balaton partviszonylatát

kiszűrjük a többi érték közül az átlag 2007-re módosul, a szórás 10 év, a medián marad 2012 és a módusz is változatlanul 2014. A vertikális torzulás lényegében megszűnik, a standard hiba hányadosával együtt normális értéket vesz fel, az oldalirányú torzulás marad egységnyi szinten, ennek ugyanúgy az az oka, hogy a tulajdon megszerzése is az esetek háromnegyedében 2000 után történt. A nyitás éve nyilván nem feltétlenül jelenti a tulajdonviszony megszerzésének dátumát is, így ezeket egymással összevetve is megvizsgáltuk. Ezek alapján 30 esetben nincs változás a nyitás éve és a tulajdon megszerzésének éve között. Szélsőértékek nincsenek, az átlag 2008, a medián 2014, a módusz 2016, a szóródás 11 év. Tíz vendéglátó a nyitás évéhez képest később szerezte meg a tulajdonjogot, míg kilenc előbb szerzett tulajdont, és csak később nyitotta meg az éttermet. Az átlag az előbbi esetben 2007, a medián 2011, a szórás 10 év, a módusznak most nincs értelme, az utóbbi esetben, a tulajdon megszerzés dátumának átlaga a századforduló, 2000, a medián szintén a 2000-es évet jelöli, az átlag körüli átlagos szórás 13 év, a módusz itt sem releváns, mert minden dátum más.

A tulajdonosok nyilatkozhattak arról, hogy vendéglátóhelyük 2017-ben várhatóan mely hónapokban tart nyitva. A kérdésre minden megkérdezett válaszolt. Egész éves nyitva tartást 21 vendéglátó, nem egész éves nyitva tartást 29 válaszadó jelölt, tehát az abszolút többség, 58 % nem tarja folyamatosan, egész évben nyitva a vendéglátóhelyet. A nyitva tartás időspektrumát a válaszadók hónapok szerint is részletezhették, így követhetővé válnak a folyamatok. Az év elején téli időszakban a vendéglátóhelyek többsége még nem nyitott ki, januárban 56 %, februárban 54 % tartott zárva. A tavasz kezdetével ez az arány megfordult, és növekvő pályára állt. Márciusban 58 %, áprilisban 66 %, májusban már 94 % volt nyitva.

7. sz. ábra A vizsgált vendéglátóhelyek tervezett nyitvatartása 2017-ben

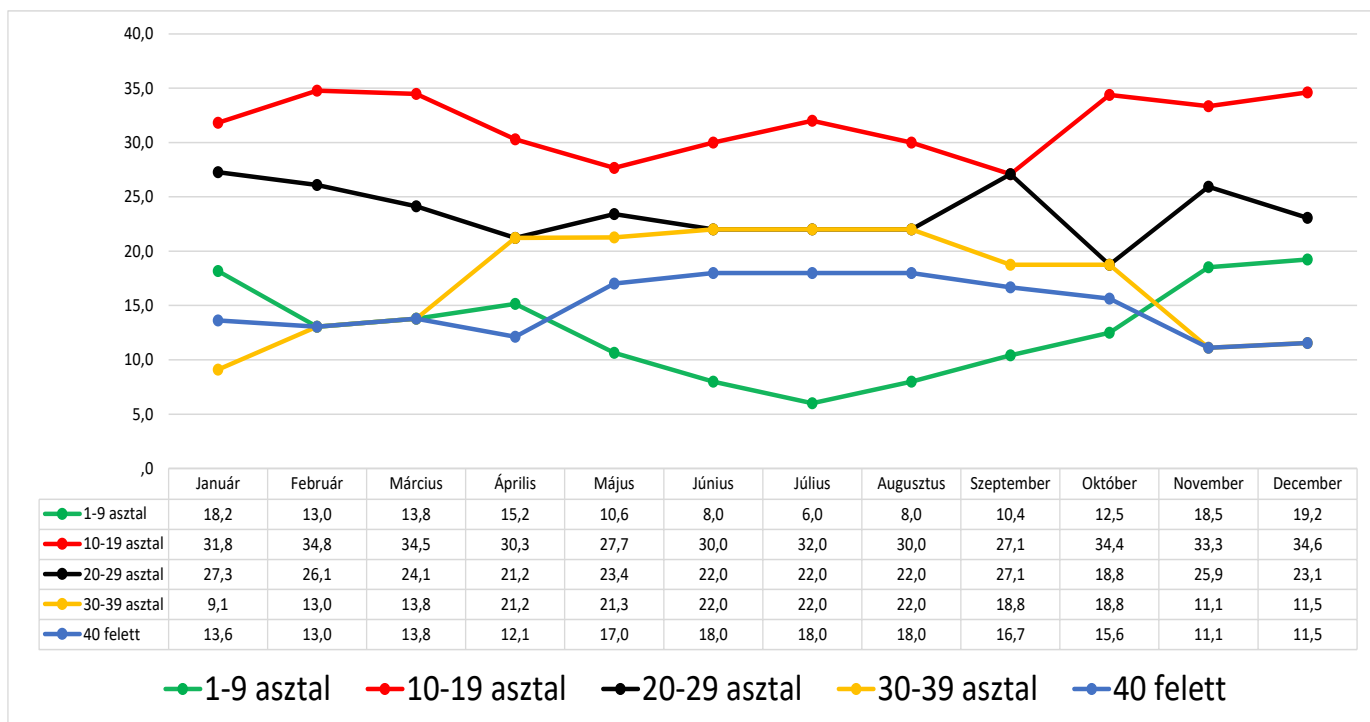


A nyári idegenforgalmi főszezon ideje alatt, júniustól augusztusig minden vendéglátóhely üzemelt, ami tény, mivel az adatfelvételre július-augusztus hónapokban került sor, szeptembertől azonban már csak üzemelési tervről beszélhetünk. A nyitva tartásukat tervező vendéglátóhelyek aránya decemberig hónapról-hónapra csökken. Szeptember hónapban még 96 % tervezte a nyitva tartást, októberben ez már csak 64 %, az áprilisi szinthez közelít. Novemberben 54 % tervezi a nyitva tartást, ez a márciusihoz közelítő arány, decemberben azonban a tervek szerint még mindig nyitva lehet a vendéglátóhelyek abszolút többsége.

Végül az általános státuszblokkon belül kérdés volt az is, hogy hány asztallal üzemelnek a vendéglátók a nyitva tartás különböző hónapjaiban. A válaszokat öt különböző kategóriában 1 és 9, 10-19, 20-29, 30-39, illetve 40+ asztal vonatkozásában adhatták meg, illetve biztosított volt az a lehetőség is, hogy a válaszadók havi bontásban változtathassanak saját üzemelési asztalszámukon is, mivel nem feltétlenül működnek ugyanannyi asztallal, ha nyitva tartanak tavasszal, ősszel, vagy éppen télen, mint nyáron. Az adatokat januártól decemberig áttekintve mindvégig a legjellemzőbb üzemelési asztalszám a 10-19 közötti. Ennek gyakoriság-eloszlás trendje januártól júliusig növekvő, júliustól decemberig csökkenő mértéket mutat.

A második leggyakoribb kategória a 20-29 asztal közötti, ennek aránya januártól ápriliséig alig változik, május és augusztus között standard értéken magasabb, mint ápriliséig összesen, szeptemberben a legmagasabb, akkor eléri a 10-19 közötti asztalszám részarányát is, majd októberben drasztikusan csökken, és alacsony értéken marad decemberig. A harmadik legjellemzőbb üzemelési asztalmetszet a 31-39 közötti, ennek, és a következő 40+ asztalszám gyakoriság-görbéje is nagyon hasonló, tavasszal, ősszel és télen alacsony, nyáron magas, de alacsonyabb volumenről indul mindkettő, mint a 30-39 asztal közötti üzemelési gyakoriság, viszont decemberre mindhárom közel hasonló gyakoriságúra egyenlítődik ki a még mindig nyitva tartó vendéglátók körében. A legkisebb részarányt az 1-9 asztal közötti üzemelési érték mutatja, ennek többek között az is az oka, hogy az egyes vendéglátóhelyek, amelyek egész évben működnek, évszakonként változtatják az üzemelő asztalok számát. Nyáron sokkal kevesebb az 1-9 asztal közötti üzemelési gyakoriság, mint tavasszal, ősszel, vagy akár a téli hónapokban. Alapvetően azt látjuk, hogy a magasabb asztalszám adekváтан igazodik az az egyre hangsúlyosabb idegenforgalmi szezonforgalomhoz, aminek csökkenése egyben az üzemelő asztalszámok mérséklődését is eredményezi.

8. sz. ábra A vendéglátóegységek – tervezett – befogadó-kapacitási arányainak megoszlása a 2017-es évben



A vendéglátóegység nyersanyag beszerzési filozófiája

Helyi, regionális termékek éttermi kultúrában való felhasználásának fontossága

A vendéglátók rögtön a kérdőív első tartalmi kérdésében kifejezhetik, hogy fontosnak tartják-e a helyi, vagy regionális termékek felhasználását az éttermi kultúrában. Az ötven megkérdezettből 47 fő (94 %) válaszolta, hogy fontos, egy siófoki vendéglátó válaszolta, hogy ez szerinte nem fontos, egy siófoki és egy vonyarcvashegyi szerint nem releváns kérdés. A vendéglátók minden válaszjelölést szövegesen is indokolhattak, amely lehetőséggel kivétel nélkül mindenki élt. Minőségi gasztronómia azon képviselői, akik szerint fontos, hogy a helyi, vagy regionális termékek megjelenjenek az éttermi kultúrában legjellemzőbb módon az adott tájegységre jellemző ízvilág-kínálat természetességében látják álláspontjuk magyarázatát, lokálpatriótának nevezik magukat, ez vezeti gasztrofilozófiai meggondolásaikat. Kiemelendő, az előbbi érvekkel gyakran együtt járó indoklás, hogy az együttműködés és a partnerség kritériuma nélkül nem valósulhatna meg az, ami szerintük helyes, a helyi termék étlapon megjelenítése. A fentiekhez kapcsolódó gyakori érv a hagyományörzés és hagyománytiszteltet, a tradíciók követése. A gyökerek, amelyek az adott tájvilághoz kötik őket, és identitást is biztosítanak. Abban az esetben, ha az előbbieken összefüggő masszívumot alkotó magyarázatoktól eltekintünk, egy másik, kisebb vendéglátói réteg minőségbiztosítási indokok alapján tartja fontosnak a helyi termékek felhasználását. Ráláthatnak az előállítás körülményeire, módjaira, személyes kapcsolatot tarthatnak a termelőkkel, ami ellenőrzöttséget biztosít, egyben jelentős súlyú megbízhatósági faktort is képez az együttműködésben. De ezek mellett egy másik, nem kevésbé pragmatikus indoklás is elhangzott, mely szerint a helyi termékek felhasználásával jobbra alacsonyabbak a

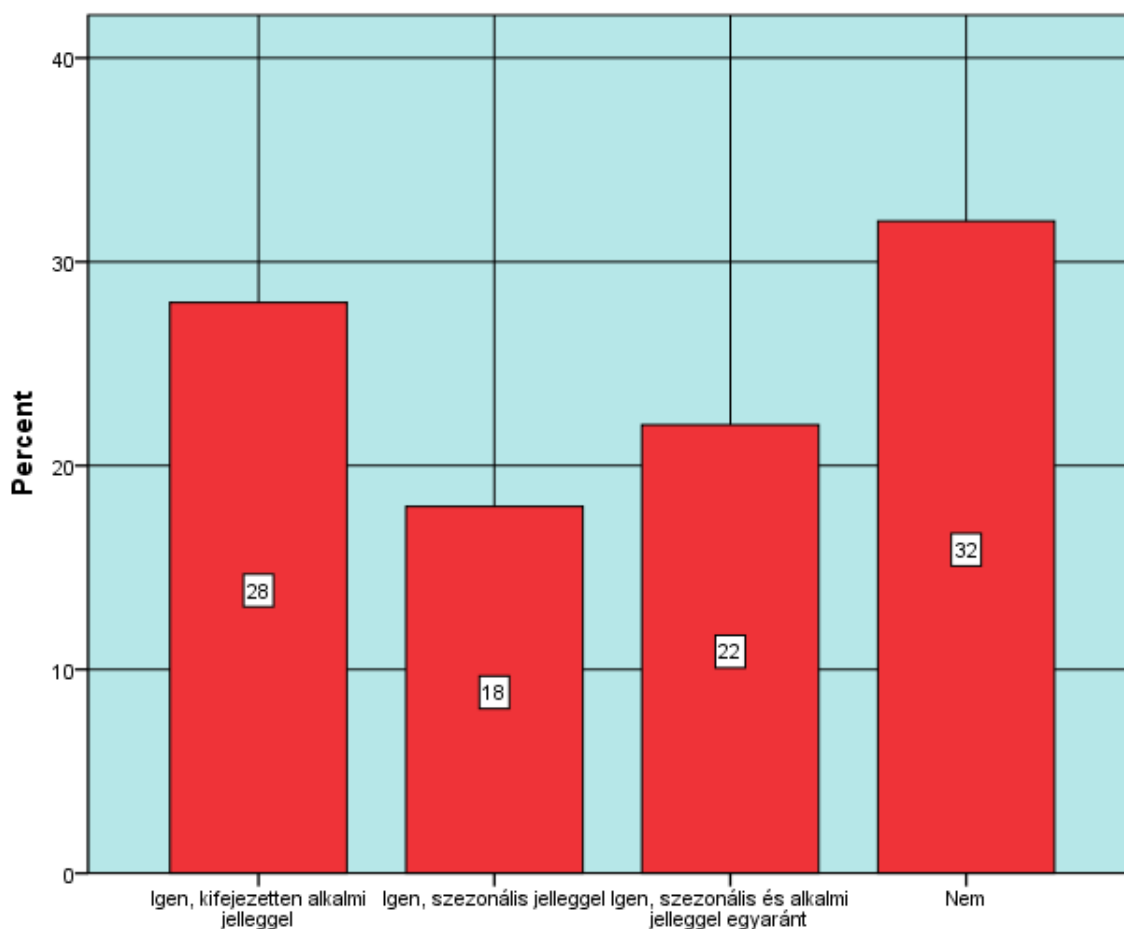
szállítási költségek. Az a vendéglátó, aki azt válaszolta, hogy véleménye szerint a helyi, legfeljebb regionális mértékben helyi termék étlapi felhasználása nem fontos, egyszerűen azt a választ adta, hogy eddig nem foglalkozott ezzel a kérdéssel. A fontosság aspektusából kételkedő vendéglátók egyike azt válaszolta, hogy túl drága a helyi termék, emiatt most csak a nagyobb beszállítókra hagyatkozik, míg a másik azt válaszolta, hogy ő vásárol helyi beszállítótól is, de a tapasztalatai szerint ez nem működik hatékonyan. Indoklása szerint túl kis termelői kapacitásokkal rendelkeznek a helyi termelők, ami akadálya a hatékony éttermi működésnek, ezzel együtt jónak látta kiemelni, hogy kizárólag magyar terméket szerez be az étlapon szereplő ételek és italok kínálatához.

Helyi termelőktől származó alapanyagból készült alkalmi/szezonális étlapi kínálat

A fenti, értékválasztásra utaló indirekt kérdés mellett direkt módon is rákérdeztünk arra, hogy a vendéglátó szerepeltet-e helyi termelőktől származó alapanyagból készült, alkalmi vagy szezonális jelleggel elérhető tételeket az étlapon. A kérdésre a vendéglátók 68 %-a, vagyis mintegy kétharmada válaszolt igennel. Az igen válaszok azonban többrétűek, az összes válaszoló 28 %-a kifejezetten alkalmi jelleggel jeleníti meg a helyi termékeket az étlapon, 18 % szezonális jelleggel teszi ugyanezt, míg 22 % szezonális és alkalmi jelleggel egyaránt szerepeltet az étlapon helyi termékekből készült kínálatot. 16 termelő nemmel válaszolt, ami azt jelenti, hogy többen vannak olyanok, akik szerint fontos a helyi termék étlapi és itallapi szerepeltetése, de mégsem vált gyakorlattá ennek bevezetése.

Emiatt ezt a két kérdést keresztanalízis alá vettük, és khi négyzet matematikai próbával ellenőriztük az összefüggéseket. Az eredmények alapján $p < 0,05$ szignifikancia szinten nincs összefüggés a változók értékei között, de mégis van néhány eredmény, amire fel kell hívnunk a figyelmet. Az a válaszadó, aki nemmel válaszolt arra, hogy fontos-e a helyi, vagy regionális termékek éttermi kultúrában való felhasználása, alkalmi jelleggel, de megjelenít az étlapon ilyen termékeket, illetve a másik siófoki vendéglátó, aki szerint pusztán nem releváns ez a kérdés, ugyanígy, alkalmankénti jelleggel, de szintén megjeleníti a helyi termékeket az éttermi kínálatában. Csak egy vendéglátó nyilatkozta, hogy a kérdés nem releváns, és nincs is helyi termékből készült kínálata sem az étlapon, sem az itallapon, tehát összesen 15 olyan vendéglátó akadt a mintában, aki bár fontosnak tartja ezt a kérdést, és a fontosságot értő módon meg is indokolta, mégsem váltotta mindezt gyakorlattá. Ennek a válaszadói rétegnek az aránya a teljes mintában 30 %.

9. sz. ábra A kérdőív „Szerepeltet-e helyi termelőktől származó alapanyagból készült, alkalmi vagy szezonális jelleggel elérhető tételeket az étlapon?” kérdésére adott válaszok aránya a megadott válaszkategóriák szerint



Legnépszerűbb ételek az étlapon

A vendéglátók elmondhatták, tapasztalataik szerint mely ételek a legnépszerűbbek az étlapon. A válaszok megjelenítéséhez rangsorolós szelekcióra kértünk fel mindenkit, végeredményben első, második és harmadik helyen lehetett említeni ilyen ételt. Az ételek besorolása szempontjából az irányelv a legfontosabb alapanyag, vagyis ha egy étel esetében csak annyi szerepel, hogy húsleves, azt külön számoltuk, ugyanis nem dönthető el, hogy milyen húsból készült (pl. fehér vagy vörös hús, vadhús stb.). Ugyanez volt a helyzet a többszemélyes húsos tálak esetével, nem volt eldönthető, hogy milyen húsok szerepeltek rajta, ezért ezeket is külön összesítettük. A húseteleket négy részre osztottuk, vörös húsok, úgymint marha, sertés, kacs, liba, vadhúsok, azután fehér húsok, úgymint tyúk, kakas, csirke, vagy nyúl, ezek mellett külön kategóriát képeztek a halak, illetve a különböző állatok belsőségeiből készített ételek²⁷. Külön kategóriát alkotott a zöldség és külön a gyümölcs, a tészta, a tojásételek, a tejtermékek és sajtok, a pékáru alapú ételek és pizzák, az édességek, az ivólevelek

²⁷ Amennyiben szerepelt volna csiga, vagy béka az étlapokon, az újabb külön kategória lett volna.

