

# a falu

2017. ősz

XXXII. évfolyam

Megjelenés minden évszakban



› A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban

› A tanulás szerepe a rövid élelmiszerláncokban, különös tekintettel Hargita Megyében

› Gazdaságélénkítő és versenyképességet erősítő megoldások a vidéki térségekben

› A stratégiaalkotás folyamata az agrárvállalkozásokban

# Szerzők

Kútvölgyi Viktória	PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gödöllő
Burka Nikoletta Zsuzsanna	MSc, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar
Dr. Túróczi Imre	gazdasági igazgató, Pallasz Athéné Egyetem, főiskolai tanár; Szolnok Megyei Jogú Város
Mester Éva	Szegedi Tudományegyetem, Közgazdaságtani Doktori Iskola
Péter Emőke Katalin	docens, Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem Csíkszeredai Kar
Szentesi Ibolya	főiskolai tanársegéd, Pallasz Athéné Egyetem, Gazdálkodási Kar Szolnok
Szijártó Boglárka	Ph.D. doktorandusz, Szent István Egyetem Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola; tanársegéd, Budapesti Gazdasági Egyetem
Tóth Róbert	PhD hallgató, Szent István Egyetem, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola



# Őszi

## Tóth Árpád ŐSZI KÉRDÉS

Jártál-e mostanában a csendes tarlón este,  
Mikor csillaggal ékes a roppant, tiszta tér,  
S nagy, lassú szekerek ballagnak haza, messze,  
S róluk a szénaillat meghalni visszatér?  
És fájt-e, amíg nézted a nyárfát révedezve,  
Hogy reszket agg feje, az ezüstös fehér,  
S hogy édes életednek újra egy éve veszve,  
Mert viszi már Szeptember, a nagy  
szénásszekér?

S ültél-e elfáradva kemény, útmenti kőre,  
Merőn bámulva vissza az elvakult időkbe  
És feldöbbenve: jaj! ha most ledőlnél halva!  
S eszméltél-e fel árván az éji hidegen,  
Mikor a késő szellő, mint kósza, idegen  
Eb, lábadohoz simult, s bús kezeidet nyalta?

# A FALU

Alapítva: 1985  
Alapító: Agroinform Kiadó  
és Nyomda Kft.

Szerkesztő bizottság:

**Németh Tamás**  
elnök

**Csatári Bálint**  
**Csonka-Takács Eszter**  
**Dinya László**  
**G. Fekete Éva**  
**Kovács Imre**  
**Ligetvári Ferenc**  
**Béres András, Ónodi Gábor**  
**Podmaniczky László**  
**Szőrényiné Kukorelli Irén**  
**Tóth Albert**

Felelős szerkesztő:  
**Dénes Zoltán**

Felelős kiadó:  
**Bárányné Erdei Rita ügyvezető**



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

ISSN 0237-4323

Megjelenik minden évszakban

Fotók forrása:  
Cserhádi László

## Tartalom

5

Elhunyt  
G. Fekete Éva

7

**Burka Nikoletta**  
**Zsuzsanna**

A hidegen sajtolt  
tökmagolaj, mint helyi  
termék szerepe a helyi  
fejlődési folyamatokban

23

**Kútvölgyi Viktória**  
Bátya községben rejlő  
turisztikai lehetőségek

35

**Kútvölgyi Viktória**  
Bátya község jellegzetes  
kulináris értékei



51

**Péter E. Katalin**

A tanulás szerepe a rövid élelmiszerláncokban, különös tekintettel Hargita Megyében

67

**Szentesi Ibolya**

A stratégiaalkotás folyamata az agrárvállalkozásokban

57

**Tóth Róbert, Dr. Túróczi Imre, Szijártó Boglárka, Mester Éva**

Gazdaságélénkítő és versenyképességet erősítő megoldások a vidéki térségekben

79

**Dr. Túróczi Imre, Tóth Róbert, Mester Éva**  
Képes-e távlatokat nyújtani az intelligens szakosodás a vidékfejlesztés területén?

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







# Elhunyt G. Fekete Éva

Méltósággal viselt súlyos betegségben, április 24-én elhunyt kollégánk, Prof. dr. G. Fekete Éva, a Miskolci Egyetem professzora, az MTA Regionális Tudományok Bizottságának és az MRTT elnökségének aktív tagja, a hazai vidékfejlesztési kutatás nagy tehetségű művelője. Az 57 éves professzor, a magyar vidék kiváló kutatója és egyben nagytiszteletű, elismert fejlesztője volt. Magas szintű elméleti felkészültsége mellett a fejlesztő munkásságára a nyitottság, a helyek igaz tisztelete, a közösségek véleményének és érdekeinek következetes érvényesítése volt jellemző. Temetésére 2017. április 27-én került sor Edelényben a Császtai úti köztemetőben.

Személyében a közösségi gazdaság- és vidékfejlesztés emblematikus alakját tiszteltük és veszítettük el – fogalmazott a halálesetről hírt adó Herman Ottó Intézet, folyóiratuk kiadója. G. Fekete Éva a lap szerkesztőbizottságának tagja is volt, munkájára mindig számíthattunk, tanácsai, megjelent publikációi mindenkor segítettek abban, hogy a lap megőrizhesse színvonalát. Mostani számunkban is közlünk egy tanulmányt, amelynek témavezetője volt, s az Országos Tudományos Diákköri Tanács tanulmányi versenyén a

Közgazdaságtudományi Szekció, Regionális gazdaságtan és területfejlesztés tagozatban első helyezést ért el. A tanulmány címe: A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban.

Prof. Dr. G. Fekete Éva 1960. március 24-én született, matematika-földrajz szakos középiskolai tanári diplomáját a Szegedi Tudományegyetemen (akkoriban József Attila Tudományegyetem) szerezte, majd ugyanott társadalomföldrajzból doktorált. 2012-ben habilitált a Miskolci Egyetemen közgazdaságtudományból, ahol 1996 óta tanított. Tagja volt a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat Tanácsának, munkáját számos kitüntetéssel és díjjal ismerte el a hazai és nemzetközi szakma.

Kutatási területei között megtalálható az elmaradott térségek, perifériák, aprófalvak társadalmi és gazdasági sajátosságai, munkaerőpiaci folyamatok, helyi és kistérségi gazdaság és foglalkoztatás fejlesztés, a vidékfejlesztés vagy a szociális gazdaság. Nagyon fog hiányozni okos, higgadt véleménye, személyes hite és elkötelezettsége a magyar vidék ügyének képviselésében.

Munkássága és példaértékű életműve előtt tisztelve emléket megőrizzük!