és szörpök köre, valamint a kávé. Az első helyen tett említések száma 54, a második helyen említetteké 56, a harmadik helyen kiemeltké 42.

Az eredményeket táblázatokba foglaltuk, amelyek áttekintése azonnal feltárta mindhárom rangsor alapvető válaszejelenségét, ami nem más, mint a húsételek széleskörű népszerűsége. A hússok dominanciája valóban egészen elsőprő: az első helyen említett ételek körében 70 %, a második helyen említettek vonatkozásában 64 %, de a harmadik helyen kiemelt ételek körében is 59 %. A hússokon belül különösen a vörös hússok kedveltsége kiemelkedő. Az első helyen kiemelt ételek esetében kilenc válasz vonatkozott a marhahússra, öt válaszból marha és sertéshússos hamburgert említettek. Két étel alapanyaga volt a mangalicasertés. A vendéglátók említették a gulyáslevest is, de azt nem, hogy milyen alapanyagot használtak fel hozzá, egy válaszból kiemelték a vadhússok szerepét, de azt már nem árulták el, hogy ez szarvas, őz, vaddisznó, vadnyúl, vagy fácán, esetleg egyéb vad. A fehér hússoknál a csirke és nyúl, a halaknál a magyaros²⁸ halászlé, illetve a frissen sült halak, a belsőségek vonatkozásában a pacal. A zöldség alapú kínálat jellemzően a savanyúságokra vonatkozott, ez alatt viszont sokféle savanyúságot érthetünk. A tészta ételeknél említették a túrós csuszát és a lángost, a pékáru alapú ételeknél a szendvicseket, sőt, a zsíros kenyeret is, de megjelentek a pizzák, az édességek, és a kávé is.

A második helyen kiemelt ételek közül a legjelentősebb volument a sertéshússok foglalják el, ez az első helyen a marhahús volt. A kifejezetten sertésből készült ételek említésgyakorisága hat étel, a hamburgerek most is öt, a marhahússételek négy említést kaptak. Megjelennek a kacsából, kecskéből, libából készített ételek, a sertéskolbász, itt is említik a gulyáslevest és a vadhússokat. A fehér hússoknál említették a kakaspörköltet és kakassültet, illetve a csirkehúsból készült ételeket. A halaknál ebben az esetben is fajtamegnevezés nélkül a frissen sülték és a magyaros halászlé szerepel. A zöldségeknél alapvetően a saláták, savanyúságok jelennek meg, a gyümölcsöknél alapanyag definiálás nélkül a gyümölcsleves. Tésztaételeknél itt is szerepel a lángos, de kiemelték a különböző tésztaételeket is. Említést kapott a gyros, a tortilla, vagy a szendvicskenyerek. A sajtok esetében a kecskesajt, végül különösebb definiálás nélkül az édességek, desszertek, szörpök, limonádék.

A harmadik helyen említett ételek közül dominánsak a halak, ez most a halászlével együtt kilenc említésben kristályosodott ki. Tehát ha felállítunk egy rangsort a hússok között az úgy alakul, hogy első a marhahús, második a sertés és harmadik a hal. A vörös hússoknál a legtöbb említést most a sertés kapta, de jelen van a marhahús, a vadhús, elmaradhatatlan a gulyásleves, de étlapon szerepel a bivalyhús is. A fehér hússoknál domináns a csirkehús. Mindezek mellett még említettek különböző BBQ (barbecue) hússokat, hagyományos frissensültet (pl. rántott hús, cigánypecsenye). A zöldség alapú ételek arzenálja most szélesebb, megjelenik a lecsó, a dödölle²⁹, a különböző főzelékek, illetve saláták. A tojás alapú ételeknél kiemelték a rántottát, a tészta ételeknél a frissen sült házi kenyeret, a sajtoknál

²⁸ Magyaros alatt vélhetően azt érthetjük, hogy pirospaprikával készült, tehát hagyományos halászléről beszélünk.

²⁹ Más néven krumplis gombóc.

a kézműves sajtokat, de öt említésben szerepelnek az édességek is, illetve az ivólevelek, szörpök³⁰.

A vendéglátóhely célkitűzésének/küldetésének megfogalmazása

Az étlapon szereplő legnépszerűbb ételek megnevezését követően a vendéglátók lehetőséget kaptak arra, hogy nevesítsenek három tetszőleges fogalmat, amelyek az étterem, szálloda, bisztró (stb.) fő küldetésének, vagy céljaként azonosítható.

Egy választ minden vendéglátó adott, kettőt 47, három választ 39 vendéglátó fogalmazott meg. Az első és a második rangsor élén egyaránt a minőség szerepel, a harmadik rangsorhelyen a minőség a második. Nagyon fontos, mindhárom rangsorban megjelenő dimenzió az elégedettség, vendégszeretet, barátságos környezet, ez az első rangsor második helyén szerepel, a második rangsorban a harmadik, míg a harmadik rangsorban az első helyen pozicionálódik. Az első helyen a minőség 13 említést kapott, ez az összes válasz több mint negyede, magasan vezeti gyakoriságemlések listáját. Az elégedettség, vendégszeretet, barátságos környezet az első rangsorban hat említést kapott, ami a válaszok nyolcadának felel meg. Ezt a szezonális követi három válaszemléssel. Ezt követően a kétemléteses halmaz következik, amelynek hét különböző eleme van úgymint vidék, hagyomány ápolása, természetes alapanyagok és egészséges ételek, gyors kiszolgálás, különleges, speciális ételek, házas ízek, családi hangulat. Egy említésgyakorisággal 14 különböző választ azonosítottunk, ilyen az éves nyitva tartás, a helyi és saját termékek felhasználása, az elérhető ár, a kulináris élvezet, magyaros ételek, tisztaság, fenntarthatóság, vagy a fine dining. Néhány válasz általánosabb perspektívában fogalmazódott, nem szorosan a kérdés megválaszolására irányult: ilyen például, hogy sok jó étterem legyen a Balatonnál.

A második helyen említett válaszok közel 30 %-át foglalja el a minőség, mint cél és küldetés, ezt most 12 különböző válaszban fogalmazták meg. Három-három említést a helyi és saját termékek felhasználása, és a friss ételek kaptak. A kétemléteses csoport most négy elemet tartalmaz: rövid beszerzési lánc, tradicionális ételek, egyszerűség, illetve az elégedettség, vendégszeretet, barátságos környezet. Szorosan véve a kérdésre válaszoló vendéglátók 15 esetben egymástól eltérő válaszokat adtak, ilyen az gyors kiszolgálás, lokálpatriotizmus, elérhető ár, közvetlen hangulat, régi ételek megismertetése, nyugodt étkezési helyszín, fiatal munkaerő alkalmazása, egyedi hangulat, házas ízek, regionalitás, gyorsaság, tisztaság, családiasság, vagy a fejlődőképesség. Hat esetben valójában nem a kérdésre válaszoltak, ilyen a vidék életben maradása, paradigmaváltás a Balatonnál, a vendégekért való megküzdés, vagy például egy intelem, hogy ne három hónap alatt (ami az idegenforgalmi főszezon) akarjon mindenki meggazdagodni.

A harmadik helyen említett válaszokat 11 említéssel az elégedettség, vendégszeretet, barátságos környezet vezeti, a minőség most öt válaszjelölést kapott. Négyyszer említik az innovációt, mint célt és küldetést, ezután már csak egy-egy válaszos halmazt azonosíthatunk,

³⁰ Az alkoholtartalmú italokra, különösen a borlapra vonatkozóan külön kérdések álltak rendelkezésre, így ezek most értelemszerűen nem kaptak említéseket.

összesen 18 választ tartalmazó módon. Ilyen válasz a fiatal munkaerő, a jó zene, a minden korosztály igényeinek kiszolgálása, a helyi és saját termékek, a természetes környezet, kulináris élvezet, szezonális és regionalitás, precizitás, állandóság, becsület, családiasság, magyaros ételek, nyereség, ár-érték arány, gyorsaság, különleges-speciális ételek, valamint a vendéglátóegység és a helyi vállalkozók összefogása. Egy vendéglátó azt válaszolta, hogy éttermének *kultikus szakralitása* van.

9.2 Termékek, alapanyagok

Helyi termelőktől származó alapanyagok felhasználása

A vendéglátókat megkértük, válaszoljanak a lehető legegyszerűbb módon igennel, vagy nemmel arra a kérdésre, hogy az étterem konyhája felhasznál-e helyi – ami alatt a kistermelői rendeletbe foglalt távolságot értettük, vagyis 40 km-es körzeten belüli – termelőktől származó alapanyagokat. A kérdésre minden megkérdezett válaszolt, az eredmények alapján 42 vendéglátó, az összes megkérdezett 84 %-a igennel felelt, míg nyolcan, minden hatodik étteremtulajdonos nemmel. A nemleges választ adott vendéglátók által jelenleg tulajdonolt éttermek átlag 14,5 éve működnek, a legrégebb óta működő 35 éve, a legújabb 2017-ben nyitott. Ezeknek az éttermeknek az esetében az a jellemző, hogy nem volt tulajdonos változás a nyitás óta, ez alól csak egyetlen kivétel van, a minta egy Balatonszárszón működő étterme. A jelen kérdésre nemmel válaszolók csak a helyi termékek éttermi-vendéglátóipari felhasználásának akadályai kérdésnél kerülnek vissza a vizsgálati elemszámba. A vizsgálatot most kifejezetten azok irányába mélyítettük, akik felhasználnak az éttermükben helyi termelőktől beszerzett alapanyagokat.

Helyi termékből készült étel eredetének megjelölése az étlapon

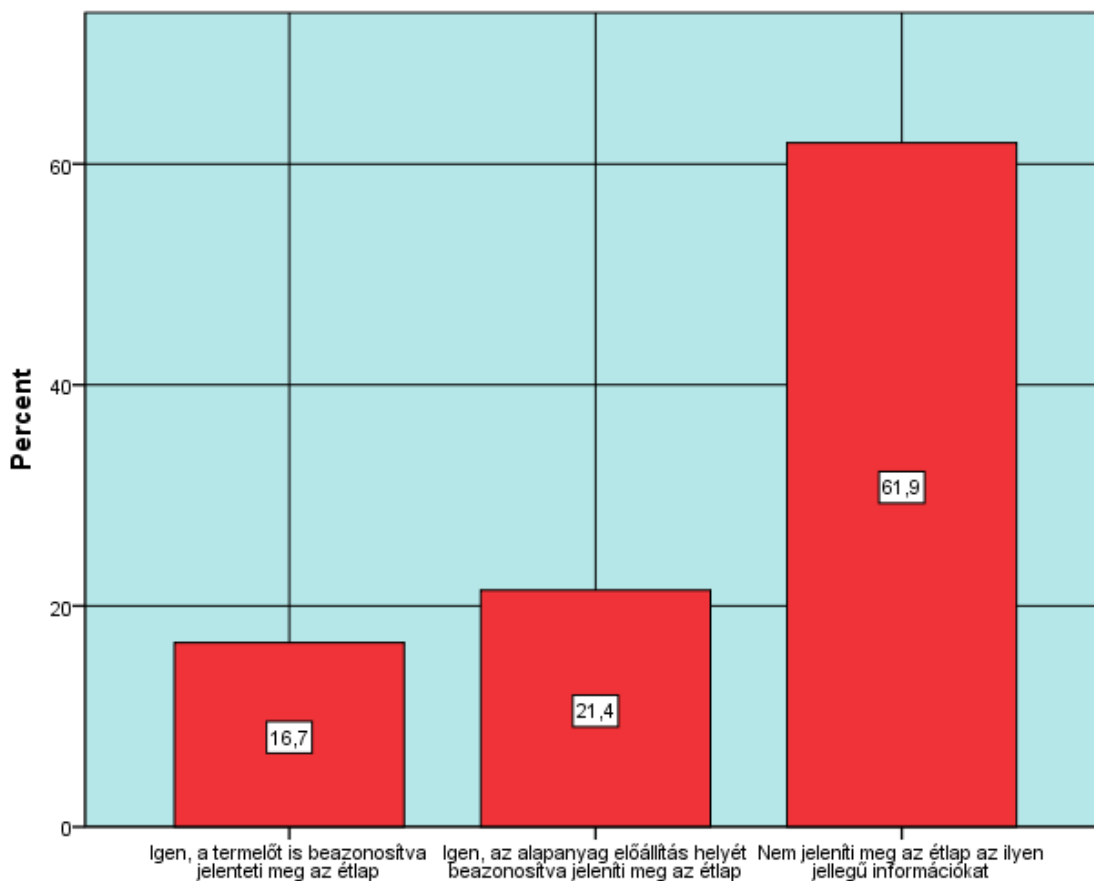
Azok a vendéglátók, akik felhasználnak az étterem konyhájában helyi terméket, válaszolhattak arra a kérdésre is, hogy megjelenítik-e az étlapon a helyi termékből készült étel eredetét akár a termelő nevével, akár az alapanyag forrását jelentő település megjelölésével. A vendéglátók nagy többsége, mintegy 62 %-a – ami most 26 vendéglátót jelent a lehetséges 42-ből – egyáltalán nem jeleníti meg az étlapon az ilyen jellegű információkat. A mintába került minden hatodik résztvevő (7 fő) válaszolta, hogy a termelőt is beazonosítva jeleníti meg az étlap az ezeket az információkat, minden ötödik (9 fő) az alapanyag előállítási helyét jelöli az étlapon³¹.

Bár ennél a kérdésnél nem kínáltunk fel a szöveges válaszmagyarázat lehetőségét, erre olyan jelentős igény volt, hogy azt a kérdezőbiztos a kérdőívek alján rögzítette. A válaszok többsége megoldás közötti állapotokat vázol, vagyis az eredeti kérdésben megfogalmazottak megvalósulása valahol félúton helyezkedik el az egyértelmű igen, vagy nem válaszhoz képest, például: a borlapnál már megoldották, az étlapnál pedig tervezik, vagy az eredet csak a boroknál és a sajtoknál van feltüntetve. Mások az étlapon nem tüntetik fel ezeket az

³¹ A kérdés tartalmazta azt a válaszlehetőséget is, mely szerint a termelőt és az alapanyag előállításának helyét is megnevezi az étlap, ezt az alternatívát azonban nem választotta senki.

információkat, de az étlapi reklámokban igen, megint mások csak a boroknál látják indokoltnak ezt feltüntetni. Néhányan a nemleges válaszukat indokolták, ilyen válasz például az, hogy azért nem szerepelnek ilyen információk az étlapon, mert a vendég épp csak belenéz, aztán félre is teszi, és ajánlatot kér a pincértől. Ha lenne is ilyen információ az étlapon, az csak ritkán érhetne a célt a vendégnél. Egy másik vendéglátó azért nem jelenít meg ilyen információkat, mert hagyományos értelemben nem is használnak étlapot, az aznapi kínálatot felírják egy több négyzetméteres, az étterem minden pontjáról látható táblára, de ezen a kínálat széles spektruma miatt csak az étel neve szerepel. Az étterem bejáratánál azonban ott van minden termelő fényképes bemutatkozása, párhuzamban az étterem által felhasznált termékeivel.

10. sz. ábra A kérdőív „Megjeleníti-e az étlapon, ha egy termék alapanyaga helyi termelőtől (pl. névvel, településsel ellátva) származik?” kérdésére adott válaszok megoszlása a válaszkategóriák szerint



Helyi termelőktől vásárolt termékek

A helyi termelők alapanyagait éttermi kínálatban felhasználó vendéglátók megnevezhették, pontosan mely termékekről is van szó. A kérdésre érvényesen válaszoló 42 vendéglátó tételesen felsorolt különböző lehetőségek függvényében jelölhette válaszait, de ha a felkínált húsz lehetőség nem bizonyult volna elegendőnek, a válaszokat szabad asszociációs formában szövegesen is megfogalmazhatták. Mindenki megjelölt legalább két választ. Csak két választ

négy, hármat három, négyet három, ötöt hat, hatot négy, hetet pontosan hét, nyolc választ három, kilencet egyetlen vendéglátó adott, a többiek valamennyien tíznél több érvényes választást tettek. Tizenegy lehetőséget kettő, tizenkettőt, tizenhármat és tizennégyet egy-egy vendéglátó adott, tizennyolcat három, egy vendéglátó a teljes választéklístát végigjelölte. Az érvényes válaszjelölések száma összesen 319. A legtöbbet említett válasz a bor volt, ezt 32 alkalommal jelölték be a vendéglátók, ez az említések arányának kilencede, a 42 válaszadóra vetítve 81 %-os értéket mutat. Ez azt jelenti, hogy szinte az összes vendéglátó kínál helyi borokat az éttermében. A gyakorisági rangsor második helyén a zöldség áll, ez 30 jelölést kapott összesen, ami az említése arányában mintegy 10 %-os értéknek felel meg, de a 42 válaszadóra vetítve 71 %-os arányt mutat, a helyi termelőktől vásárolt zöldségek előfordulási aránya is igen magas. Az említések harmadik helyén a gyümölcs áll, ezt most 28 alkalommal említették meg, ez az összes említés mintegy 9 %-a, a válaszadókra vetítve kétharmados arány. Igen jelentős a pékáruk vásárlása is, 26 válaszjelölést kapott, ez az összes említés több mint 8 %-a, az érvényesen válaszolókra vetítve több mint 60 %. Gyakori a sajtok és a húsok vásárlása is, az előbbi 24, az utóbbi 23 válaszemlítést kapott, mind a sajt, mind a hústermékek beszerzése a helyi termelőktől vendéglátók abszolút többségére jellemző. Viszonylag gyakori savanyúságok és a szörpök vásárlása is, de már nem jellemző a vendéglátók többségére. A savanyúságok 20, a szörpök 17 említéssel szerepelnek a válaszok listájában, az előbbi a vendéglátók 47,6 %-ra, az utóbbi 40,5 %-ra vásárolja rendszeresen helyi termelőtől. A tojás és a fűszernövények 15, a mézek és a halak 14 említést kaptak, ezek 4-5 %-os rétegeit alkotják az említések összességének, és a vendéglátók mintegy harmada szerzi be ezeket helyi termelőktől. A füstöltárúk, a lekvárok, chutney termékek egyaránt 12 említést kaptak, részarányuk az összes említésben kevesebb, mint 4-4 %, de a vendéglátókra vetítve még mindig 28,6 %-os arányt képviselnek. A sajtokon kívüli tejtermékek, tejföl, joghurt, túró, vaj, illetve a gomba 8-8 említést kapott. Ez az említése 2,5-12,5 %-ának felel meg, míg a vendéglátókra vetítve 19 %-os réteget alkot. Minden további termék említésgyakoriságának aránya az összes említésen belül kevesebb, 1 és 2 % közötti. Az olaj említésének gyakorisága 6, minden hetedik vendéglátóhelyre kerül helyi termelők által előállított olaj. A gabonaőrleményeké 5, ez minden kilencedik vendéglátóhelyet jelenti, ahol vásárolnak helyi terméket. A rangsor végén az olajos magvak és az ecet helyezkedik el, mindkettő 4-4 jelölést kapott, ami minden tízedik vendéglátóhelynek felel meg.