# A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban

Burka Nikoletta Zsuzsanna

Dolgozatomban a helyi termékekkel és a helyi fejlesztéssel, illetve ezek kölcsönhatásaival foglalkozom. A helyi termékek iránti érdeklődésem miatt esett e témára a választásom, amihez az előadásokon szerzett tudásomat szeretném bővíteni és gyakorlati példákon keresztül hasznosítani.

Amellett, hogy magáról a helyi termékről, annak előállításáról és értékesítési lehetőségeiről, a vállalkozásban résztvevők számára nyújtott előnyökről kívántam mélyebb, a későbbiekben esetleg saját életemben is kamatoztatható ismereteket szerezni, az is érdekelt, hogy napjaink eme felkapott témája hogyan járulhat hozzá egy tágabb közösség jól-létének növeléséhez.

A cél elérése érdekében szakirodalmi elemzést, internetes adatgyűjtést, modellezést és két vállalkozásra vonatkozó interjúzást végeztem.

A szakirodalmi áttekintésben először a helyi termék létrejöttét, fogalmát, majd előállítási és értékesítési lehetőségeit tekintem át, ezt követően a helyi fejlesztés fogalmát, alapelveit, szereplőit, stratégiáit gyűjtöm össze. A helyi fejlesztés lehetséges hatásait a helyi termékek előállítására és értékesítésére, valamint a helyi termék hatását a gazdasági, társadalmi és környezeti tényezőkre egy modellben foglalom össze.

Az általam vizsgált helyi termék a tökmagolaj, két különböző vállalkozási formában előállítva. Az interjúk segítségével feltárom a vállalkozási forma adta különbségeket, és az ezek miatt jelentkező gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat. Elemzésem során vizsgálom külön-külön a két vállalkozást, az elméleti részben leírtak logikája szerint, majd a dolgozat végén összehasonlítom őket.

Hipotézisem szerint a hidegen sajtolt tökmagolaj perspektivikus helyi termék (1), amelyre életképes, a tágabb környezetére is kiható vállalkozást lehet alapítani (2), ám ezek a hatások függnek a szervezeti tulajdonságoktól és a helyi beágyazódástól (3).

## 1. A helyi termék-előállítás és értékesítés elméleti alapjai

### 1.1. A helyi termék

#### 1.1.1. A globalizáció és a helyi termék kapcsolata

A globalizáció korunk egyik meghatározó folyamata, még sincs egyértelmű és általánosan elfogadott definíció rá. A globalizációnak elsősorban a gazdasági oldalát szokták kiemelni, mely magában foglalja a nemzetközi



kereskedelmi, pénzügyi, gazdasági kapcsolatok kiszélesedését és elmélyülését. Ha ebből a szemszögből nézzük, a globalizáció nem egy új jelenség, hanem már a világgazdaság fejlődésének kezdete óta megfigyelhető, csak a '90-es években gyorsult fel jelentősen, ami miatt jobban elkezdünk vele foglalkozni, és már fogalmi szinten is a mindennapunk részévé vált. (Chikán 2002, Berend T. 2004) Természetesen a globalizáció nem csak a gazdaságban jelentkezik, hanem a társadalmi és kulturális folyamatokra is hatással van. Felgyorsult világunkban a társadalmi kapcsolatokat nagymértékben befolyásolja az információ elérhetősége. A technológiai fejlettségnek és a médiának köszönhetően az információ a világ egyik pontjából a másikba másodpercek alatt eljut. De nem csupán az információ jut el bárhová, a multinacionális társaságok révén ugyanazokkal a termékekkel találkozhatunk a Föld egymástól távoli pontjain. Mindez a fogyasztás uniformizálódásához és a termelés még erősebb koncentrációjához vezethet. A már most is erőteljes gazdasági koncentráció azonban egyes térségek gazdasági (ezt követően demográfiai) kiürüléséhez vezethet, növelve a társadalmi és politikai szempontból egyáltalán nem kívánatos munkanélküliséget, szegénységet, fokozódó társadalmi kirekesztődést. (Szalai 2002) A perifériák, különösen a vidéki térségek vannak kitéve ennek a kockázatnak. Ezek azok, melyek nem képesek a globalizációs versenybe bekapcsolódni, (főként mezőgazdasági alapú) vállalkozásaik gyengék a külső piacok megszerzéséhez és a külső integrációhoz, a globalizáció következtében pedig belső piacukat is elvesztették, gazdasági kiürülésük folyamatos. Védekezőként indult el a helyi fejlesztés (Bajmócy 2011) és annak különböző kezdeményezései között a helyi erőforrásokra alapozott helyi termékek előállítására és értékesítésére (G.Fekete 2011).

A helyi termék előállítása - a globalizációhoz hasonlóan - nem egy új keletű jelenség.

Gondoljunk bele, a történelem során már a kezdetektől minden terület a saját maga által előállított terméket használta, fogyasztotta. A vidéki térségek önellátásra voltak berendezkedve, egészen addig, míg be nem kapcsolódtak szervesen a bolti kiskereskedelembe. (Szendrei 2011)

A bolti kiskereskedelem elindulásával és fellendülésével kezdtek „nem helyi” árukat is használni. Mindezen folyamatok felerősödésével, ahogy időben egyre közelebb érünk a modern korhoz, egyre jobban kiszélesednek ezek a kereskedelmi, pénzügyi kapcsolatok és az eddigi hagyományos társadalmak is megváltoznak, homogénizálódnak, a globalizáció hatására kezdenek a tradicionális értékek eltűnni. (G.Fekete 2001) A globalizációval szemben kibontakozó lokalizáció hozta magával a helyi termékek újbóli felfedezését, felértékelését.

A helyi erőforrásokra, a helyi egyedi természeti és kulturális adottságokra alapozott termékek által a lokalitások új, a helyiek élet színvonalát emelő lehetőséghez juthatnak. A helyi adottságok diverzitását kihasználó helyi termékek hozzájárulnak a lokalitások túlélő képességének növekedéséhez. Sőt a fogyasztás globalizációja közben a helyi termékekbe beépülő egyedi vonások által megőrzött diverzitás a (vidéki) perifériák számára új lendületet adhat. (Kis 2014)

A térség versenyképességét a foglalkoztatáson, a gazdaság élénkítésén, a helyi imázs kialakításán vagy erősítésén keresztül tudják növelni, ugyanis egy termék vagy szolgáltatás előállításához munkaerő, alapanyag kell, amit a következő fogalmakból jól láthatunk, hogy a helyi termékek esetében ezt mind helyi erőforrásokkal próbálják megoldani.

### *1.1.2. A helyi termék fogalma*

A helyi termék meghatározására több definíció is rendelkezésre áll. Egységesen elfogadott értelmezése ugyan még nem alakult



ki, de csak minimális különbségekkel találkozhatunk a fogalmi meghatározásoknál. A jogszabály szerint helyi termék: „a helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból hagyományos, illetve az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült nem nagyüzemi termék, vagy gyáripari technológiával, eljárással készült, mikro- vagy kisvállalkozás által előállított, feldolgozott termék”<sup>1</sup>.

Hutflesz Mihály értelmezése szerint: „Azok a termékek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. A helyi termékeket jellemzően mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás.” (Hutflesz 2008)

Fehér I. szerint „speciális, helyi termékek fejlesztése keretében azokat a termékeket értjük, melyek közös helyi értéket képviselnek, és főként a történelmi örökség és hagyomány révén egy megnevezett településhez kapcsolhatók. Kis mennyiségben és közvetlen értékesítés útján jutnak el a fogyasztókhoz, gyakran kapcsolódnak a vidéki turizmus szolgáltatásaihoz.” (Fehér 2007)

G. Fekete Éva egy valamelyest tágabb értelmezésben közelíti meg a helyi termék fogalmát: „Egyrészt – a termék helyhez kötöttségét és tájjellegét hangsúlyozva – helyi terméknek tekintjük a helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból, helyben kialakult eljárások (receptek) alkalmazásával, többnyire kisüzemi keretek között előállított, esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó, ily módon a hely sajátosságait megjelenítő terméke-

ket. Másrészt a helyi munkaerővel a helyi – kb. 50 km sugarú körön belüli – lakossági igényeket kielégítő termékek sorolhatók ebbe a körbe.” (G. Fekete 2009)

Kelemen Zoltán, a Magosfa Alapítvány elnöke a következőképpen határozta meg, hogy mi is az a helyi termék: „50%-nál több legyen a portékában a helyben hozzáadott érték, tehát az alapanyag illetve emberi munka. A „helyi” jelző mibenlétét pedig az 50 km-es sugarú kör rajzolja meg.” (Kelemen 2007)

Összefoglalva, minden definícióban közös a helyhez, kistérséghez, településhez kötöttség, a kisüzemi előállítás és valamilyen helyi hagyomány, érték megléte, a termékbe való beépítése.

### **1.1.3. Helyi termékek előállításának és értékesítésének rendszere**

A helyi termékek esetében az előállítás és az értékesítés is speciális viszonyok között zajlik, amelyeket különböző tényezők befolyásolnak. Az általam fontosnak tartott tényezőket, elemeket és a köztük feltárt kapcsolatokat ismertetem a következőkben.

*Települési háttér:* a helyi termékek esetében kiemelten fontosak a település földrajzi, társadalmi, demográfiai, kulturális és gazdasági jellemzői. A földrajzi jellemzők elsősorban a mezőgazdasági, növényi- és állati eredetű helyi termékek esetében meghatározóak, mivel ezek esetében fontos tényezők a térségben kialakult klíma, a meglévő talajviszonyok, a település fekvése. Sok esetben kapcsolódnak a helyi termékek a település kulturális adottságaihoz, valamilyen helyi tradícióhoz. Olyan termékeket „fedeznek fel” újra, kezdenek el ismét előállítani, amik korábban szervesen hozzátartoztak az adott hely hagyományaihoz.

<sup>1</sup> FVM 141/2008. (X.300) rendelet (módosítja az FVM 123/2009 (IX. 17.) rendelet) [http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0800141.FVM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0800141.FVM)



Ezekon felül a helyi termékek előállítását és értékesítését a település népességszáma, etnikai- és korösszetétele is befolyásolja. A gazdasági helyzet a munkaerőpiac, a megtermelt jövedelem, a piaci fekvés, és az infrastruktúra szempontjából is fontos. A települési háttérhez tartozik az infrastrukturális háttér (telephely, közlekedés, kommunikáció) és a helyi (ön)kormányzás és igazgatás által képzett támogató vagy gátló hatások is.

*Választható vállalkozás- és üzemformák:* alapvetően a vállalkozási formákat Magyarországon a jogszabályok határozzák meg, de a vállalkozni kívánók több lehetséges mód közül választhatnak. A legnehezebb lépés még a vállalkozási forma kiválasztása előtt adódik, maga az a döntés, hogy vállalkozni szeretne az illető. A hagyományos társadalmakban a mai helyi termékek elődjének előállítására még nem is léteztek vállalkozási formák, hiszen csak családon belül, saját felhasználásra, fogyasztásra termeltek. A modern társadalmi keretek között a helyi termékek esetében, mivel általában kis mennyiségben készülnek, gyakoriak az egyéni termelők. Ide tartoznak az egyéni vállalkozók, az őstermelők, és az adószámmal rendelkező természetes személyek. Egy másik vállalkozási forma lehet a társas vállalkozások, azon belül is lehetnek jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaságok, mint a közkereseti társaság (kkt.) és a betéti társaság (bt.). Jogi személyiséggel rendelkező gazdaságok közé a korlátozott felelősségű társaság (kft.) és a részvénytársaság (rt.), ami lehet zártkörű (zrt.) és nyitott körű (nyrt.) is, de ezek már kevésbé jellemzőek helyi termékek esetében, mert nagyobb a tőkeigényük. Már a posztmodern társadalomra utalva szóba jöhetnek még a termelői integrációk különböző fajtái, mint például a szövetkezetek, a szociális szövetkezetek, a helyi termékklaszterek és integrátor vállalkozás és beszállítói hálózata is. (G.Fekete 2013) Ugyancsak a kis mennyiség okán az üzemi forma is jellemzően kisüzemi.

*Technológia:* természetesen a technológia, a gyártás folyamata termékkategóriánként, termékenként eltérő, de alapvetően kézműves technológiák jellemzőek a helyi termékek előállításánál. Ezek a technológiák lehetnek tudásra, hagyományokra és anyagi befektetésekre épülők is. A tudásalapú előállításnál a munkaerő szellemi értékei, tapasztalatai a legfontosabbak, a hagyományokra építőnél egy régebbi módszer, öröklött tudás az, amitől különleges lesz a termék. Kérdés, hogy ezek a hagyományos eljárások mennyire hatékonyak és minden esetben képviselnek-e olyan értéket, hogy megérje használni őket. Az anyagi befektetés esetében általában a korszerűség, az innováció a meghatározó, és az előzőekhez képest jóval nagyobb a kezdőtőke igénye.

*Rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment:* az alkalmazott munkaerő mennyisége függhet a vállalkozási formától is, de egyéni vállalkozóknál vagy családi vállalkozásoknál jellemző a kis létszám, maximum 5 fő vagy az önfoglalkoztatás. A vállalkozás keretében történő foglalkoztatás gyakran atipikus, tehát nem a megszokott 8 órás munkarendben történik, inkább kiegészítő tevékenységként, családtagokkal, ismerősökkel, nyugdíjasokkal, többletjövedelem reményében. A termék előállításához szükséges szaktudást tekintve jellemzően a családi vállalkozásoknál általában áthagyományozódik a következő generációra, vagy a család már olyan iskolákba küldi a gyermeket, ahol a vállalkozás szempontjából hasznos tudáshoz hozzájuthat. A menedzsment feladatokat gyakran egy és ugyanazon személy látja el, aki a helyi termék előállítását végzi, tehát nem erre szakosodott személy. Nagy segítség lehet, ha szövetkezetbe tömörülnek a helyi termelők, vagy csoportosan megbíznak ezzel egy szakembert, hogy a menedzsmentfeladatokat ellássa.

*Az alapanyag lehetséges forrásai:* a helyi termékek alapanyagát többféleképp, különböző forrásokból szerezheti be az előállító.





Amennyiben van rá kapacitása, kitermelheti, előállíthatja saját magának, vagy megvásárolhatja helyben ugyancsak helyi termelőtől vagy beszerezheti bolti kis-és/vagy nagykereskedelemben a környékről is. Jellemzően a helyi termékekhez, amennyiben az feldolgozásra kerül, nem tudnak minden kelléket és eszközt (pl.: csomagolóanyag, címke, palack) 100%-osan helyben beszerezni, ilyenkor a fontos, hogy a helyiség dominanciája illetve a termék alapja maradjon helyben termelt alapanyagokból. Egyik ismérve még a helyi termékeknek, hogy a felhasznált erőforrásokat csak kismértékben, lassan használják.

Értékesítési lehetőségek: a helyi termékek körében az egyik legelterjedtebb értékesítési forma a *közvetlen értékesítés*, ami azt jelenti, hogy az értékesítési csatornából kimaradnak a közvetítők, a termelő közvetlenül a fogyasztónak értékesíti a termékét.

A közvetlen értékesítésnek jelentős társadalmi és gazdasági hatásai vannak az uniós térségben is, de az országok között számottevő különbségek adódnak. (pl.: Görögországban a gazdaságok 25%-a értékesíti a termékeit közvetlenül, addig ez az arány Spanyolországban csak 0,1%) (EC 2013)

A közvetlen értékesítésnek több formája van, minden termelőnek ki kell tapasztalnia, hogy a termékének, a helyi fogyasztói igényeknek melyik a legmegfelelőbb módszer. A helyi termékek elsődleges felvevőpiacát a helyi háztartások, a közvetítés, vendég látás és a falusi turizmus adja. (HTK 2014)

*Közvetett értékesítési* csatornák jellemzői, hogy egy vagy több közvetítő megjelenik a gyártó és a fogyasztó között. Ebben az esetben a közvetítők átvállalják az értékesítési feladatokat és az ezzel járó kockázatokat, ezen szolgáltatásért díjat számolnak fel a termelőknek. Ide tartoznak még a helyi termék adatbázisok is, amik a vásárlást ugyan nem teszik lehetővé, de összegyűjtik a helyi termékeket előállító termelőket elérhetőségükkel együtt, és a fogyasztó adott kategóriák alapján keresheti

meg a számára szükséges termék termelőjét. (pl.: [www.termelotol.hu](http://www.termelotol.hu))

Az interneten keresztüli értékesítés, a webáruházak tartozhatnak mindkét kategóriába, attól függően, hogy a termelő maga üzemelteti azt, vagy a webáruház üzemeltetője már viszonteladó, ugyanígy a szövetkezet vagy non-profit egyesület által üzemeltetett (közös) bolt esetében, ha a termelő maga árulja a termékeit a boltban, akkor az a közvetlen értékesítés kategóriájába tartozik, viszont, ha ez a bolt kiskereskedelemként üzemel, akkor már közvetett.

## 1.2. A helyi fejlesztés

### 1.2.1. A helyi fejlesztés értelmezése, alapelvei

Az 1.1.1. fejezetben a globalizáció kedvezőtlen hatásaival szembeni védekezésként levezetett helyi fejlesztés helyi erőforrások bevonásával (1), helyiek részvételével (2), helyi kezdeményezéssel (3) a helyiek életminőségének javítása érdekében (4) történik. Emellett a helyi fejlesztés alapvető sajátosságai közé tartozik az is, hogy integráltan, a gazdasági, társadalmi és környezeti tényezők együttes fejlesztésével valósul meg (5). (G.Fekete 2014)

A helyi erőforrások használata a gazdaságfejlesztésre irányul, arra tesznek erőfeszítéseket, hogy a globalizált gazdaságba be tudjanak kapcsolódni, gazdasági szempontból vonzóbbá tudják tenni a helyet, használják, de ne kihasználják a helyben rendelkezésre álló erőforrásokat.

A helyiek részvétele azért nagyon fontos, mert ők tudják igazán, hogy hol vannak a gyenge pontok, és mik azok a területek, ahol fejleszteni kell.

A helyi kezdeményezés vagy "bottom up" lentől felfelé való kezdeményezés is azt szolgálja, hogy a lakosoknak akarniuk kell a változást, tehát nekik kell kezdeményezni a fejlesztéseket, mert külső szemlélők, nagyobb hatalmi erők nem feltétlenül tudják, hogy kü-



lönböző helyeken milyen jellegű fejlesztésekre van szükség. Abból meg kevés eséllyel lesz látványos fejlesztés, ha a hatalom ráerőlteti a helyiekre. Tehát a legfontosabb, hogy ahogy már az előbb is említettem, akarjon változtatni a helyi közösség, fogalmazódjon meg bennük, hogy a jelenlegi helyzet nem kedvező, és ha tesznek érte, akkor sok mindent elérhetnek. A fejlesztéshez szükséges az is, hogy tudják azt, hogy min akarnak változtatni, mit akarnak másképp csinálni, majd ezt követően tudják, hogyan lehet elérni azokat a célokat. A kezdeményezés maradjon alulról jövő, de ettől függetlenül kívülről kapjanak hozzá segítséget, támogatást, legyen ez akár pénzbeli, akár tudásbeli (szakemberek segítsége). Ha ezeket az alapelveket folyamatosan szem előtt tartjuk, sikeres helyi fejlesztést lehet véghezvinni. (G.Fekete 2000)

A helyi fejlesztés végső célja a helyiek életkörülményeinek javítása. Ezt térségenként eltérő technikákkal tudják megvalósítani, minden helynek meg kell találnia a versenyelőnyeit és azokra építve fejleszteni. (Bajmóczy 2011)

A helyi fejlesztés alapvetően helyi erőforrásokra épül. Ez nem azt jelenti, hogy kizárólagosan csak belső, azaz helyi forrásokkal lehet fejleszteni. A fejlesztés elindításához szükség lehet külső finanszírozásra is, viszont a hosszú távú célok között szerepelnie kell az önfenntartásnak. A fejlesztés megvalósulása közben folyamatosan monitorozni kell, hogy sikerült-e lépéseket tenni afelé, hogy önálló-sodni tudjon a projekt. (Czene – Ricz 2010)

### **1.2.2. A helyi fejlesztés szereplői**

A helyi fejlesztési folyamatok elsődleges szereplői a helyi vállalkozások, civil szervezetek, önkormányzatok és a helyi fogyasztók, lakosok.