Tizenhat szöveges válasz kiegészítés is született, amit a vendéglátók szabadon, különösebb részletezettség nélkül fogalmaztak meg. A szabad asszociációs említések felét a pálinkatermékek foglalják el, de jelen vannak a cukrászati termékek, a 100 %-os gyümölcslevek, kézműves sörök, különféle szószok, amelyekkel az ételek mártásai készülnek, valamint a szódavíz.

Helyi termék hiánycikkek és ezek potenciális felhasználható mennyisége

A helyi terméket éttermi hasznosításban felhasználó vendéglátók konkrétan felsorolhatták, milyen olyan helyi termék tekintetében szenvednek hiányt, amelyet beépítenének, vagy a jelenleginél nagyobb mennyiségben építenének be a kínálatába, illetve megbecsülhették azt is, hogy az adott termékből mennyit használna fel heti átlagban. A válaszadók száma a két

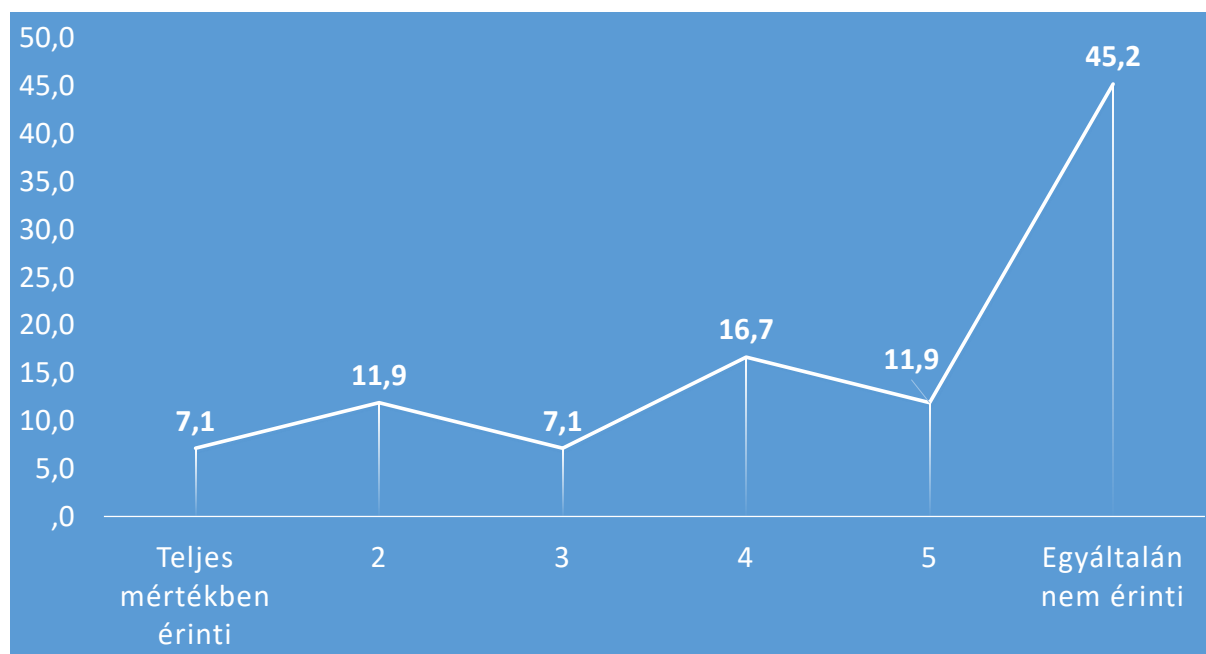
szorosan összefüggő kérdés első felére vonatkozóan 26 fő, az összes vendéglátó 52 %-a, egyidejűleg a második kérdésre nyolc vendéglátóval kevesebb válaszolt. Ennek oka az, hogy a vásárolt termékek igen széles skálája miatt ezek a vendéglátók nem tudtak a kérdezés időpontjában reális becslésértéket megfogalmazni, 18 vendéglátó azonban mégis megpróbálkozott ezzel a válasszal is. A válaszokat tovább befolyásoló tényező a működés szezonalitása, például kevesebb termékmennyiségre lehet szükség tavasszal és ősszel, mint nyáron, adott esetben télen egyáltalán nem vásárolnak semmit. De nyilvánvaló módon a termék típusa is befolyásoló tényező, mivel kevesebb kell fűszernövényből, mint húsból, vagy zöldségből.

A helyi termelők által előállított húsokra vonatkozó válaszok esetében mind a marha, mind a sertés, mind a szárnyas, mind a hal előfordul. Az egyik vendéglátó tapasztalata alapján másfél kilogrammos, tizenkét hetes tanyasi csirkéből 15 db kellene hetente, egy másik vendéglőben 20 db/hét szükségletet említettek ugyanebből. A kacsahús esetében több válasz megfogalmazása szerint 15-20 kg/hét mennyiségre lenne szükség. A sertéshúsból, különösen a mangalica sertés húsból ennél magasabb lenne a szükséglet, több válasz alapján az átlag 50 kg/hét körül alakulna, de hasonlóan nagy lenne az igény a marhahús iránt is, az igények vendéglátóhely méretétől és üzemelési időszaktól függően heti átlag 10 kilogrammtól 200 kilogrammig terjednek. Több esetben konkrét igény fogalmazódott meg a balatoni halakra vonatkozóan, de minden vendéglős kiemelte, hogy nem tudnak hozzáférti ehhez a termékkörhöz, hiszen jelenleg a Balatonból történő halkivételi jog kizárólag a horgászok kezében van. Amennyiben a balatoni hal hozzáférhető volna, az igények vendéglátóhely mérettől függően 20-30 kg/hét igénymennyiségtől 100 kg/hét mennyiség terjednek. Akadt olyan válaszadó is, aki tételesen felsorolta, mire lenne szüksége: 20 kg fogas, 20 kg harcsa, 15 kg keszeg, 15 kg vegyes, halászléhez való hal, hetente. Mások a helyben készült pékárakra vonatkozóan jeleztek igényt. Az egyik vendéglátóhelyen kovászos kenyérből nyáron 20-30 kg is elfogyhatna nyáron, hetente, de akár télen is fenntartaná a vásárlási igényt heti 5-6 kg-os fogyasztási mértékkel. Mások a mennyiséget darabszámmra vonatkozóan fogalmazták meg, például 90 igazi kovással készült bagett/hét viszonylatában. Hiány, ebből következően vendéglátói igény mutatkozik grillsajtokra, ezek mennyisége 2-3 kg/héttől 5-10 kg/hétig terjed, lángos készítéshez reszelt sajtból akár 30 kg is elfogyhat hetente a nyári idegenforgalmi főszezonban. Zöldséget és gyümölcsöt a többség jellemzően könnyen be tud szerezni, de azért megfogalmazódott néhány igény, ami a jelenleginél nagyobb mennyiség felhasználására vonatkozik, jellemzően 25-50 kg közötti becslési sávban. Volt olyan vendéglátó, aki különböző olajokat vásárolna helyi termelőktől, ezek között említette a dióolajat és a szőlőmagolajat, ezekből 4-5 liter is elfogy egy-egy nyári hét alatt, mivel ezekkel az olajokkal süteményeket sütnek. De akadt olyan vendéglátó is, aki friss fűszernövényeket vásárolna, például bazsalikomot heti 0,5-1 kg mennyiségben, míg egy másik fűszerpaprikát, nem kevesebb, mint 20-25 kg/hét mennyiségben. Ez utóbbi vendéglátó jelezte a válaszában, hogy az általa megnevezett mennyiség nem hiányszükséglet, sőt, helyi termelőtől is szerzi be, csak éppen az Alföldről.

Szezonálitási problematika a helyi termékek felhasználása során

A vendéglátók – párhuzamban a helyi termékek előállítóival – válaszolhattak arra a kérdésre, hogy mennyiben érinti a felhasznált termékek körét a szezonálitás és az állandóság hiányának problematikája. A válaszokat egy hatfokozatú, semleges középértéket fel nem kínáló skálán fogalmazhatták meg, amelynek értékelési irányait módszertani okokból a kérdés jelentőségéhez igazodva a szokásoshoz képest megfordítottuk, ennek megfelelően a teljes mértékben érinti szélsőérték került az 1-es, és az egyáltalán nem érinti szélsőérték a hatos mezőbe. A kérdezés során a fordított állású skálaértékelésre külön felhívtuk a figyelmet, és csak azután kerülhetett sor a válaszjelölésre, ha a megkérdezett jelezte a kérdezőbiztosnak, hogy érti a kérdést. A 42 vendéglátó 45,2 %-a válaszolta, hogy a helyi termékek felhasználása során egyáltalán nem érinti vendéglátóhelye működését a szezonálitás problémája. Négyes és ötös értéket, amely ez esetben inkább azt jelenti, hogy ilyen problémával nem kell szembenézniük a válaszadók további 28,6 %-a választott, ami azt jelenti, hogy a kérdésre válaszoló vendéglátók közel háromnegyede úgy nyilatkozott, hogy a szezonálitás, vagy termékek idényjellege kevésbé, vagy egyáltalán érinti a felhasznált termékek körét, minden negyedik vendéglátó esetében azonban ez különböző mértékű problémákat okoz. Ezzel együtt kevesen vannak, akiknél ez súlyos probléma, csak minden tizennegyedik válaszoló vendéglátóra bizonyult igaz állításnak. Ez alapján relatíve szerves összhangban mozoghatnak az étlapon szerepeltetett, helyi termékek felhasználásával készített ételek és italok az adott helyi termékek előállításának szezonálitásaival, vagy pedig megoldott ezek egész éves hozzáférhetősége, ha frissen nem is, de fagyasztott vagy tartósított állapotban.

11. sz. ábra A kérdőív „Mennyiben érinti a felhasznált termékek körét a szezonálitás és az állandóság hiányának problematikája?” kérdésére adott válaszok megoszlása a megadott skálaértékek szerint



9.3 Termelői kapcsolatok

Helyi termelőkkel való aktív üzleti kapcsolat

A helyi termelőkkel kapcsolatot tartó vendéglátók körvonalazhatták bizonyos esetekben személyes ismeretségen alapuló, aktív üzleti kapcsolataik számát. A válaszok megjelölésére előre kategorizált válaszokat biztosítottunk. A helyi termelőkkel kapcsolatot tartó vendéglátók relatív többsége, 42 %-a 1, legfeljebb 5 különböző helyi termelővel van aktív üzleti kapcsolatban. Minden negyedik vendéglátó dupla ennyi, minimálisan 6, maximálisan 10 termelővel ápol üzleti viszonyt. Összességében 10, vagy annál kevesebb üzleti kapcsolatok aránya a vendéglátók több mint kétharmadára jellemző. 11 és 15 kapcsolattartási gyakoriság négy, 20, vagy annál többet öt további vendéglátó jelzett.³² A termelői kapcsolatok száma és az üzemelési idő között nincs szignifikáns kapcsolat. Az 1 és 5, illetve a 6 és 10 közötti kapcsolatszám esetében egyaránt azok vannak többségben, akik üzemelési ideje nem egész éves, csak a 11 és 15 termelői kapcsolat vonatkozásában állapíthattunk meg többséget azon vendéglátók esetében, akik egész évben nyitva tartanak. A 20, vagy annál több termelői kapcsolatot jelző 5 vendéglátóból 4 nem egész évben üzemel.

A vendéglátóhely üzemeltetői által termelt nyersanyag

A vizsgálatba került vendéglátók kiterhettek arra, hogy elmondják, termelnek a saját maguk számára az étterem konyhájában felhasználható nyersanyagot. A kérdésre 45 vendéglátó válaszolt, ezek abszolút többsége 55,6 %-a igen választ adott, ez most 25 vendéglátót jelent. Összesen 20 vendéglátó válaszolta, hogy önmaga nem állít elő semmiféle terméket, amit a konyhában hasznosíthatna. A válaszok eloszlása független az egész éves, vagy szezonális üzemelési módtól. Azok többsége, akik termelnek saját hasznosításra nyersanyagot, jellemzőbb módon nem tartanak egész évben nyitva, és ott sem jellemzőbb az egész éves nyitva tartás, mint a részidőszakos, ahol nem állítanak elő a vendéglátóhely tulajdonosok helyben élelmiszer nyersanyagot.

Helyi termelők távolsága a vendéglátóhelytől

Igyekeztünk körülhatárolni azt a területet, ahonnan a termelőkkel kapcsolatot tartó vendéglátók üzleti kapcsolataik alapján beszerezik a helyi termékeket. Ezt először egy, a vendéglátóhely telephelyéhez viszonyított és a vendéglátó által megadott becslési távolság szerint ragadtuk meg, majd megkértük arra is a válaszolókat, hogy az érintett településeket is nevezzék meg. Mivel lényegében – igen kevés kivételtől eltekintve – egynél több kapcsolatról van szó, és ez más és más települést jelent egyetlen válaszon belül, miközben a települések távolsága értelemszerűen különbözik az adott vendéglátóhely telephelyétől, így az adatok feldolgozása során csak a becslésértékek nagyságrendi relevanciát vesszük figyelembe. Ugyan a termékek és alapanyagok fejezet első kérdésében a helyi terméket az üzemelési helytől számított 40 km-es sugarú körön belül definiáltuk, ez kevésbé bizonyult életszerűnek.

³² A kérdőívben felkínáltuk a 16-20 közötti termelő kapcsolatszámot is, mint válaszlehetőséget, de erre nem érkezett érvényes jelölés, így a gyakoriságokban sem jelenhet meg.

Minden választ figyelembe véve a helyi termékek beszerzési távolságának átlaga ezt a kört átlag mintegy 16 km-el meghaladta, 55,6 km-es értéket adott ki. A távolságok átlag körüli átlagos szóródása magas, 44,2 km, a távolságok becslési mediánja 45 km, a módusz 50 km. Az értékbecslések eloszlásalakzata a kisebb távolságok felé sűrűsödik, és a nagyobb távolságok felé válik szórtabbá, alapvetően a 40 km-es értelmezési kör releváns, de a valós adatok alapján feltétlenül pontosításra szorul. Az értékbecslések oldal és vertikális irányú eloszlástorzulása +/- 1 értéket meghaladó. A standard normális becsléseloszlást a többségre jellemző centrális középértéktől sokkal magasabb outlier becslésértékek befolyásolják, 3 interkvartilis távolságon túli szélsőérték egy 200 km-es, négy 150 km-es és egy 120 km-es távolságbecslés. Ha ezt a hat becslésértéket kizárjuk a távolságjellemzőkből az eloszlás mind horizontális, mind vertikális értelemben standard normális. Az átlag 39,76 km, a szórás kevesebb, mint felére, 18,5 km-re szűkül, jól követi a kiinduló 40 km-es pozicionálási vertikumot, ehhez kapcsolódik a medián is, ami szintén 40 km, csak a módusz marad változatlanul 50 km, mivel ezek nem voltak szélsőséges becslésértékek, a vizsgált eloszlás részei maradtak. A távolságok előbbi kísérleti modellezése azonban csak a jelenség megértését hivatott segíteni. Értелеmszerűen nem tekinthetünk el a szélsőséges távolságbecslésektől, hiszen ezek nem hipotetikus, hanem életszerű relációk, valódi kapcsolatok, amelyek a mindennapi működés részei. A jelen elemzési tapasztalatok alapján indokolt lenne a helyi termelők meghatározására vonatkozó távolságbecslésen alapuló definíciót 40 km-ről 50, esetleg 60 km-re módosítani, illetve ezt a definíciót módszertani értelemben rugalmasan kezelni.

A helyi termékek származása - települések

A helyi termék beszerzésének településével kapcsolatban összesen 236 db válasz érkezett 95 különböző területegység, település, tájegység, vagy nemzeti park vonatkozásában. 49 esetben született egynél több válaszelölés az adott település, vagy tájegységre, 46 esetben csak egyetlen jelölést találtunk. A rangsor élén a Balaton déli partvidékének települései helyezkednek el, 18 említéssel első Balatonlelle, 17 említéssel második Siófok, 16 említés mellett harmadik Balatonboglár. Nagyon fontos, hogy ezekről a településekről nemcsak somogyi, hanem zalai vendéglátóhelyek is vásárolnak helyi terméket, tehát adott esetben jóval meghaladhatja a 40 km-es elméleti határt még ebben az esetben is a helyi termék fogalom gyakorlati közelítése. A negyedik helyen 7-7 említéssel ugyancsak két Balaton térségi hely pozicionálódik, az egyik Balatonfenyves vonatkozásában szintén a Balaton déli partján helyezkedik el, a másik az északi parton, Veszprém megyében a Badacsony környéke. Az említésgyakoriságok rangsorában Keszthely következik, amelyet hat alkalommal neveztek meg a vendéglátók, majd 5-5 említéssel Cserszegtomaj, Kötcsé és Zalaszentgrót következik. Négy említést nyolc különböző, kivétel nélkül Balaton Kiemelt Üdülőkörzetbe tartozó település kapott: Alsópáhok, Balatonfőkajár, Balatonszemes, Fonyód, Hévíz, Marcali, Vászoly és Zalacsány. Három említést 8 különböző település: Gyenesdiás, Káptalanfőti, Kisasszond, Nagykanizsa, Öreglak, Rezi, Ságvár és Zamárdi, illetve a Somló-hegy kapott. Két említéssel 23 különböző település jelenik meg, ezek többsége a BKÜ része, de az üdülőkörzeten kívüli települések is több esetben reprezentálják magukat, ilyen Bács-Kiskun megyében Bács-Kiskun, Tolna megyében Dombóvár, Veszprém megyében Sümeg és Sümegprága,

Zalában a horvát határ mellett Letenye. Az egyetlen említésű települések, vagy térség-tájégségek nagyon nagy területi szórást mutatnak, Vas megyétől Csongrád megyéig³³, Zalától-Borsod-Abaúj-Zemplén megyéig változik. Vizsgálati térségen kívüli térség-tájégség az Őrség, a Kiskunsági és a Hortobágyi Nemzeti Park, a Tiszántúlon a Sárrét, vagy Veszprém megyében a Káli-medence, ami egyben a BKÜ területének része. Egy-egy említést kaptak olyan távoli települések is, mint Baranyában Kovácsszénája, Bács-Kiskunban Kecskemét, vagy Kiskunhalas, Borsod-Abaúj-Zemplén megyében Megyaszó, Csongrádban Makó, Fejér megyében Szabadhídvég, Felcsút, vagy Vértesacsa, Tolnában Tamási, Vas megyében Szombathely, és Magyarország fővárosa is, Budapest. Összességében a Somogy és Zala megyéken kívüli település, térség és tájégség gyakorisága, ahonnan az adott vendéglátóegységekbe beszállítanak helyi termelők az összes említés körében 57 db, ami nem kevesebb, mint az összes válaszra vetítve 60 %-os aránynak felel meg.