A helyi vállalkozások általában mikro- és kisvállalkozások, egyéni vállalkozók, östermelők, akik a termékeikkel próbálnak helyt állni a piacon. A fennmaradásukban és fej-

lesztésükben sokat segíthet, ha különböző együttműködések hoznak létre, ami kapcsán segíteni tudják egymás tevékenységét. Ezekbe az együttműködésekbe bele lehet vonni más szereplőket is, mint az önkormányzat vagy a civil szervezetek.

Az önkormányzatok a közmunkaprogramon, a szociális szövetkezeteken keresztül a helyi gazdaság kiszolgálásával még többet tudnak tenni a közösség fejlődéséért, de fontos hogy ne torzítsák a piaci résztvevők helyzetét.

A civil szervezeteknek elsősorban a közösség fejlődését helyezik előtérbe, de ezzel egy időben létrehozhatnak olyan eseményeket is, amik a helyi gazdaság élénkítését célozzák meg, vagy a helyi termelők megismertetését a helybeliekkel.

A helyi fogyasztók, a lakosok fontos szereplői a helyi fejlesztési folyamatoknak. Tudatosságukkal, kezdeményezéseikkel támogatni tudják a helyi termelőket, amennyiben a háztartásuk vezetéséhez szükséges alapanyagokat helyben, helyi termelő-előállítóktól szerzik be. (Kujáni-Szabadkai 2015)

### **1.2.3. A helyi fejlesztés eszközei a helyi termékelőállítás és értékesítés tényezőinek alakításában**

A helyi fejlesztés jellemző eszközeiként tartjuk nyilván a települési háttér alakítását, a vállalkozás adminisztratív terheinek csökkentését, a technológiai fejlesztéseket, a rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment kompetenciáinak javítását, és az értékesítési lehetőségek bővítését.

A következőekben vizsgálom meg, hogy mit tehet a helyi fejlesztés a helyi termékek előállításának és értékesítésének növelése érdekében.

*Települési háttér alakítása:* A helyi fejlesztés ki tudja használni a település földrajzi adottságait, biztosíthatják a helyi vállalkozók számára az infrastrukturális háttérrel, a telephelyet, segíthetnek a tulajdonviszonyok rendezésé-



ben, ezáltal könnyebben és gyorsabban juthatnak föld- vagy építési területekhez a helyiek. A kulturális adottságok feltárása is eszköz lehet a fejleszteni, vállalkozni kívánók számára.

*Vállalkozás adminisztratív terheinek csökkentése:* a helyi fejlesztések létrehozhatnak olyan kiegészítő tevékenységeket, amelyek a helyi vállalkozások működését segítik, mint például könyvelés, jogi tanácsadás. Emellett a vállalkozási szándék segítése, információk rendelkezésre bocsátása az induláshoz is fontos lehet.

*Technológiai fejlesztés:* a technológia kialakításához pénzbeli eszközöket adhatnak a vállalkozóknak, vagy olyan partnerségi hálót szervezni, amiben a termék feldolgozására egymásra épülő vállalkozások vannak jelen, itt fontos a szoros együttműködés.

*Rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment kompetenciáinak javítása:* nagy segítség lehet az is, ha a helyi fejlesztési intézkedések révén átvállalnak, szerveznek bizonyos képzéseket, amin a megszerzett tudást a helyiek hasznosítani tudják. A munkaerő tekintetében az is egy eszköz lehet a helyi foglalkoztatás fejlesztés indukálására, ha az önkormányzat átvállalja a munkáltatói járulékok egy részét, ezzel támogatva, hogy több főt foglalkoztassanak a helyi vállalkozások.

*Értékesítési lehetőségek bővítése:* itt is a partnerségen, az együttműködésen van a hangsúly, az önkormányzat üzemeltethet egy helyi termék boltot, ahova a termelők bevihetik a termékeiket és ott kerülnek értékesítésre, így az értékesítési költségek minimálisra csökkennek. Ugyanezen az alapon interneten is lehet webáruházat működtetni, ahol összegyűjtik a helyiek által termelt árukat. Ezekkel a lehetőségekkel nőhet a település imázsa, a turisták is felkereshetik a helyi termék boltot, ami akár a turizmus fellendüléséhez is hozzájárulhat. Az önkormányzat vagy más helyi vállaltok az előállított termékek egy részét fel is vásárolhatják alapanyagként, ami ugyancsak kedvezően hathat a helyi gazdaság egészére. (Czene – Ricz 2010)

#### 1.2.4. A helyi termék hatása a helyi fejlődési folyamatokra

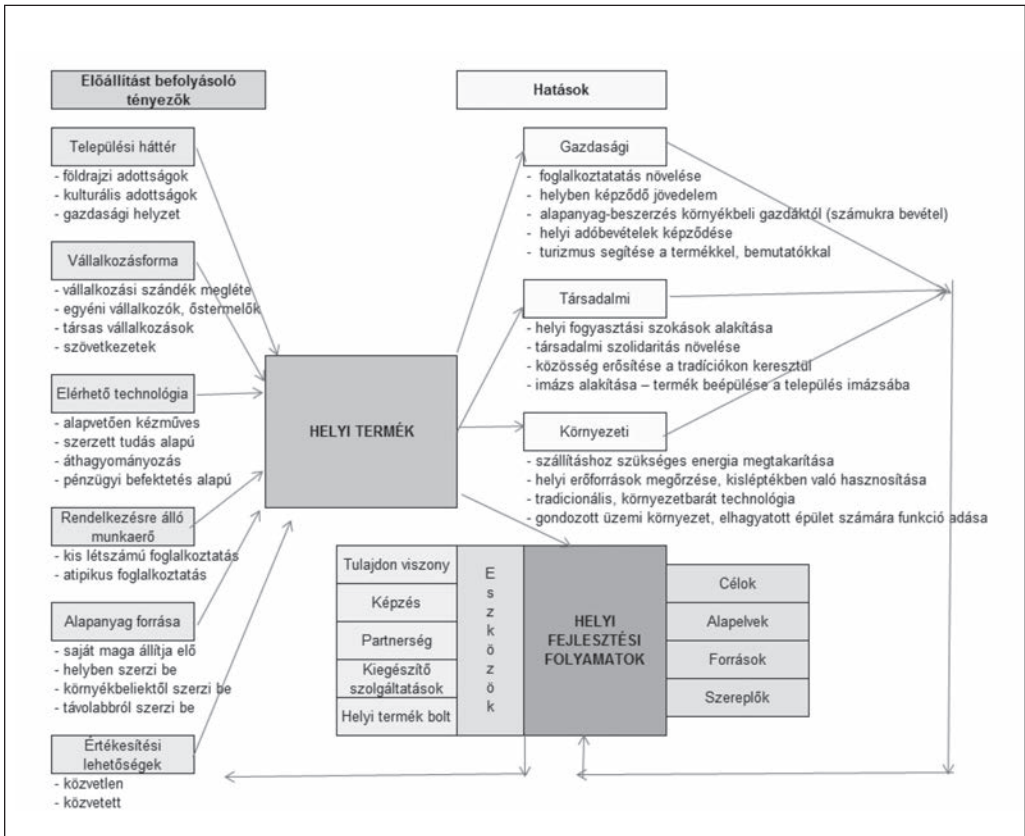
A helyi termékeknek több szempontból van szerepük a helyi fejlődésben. Hatással vannak a helyi gazdasági, társadalmi és környezeti folyamatokra is.

##### 1.2.4.1. Gazdasági hatás

Gazdasági szempontból a helyi termékeknek több dimenzióban van szerepük a helyi fejlődésben. Részben a foglalkoztatással, hogy munkát teremt a lakosoknak, így megélhetést az elmaradott, hátrányos területeken is. Részben mivel az árbevétel helyben képződik, ez nem csak az adott vállalkozásnak, hanem az egész helyi gazdaságnak jövedelmet hoz. A termék előállításához alapanyagra van szükség, és ha ezt nem magának termeli ki az előállító, akkor az ő beszerzései, vásárlásai révén mások is jövedelemhez jutnak a térségben. Mivel a vállalkozás helyben adózik, növeli az adóbevételeket, amiket az önkormányzat közösségi fejlesztésekre költ, illetve a helyi turizmust (és a termék értékesítését) is fellendítheti, ha a vállalkozó különböző bemutatókat szervez a helyi termékkel kapcsolatban.

##### 1.2.4.2. Társadalmi hatás

A társadalmi folyamatoknál elsősorban élelmiszeripari helyi termékek esetében többek között a helyi fogyasztási szokások kiszolgálásán és alakításán keresztül formálhatja a helyiek életmódját, tudatos fogyasztását, egészség megőrzésére való törekvésüket. Ezenfelül, ha a helyi termékek előállításához olyan embereket foglalkoztatnak, akik korábban a társadalmi kirekesztés áldozatává váltak, megjelenik náluk a társadalmi befogadás. Tradicionális helyi termékek esetében fontos a hagyományok őrzése, ezzel a közösség erősítése és a szolidaritás növelése. Amennyiben a terméket jól, tudatosan menedzselik, olyan imázst építenek rá, ami könnyen beépülhet a település imázsába is.



1. ábra

### A helyi fejlesztés és a helyi termékek kölcsönhatásának rendszere

Forrás: saját szerkesztés

#### 1.2.4.3. Környezeti hatás

A helyi termékeknek – a definícióból kiindulva- a környezetterhelésük a minimális szállítás miatt jóval alacsonyabb, amivel a termelő is megtakaríthat energiát, pénzt és időt. A helyi erőforrások a kisüzemi, tradicionális kézműves technológia miatt csak kisléptékben, megőrizve kerülnek hasznosításra, így nem merülnek ki gyorsan. De ez a kisüzemi, tradicionális előállítási mód sokkal környezetbarátabb, mint a nagyüzemi technológiák. A helyi termék előállítója a gyártás helyén gondozza a területet, nem lesz elhanyagolt és az ott lévő épület is kaphat új funkciót a feldolgozás során.

#### 1.2.5.A helyi fejlesztés és a helyi termék egymásra hatásának modellje

A helyi fejlesztési folyamat sajátossága, hogy a megváltozott fizikai, társadalmi, gazdasági környezet visszahatnak a helyi fejlesztés folyamatára, a fejlesztési célokra, szereplőkre, eszközökre, ezáltal új hatások érhetik a helyi termék-előállítást és értékesítést is.

Elméleti megfontolásaim összegzéseként a helyi fejlesztés és a helyi termékek kölcsönhatásának rendszerét az 1. ábrában foglaltam össze.





## 2. A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék

### 2.1. A hidegen sajtolt tökmagolaj hazai gyártói

A következőkben a hidegen sajtolt tökmagolaj hazai gyártói közül 13 vállalkozást gyűjtöttem össze internetes kereséssel, tehát a lista nem teljes. Adataik táblázatos formában az 1. számú mellékeltben található.

Ha a gyártók földrajzi megoszlását nézzük, elmondható, hogy nagyrészt Dunántúlon található tökmagolajgyártással foglalkozó vállalkozásokat. Ez következhet abból is, hogy az Őrségben és Ausztria keleti részén nagy hagyománya van az olajtök termesztésnek és az olaj gyártásának is, azzal az eltéréssel, hogy a hagyományok szerint az olajütés meleg sajtolással történik, de ezekre a termelőkre a kutatásom nem terjed ki. Jellemzően a települések népességszámát tekintve a kisebbekben található olajüzemek, mint Szalafő, Bicsérd, Szalapa, Pakod.

A *vállalkozási formák* közül legnagyobb számban a korlátolt felelősségű társaságok jelennek meg, de előfordul betéti társaság, közkereseti társaság, egyéni vállalkozó és szociális szövetkezet is. Feltehetően a kisebb vállalkozási formák, mint egyéni vállalkozók és őstermelők többen jelen vannak a piacon, csak internetes felületeken nem elérhetőek.

A *tevékenységükre* általában jellemző, hogy nem csak tökmagolaj préseléssel foglalkoznak, hanem más magokat is sajtolnak hidegen, de vannak vállalkozások, akik hagyományos préseléssel is foglalkoznak. Több helyen megjelenik a bérpréselés is, ezek a kiegészítő tevékenységek mind a minél nagyon kihasználtság miatt jellemzőek.