Helyi termelőkkel való együttműködés kialakításának szempontjai

Fontos volt paraméterezni, hogy a vendéglátók mely szempontok alapján választják ki azokat a termelőket, akikkel együtt dolgoznak. A vendéglátók tíz különböző, előre kínált válaszlehetőség közül szabadon alkothattak a megadott kereteken belül tetszőleges számú válaszkombinációt. A helyi termelőkkel együttműködő 42 vendéglátó mindösszesen 136 válaszelölést adott. Mind a 42 vendéglátó adott legalább egy választ. Szöveges válasz kiegészítésre ez esetben nem volt mód. Csak egyetlen választ hat, kettőt hét, hármat tíz, négyet tizenhárom, ötöt három, hatot kettő, és végül hét különböző válaszkombinációt egy vendéglős fogalmazott meg. A 136 említésből 41 alkalommal fordult elő a megbízható termékminőség és mennyiség, mint kapcsolatépítési szempont, ez az említések arányában 30,1 %-nak felel meg, a 42 válaszadóra vetítve 97,6 %-os arányt mutat, ezt a szempontot egyetlen kivétellel az összes helyi termelőkkel kapcsolatot tartó vendéglátó megjelölte. A földrajzi közelség / távolság 24 válaszelölést kapott, ez az említések arányában minden hatodik válasznak felel meg. Ez a szempont a válaszadókra vetítve 57,1 %-os arányt képez, a vendéglátók többségére jellemző.

³³ Csongrád megye neve a Magyar Országgyűlés 2017. október 4-i döntése alapján 2020. június 4-től (ez a trianoni békediktátum aláírásának századik évfordulója) Csongrád-Csanád megyére változik.

5. sz. táblázat *A helyi termelőkkel való együttműködés kialakításának szempontjai a válaszlehetőségek említésgyakorisága és aránya szerint*

SYSTEM MISSING = 8 fő (16,0 %) Érvényesen válaszolók száma = 42 fő (84,0 %)	Említések száma (N=136)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes érvényesen válaszolóra (N=42 fő)
Megbízható termékminőség és mennyiség	41	30,1%	97,6%
Földrajzi közelség/távolság	24	17,6%	57,1%
Partneri vagy vendég-ajánlás	18	13,2%	42,9%
Tradicionalis táji termék	15	11,0%	35,7%
Termékek külső megjelenése	13	9,6%	31,0%
Gazdasági átláthatóság	7	5,1%	16,7%
Marketingérték	7	5,1%	16,7%
Bio- vagy ökotermék	6	4,4%	14,3%
Széleskörű felhasználhatóság	3	2,2%	7,1%
Kizárólagos partnerség	2	1,5%	4,8%
Összesen	136	100,00	Kategóriagyakoriság/N*100

Az említések harmadik rangsorhelyén a partneri, vagy vendég ajánlás szerepel, ez most 18 válaszjelölést jelent, ami az említések arányában 13,2 %, a vendéglátókra vetítve 42,9 %-os arány. A tradicionális táji termék 15 említéssel negyedik a rangsorban, gyakorlatilag minden kilencedik említést ez a kapcsolatépítési szempont ez alkotja, és a vendéglátók legalább harmada választotta. Relatíve lényeges a termékek külső megjelenése is, ez 13 alkalommal jelenik meg az adatok között, ami egytized arányú előfordulás biztosít az összes válasz körében, míg a vendéglátókra vetítve 31 %-os arálynak felel meg. Hét-hét említéssel fejeződik ki a gazdasági átláthatóság és a marketingérték, ezek már csak 5-5 %-os részarányt képviselnek az összes válaszon belül, és legfeljebb minden hatodik vendéglátóra érvényes megállapítások. A bio-, vagy ökotermék kategóriája hat alkalommal került kiválasztásra, és minden hetedik vendéglátó tartotta fontosnak. A széleskörű felhasználhatóság három, a kizárólagos partnerség kettő alkalommal fordul elő a jelölt kategóriák között. A széles körű felhasználhatóság minden tizennegyedik, a kizárólagos partnerség legfeljebb minden huszadik, a mintában mindössze csak két vendéglátó esetében bizonyult fontos szempontnak.

Minőségbiztosítási gyakorlat a helyi termelőkkel való együttműködés során

A termelőkkel üzleti kapcsolatban lévő vendéglátók elsőprő többsége 88 %-a fenntart bizonyos minőségbiztosítási gyakorlatot a helyi termelőkkel való együttműködés kapcsán, azaz meggyőződik valamilyen módszerrel a termelő alkalmasságáról, az áru minőségéről, a termék-előállítás módjáról, vagy ezek összességéről, egyszerre. Csak öt vendéglátó válaszolta, hogy ilyen gyakorlata nincs, ez minden kilencedik termelőkkel együttműködő vendéglátót jelenti a mintában. A nemleges válaszokat ezúttal nem indokolták meg. Azt, hogy pontosan mit is takar ez a minőségbiztosítási gyakorlat, szöveges válasz formájában kifejezhetnék. A 37 minőségbiztosítási gyakorlatot végző vendéglátó mintegy 60 %-a (22 fő) próbavásárlásokat végez, termékmintát kér, kóstol. Hét vendéglátó a kóstolás mellett személyesen is meglátogatja termelés helyszínét. Négyen azt válaszolták, hogy a helyszínen tett személyes

látogatás mellett csak szemrevételezik a terméket, nem kóstolják meg. Végül szintén négyen reprezentálódtak a mintában, akik jellemzően harmadik személytől kérnek tapasztalatokat, mintegy referenciát a termelőről és termékeiről, ezt akár személyes, akár online formában is gyakorolják, illetve ezek mellett minden esetben végeznek próbavásárlást és kóstolást.

Termékvásárlási jellemzők

A helyi terméket felhasználó vendéglátók elmondhatták, jellemzően hol történik meg a beszerzés, vásárlás. A válaszokhoz nyolc különböző, előre elkészített kategóriát kínáltunk, ezekből többet is megjelölhettek, illetve szabad utat hagytunk a szövegesen megfogalmazható válaszok előtt is, de ezzel a lehetőséggel most senki sem élt. A helyi termelőkkel üzleti kapcsolatot tartó vendéglátók összesen 99 érvényes válaszkombinációt alkottak. Csak egy választ tizennégy, kettőt tizenkettő, hármat nyolc, négyet öt, végül ötöt három vendéglátó adott. A leggyakoribb termékbeszerzési, vásárlási forma az, hogy a termelő kiszállítja az árut a vendéglátóhelyhez. Ez 37 önálló jelölést kapott az a válaszok arányában 37,4 %-os részesedésnek felel meg, miközben az összes helyi termelővel üzletelő vendéglátóra vetítve mintegy 88 %-os arányt alkot. Gyakori beszerzési, vásárlási módozat, hogy a vendéglátó megy el a termelőhöz az áruért, ez 21 válaszelőjelést kapott, ami a válaszokon belül 21 %-os arányt is jelent, miközben minden második vendéglátóra érvényes beszerzési mód.

6. sz. táblázat A vendéglátóhelyek termelői termékek kapcsán alkalmazott beszerzési technikái a megadott válaszkategóriák szerint

SYSTEM MISSING = 8 fő (16,0 %) Érvényesen válaszolók száma = 42 fő (84,0 %)	Említések száma (N=99)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes érvényesen válaszolóra (N=42 fő)
A termelő kiszállítja	37	37,37%	88,1
A termelő telephelye	21	21,21%	50
Az étterem maga termeli	14	14,14%	33,33
Termelői piac	12	12,12%	28,57
Helyi termék bolt vagy polc	6	6,06%	14,29
Internet	4	4,04%	9,52
Bevásárlóközpont, szupermarket	3	3,03%	7,14
Egyéb piac	2	2,02%	4,76
Összesen	99	100,00%	Kategóriagyakoriság/N*100

Az említések harmadik helyén az étterem tulajdonosa által termelt nyersanyag szerepel, ez 14 válaszelőjeléssel az esetek hetedét képezi, és most minden harmadik vendéglátó említette, mint rá jellemző gyakorlatot. A termelői piac 12 említést kapott, mint értékesítési helyszín és mód, ez egynolcados arányt alkot az összes válaszon belül, és 28,5 %-ot a vendéglátókra vetítve. A helyi termék bolt vagy polc mindössze 6 érvényes választ volt képest felmutatni, mintánkban legfeljebb minden hetedik vendéglátó vásárol ilyen üzletben. Négy választást kapott az internetes nyersanyagbeszerzés, ez a gyakorlatot csak minden tizenegyedik vendéglátó követi. Bevásárlóközpontban, szupermarketben, vagy egyéb piacon való árubeszerzés, amiről tudni lehet, hogy helyi termelőtől származik igen ritka, de előfordul. Az

előbbi kategória három, az utóbbi két válaszelölést kapott, ami a vendéglátókra vetítve minden tizennegyedik, illetve az egyéb piacok esetében legfeljebb minden huszonegyedik válaszádra igaz.

Termékátadás-átvétel

Külön kérdésben térképeztük azt, hogy jellemzően hol történik meg a megvásárolt termékek átadás-átvétele. A válaszokhoz felkínált kategóriák teljes mértékben megegyeznek az előző kérdésben alkalmazottakkal, illetve kombinálhatták is a válaszokat. A helyi termelőkkel üzleti kapcsolatban álló vendéglátók most 97 érvényes választ fogalmaztak meg. Csak egy választ tizenegy, kettőt tizenkettő, hármat nyolc, négyet hat, ötöt kettő vendéglátó adott. A gyakoriságrangsor első öt helye teljesen megegyezik a termékvásárlás esetében tapasztaltakkal, és jelentős aránykülönbségek sincsenek. A termelő általi kiszállítás az összes vendéglátó mintegy 90 %-ára bizonyult rendszeres gyakorlatnak. A termelő telephelyén való átvétel 50 %-os részesedésnek felel meg a vendéglátók között, 30 % felett alakul a vendéglátó által előállított nyersanyag, 28,5 % a termelői piacon zajló átvétel, és minden hatodik vendéglátó veszi át a terméket helyi termékboltban. Az egyéb piac, illetve a bevásárlóközpont, supermarket most két-két válaszelölést kapott, ami 5-5 %-os részesedést jelent a vendéglátók körében. Az internetet most csak egyszer választották, ahogyan a szöveges válasz kiegészítést lehetőségét is, amely tartalmában a csomagküldő szolgálatra vonatkozott

Helyi termékek éttermi felhasználásának akadályai

Miután a helyi terméket vásárló és éttermében hasznosító vendéglátócsoporthat jellemzőit fókuszba tettük és megvizsgáltuk, ismét visszatérünk az összes megkérdezett vendéglátóhoz azzal a kérdéssel, hogy megítélésük szerint mely tényezők érvényesülése hátráltatja a helyi termékek szélesebb körű éttermi-szállodai felhasználását. A kérdés megválaszolásához tizenkét különböző mérési dimenziókat kínáltunk fel, amelyeket a vendéglátók szabadon kombinálhattak. Minden válaszkategória kapott legalább egy érvényes jelölést, amelyek száma mindösszesen 136. Ugyan ebben a kérdésben sem terveztük a szöveges válaszok megfogalmazásának lehetőségét, erre az adatfelvétel során olyan nagy igény mutatkozott, hogy a kérdezőbiztosok írásban rögzítették azokat. Az ötven megkérdezettből 46 vendéglátó fejtette ki a válaszait, és ezek közül 14-en - ez legalább minden negyedik vendéglátó a mintában - szövegesen is kommentálták az okokat. Csak egy választ kilenc, csak kettőt szintén kilenc, hármat tíz, négyet tizenhárom, ötöt kettő, hatot három vendéglátó fogalmazott meg.

7. sz. táblázat A kérdőív „Ön szerint mely tényezők jelentik a legfőbb gátját a helyi termékek éttermi-szállodai felhasználásának? Válasszon az alábbi fogalmak közül! Több válasz is lehetséges!” kérdésre adott válaszok megoszlása a megadott válaszkategóriák szerint

SYSTEM MISSING = 4 fő (8,0 %) Érvényesen válaszolók száma = 46 fő (96,0 %)	Említések száma (N=138)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes érvényesen válaszolóra (N=46 fő)
Ingadozó termékmennyiség	24	17,4%	52,2%
Logisztikai, szállítmányozási nehézségek	20	14,5%	43,5%
Jogszabályi környezet	17	12,3%	37,0%
Adminisztrációs nehézségek és kockázatok	15	10,9%	32,6%
Szezonáltság	12	8,7%	26,1%
Hiányos kapcsolati háló	12	8,7%	26,1%
Ingadozó termékminőség	10	7,2%	21,7%
Élelmiszerbiztonság	9	6,5%	19,6%
Termelői integrátorok hiánya	7	5,1%	15,2%
Együttműködési készség hiánya	6	4,3%	13,0%
Bizonytalan eredet	4	2,9%	8,7%
Vásárlói bizalmatlanság	2	1,4%	4,3%
Összesen	138	100,0%	Kategóriagyakoriság/N*100

Az említések rangsorát az ingadozó termékmennyiség nyitja, ez 24 válaszjelölést kapott, ami az említések arányában csak 17,4 %-ot jelent, de a vendéglátókra vetítve 52,2 %-nak felel meg, legalább minden második vendéglátó szerint ez a magyarázat fedi a valóságot. Húsz említéssel második a rangsorban a logisztikai és szállítmányozási nehézségek összessége. Ez az említések arányában 14,5 %, a vendéglátókra vetítve 43,5 %-os arányt képez. Harmadik rangsorhelyen 17 említéssel a jogszabályi környezet helyezkedik el, ez az említések nyolcadát alkotja, a vendéglátókra vetítve 37 %-os aránynak felel meg. A lehetséges okok és akadályok rangsorának negyedik helyén az adminisztrációs nehézségek és kockázatok állnak, ez az említések kilencedét teszi ki, és legalább minden harmadik vendéglátó szerint valószínűsíthető magyarázatot képez. A szezonáltság és a hiányos kapcsolati háló egyaránt 12-12 említés kapott, ez az összes említés kevesebb, mint 9-9 %-a, a vendéglátókra vetítve 26-26 %-os arányt jelent. Tíz esetben azt az indoklást fogalmazták meg, hogy a termékminőség ingadozik, ez az említések alig 7 %-át teszi ki, és minden ötödik vendéglátó vélte igaz magyarázatnak. Az élelmiszerbiztonság kilenc válaszjelölést kapott, alig különbözik az ingadozó termékminőségtől, ezt is minden ötödik vendéglátó ítélte reális hátráltató oknak. A termelői integrátorok hiánya hét alkalommal fordult elő a megnevezett okok között, ez az említések 5 %-os részesedését teszi ki, vendéglátókra vetítve 15 %-os arányt alkot. Az együttműködési készség hiánya egyértelműen ritkán választott magyarázat, hat alkalommal fordult elő a 136 említés között, legfeljebb minden nyolcadik vendéglátó jelölte ezt a választ. A rangsor két utolsó eleme a bizonytalan eredet és a vásárlói bizalmatlanság. Az előbbi négy, az utóbbi két alkalommal fordul elő az okok között. A bizonytalan eredet minden tizenkettedik, a vásárlói bizalmatlanság legfeljebb minden huszonharmadik vendéglátó véleményében mutatkozott meg.

A kérdés kapcsán szövegesen megfogalmazott narratíva egyébként érvényes kombinációs válaszok mellett szerepelt hozzáadott információként. A válaszok egy része hiányállapotokra

hívja fel a figyelmet. Például kevesen vannak a Balatonnál azok, akik a helyi terméket igénylik és vásárolják, vagy kevésbé ismertek a termelők, mert az élelmiszeripari és kereskedelmi multinacionális vállalatok uralják a piacot. Problémát jelent az árképzés, vagyis túlságosan drága a helyi termék sok vendéglátónak, ezért olcsóbban vásárolnak multi cégektől, gyengébb minőséget. Más esetekben az okoz problémát, hogy a helyi termelő nem tud igazán nagy tételben előállítani, amennyi egy nagyobb étterem szükséglete lenne. Emellett az étterem vezetője, menedzsmentje nem tud tucatszámú termelővel folyamatos kapcsolatot tartani, mert ennek túl nagy az időigénye. Ezért inkább egy helyen vásárolnak nagy tételben szükséges nyersanyagokat, és csak néhány terméket egy-két helyi termelőtől. Mások esetében az emberi tényező a problémafaktor, a könnyebb utat választják a vendéglátók a nehezebb, de jobb helyett, multiktól vásárolnak olcsóbban, gyorsabban és nagyobb tételben, nem vállalják a lassabb, körülményesebb, több egyeztetést és időt igénylő helyi beszerzést. Megint más perspektívából a helyiek munkakedvével is baj van, nem akarnak, vagy nem tudnak minőségi termék-előállítással foglalkozni, hiába vennék meg helyben a zöldséget-gyümölcsöt, halat és húst, fűszernövényt, ha nincs. Ha helyben nincs, és a vendéglő vezetőjének nincs azzal ellentétes igénye és törekvése, multiktól szerez be, akinek meg van, az akár több száz kilométert is utazhat egy-egy árucikkért, amint azt tapasztaltuk a helyi termékek beszerzésének üzemelési helyszíntől való távolságbecslései során.

9.4 Együttműködések, hálózatok, minősítések

Szervezeti, kapcsolati háló, és annak minősége a vendéglátó célcsoportban

Ahogy a termelői célcsoport tagjai, úgy a vendéglátók is jellemezhetnék azt a sajátos kapcsolati hálót, amely körülveszi őket. Az értékeléseket a kapcsolatok erőssége, fontossága, relevanciája tárgyában tíz fokozatú skálán fogalmazhatták meg úgy, hogy az 1-es érték jelentette az egyáltalán nem fontos, nagyon gyenge kapcsolaterősséget, a 10-es érték a nagyon erős, nagyon fontos kapcsolatot. Az értékeléseket az átlagrangsor alapján tárgyaljuk.

8. sz. táblázat *Szervezeti, kapcsolati háló és annak minősége a vendéglátó célcsoportban*

	Nincs kapcsolata (fő)	Van kapcsolata (Fő)	Nincs kapcsolata (%)	Van kapcsolata (%)	Kapcsolat értékelési átlag az érvényes válaszok alapján	Kapcsolat értékelés átlagának szórása
Balatoni Regionális TDM Szövetség	35	15	70	30	8,13	1,920
Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége	45	5	90	10	8,00	2,740
Balatoni Kör	43	7	86	14	7,57	3,550
Helyi, vagy térségi Leader vidékfejlesztési egyesületek	42	8	84	16	6,88	4,050
Magyar Turisztikai Ügynökség	42	8	84	16	6,50	3,850
Nemzeti Agrárgazdasági Kamara megyei igazgatósága	43	7	86	14	5,29	2,930
Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft	45	5	90	10	5,20	2,490
Balatoni Szövetség	45	5	90	10	4,60	2,300
Balaton Fejlesztési Tanács	42	8	84	16	3,88	2,700
Helyi gazdakör, vagy egyéb helyi agrárgazdasági együttműködés	47	3	96	4	2,00	,000

Összesen tíz különböző szervezettel kapcsolatban vártuk a véleményeket, illetve az értékelések mellett mód volt arra is, hogy azt is kifejezzék, egyáltalán kapcsolatban állnak-e az adott szervezettel. Az adatok olvasata alapján a nagy többség egyetlen felsorolt szervezettel sem ápol rendszeres, szoros és releváns kapcsolatot, mindössze az összes válaszadó 4 és 30 %-a között változik azok aránya, akik egyáltalán kapcsolatot jeleztek az adott szervezetekkel, és értékeléseket adhattak. A vendéglátók 70-96 %-a kapcsolat híján egyáltalán nem értékelte a felsorolt szervezetekkel való kapcsolat fontosságát.

Az értékelések átlagangsorát a Balatoni Regionális TDM Szövetség vezeti. A TDM szövetséggel a vendéglátók 30 %-a áll kapcsolatban, ami a legmagasabb arány ebben a mintacsoportban. Az értékelések átlaga 8,13 pontérték. Az átlag körüli átlagos szórás 1,92 pont, vagyis akik kapcsolatban vannak a balatoni TDM-el, azok a kapcsolatukat jellemzően relevánsnak, fontosnak is érzik. Hasonlóan magas, 8-as pontérték átlagot elérő a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségével való kapcsolat fontossága, az átlagos szórás most nagyobb, 2,74 pontérték, de ezzel a szövetséggel csak minden tizedik vendéglátónak van kapcsolata. Az átlagangsorban harmadik a Balatoni kör, ezzel a szervezettel minden hetedik vendéglátó tart fenn kapcsolatot, az átlag 7,57 pontérték 3,55 pontos átlagos szóródás mellett. Alapvetően a Balatoni Körrel ápoltságok is relevánsak, fontosak és erősek. Negyedik rangsorhelyen a helyi vagy térségi LEADER vidékfejlesztési egyesületek állnak. Ez nem egyetlen szervezet a felsorolásban, hanem a vidéki térségekben működő szervezetek összességét jelenti gyűjtőfogalomként. Ennek ellenére csak minden hatodik vendéglátó jelzett

valamely LEADER szervezettel fennálló kapcsolatot. Aki kapcsolatban van ilyen egyesülettel, még mindig inkább érzi ezt a kapcsolatot fontosnak, mint nem fontosnak. Az átlag 6,88 pontérték, az átlagos szóródás 4-es érték. A LEADER szervezeteket a Magyar Turisztikai Ügynökség követi a rangsorban. Az MTÜ-vel összefüggésben szintén minden hatodik vendéglátó nyilatkozta, hogy kapcsolatot ápol, ennek értékelési átlaga 6,50 pontérték, a szórás 3,58. Az átlag rangsor hatodik helyén a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara megyei igazgatósága áll, ami most két szervezetet takar. Minden hetedik vendéglátó válaszolta, hogy valamelyik agrárkamarával kapcsolata van, ennek értékelési átlaga 5,29, a szórás 2,92 pont, jellemzően közepes. Hasonlóan közepes a Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft-vel való kapcsolat erőssége is, ez most 5,20 pontérték, az átlag körüli átlagos szóródás 2,49. De csak minden tizedik vendéglátónak van kapcsolata ezzel a szervezettel. A rangsorban következő Balatoni Szövetséggel szintén csak minden tizedik vendéglátó tart kapcsolatot, akinek van kapcsolata, jellemzően nem értékeli nagyon fontosnak és erősnek, az átlag 4,60 pontérték, az átlagos szóródás 2,30. A tesztelt szervezetek sorában utolsó előtti rangsorhelyen jelenik meg a Balaton Fejlesztési Tanács, amellyel minden hatodik vendéglátó tart fenn állítása szerint valamilyen kapcsolatot. A kapcsolat erősségének értékelési átlaga alacsony, 3,88 pontérték, a szórás 2,70. Az átlag rangsorban utolsó helyen a helyi gazdakör, vagy egyéb helyi agrárgazdasági együttműködések állnak. Ilyenből is több van Somogy és Zala megyében, viszont mindössze csak három vendéglátó állította, hogy van ilyen kapcsolata. A három vendéglátó egységes értékelése tízes skálán 2-es pontérték, a szóródás értelemszerűen most nulla. Ez a három vendéglátó valamilyen okból nem értékelte erősnek, fontosnak és relevánsnak a helyi gazdakörökkel, vagy egyéb helyi agrárgazdasági együttműködésekkel való kapcsolatát, de mivel több ilyen együttműködés van, és sokkal több kapcsolat, ezt a gyenge értékelést semmiképpen sem tekinthetjük általánosan mérvadónak, reprezentatívnak.

Gasztroturisztikai kiadványok, étteremkalauzok, hirdetési felületek

A vendéglátók válaszolhattak arra a kérdésre, hogy szerepel-e éttermük különböző gasztroturisztikai periodikában, kiadványban, étteremkalauzban, vagy akár bármilyen reklámcélú hirdetési felületen. A kérdésre minden vendéglátó válaszolt. Annak ellenére, hogy igen széles definíciós kaput nyitottunk a reklámcélú hirdetési felületek értelmezése számára, még mindig maradt hét megkérdézt, aki nemleges választ adott a kérdésre, összességében azonban az elsöprő többség, a vizsgálatban szereplő vendéglátók 86 %-a (43 fő) igennel felelt. A vendéglátóhelyét egyáltalán nem reklámozó hét tulajdonos étterme 1992 és 2017 között nyitotta meg kapuit, az átlag a 2010-es év. A tulajdonszerzés éve 1995 és 2016 között szóródik, az átlag 2006. Azt nem tartjuk valószínűnek, hogy a nyitás és a tulajdonszerzés éve óta ezek az éttermek soha ne reklámozták volna magukat, inkább arról lehet szó, hogy a kérdezés időpontjában nem volt aktuális, vagy nem zajlott ilyen célú reklámozás. A vendéglátóhelyet reklámozó, gasztroturisztikai kiadványokban bemutató tulajdonosok átlagosan 2007-ben szerezték meg a tulajdonjogot, de szélsőérték terjedelem alapján³⁴ a tulajdonszerzés évei 48 évnyi terjedelemben mozoghatnak, a legkorábbi 1969-ben a legfrissebb 2017-ben következett be. Az étterem nyitásának éve átlagosan 2002, ez esetben az

³⁴ Szélsőértékek közötti terjedelem, matematikai statisztikában range megnevezéssel szerepel.

időterjedelem 126 éves időszakot fog át, 1890 és 2016 között változik. Összességében, akik reklámozzák magukat átlagosan korábban nyitottak és később szereztek tulajdonjogot, miközben akik most nem reklámoznak, átlagosan később nyitották éttermüket, és korábban szereztek tulajdonjogot reklámozó társaiknál, de a megfigyelt eloszlás alakzati jelenségek között matematikai értelemben szignifikáns kapcsolat nem igazolható.

Nem elégedtünk meg csak azzal, hogy a vendéglátók igen/nem válasszal lezárhassák ezt a kérdést, hanem megkértük őket arra is, hogy pontosan nevezzék is meg azt a kiadványt, kalauzt, vagy hirdetési felületet, ahol éttermükkel megjelennek. Természetesen egy vendéglátó akár több kiadványban is hirdetheti magát, és valóban ez is volt az általánosan jellemző. A reklámcélú hirdetésekben megjelenő 43 vendéglátóból nyolcan említettek csak egyetlen felületet, a többiek minden legalább kettő, vagy három különböző kiadványt is felsoroltak. Az érvényes említések száma 91 db. Az említésgyakoriságok élén az éves periodicitásban megjelenő Magyar Konyha – Balatoni gasztrokalauz című kiadvány áll (ami alapján jelen vizsgálat alapsokaságát is meghatároztuk). Ez 31 említést kapott, ami a 43 vendéglátó nem kevesebb, mint 72 %-a. A második legtöbbet említett felület a MOL / WeLoveBalaton – 100 jó hely a Balatonnál, ez 17 válaszjelölést kapott, vagyis a vendéglátók mintegy kétötödére lehet jellemző. A gyakoriságrangsor első két helye együttesen az összes említés 52,7 %-át, abszolút többségét alkotja. Az első kettőtől jelentősen elmaradva öt említéssel harmadik a Gault Millau, négygel negyedik a Dining Guide online felület. Három említést kapott a dél-balatoni iránytű, ami tulajdonképpen egy zsebtérkép, amely a Dél-Balaton térségének legszívnvonalasabb gasztroszereplőit és legjobb attrakcióit ábrázolja, illetve a Tripadvisor online felület, ami több mint 200 szálláshely foglalási oldal árait hasonlítja össze. Két-két említést kapott a Gourmet online oldal, a Velvet Nyár blog, a Duna TV reggeli műsora, a Balatoni Nyár, az ATV és a Kapos TV gasztronómiai műsora, illetve a Forbes magazin.

Egy-egy említéssel további 16 különböző reklám és hirdetési felület említődött meg: online felületeken különböző gasztroturisztikai cikkek között az Origo, az Index, a Heti Világ Gazdaság, a Heti Válasz, vagy a HOT Magazin cikkeit, de említették a Gusto és a Dining City online felületeket is, szintén különböző cikkek éttermei beszámolók tapasztalataival. Az egyik vendéglátó interjúalany volt a Kossuth rádió egyik gasztronómiai műsorában, egy másik a TV2 Mokka című reggeli műsorában szerepelt, de volt aki, a Hír TV, vagy az MTV gasztroturisztikai műsorában beszélhetett az étterméről. Más esetben csak reklámhirdetést említettek, mégpedig a Balaton TV kapcsán. Volt, aki a Stahl Magazin interjúalánya lehetett, megint egy másik válaszadó ugyanezt a kiemelkedő nemzetközi hírnévvel rendelkező Michelin Guide-ban tehette meg. Ezek mellett említett hirdetési felületet alkotnak még a helyi tourinform újságok, illetve a hovamenjek.hu, amely online ételrendelő weboldal amellet, hogy az országban bárhol szálláshelyfoglalásra is alkalmas.

Nemzetközi standardok szerinti minősítés

A vendéglátók nyilatkozhattak arról, hogy rendelkeznek-e bármilyen nemzetközi standard alapján meghatározott minősítéssel. Az 50 vendéglátóból 14 válaszolta, hogy rendelkezik

ilyen minősítéssel, ami a megkérdezettek kevéssel több, mint negyede. Az elsőpró többségnek (72 %) nem volt ilyen minősítése. Az igennel válaszoló vendéglátók konkretizálhatták, pontosan, milyen minősítésről is van szó, ezzel kapcsolatban 16 érvényes válasz született, mivel két vendéglátó két-két minősítést is említett, tizenketten csak egyről számoltak be. Öt említés kapott a Gault Millau, hármat a Tripadvisor, kettőt-kettőt a Booking és az Európai Borút, és végül egyet-egyet a Gourmet, a Volkswagen Dining&Guide, a Hotelstars Union, illetve a Day Holiday díj.

9.5 Balatoni specifikumok

Borlapon szereplő borok borvidéki besorolása

A vendéglátó célcsoport vizsgálata kiegészült egy külön Balaton Kiemelt Üdülőkörzetre alkalmazható térség specifikus vizsgálati fókusszal. Ezen belül először a borlappal kapcsolatos jellemzőket tárjuk fel, kezdésként a borlapon szereplő borok borvidéki besorolása alapján. Magyarországon 22 törvény által elismert borvidék található,³⁵ ebből hat borvidék alkotja a Balaton borrégiót: badacsonyi, balatonboglári, vagy dél-balatoni, Balaton-felvidéki, Balatonfüred-csopaki, a Nagy-Somló, illetve a zalai, régebbi nevén Balaton-melléki borvidék³⁶.

A vendéglátók a borlapon szereplő borok alapján bármely borvidéket szabadon megjelölhették, illetve helyet biztosítottunk arra is, hogy akár a külföldi borok borvidégeit is megnevezhessék, amennyiben ilyen borok a kínálatban szerepelnek. A kérdésre minden vendéglátó válaszolt, az érvényes válaszjelölések száma mindösszesen 298 db.

Csak egyetlen borvidékről származó bort 10 vendéglátó kínál az ételei mellé, figyelmet érdemel, hogy ezek mindegyike a balatonboglári, vagy dél-balatoni borvidék terméke, ezzel együtt valamennyi Somogy megyei. Két borvidékről 6, három borvidékről 5, négy különböző borvidékről egyetlen, ötről 3, hat borvidékről 5 vendéglátó kínál borászati termékeket. Hét borvidékről 2, nyolcra 5, kilencről 2, tízről 3, tizenegyről 2, tizenkettőről, tizenháromról, tizennégyről és tizenöttről egyetlen vendéglátó tart borokat. Tizenhat borvidéket senki sem jelölt, de volt két vendéglátó, aki nem kevesebb, mint 17 különböző érvényes választ adott meg.

Az említések rangsorának első négy helyén csupa olyan borvidéket találunk, amely a Balaton borrégió része. A rangsort a balatonboglári, vagy dél-balatoni borvidék vezeti, amely 42 alkalommal említődött a válaszokban, ez az összes érvényes válasza vetítve 14,1 %-os aránynak felel meg. A dél-balatoni borvidék borait összességében 50 vendéglátóból 42 kínálja az ételei mellé, ami a vendéglátók körében nem kisebb, mint 84 %-os aránynak felel meg. A második legtöbbször említett borvidék a badacsonyi, a harmadik a Balaton-felvidéki. Az

³⁵ A borvidékek hatályos listáját a 127/2009. (IX. 29.) FVM rendelet 1. számú melléklete tartalmazza.

³⁶ A csongrádi, a hajós-bajai és a kunsági borvidék adja a dunai borrégiót, a bükki, az egri és a mátrai egyesül egri borrégióvá. Az észak-dunántúli borrégió az Etyek-budai, a móri, az Ászár-neszmélyi és a Pannonhalma – Sokoróalja borvidékből tevődik össze. A Pannon borrégió alkotórészei a pécsi, a szekszárdi, a tolnai és a Villány-siklói borvidék. Önálló borrégió, egyben borvidék Sopron és Tokaj-hegyalja.

előbbihez 32, az utóbbihoz 31 jelölést rendeltek hozzá, ezek aránya az összes válaszon belül 10-11 % közötti sávban helyezhető el, és a vendéglátók több mint 62-64 %-ának borlapjain szerepelnek. A gyakoriságemlítések negyedik rangsorhelyén a Balatonfüred-csopaki borvidék áll, ezt 25 alkalommal nevesítették a kérdezőbiztosnak. Ez a gyakoriságtömeg az összes válasz 8,5 %-át alkotja, és minden második vendéglátó kínálja az éttermében ennek a borvidéknek a termékeit. Az első négy, Balaton borrhíós borvidék az összes említés 43,6 %-át alkotja, és valóban, ezeknek a borvidékeknek a borászati termékei szinte valamennyi vendéglátóhelyen megtalálhatók. Ez nem okozhat meglepetést, hiszen a vizsgálat a Balaton Kiemelt Üdülőkörzet településein zajlott, vagyis valóban helyi borászati terméknek a Balaton régió borvidégeinek borai számítanak. A rangsor negyedik helyén 24-24 gyakoriságemlítéssel a Szekszárdi és a Villány-Siklói borvidék termékei helyezkednek el, mindkettő a Pannon borrhíó tagja. Ez a két borvidék a gyakoriságemlítések mintegy 8-8 %-át alkotja, a vendéglátókra vetítve 48 %-os arálynak felel meg, majdnem minden második vendéglőben találhatunk ezekről a borvidékekről származó borokat. Az ötödik rangsorhelyen 20 említéssel a világhírű Tokaj-hegyaljai borvidék, egyben borrhíó áll. Tokaj az említések közel 7 %-át kapta, tokaji borokat a megkérdezett vendéglátók 40 %-a szerepeltet a borlapon. Tokaj után egy másik világhírű magyar borvidék, az egri következik a sorban. Az egri borvidék az egri borrhíó névadója 16 említést kapott, ez az összes említés arányában 5 % körüli érték, és minden harmadik vendéglátó borkínálatában szerepel. Tizenöt említéssel szerepel a rangsorban a Nagy-Somló, ami a Balaton borrhíó Balatontól kicsit távolabbi tagja. A Somló-hegy az említések 5 %-át alkotja és a vendéglátók 30 %-a tart erről a borvidékről borokat. A rangsorban két olyan borvidék következik, amely az Észak-dunántúli borrhíó tagja, előbb 13 említéssel az Etyek-budai borvidék, majd 11 említéssel Pannonhalma-Sokoróalja következik a sorban. Az említések aránya 3-4 % körüli, viszont legalább minden negyedik vendéglátó kínál ezekről a borvidékekről borokat a vendégeinek. A Balaton borrhíó hatodik tagja, a zalai borvidék 9 említést kapott, ez az említések arányában már csak 3 %, de még mindig legalább minden hatodik vendéglátó polcain, vagy borospincéjében vannak erről a borvidékről származó borok. Nyolc említéssel Sopron borrhíó következik, szintén legalább minden hatodik vendéglátónál megtalálhatók az innen származó borok. Egyaránt 6 említést kapott a mátrai borvidék, ami az egri borrhíó tagja.

Minden nyolcadik vendéglátónál vannak mátrai borok, de ugyancsak 6 említést számoltunk össze a külföldi borok esetében is. Ezeket ugyan borvidékek szerint nem tudták a vendéglátók azonosítani, de a nemzetek minden esetben megnevezésre kerültek. Kínálnak az ételek mellé olasz, francia, spanyol és portugál borokat is Európából, de egészen egzotikus kínálattal is rendelkezik néhány vendéglátó, hiszen a Föld déli féltekéjéről, mintegy 15-18 ezer kilométer távolságból, Új-Zéland és Chile egyes vidékeiről is kerültek a Balatonhoz borok. A móri és a pécsi borvidék 4-4 említést kapott, ezek gyakoriságaránya az összes említés között már csak alig 1 % közelében állnak, és nagyjából minden tizenkettedik vendéglátónál találhatók meg. Az Ászár-neszmélyi, a bükki és tolnai borvidék 2-2 említést kapott, a kérdés időpontjában minden huszonötödik vendéglátónál voltak ilyen borok. Az utolsó rangsorhelyen 1-1 említéssel a csongrádi és a kunsági borvidék osztozik, ezeknek a boroknak a reprezentációs aránya a mintában 1 az 50-hez.