Az *értékesítés* terén is megoszlának az egyes termelők, ugyanis sok helyen figyelhetünk meg közvetlen értékesítést, akár a gazdaság telepelyén, akár az általuk kialakított mintaboltokban hozzájuthatunk a termékekhez, de jelentős

számban vannak azok is, akiknél saját vagy más webáruházakon keresztül értékesítenek. Megjelenik olyan vállalat is, aki csak kereskedőknek értékesít, tőlük fogyasztók nem tudnak sem rendelni sem beszerezni tökmagolajat.

A *termékek csomagolása és értékesítése* általában kisebb mennyiségben történik, találhatunk 40 ml-től 1 literesig sokféle kiszerelést. Az árak tekintetében látszik, hogy a cégek különböző árpolitikát folytatnak, a fél literes kiszerelés ára például 3000 Ft és 5000 Ft között mozog.

## 3. Esettanulmányok

Az elméleti rendszer elemeit felhasználva két tökmagolajüzemet vizsgáltam meg részletesebben. Az egyik a boldvai tökmagolajüzem az önkormányzat működtetésében, a másik pedig a Hejőkeresztúron található Verimpex 2000 Bt. által családi vállalkozás formájában üzemeltetett hideg préselő. Az esettanulmány elkészítéséhez mindkét helyszínen jártam, és interjút készítettem az érintett vezetőkkel, melyek a 2. számú mellékletben találhatóak és forrásául szolgálnak az elemzésben szereplő tényadatoknak. A két helyi termék üzemet ugyanazon, az elméleti részben felrajzolt logikai rendszer alapján elemzem és hasonlítom össze. Az elemzés célja annak kiderítése, hogy a hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék a két kiválasztott terepen

- mennyire perspektivikus üzlet, min múlhat a siker?

- milyen szerepet tölt be a helyi természeti-társadalmi-gazdasági környezetben, befolyásolja-e, ha igen, hogyan a helyi fejlődést?

- az eltérő gazdálkodási forma (közösségi és családi vállalkozás) jelent-e eltérést a gazdálkodásban és a helyi fejlődéssel való összekapcsolódásban?

### 3.1. A termék

A Boldván található olajüzem átadására csak ez év szeptemberében került sor, tehát



az ő esetükben még javarészt tervekről beszélhetünk. Az olaj bevizsgálására is csak októberben került sor, viszont mivel minden engedélyt megkaptak, azóta már értékesíthetik a terméküket. Az üzem kialakításának terve már korábban megfogalmazódott a helyi polgármesterben, de csak pályázati pénzekből tudták megvalósítani az üzemet, ezért váratott időig magára ez a projekt. Az egész közfoglalkoztatáson alapszik, és a tők termesztésétől kezdve most már a préselésen át a palackozásig minden folyamatot közmunkásokkal fognak kivitelezni. Az olajtők termesztését 3 évvel ezelőtt kezdték, majd a felvásárlóknak való értékesítés helyett a feldolgozás mellett döntöttek. Jelenleg 4 hektáron természetesen olajtöket, aminek a magjából olajat préselnek. Az árazást tekintve az összegyűjtött hazai gyártók közül az alacsonyabb árkategóriába tartoznak.

A hejőkeresztúri Verimpex 2000 Bt. nagyobb múltra tekint vissza, 1994-ben alapították a céget, elsősorban napraforgómag hidegsajtolási profillal. A vevői igények hatására 2012-ben kezdtek el más olajokat (tökmag, dió, szőlőmag, mák), is gyártani. A vállalkozás ötlete a jelenlegi ügyvezető édesapjától származott, aki a helyi hagyományos olajpréselő üzemben dolgozott, tehát volt tapasztalata a témában, és látott benne lehetőségeket. Így a fia belefogott a vállalkozásba, de nem hagyományos préseléssel kezdtek el foglalkozni, hanem hideg sajtolással. A családi vállalkozási forma azóta is fennmaradt. A termékek ára inkább az alsó kategóriában mozog, ha a hazai termelőkkel vetjük össze. A Verimpex 2000 Bt. évente körülbelül 10 mázsa olajtök magot vásárol, ebből kb. 250 liter olajat tud kinyerni. Az éves árbevétele a tökmagolajból megközelítőleg 1.250.000 Ft.

### 3.2. A két üzem összehasonlítása

Települési adottságok, amelyek befolyásolhatják az üzem létrejöttét és működését ha-

sonlóak mindkét községben. A hejőkeresztúri üzemnek előnye, hogy a település korábban rendelkezett olajütővel, így ennek a tevékenységnek már van helyben tradíciója, illetve hogy már maga az üzem több mint 20 éves múltra tekint vissza, mely idő alatt már megszerezte a szükséges tapasztalatokat és piacot a vállalkozás sikeres működtetéséhez. Ehhez az is hozzájárult, hogy sikerült a megyében megtalálnia azt a piaci rést – a napraforgó- és egyéb különleges olajok hidegsajtolásával, amire kereslet is van.

A tökmagolaj a boldvai olajüzemben az elsődleges termék, ennek előállítására hozták létre, míg a Verimpex 2000 Bt. alapvetően napraforgóolaj sajtolással foglalkozott, és csak később, 2012-ben vezették be a tökmagolaj sajtolást a tevékenységeik közé. Az üzem kapacitása, sajtológépek száma, és az üzemben dolgozó munkaerő száma hasonlóan alakul mindkét esetben.

A vállalkozás formájából adódó különbség a foglalkoztatás jellegében jelenik meg, ami az vizsgált üzemek tekintetében elsősorban az alapanyag forrására van hatással. A közfoglalkoztatás államilag támogatott foglalkoztatási forma, célja a minél nagyobb számú foglalkoztatás, ezzel a munkanélküliség csökkentése. Boldván ez a Start Közmunkaprogram keretein belül többek között a földműveléssel, gyógynövény, olajtök és egyéb mezőgazdasági termékek termesztésével történik. Ebből következik az is, hogy itt olyan logika szerint alakították ki az üzemet, hogy az olajtök termesztésével, betakarításával, a magok préselésével, az olaj csomagolásával minél több embernek adjanak munkát. Ezzel szemben Hejőkeresztúron állami támogatás nélkül, saját tőkével kell megoldani az egész tevékenységet, emiatt nem fektetnek a termelési részbe munkaerőt és tőkét, mert sokkal gazdaságosabb, ha a tökmagot már préselhető formában vásárolják fel. Ez visszavezethető az eladási árak közötti különbségekre, a boldvaiak árai alacsonyabbak a hejőkeresztúriakénál. Az