Összességében a Balaton borrégió hat borvidékének borait 154 alkalommal említették a 298 érvényes válasz között, ez azt jelenti, hogy a balatoni borok az összes említés abszolút többségét, 51,7 %-át alkotják a borlapi kínálatban.

Borlapon szereplő borok előállító helyének távolsága a vendéglátóhelytől

A vendéglátók saját becsléseik alapján körülhatárolhatták azt a távolságot az étteremtől, ahonnan a borlapon szereplő borok származnak. A helyi termékopcióra tekintettel az üzemelés helyétől 40 km távolságon túli beszerzéseket most nem vettük vizsgálat alá. A kérdésre minden vendéglátó adott legalább egy választ, mindenkinek van legalább egy ilyen bora. Csak egyetlen választ 25, csak kettőt 13, csak hármat 3, négyet 6 és ötöt ugyancsak 3 vendéglátó adott. Az érvényes válaszok száma most összesen 99, ami több borvidék több borának több települése metszetében várható eredmény. Az említési gyakoriságok rangsorának élén a 20-40 km közötti sáv helyezkedik el, ez most 29 választást kapott, ami az említések arányában 29,3 %, a vendéglátókra vetítve 58 %. A második helyen a 10-20 km közötti sáv áll, ezt 24 alkalommal említették, ami az összes válasz közel negyedét jelenti, a vendéglátókra vetítve 48 %-os arányt képez. Lényegében arról van szó, hogy legalább minden második említésben megfogalmazódott legjellemzőbb borbeszerzési zóna az étteremtől számított 10 és 40 km közötti távolságra tehető. Az étteremtől számított 5 és 10 km közötti sávot 19 esetben említették, ez az összes válasz 19,2 %-át alkotja, és legfeljebb minden harmadik vendéglátó említette ezt a távolságot. Az étterem településétől számított 5 km sugarú körön belülről történő beszerzés 14 választást kapott, ez az összes válasz hetede, illetve a vendéglátók 28 %-ára érvényes jellemző. Az étterem települését 13 esetben választották, ez 13 %-os arányt is jelent az összes válaszon belül, ez a vendéglátókra vetítve 26 %-os aránynak felel meg, minden negyedik vendéglátó esetében igaz.³⁷

9. sz. táblázat Borlapon szereplő borok előállítási helyének távolsága a vendéglátóhelytől

SYSTEM MISSING = 0 fő (0,0 %) Érvényesen válaszolók száma = 50 fő (100,0 %)	Említések száma (N=99)	Említések aránya az összes említésre (%)	Százalékos arány az összes érvényesen válaszolóra (N=50 fő)
20-40 km között	29	29,30%	58,00%
10-20 km között	24	24,20%	48,00%
5-10 km között	19	19,20%	38,00%
0-5 km között	14	14,10%	28,00%
Az étterem településéről	13	13,10%	26,00%
Összesen	99	100,0%	Kategóriagyakoriság/N*100

Összességében az a jellemző, hogy a mintába került vendéglátóhelyeken rendelhető helyi borok nem az étterem településéről, hanem attól távolabb, legjellemzőbb módon az üzemelés helyszínétől 10 és 40 km sugarú sávon belülről származnak.

³⁷ A kérdésben felkínáltuk azt az alternatívát is, hogy nincsenek borok az étterem kínálatában, de ezt a válaszlehetőséget a tárgyalt jelenségek függvényei alapján értelemszerűen nem választotta senki.

Borlapon szereplő borok fajtái

A vendéglátók legjobb tudomásuk szerint megnevezhették a borlapon szereplő borok szőlőfajtaikat. A válaszok alapján összesen 34 különböző szőlőfajtát azonosítottunk, az említések száma mindösszesen 241 db. A gyakoriságrangsor élén 33 említéssel az olaszrizling áll, ami a Balaton borrégió egyik legelterjedtebb és legkedveltebb fehérborszőlő fajtája. 23 említést kapott a merlot és 21-et a cabernet sauvignon, mindkettő kékszőlőfajta, vörösbor alapanyag, de rozé is készülhet belőlük. A negyedik rangsorhelyen 18-18 említéssel három szőlőfajta helyezkedik el, a chardonnay és az irsai olivér fehérborszőlő, a kékfrankosból vörösbort, vagy rozét készíthetnek. 12 említést kapott a cerszegi fűszeres, 11-et a savignon blanc, mindkettő fehérborszőlő, és 10-et a kékhéjú syrah, aminek származása meglehetősen viták tárgyát képezte az elmúlt évtizedekben³⁸. Mindezek a fajták az említésgyakoriságok kevesebb, mint 5-5 %-át alkotják. Kilenc említést kapott a vörösbor alapanyagként használt cabernet franc, nyolcat a szürkebarát, hetet a rajnai rizling, hatot a kéknyelű,³⁹ ötöt a furmint és ötöt a zöldveltelini, ezek mindegyike fehérborszőlő. Öt említést kapott a pinot noir is, ami kék héjú, francia eredetű borszőlő, vörös és rozé borok alapanyaga. Három említéssel ötféle szőlőt jelenik meg, a hárslevelű, a juhfark, a muscat ottonel, a sárgamuskotály és a királyleányka. Mindegyik fehérborszőlő. Két-két említést három szőlőfajta kapott, a rizlingszilváni, a tramini és a zenit, ezek fehérborszőlők, bár a traminának van kékhéjú változata is. A jelen említésből nem derül ki, hogy pontosan melyik fajta. Egy-egy említést tíz különböző fajta kapott, vegyesen fehér és vörösborszőlők: a pátria,⁴⁰ a feketeleányka,⁴¹ a zöldszilváni,⁴² a pölöskei muskotály, a piros szlanka, a pintes⁴³, a kékoportó, a kadarka, a semillon és a zeusz. Egy esetben nem szőlőfajtát, hanem egy habzóbort említettek, ami a Laposa Pincészet termékeként kerül forgalomba. Összességében a megnevezett 34 szőlőfajtából 24 fehérborszőlő, és csak 9 kékszőlőfajta. A fehér és a kékszőlők egymáshoz viszonyított aránya 70,6 % fehérborszőlő, 29,4 % kékszőlő.

Borlapon szereplő legnépszerűbb borok

A vendéglátók tapasztalataik szerint beszámolhattak arról is, hogy mely borok a legnépszerűbbek a borlapon. A válaszokat hármassor szerint tagolhatták, az adatok feldolgozását fehér, vörös, rozé, desszertbor, illetve gyöngyöző/habzó bor kategóriák szerint végeztük el, ezen belül a száraz, félszáraz és féledes kategóriák között nem tettünk

³⁸ A syrah (szira) szőlőfajta esetében széles körben elterjedt a shiraz (siraz) név használata is. Ezt a szőlőt sokáig perzsa eredetűnek tartották, de 1998-ban genetikai vizsgálatokkal bizonyították, hogy a syrah egy 18. századi nemesítésű kékszőlőfajta, amely Franciaországból, a Rhone folyó vidékéről származik, ahol ma is főfajtának számít. Közvetlen ősei a dureza és mondeuse blanche fajták, a syrah ezek kereszteződéséből jött létre.

³⁹ A kéknyelű ősi magyar szőlőfajta, ami kis számban, de túlélte a 19. századi filoxeravészt. Ezt a fajtát kimondottan a Balaton borrégió badacsonyi és Balaton-felvidéki borvidékén termesztik. A fajta nevét kékes-vöröses árnyalatú levélnyeléről kapta.

⁴⁰ A pátria magyar nemesítésű szőlő, az olaszrizling és a piros tramini keresztezésével létrejött hibrid.

⁴¹ Erdélyi eredetű hagyományos magyar fehérbor szőlőfajta, kevésbé ismert, ma hungarikum.

⁴² Szintén Erdélyi eredetű fehérborszőlő, a Balaton borrégió több borvidékén is termesztik.

⁴³ Ez a különleges, ősi magyar szőlőfajta a termelői vizsgálatban is előkerült, a vendéglátó célcsoport mintában egyetlen étterem borlapkinálataiban szerepel.

különbséget. Ez utóbbi kettőben mind a fehér, mind a vörös, mind a rozé kategóriát megnyitottuk a kódolás előtt. Az első helyen 51, a másodikon 43, a harmadikon 40 válasz fogalmazódott meg, de mindegyik rangsorban szerepelnek olyan válaszok is, amelyeket a közölt információk alapján nem lehetett egyértelműen besorolni. Az első rangsorhely 51 említéséből 32 vonatkozott a fehérborokra, ez 62,7 %-os aránynak felel meg. A legtöbbet említett borfajta az olaszrizling, ez a bor 14 említést kapott. Négyszer említették az irsai olivért, háromszor a cserszegi fűszerest és a chardonnay-t, két említést kapott a rajnai rizling és kettőt egyszerűen csak fehérbornak neveztek. Egy-egy említés kapott a királyleányka és a zenit, illetve három fehérbor cuvée, amit a Léglí, a Haraszty és a Pócz pincészet állít elő. A Léglí cuvée irsai olivér / zenit / rizlingszilváni, a Haraszty irsai olivér / chardonnay / királyleányka, a Pócz irsai olivér / zenit / rizlingszilváni keverék. A vörösborok között első helyen mindössze négy említést számoltunk össze, kétszer szerepel a cabernet sauvignon, egyszer-számoltunk össze a merlot és a cabernet franc. A rozé borok azonban összesen 12 említést kaptak, vagyis a fehérborok mellett leginkább ezt a típust keresik. Az említések fele közelebbről meg nem határozott egyfajta rozé, a többi rozé cuvée. Ezek között kétszer is említették a Varga pincészet kékfrankos / merlot rozéját, egy-egy alkalommal a Frittmann borászat Nero / Zweigelt, a Jásdi pincészet merlot / kékfrankos, a Kislaki pincészet kékfrankos / merlot / pinot noir, végül a Konyári pincészet merlot / cabernet franc / kékfrankos rozéborát. Édes desszertbor az első rangsorhelyen nem került megnevezésre, habzó fehérbort egyszer említettek, de típus meghatározás nélkül. Ezekon kívül még két említést számoltunk össze, amelyeket nem tudtunk besorolni kategóriába, mivel ezek között fehér, vörös és rozéborok, illetve desszertborok is vannak. Az egyik a Dobosi pincészet bioborai, a másik a Vári pincészet borai.

A második helyen csaknem kiegyenlített a fehér és a rozéborok aránya, a fehérborok 19, a rozék 15 említést kaptak. A vörösborokat most hat alkalommal választották a legnépszerűbb borok közé. A fehérborok listáját most is az olaszrizling vezeti, ez most hét említést kapott. Az olaszrizling előkelő helyét az is magyarázza, hogy aki első helyen nem említette, az második helyen jó eséllyel kiemelte ezt a fajtát. Öt említést kapott az irsai olivér, négyet általában a fehérborok, egyet a chardonnay, egyet a muskotály, és egyet a Laposa pincészet muskotály / zenit cuvée bora. A vörösborok sorában kétszer említették a cabernet sauvignon, egyszer-számoltunk össze a merlot, a Konyári Loliense-féle bort, általában a vörösbor cuvée borokat, vagy egyszerűen csak vörösbort. A rozék sorában hat említést kapott a Konyári pincészet első helyen is említett merlot / cabernet franc / kékfrankos rozébora. Öt alkalommal csak egyszerűen rozé bort említettek. Egy-egy említéssel szerepel egy cabernet sauvignon rozé, a Laposa pincészet pinot noir rozéja, az első helyen is említett Kislaki kékfrankos / merlot / pinot noir rozé, illetve a Vylyan Villányi Rosé, amelyet négyféle borszőlőből állítanak össze: kadarka / merlot / pinot noir / syrah. Desszert és habzóbor nem került megnevezésre, három esetben túl általánosak voltak a válaszok: Béla és Bandi Bortársaság borai, a Figula pincészet borai, és a kötcsei Beszédes borok.

A harmadik helyen említett borok között a fehér és a vörösborok említései kerültek nagyon közel egymáshoz, de még így is fehérborok említései magasabbak. Ez esetben a furmint és a chardonnay fajták vezetik a listát három-három említéssel. Kétszer jelölték a listára az irsai

olivért és a sauvignon blanc fajtákat. Egyszer a muskotályt, a rizlingszilvánt, egyszer a szürkebarátot, és még egy említést kapott az olaszrizling. A vörösborok most tizenhárom említéssel zártak, a rangsort a cabernet sauvignon vezeti három említéssel. Kétszer került a rangsorba a cabernet franc, a merlot, illetve a Konyári Loliense, ami egy cabernet sauvignon / merlot cuvée. Kétszer egyszerően csak vörösborokat említettek, egyszer vörösbor cuvée, és egyszer a syrah került megnevezésre. A rozék most nyolc említést kaptak, mind a nyolc más és más. Említést kapott a Béla és Bandi Bortársaság kékfrankos / merlot rozéja, egy cabernet és egy kékfrankos rozé, a Juhász pincészet kékfrankos / merlot / portugieser rozé terméke, A Konyári pincészet merlot / cabernet franc / kékfrankos rozébora, a Léglí pincészet merlot / pinot noir / kékfrankos rozéja, a Vida szekszárdi rozé, és végül a Varga pincészet kékfrankos / merlot rozé cuvée bora. Az édes desszertborok között a fehér tokaji aszút említették. Habzóbor nem került nevesítésre. Besorolás nélkül hagytuk az Ikon pincészet, a Laposa pincészet, a Liszkai kúria, valamint a Rádi pincészet borait, mivel a megadott információk nem voltak elegendőek a megadott kategóriák szerint módszertani döntéshez. Összességében a vizsgált vendéglátóhelyek vonatkozásában fehérborok a legkeresettebbek és legkedveltebbek, ezeket a rozék követik, harmadik a vörösborok katasztere. A desszert és habzóborok említésaránya kicsi. A legkedveltebb borok listáját egyértelműen a Balaton specifikus olaszrizling vezeti, a vörösboroknál a cabernet sauvignon a legkedveltebb típus. Ugyan külön kérdés nem volt, de az eredmények alapján következtethető, hogy mind az olaszrizling, mind a cabernet sauvignon körében szinte kizárólagos a száraz, minőségi termékkategória. A rozéborok esetében alapvetően jellemző a cuvée, ezen belül a Konyári pincészet merlot / cabernet franc / kékfrankos rozéja kapta a legtöbb említést.

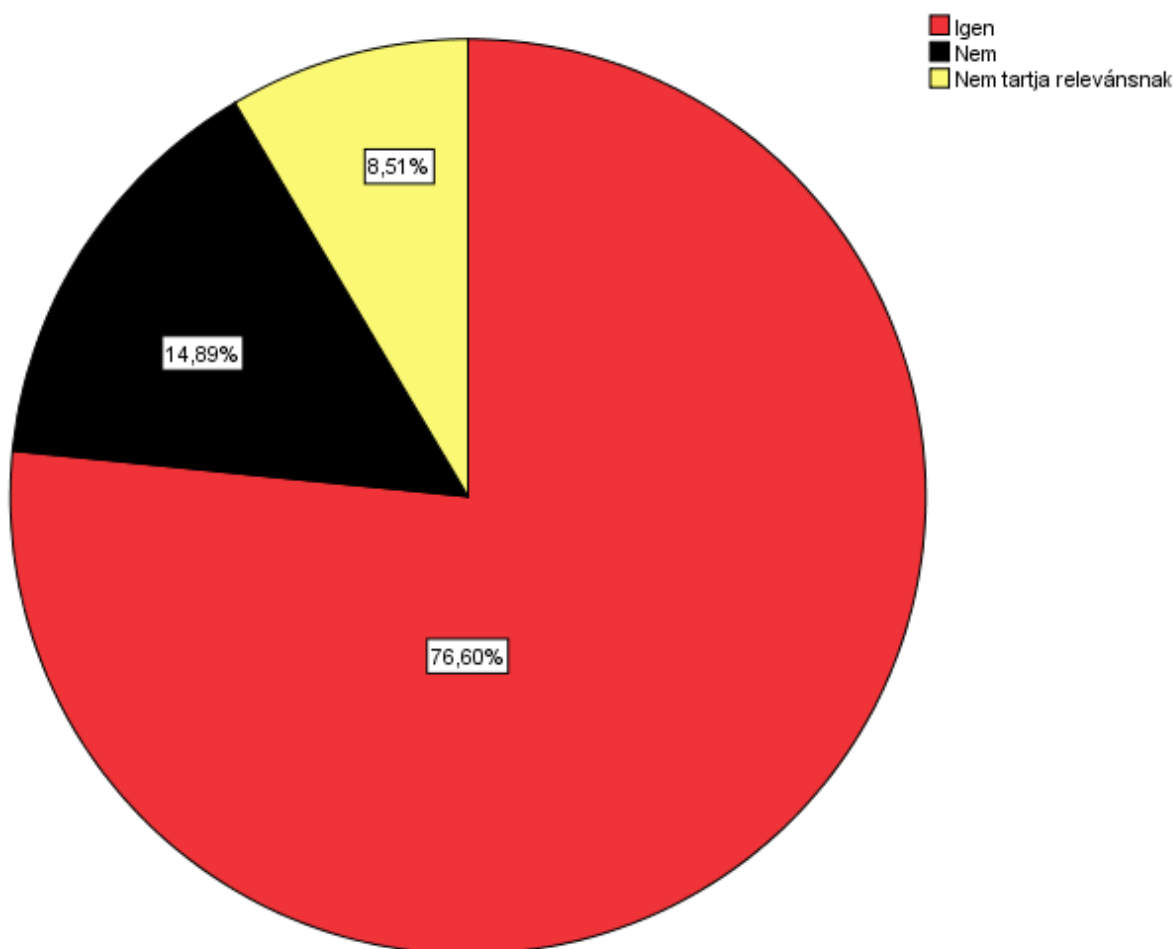
A tényfeltárást a balatoni halakkal kapcsolatos kérdések eredményeinek tárgyalásával folytatjuk.

A balatoni hal minőségi megítélése

A vendéglátók válaszolhattak arra a kérdésre, hogy magasabb minőségű alapanyagként tartják-e a Balatonból, mint a más vizekből kifogott halakat. Ennek a kérdésnek a Balaton körül, ahol vendéglátói forgalomban legálisan értékesíthető módon nem lehetséges a tóból halászott, kifogott halakat kínálni, kiemelt relevanciája van⁴⁴. A kérdésre 47 vendéglátó válaszolt, ezek több mint háromnegyede, 76,6 %-a határozott igennel válaszolt. Csak minden hetedik vendéglátó mutatkozott szkeptikusnak azzal kapcsolatban, hogy a balatoni hal magasabb minőségű-e, mint a más tavakból, vagy élővizekből származó halak, négyen nem tartották relevánsnak ezt a kérdést.

⁴⁴ A Balaton nagyüzemi lehalászását 2013 decemberében állította le azonnali hatállyal a Földművelésügyi Minisztérium, miután 2013-ban az elmúlt évtizedek rekordfogását regisztrálták a tóban. A nagyüzemi kereskedelmi halászatot 2016-tól minden magyar élővízben megtiltotta a Magyar Kormány, így a Balaton mellett a Velencei-tóban, vagy a Dunán, Tiszán is. Halakat a természetes vizekből kizárólag az egyedi engedélyekkel rendelkező horgászok vehetnek ki, azonban a fogást büntetés terhe mellett kereskedelmi forgalomban ők sem értékesíthetik. 2016 novemberében a Balatoni Kör és a Balatoni Szövetség a Balatoni Integrációs és Fejlesztési Ügynökség közreműködésével konkrét megoldási javaslatokat ajánlva kezdeményezte a Kormánytól az anomália feloldását.

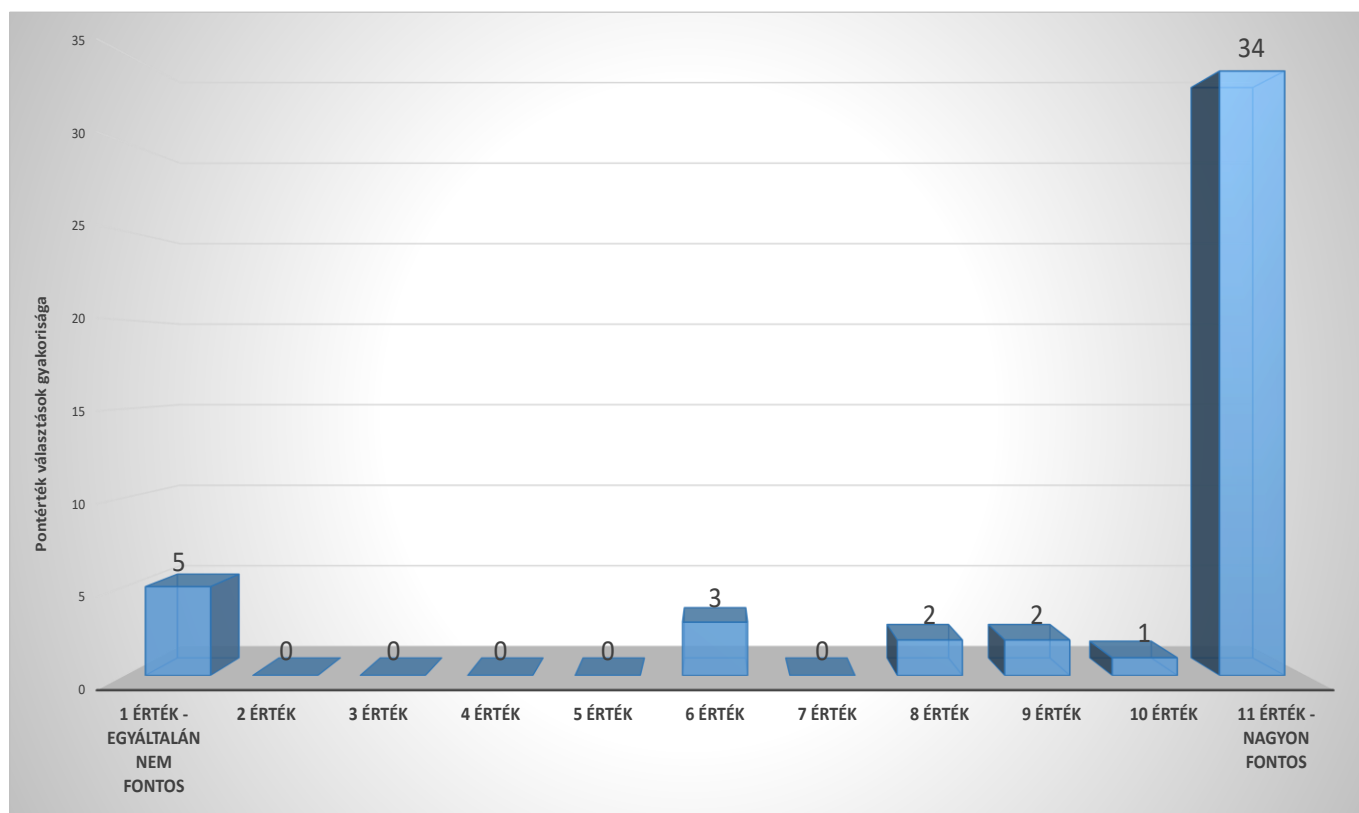
12. sz. ábra A kérdőív „Magasabb minőségű alapanyagnak tartja-e a Balatonból, mint más vizekből kifogott halakat?” kérdésére adott válaszok megoszlása a megadott válaszkategóriák szerint



A balatoni halból készült ételek étlapon szerepeltetésének jelentősége

Azzal párhuzamban, hogy a vendéglátók nyilatkozhattak arról, szerintük milyen minőséget képvisel a balatoni hal, válaszolhattak arra a kérdésre is, ha elérhetőek lennének a Balatonból fogott halak az étterem számára, az azokból készült ételeket szerepeltetnék-e az étlapon. A válaszokat 11 fokozatú skálán fejezhatték ki, ebben az esetben a 6-os érték vonatkozásában felkínáltunk egy semleges középértéket. Az előző kérdésre nem válaszoló három vendéglátó konzekvensen most sem adott választ, így az érvényesen válaszolók száma 47 fő.

13. sz. ábra A kérdőív „Amennyiben a balatoni hal elérhető lenne az étterme számára, felvenné az étlapjára (határozza meg a skála szerint a számérték megjelölésével)?” kérdésre adott válaszok megoszlása a skálaértékek szerint



A válaszok eloszlásszerkezete szélsőséges mértékben a skála jobboldali tengelyvégpontja irányába súlyozódik, ami azt jelenti, hogy a balatoni halakat a vendéglátó mindenképpen szerepeltetné az étlapján. A skála ellenkező végpontja azzal az értelemmel bír, hogy ezt semmiképpen sem tenné. A 47 érvényesen válaszolóból 34-en választották a legmagasabb, 11-es értéket, ez a kérdésre válaszolók 72,3 %-a. A tízes értéket egy, a kilencet és a nyolcat két-két megkérdezett választotta, amelyek mind nagyon magas értékelésnek felelnek meg és összességében az érvényesen válaszolók több mint negyötödét alkotják. Gyakorlatilag azt mondhatjuk, hogy a megkérdezett vendéglátók elsöprő többsége számára nem egyszerűen evidencia, hogy balatoni étterem révén halételeket a legautentikusabb forrásból, a Balatonból szerezzenek be, hanem olyan minimumelvárás, aminek nem teljesülése lényegében tűrhetetlen állapot. Létezik egy olyan réteg is, amely ezt a kérdést higgadtabban kezeli, hárman vannak a mintában, ők a semleges középérték választásuk alapján leginkább passzívan alkalmazkodnak a kialakult helyzethez, továbbá kimutatható egy olyan vendéglátó szegmens is, akik akkor sem vennének fel balatoni halat az étlapjukra, ha erre mód lenne. Ez a megfigyelés csaknem minden kilencedik vendéglátóra igaz.

Nem irányult kifejezetten erre kérdés, így nincs kizárva az a magyarázat, hogy ezek a vendéglátók azért választották a legkisebb értéket, mert egyáltalán nem kínálnak halételeket. Az értékelések átlaga 9,38 pontérték, az átlag körüli átlagos szóródás a két tengelyvégpont

jelentősebb gyakoriságú választása miatt magasabb, 3,22 pontérték. A medián és a módusz egyaránt a 11-es érték, rendkívüli masszívumot alkot a balatoni hal étlapi támogatottsága.

9.6 Rövid élelmiszerláncok

A rövid ellátási lánc fogalmának ismerete

Ahogy a termelők körében, úgy a vendéglátó célcsoport esetében is térképeztük a rövid ellátási, vagy rövid élelmiszerlánc fogalmát, ugyanakkor a termelői célcsoporttól eltérően most nem kértük arra a válaszadókat, hogy ezt a fogalmat saját szavaikkal is megmagyarázzák. A kérdésre minden vendéglátó válaszolt. Az összes megkérdezett 72,5 %-a, 36 fő jelezte, hogy igen, hallott már erről, ismeri ezt a fogalmat, 28 %, ami most 14 főt jelent, válaszolt nemmel. A válaszok függetlenek a tulajdonszerzés évétől és az étterem nyitása óta eltelt időtől.

Helyi termék értékesítését elősegítő együttműködésben való részvételi opció

A kérdőív utolsó kérdésében a vendéglátók nyilatkozhattak arról, milyen mértékben tartják elképzelhetőnek, hogy éttermük akár formalizált módon részt vegyen a helyi termékek értékesíthetőségét elősegítő termelői-értékesítői együttműködésben. Az értékelés egy öt fokozatú skálán zajlott, ahol a minimumérték azt jelentette, hogy kizárt egy ilyen együttműködésben való részvétel, míg a maximumérték azt, hogy feltétlenül részt kíván venni egy ilyen együttműködésben. A kérdésre minden vendéglátó válaszolt, és kizárólag a 3-as, a 4-es és az 5-ös értékeket jelölték. Az 5-ös értéke az összes vendéglátó 62 %-a, a 4-es 18 %-a, a 3-ast 20 %-a választotta. Az értékelések átlaga 4,42 pontérték, az átlag körüli átlagos szóródás az alacsony szélsőérték terjedeleme miatt igen kicsi, 0,810 pont, a medián és a módusz egyaránt az 5-ös maximumérték. Gyakorlatilag az összes megkérdezett vendéglátó nyitott az együttműködésre, négyötödük maximálisan, de legalábbis nagymértékben, egyötödük mérsékelten, de meggyőzőhető módon.

Irodalomjegyzék

„Adj helyet a helyinek” – Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására, Elemző háttéranyag. Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft., 2013.

Balázs Bálint: A helyi élelmiszer-hálózatok fejlesztése In: Kerekes S. (szerk.) et al.: A fenntartható fogyasztás környezeti dimenziói Aula, Budapest 2011. pp. 277-304

Balázs Bálint – Benedek Zsófia: Az élelmiszertermelés relokalizációjának térbeli-társadalmi különbségei Magyarországon In: Tér és Társadalom 28. évf. 4. szám, pp. 63-76. 2014.

Benedek Zsófia: A rövid ellátási láncok környezeti hatásai, In: Magyar Tudomány 2014/8. szám. <http://www.matud.iif.hu/2014/08/19.htm>

G. Fekete Éva: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termárvölgyében, Kutatási zárótanulmány, 2009.

http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf

Juhász Anikó – Szabó Dorottya: A piacok, vásárcsarnokok és vásárok elhelyezkedése és jellemzése a termelői piacok kiemelésével, Agrárgazdasági Kutatóintézet 2012, kézirat.

Kujáni Katalin: Az alternatív élelmiszer-ellátó rendszerek meghatározásának és csoportosításának tényezői In: Gazdálkodás, 58. évfolyam 1. szám, 2014.

Kujáni Katalin: Fenntarthatósági és rövid ellátási lánc modellek alkalmazásának hazai vizsgálata – adaptációs lehetőségek a homokháti tanyavilág esetében. Doktori értekezés, Szent István Egyetem Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő 2014.

Póla Péter: Rövid élelmiszer láncokkal a vidék fejlesztéséért. <http://www.mvh-hacs.hu/media/r/d/003/040/helyi-piacok-Mecsek-Volgyseg-Hegyhat.pdf>

Póla Péter: Helyi piacok és a vidéki turizmus fejlesztése In: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok I. évf. I. szám 2016.

http://www.regscience.hu:8080/xmlui/bitstream/handle/11155/1379/pola_helyi_2016.pdf?sequence=1

Szabó Dorottya: A rövid ellátási láncban rejlő veszélyek és lehetőségek Magyarországon, Acta Carolus Robertus 2014/2. pp. 109-118.

Tájékoztató a kistermelők élelmiszer-előállítással kapcsolatos lehetőségeiről, Vidékfejlesztési Minisztérium Budapest 2013.

<http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/3/7e/50000/Kistermel%C5%91i%20t%C3%A1j%C3%A9koztat%C3%B3202013.pdf>

Mellékletek
1. sz. melléklet



*Egy határon átnyúló régió, ahol a folyók
összekötnek, nem elválasztanak*

**AGRISHORT - Rövid ellátási láncok és a versenyképes agrárgazdaság létrejöttének
megalapozása térségi és intézményi együttműködések életre hívásával**

HELYZETELEMZÉS – KÉRDŐÍV

2017 június-július

Termelők

Tisztelt Hölgyem/Uram!

A 2014-2020 között zajló Horvátország-Magyarország Határon Átnyúló Együttműködési Program keretében kerül megvalósításra az „**AGRISHORT - Rövid ellátási láncok és a versenyképes agrárgazdaság létrejöttének megalapozása térségi és intézményi együttműködések életre hívásával**” megnevezésű projekt. Az alapvetően térségi és intézményi együttműködések létrehozását támogató fejlesztési program két horvátországi (Muraköz valamint Kapronca-Körös megyei fejlesztési ügynökségek) és két hazai partner (Zala Termálvölgye Vidékfejlesztési Egyesület, Balatoni Integrációs Közhatalmú Nonprofit Kft.) részvételével kerül megvalósításra. A programterület Magyarországon Somogy és Zala megyére terjed ki. A projekt célja olyan térségi együttműködések létrehozása, melyek a rövid ellátási és élelmiszerláncok módszertanának alkalmazásával elősegítik a helyi termékek piacra jutását, a termelői együttműködések létrejöttét és eredményes fenntartását, a termelők és a végfelhasználók közötti távolság csökkentését, összességében javítják a minőségi helyi termékek értékesítési és felhasználási feltételeit. A nemzetközi együttműködés keretében fel kívánjuk térképezni a határmenti régiók ágazati potenciáljait, valamint a hazai és nemzetközi jó gyakorlatok adaptációs lehetőségeit egyaránt. E feladat keretében kívánjuk vizsgálni a helyi termékek és a minőségi gasztronómia hatékony és eredményes kapcsolódásának kritikus tényezőit, alternatíváit, esetleges kockázatait valamint térségi potenciáljait. A kérdőív kitöltésével a projekt 2. modulját képező helyzetelemzési, piackutatási fejezet eredményességéhez járul hozzá. A munka eredményei várhatóan 2017. év végén kerülnek publikálásra egy ajánlásokat tartalmazó kézikönyv formájában. Munkáját ezúton is köszönjük!

1. Általános információk

1.1 A válaszadó neve:

1. Férfi
2. Nő

1.2 Legmagasabb iskolai végzettsége:

1. Általános iskola
2. Szakmunkásképző
3. Szakközépiskola
4. Gimnázium
5. Egyetem, főiskola
6. Egyéb, éspedig:

1.3 Termelői tevékenysége mellett van-e más munkahelye?

1. Igen, állandó jelleggel, teljes munkaidőben
2. Igen, állandó jelleggel, részmunkaidőben
3. Igen, szezonális jelleggel, teljes munkaidőben
4. Igen, szezonális jelleggel, részmunkaidőben
5. Nincs
6. Egyéb, éspedig:

1.4. Mely település(ek)en található telephelye?

.....

1.5. Mely település(ek) közigazgatási határán belül végez mezőgazdasági tevékenységet?

.....

1.6. Milyen gazdálkodási formában végzi tevékenységét?

1. Östermelő
2. Kistermelő
3. Családi gazdaság
4. Egyéni vállalkozás
5. Társas vállalkozás
6. Egyéb, éspedig:

1.7. Összesen mekkora földterületen gazdálkodik?

--	--	--	--	--	--

 (hektár)

2. Termelt termékek

2.1 Milyen termékeket termel, illetve állít elő? Több válasz lehetséges!

- | | | | | |
|-----------------------------|----------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1. Zöldségfélék | 2. Gyümölcs | 3. Sajt | 4. Egyéb tejtermék | 5. Húsáru |
| 6. Füstöltáru | 7. Méz | 8. Lekvár, chutney | 9. Szörp | |
| 10. Hal | 11. Bor | 12. Gomba | 13. Olajos magvak | |
| 14. Olaj | 15. Pékáru | 16. Ecet | 17. Tojás | |
| 18. Gabonafélék, őrlemények | 19. Savanyúság | 20. Fűszernövények | | |
| 21. Egyéb, éspedig: | | | | |

.....

2.2 Jellemzően melyek a legkeresettebb, legnépszerűbb termékei? Nevezze meg őket!

1.
2.
3.

2.3 Az Ön által megtermelt termékeket, azok piacra juttathatóságát összességében milyen mértékben érinti a szezonális problémát? Jelölje meg az 1 – 10-ig tartó skálán!

Egyáltalán nem érint 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 *Teljes mértékben érint*

2.4 Van-e olyan terméke, melyet az év egészében, kiegyenlített mennyiségben és minőségben képes előállítani illetve piacra juttatni?

1. Igen, éspedig.....
2. Nem

2.5 Alkalmasnak tartja-e valamely termékét arra, hogy a minőségi vagy csúcsgasztronómiában turizmus-vendéglátásban hasznosítható, megjelentethető legyen?

1. Igen
2. Nem
3. Nem tartom relevánsnak esetemben

2.5.1. Ha válasza „IGEN”, mely terméke(i) lennének ezek?

.....

2.6. Rendelkezik-e valamilyen speciális, újszerű, csúcsmínőségű termékkel?

1. Igen, éspedig:
2. Nem

2.7. Fontosnak tartja-e hogy olyan terméket állítson elő, mely az adott tájegységre jellemző, hagyományos, tradicionális terméknek minősíthető?

1. Igen, teljes mértékben
2. Igen, inkább fontosnak tartom
3. Nem tartom lényegesnek a kérdéskört
4. Inkább nem tartom fontosnak tradicionális termékek előállítását
5. Egyáltalán nem tartom fontosnak, hogy tradicionális termékeket állítsak elő

2.8. Mennyire látja hosszú távon is biztosítottnak a termékei iránt támasztott keresletet? Jelölje az 1-10-ig tartó skálán!

Egyáltalán nem biztosított 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Biztosítottnak látom

2.8. Becslése szerint hány százalékon üzemel most gazdasága adottságaihoz, lehetőségeihez mérten?

--	--	--

%

2.9 Tervez-e a jövőben kapacitásbővítést?

1. Igen
2. Nem
3. Nem tudja

3. Termékek értékesítése, piacra jutása

3.1 Mely értékesítési felületeken és módokkal juttatja piacra, árusítja termékeit? Több válasz is lehetséges!

1. Termelői piac
2. Háznál vagy telephelyen történő értékesítés
3. Online értékesítés
4. Egyéb, nem termelői piac
5. Kiszállítás
6. Helyi termék boltok, polcok
7. Bevásárlóközösségek
8. Egyéb, éspedig:.....

.....

3.2 Mely településeken értékesíti termékeit a következő értékesítési formák szerint? Termelői, vagy egyéb piac, kiszállítás, helyi termék boltok, polcok. Sorolja fel a településeket!

.....

3.3 Van-e olyan terméke, amelyet nagyobb piaci érdeklődés esetén a jelenleginél nagyobb mennyiségben elő tudna állítani?

1. Igen, ezek a következők:
.....,
.....,
.....,
2. Nincs ilyen termékem

3.4 Használ-e valamilyen online vagy nyomtatott média illetve egyéb hirdetési felületet reklámcélokra?

1. Igen, minden évben többször, rendszeresen
2. Igen, minden évben, szezonális jelleggel
3. Igen, minden évben, egy-egy termék esetében alkalmanként
4. Nem minden évben, de előfordult már
5. Nem, soha
6. Egyéb, éspedig:

3.5 A következő tényezők mekkora szerepet játszanak a helyi termékek eredményes értékesítése tekintetében? Értékelje 1-10-ig tartó skálán, ahol a 10-es érték jelentése „Teljes mértékben”, míg az 1-es jelentése „Egyáltalán nem”.

1. Bizalom		
2. Logisztika		
3. Kényelem (vásárlói oldalról)		
4. Csomagolás		
5. Árképzés		
6. Partnerség		
7. Hírérték		
8. Személyes kapcsolat a vásárlóval		
9. Kiszámíthatóság		
10. Presztízis		
11. Egészség		
12. Termék-előállítás módja, körülményei		

3.6 Értékesít-e termékeket éttermek, szállodák, egyéb vendéglátóhelyek számára?

1. Igen
2. Nem

Ha válasza „IGEN” volt, kérjük, folytassa a kérdőív kitöltését a következő kérdéstől, majd hagyja ki a 3.7 kérdéscsoportot.

Ha válasza „NEM” volt, kérjük, folytassa a kérdőív kitöltését a 3.7.1. számú kérdéstől.

3.6.1 Hány ilyen jellegű egységgel van aktív partneri kapcsolatban? Jelölje szám szerint kategóriánként!

1.	Minőségi, csúcsgasztronómiai étterem					db
2.	Hagyományos étterem, vendéglő, csárda					db
3.	Büfé, bisztró					db
4.	Magánszálláshely, panzió					db
5.	Szálloda, hotel, wellness központ					db
6.	Borászat, boréterem					db
7.	Bevásárlóközösség					db
8.	Egyéb, éspedig:					db

3.6.2 Melyek azok a termékek az Ön gazdaságában, amelyeket leggyakrabban vásárol Öntől a fenti partneri kör? Több válasz is lehetséges!

- | | | | | |
|-----------------------------|----------------|--------------------|--------------------|-----------|
| 1. Zöldségfélék | 2. Gyümölcs | 3. Sajt | 4. Egyéb tejtermék | 5. Húsáru |
| 6. Füstöltáru | 7. Méz | 8. Lekvár, chutney | 9. Szörp | |
| 10. Hal | 11. Bor | 12. Gomba | 13. Olajos magvak | |
| 14. Olaj | 15. Pékáru | 16. Ecet | 17. Tojás | |
| 18. Gabonafélék, őrlemények | 19. Savanyúság | 20. Fűszernövények | | |
| 21. Egyéb, éspedig: | | | | |

.....

3.6.3. A következő tényezők milyen súllyal esnek latba a fenti körrel működő partnerkapcsolatok sikerességében? Jelölje 1-10-ig tartó skálán, melyen a 10-es jelentése „Teljes mértékben” míg az 1-es jelentése „Egyáltalán nem”.

1. Bizalom		
2. Hírérték		
3. Gazdasági átláthatóság		
4. Minőségre törekvés		
5. Kiszámíthatóság		
6. Személyes kapcsolatok		
7. Felvásárlási ár		
8. Szezonalitás		
9. Termék-előállítás módja, körülményei		
10. Földrajzi távolság		

3.7.1 Mi gátolja, hogy éttermek, szállodák, egyéb vendéglátóhelyek számára értékesítse termékeit? Jelölje, amelyik igaz Önre!

1. Nincs kapcsolatom ilyen helyekkel
2. Kapacitáshiány
3. Megfelelő termékek hiánya
4. Logisztikai, szállítási nehézségek
5. Kiszámíthatatlan termékmennyiség
6. Felvásárlási ár
7. Nem érdekel ez a lehetőség
8. Szezonalitás
9. Gazdaságtalanság
10. Más vásárlókör

3.7.2. Nyitott-e arra, van-e olyan szándéka, hogy termékeit éttermek, szállodák egyéb vendéglátóhelyek számára értékesítse?

1. Igen, teljes mértékben nyitott vagyok
2. Igen, inkább nyitott vagyok
3. Nem foglalkoztat a kérdéskör
4. Inkább nem vagyok nyitott iránta
5. Teljes mértékben elzárkózom tőle

4. Együttműködések, kapcsolati háló

4.1 Tagja-e valamilyen termelői együttműködésnek, hálózatnak, partnerségnek?

1. Igen, éspedig:
2. Nem

4.2 Kapcsolatban áll-e az alábbi szervezetekkel vagy személyekkel? Minősítse a kapcsolat erősségét 0 – 10-ig tartó skálán, melyen „0” a nem létező kapcsolatot, míg a „10”-es az erős, szerves, rendszeres kapcsolatot jelöli.

1. Helyi falugazdász
2. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara illetékes megyei igazgatósága
3. A telephelyéhez legközelebb eső termelői piac szervezője
4. Helyi borászatok, borút egyesület
5. A magas szintű gasztronómiát képviselő éttermi szakma képviselői
6. Helyi vagy térségi mezőgazdasági és szociális szövetkezet
7. Magyar Államkincstár
8. Helyi agrárlogisztikai központ (pl. hűtőház, vágópont)
9. Az Ön által ismert legforgalmasabb termelői piac szervezője
10. Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat illetékes megyei referense
11. Helyi termék bolt vezetője
12. Szervezett bevásárlókör

4.3 Részt venne-e olyan, akár formalizált helyi termelői együttműködésekben, amely a termelői élelmiszerek piacra jutását, értékesítését segítené?

1. Igen
2. Nem
3. Nem tudja

4.4 Ismeri-e a rövid ellátási- vagy rövid élelmiszerlánc fogalmát?

1. Igen
2. Nem

4.4.1 Ha válasza „IGEN” volt soroljon fel néhány példát, amelyeket ismer!

.....

Köszönjük, hogy válaszaival segítette munkánkat!

Kérdőív kitöltésének időpontja:

Helyszíne:

2. sz. melléklet



***Egy határon átnyúló régió, ahol a folyók
összekötnek, nem elválasztanak***

AGRISHORT - Rövid ellátási láncok és a versenyképes agrárgazdaság létrejöttének megalapozása térségi és intézményi együttműködések életre hívásával

HELYZETELEMZÉS – KÉRDŐÍV

2017 június-július

Minőségi gasztronómia képviselői

Tisztelt Hölgyem/Uram!

A 2014-2020 között zajló Horvátország-Magyarország Határon Átnyúló Együttműködési Program keretében kerül megvalósításra az „**AGRISHORT - Rövid ellátási láncok és a versenyképes agrárgazdaság létrejöttének megalapozása térségi és intézményi együttműködések életre hívásával**” megnevezésű projekt. Az alapvetően térségi és intézményi együttműködések létrehozását támogató fejlesztési program két horvátországi (Muraköz valamint Kapronca-Körös megyei fejlesztési ügynökségek) és két hazai partner (Zala Termálvölgye Vidékfejlesztési Egyesület, Balatoni Integrációs Közhatalmú Nonprofit Kft.) részvételével kerül megvalósításra. A programterület Magyarországon Somogy és Zala megyére terjed ki. A projekt célja olyan térségi együttműködések létrehozása, melyek a rövid ellátási és élelmiszerláncok módszertanának alkalmazásával elősegítik a helyi termékek piacra jutását, a termelői együttműködések létrejöttét és eredményes fenntartását, a termelők és a végfelhasználók közötti távolság csökkentését, összességében javítják a minőségi helyi termékek értékesítési és felhasználási feltételeit. A nemzetközi együttműködés keretében fel kívánjuk térképezni a határmenti régiók ágazati potenciáljait, valamint a hazai és nemzetközi jó gyakorlatok adaptációs lehetőségeit egyaránt. E feladat keretében kívánjuk vizsgálni a helyi termékek és a minőségi gasztronómia hatékony és eredményes kapcsolódásának kritikus tényezőit, alternatíváit, esetleges kockázatait valamint térségi potenciáljait. A kérdőív kitöltésével a projekt 2. modulját képező helyzetelemzési, piackutatási fejezet eredményességéhez járul hozzá. A munka eredményei várhatóan 2017. év végén kerülnek publikálásra egy ajánlásokat tartalmazó kézikönyv formájában. Munkáját ezúton is köszönjük!

1. Általános információk

1.1 A vendéglátóhely (étterem, szálloda, bisztró) települése:

.....

1.2 Megnyitásának éve:

--	--	--	--

1.3 Ebben az évben várhatóan mely hónapokban tart nyitva az üzlet? Kérjük, jelölje!

1. Január

2. Február

3. Március

4. Április

5. Május

6. Június

7. Július

8. Augusztus

9. Szeptember

10. Október

11. November

12. December

1.4 Mióta áll a jelenlegi tulajdonos tulajdonában?

--	--	--	--

(évszám)

1.5. Jellemzően hány asztallal üzemel az üzlet az év hónapjaiban? Jelölje (pl. x-szel vagy karikázással) a megadott kategóriák szerinti rubrikákban!

Hónap	0-9 asztal	10-19 asztal	20-29 asztal	30-39 asztal	40 felett
Január	1	2	3	4	5
Február	1	2	3	4	5
Március	1	2	3	4	5
Április	1	2	3	4	5
Május	1	2	3	4	5
Június	1	2	3	4	5
Július	1	2	3	4	5
Augusztus	1	2	3	4	5
Szeptember	1	2	3	4	5
Október	1	2	3	4	5
November	1	2	3	4	5
December	1	2	3	4	5

2. A vendéglátó egység nyersanyag-beszerezési filozófiája

2.1. Fontosnak tartja-e a helyi vagy regionális termékek felhasználását az éttermi kultúrában? Válaszát indokolja!

1. Igen, mert
2. Nem, mert
3. Nem releváns, mert

2.2. Szerepeltet-e helyi termelőktől származó alapanyagból készült, alkalmi vagy szezonális jelleggel elérhető tételeket az étlapon?

1. Igen, kifejezetten alkalmi jelleggel
2. Igen, szezonális jelleggel
3. Igen, szezonális és alkalmi jelleggel egyaránt
4. Nem

2.3. Mely tételek az étlap legnépszerűbbjei? Nevezzen meg hármat!

1.
2.
3.

2.4. Nevezzen meg három tetszőleges fogalmat, melyek az étterem (szálloda, bisztró...stb.) fő küldetéseként és célkitűzéseiként azonosíthatók!

1.
2.
3.

3. Termékek, alapanyagok

3.1. Az étterem konyhája felhasznál-e helyi (kb. 40 km-es körzeten belüli) termelőktől származó alapanyagokat?

1. Igen
2. Nem

Amennyiben a válasza „NEM” volt, ugorjon az 4.6. kérdésre és onnan folytassa a kérdőív kitöltését!

3.2. Megjeleníti-e az étlapon, ha egy termék alapanyaga helyi termelőtől (pl. névvel, településsel ellátva) származik?

1. Igen, a termelőt is beazonosítva jeleníti meg az étlap (pl. név, kép)
2. Igen, az alapanyag előállítás helyét beazonosítva jeleníti meg az étlap (pl. település)
3. Igen, a termelőt és az alapanyag-előállításának helyét is megnevezi az étlap
4. Nem jeleníti meg az étlap az ilyen jellegű információkat.

3.3 Milyen termékeket vásárol rendszeresen helyi termelőktől?

- | | | | | | |
|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-----------|-----------------------------|
| 1. Zöldség | 2. Gyümölcs | 3. Sajt | 4. Egyéb tejtermék | 5. Húsáru | 6. Füstöltáru |
| 7. Méz | 8. Lekvár, chutney | 9. Szörp | 10. Hal | 11. Bor | 12. Gomba |
| 13. Olajos magvak | 14. Olaj | 15. Pékáru | 16. Ecet | 17. Tojás | 18. Gabonafélék, őrlemények |
| | 19. Savanyúság | 20. Fűszernövények | | | |

Egyéb,

éspedig:

.....
.....

4.3.1. Milyen szempontok alapján választja ki azokat a termelőket, akikkel együtt dolgozik? Jelölje azokat a fogalmakat, jellemzőket, melyek kifejezetten igazak az Ön által alkalmazott kiválasztási kritériumrendszerre! Több válasz is lehetséges!

1. Megbízható termékminőség és mennyiség
2. Gazdasági átláthatóság
3. Bio- vagy ökotermék
4. Partneri vagy vendég-ajánlás
5. Marketingérték
6. Széleskörű felhasználhatóság
7. Földrajzi közelség/távolság
8. Kizárólagos partnerség
9. Tradicionális táji termék
10. Termékek külső megjelenése

4.3.2. Vizsgálja, vagy meggyőződik-e valamilyen módszerrel a termelő alkalmasságáról, az áru minőségéről, a termék-előállítás módjáról?

1. Igen, a következőképpen:
2. Nem

4.4. Jellemzően hol történik meg a termékek vásárlása? Több válasz is lehetséges!

- | | | | |
|------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------|
| 1. Termelői piac | 2. A termelő kiszállítja
piac | 3. A termelő telephelye | 4. Egyéb |
| 5. Internet | 6. Helyi termék bolt vagy polc | 7. Bevásárlóközpont, supermarket | |
| | 8. Az étterem maga termeli | | |
| 9. | | | Egyéb, |
- éspedig:.....
.....

4.5 Jellemzően hol történik meg a termékek átadása-átvétele? Több válasz is lehetséges!

- | | | | |
|------------------|----------------------------------|----------------------------------|----------|
| 1. Termelői piac | 2. A termelő kiszállítja
piac | 3. A termelő telephelye | 4. Egyéb |
| 5. Internet | 6. Helyi termék bolt vagy polc | 7. Bevásárlóközpont, supermarket | |
| | 8. Az étterem maga termeli | | |
| 9. | | | Egyéb, |
- éspedig:.....
.....

4.6. Ön szerint mely tényezők jelentik a legfőbb gátját a helyi termékek éttermi-szállodai felhasználásának? Válasszon az alábbi fogalmak közül! Több válasz is lehetséges!

1. Szezonalitás
2. Ingadozó termékmennyiség
3. Együttműködési készség hiánya
4. Vásárlói bizalmatlanság
5. Élelmiszerbiztonság
6. Ingadozó termékminőség
7. Jogszabályi környezet
8. Bizonytalan eredet
9. Adminisztrációs nehézségek és kockázatok
10. Hiányos kapcsolati háló
11. Termelői integrátorok hiánya
12. Logisztikai, szállítmányozási nehézségek

5. Együttműködések, hálózatok, minősítések

5.1. Tagja-e illetve kapcsolatban áll-e az alábbi szervezetek közül valamelyikkel? Jelölje a kapcsolat erősségét 0 – 10 –ig tartó skálán!

1. Balatoni Kör (..... számérték)
2. Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége (.....)
3. Balaton Fejlesztési Tanács (.....)
4. Magyar Turisztikai Ügynökség (.....)
5. Balatoni Regionális TDM Szövetség (.....)
6. Balatoni Integrációs Közhasznú Nonprofit Kft. (.....)
7. Helyi vagy térségi Leader vidékfejlesztési egyesületek (.....)
8. Balatoni Szövetség (.....)
9. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara megyei igazgatósága (.....)
10. Helyi gazdakör vagy egyéb helyi agrárgazdasági együttműködés (.....)

5.2. Mely legfontosabb étteremkalauzokban, gasztroturisztikai kiadványokban szerepel?

1. Igen, a következőkben
.....
2. Nem

5.3 Rendelkezik-e valamilyen nemzetközi sztenderdek alapján meghatározott minősítéssel?

1. Igen, és pedig:.....
2. Nem

6. Balatoni specifikumok

6.1.1. Milyen borvidék(ek)ről származó borokat tartalmaz a vendéglátóhely borlapja? (Több válasz is megjelölhető!)

- | | | | |
|--------------------|----------------------|------------------------------|-------------------------|
| 1. Ászár-neszmélyi | 2. Badacsonyi | 3. Balaton-felvidéki | 4. Balatonfüred-csopaki |
| 5. Bükk | 6. Csongrádi | 7. Dél-balatoni | 8. |
| Egri | | | |
| 9. Etyek-budai | 10. Hajós – bajai | 11. Kunsági | 12. Mátrai |
| 13. Móri | 14. Nagy-somlói | 15. Pannonhalma – Sokoróalja | |
| 16. Pécsi | 17. Soproni | 18. Szekszárdi | 19. Tokaj – |
| hegyaljai | | | |
| 20. Tolnai | 21. Villány – siklói | 22. Zalai | 23. Külföldi, |
| éspegig: | | | |

6.1.2. Vannak-e az étterem borlapján az étterem településéhez képest mérhető alábbi távolságokból érkező borok? Több válasz is lehetséges!

- | | | | |
|-----------------------------|-------------------------------------|---------------------|----------------------|
| 1. Az étterem településéről | 2. 0 - 5 km között | 3. 5 - 10 km között | 4. 10 - 20 km között |
| 5. 20 – 40 km között | 6. Nincsenek ilyen borok a borlapon | | |

6.1.2.b Ha igen, ezek fajtái (csak szőlőfajta megnevezésével):

.....
.....

6.1.3. Mely tételek a borlap legnépszerűbbjei? Nevezzen meg hármat!

1.
2.
3.

6.2.1 Magasabb minőségű alapanyagot tartja-e a Balatonból, mint a más vizekből kifogott halakat?

- | | | |
|---------|--------|---------------------------|
| 1. Igen | 2. Nem | 3. Nem tartja relevánsnak |
|---------|--------|---------------------------|

6.2.2 Amennyiben a balatoni hal elérhető lenne az étterme számára, felvenné az étlapjára (határozza meg a skála szerint a számérték megjelölésével)?

SEMMIKÉPP NEM VENNÉM FEL 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 MINDENKÉPP
FELVENNÉM

7. A rövid élelmiszerláncok

7.1. Hallott-e már a rövid ellátási vagy rövid élelmiszerlánc fogalmáról?

1. Igen

2. Nem

7.2. Milyen mértékben tartja elképzelhetőnek, hogy étterme formalizált módon részt vesz a helyi termékek értékesíthetőségét elősegítő termelői-értékesítői együttműködésben (határozza meg a skála szerint a számérték megjelölésével)?

KIZÁRTNAK TARTOM 0 1 2 3 4 5 FELTÉTLENÜL RÉSZT KÍVÁNOK
VENNI

Köszönjük, hogy válaszaival segítette munkánkat!

H. Kérdőív adatok

H.1 Kérdőív kitöltésének időpontja:

H.2 Kitöltés helyszíne: (település)