1. táblázat

## A két üzem összehasonlítása

Összehasonlítási szempontok:	Boldva	Hejőkeresztúr
Vállalkozási forma	Önkormányzati működtetés	Családi vállalkozás, betéti társaság formában
Tevékenység kezdete (tökmagolaj préselés)	2016	2012
Főtevékenység	tökmagolaj hidegsajtoltása	napraforgómag olaj hidegsajtoltása
Települési adottságok	mezőgazdasághoz kedvező földrajzi fekvés, csökkenő népességszám, kisebbségek növekvő aránya, tőkehiány, magas munkanélküliség	
Tradíció	tökmagolaj sajtoltással kapcsolatos nincs	korábbi olajütő üzem a településen
Üzemméret/kapacitás	2 db sajtológép	3 db sajtológép
Alapanyag forrása	saját maguknak állítják elő	tisztított, szárított formában vásárolják fel
Foglalkoztatás jellege	közfoglalkoztatás	önfoglalkoztatás, családon belüli foglalkoztatás
Foglalkoztatottak száma	3-4 fő	3 fő
Szaktudás forrása	szakirodalmak, működő üzemeltetőktől információgyűjtés	családi örökség, áthagyományozás
Értékesítés módja	helyben, tervben van kereskedőkön keresztül	helyben, kereskedőkön keresztül, fesztiválokon, vásárokon
Kiszerezés/ár	0,05 l/ 300 Ft  0,25 l/ 1500 Ft	0,25 l/ 1715 Ft
		0,25 l (PET palack) /1524 Ft
		0,5 l (PET palack)/ 2921 Ft 1 l (PET palack)/ 5715 Ft
Melléktermék értékesítés	tervben, magliszt formájában	állati takarmányként, pelletként
Együttműködések	helyi és környékbeli vállalkozókkal	helyi és környékbeli önkormányzatokkal
Helyiek viszonyulása az üzemhez	kíváncsiság, irigység	irigység

Forrás: saját szerkesztés



értékesítési csatornák kiválasztásánál ugyancsak a korábbi tevékenységre való tekintettel, a Verimpex 2000 Bt. már jobb helyzetben volt, kialakult értékesítési rendszerrel, vásárlókörrrel és tapasztalatokkal rendelkezett a tökmagolaj bevezetésekor. Számomra érdekes volt, hogy az együttműködések kapcsán a boldvai önkormányzat által működtetett üzem a helyi vállalkozókat emelte ki, mint leendő partnereket, a hejőkeresztúri vállalkozó pedig a környékbeli önkormányzatokat, akikkel kapcsolatban áll és rendszeresen hívják a rendezvényeikre, vásáraikra. A helyi lakosság mindkét esetben inkább negatív hozzáállást mutat az üzemmé szemben, ennek okát mindkét részről az irigységben fogalmazták meg.

Összességében a különbségek vannak nagyobb arányban, amik alapvetően a vállalkozási forma különbségeiből adódnak. Emellett az is szerepet játszik az eltérésekben, hogy a hejőkeresztúri egy tapasztalt, már évek óta működő vállalkozás, a boldvai pedig egy most létrejövő, a tevékenységgel és a piaccal ismerkedő üzem. Az összehasonlítás szempontjait és a két üzemre vonatkozó megállapításokat a 3. táblázatban foglaltam össze.

### 3.3. A tökmagolaj, mint helyi termék hatásai

A tökmagolaj, mint helyi termék hatásait a két település helyi fejlődési folyamataiban nehéz mérni, számszerűsíteni. Ennek oka a kis létszámú foglalkoztatás, illetve Boldva esetében még nagyon rövid idő telt el az üzem beindítása óta.

#### Gazdasági hatások:

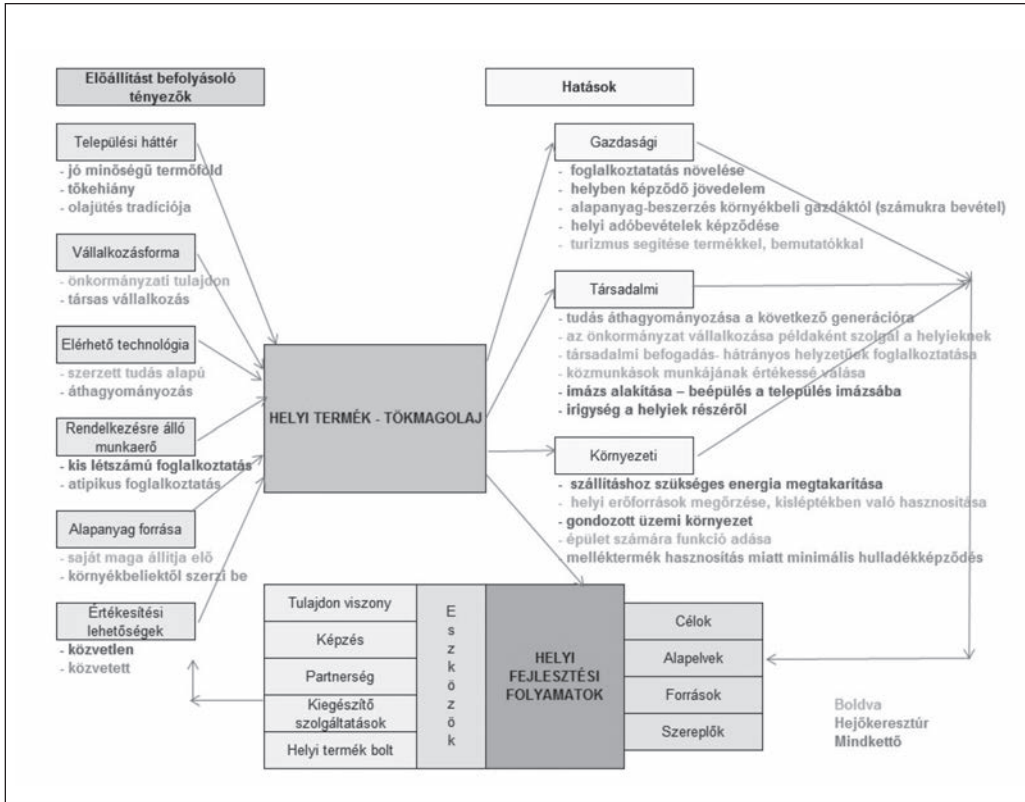
Mindkét esetben megjelenik a foglalkoztatás, mint pozitív gazdasági hatás, viszont a kis létszám miatt nem annyira jelentős. Boldván az értékesítésből származó bevételek az önkormányzathoz kerülnek, amit az üzembe forgatnak vissza, hosszútávon az

önfenntartás lenne a cél. Hejőkeresztúron a vállalkozás vagyont gyarapítja a haszon, de mivel helyben adóznak, közvetetten az önkormányzatnak itt is lesz bevétele, amit fejlesztésekre fordíthatnak. Míg Boldván a saját alapanyag termelés inkább foglalkoztatási szempontból jelentős, a Verimpex 2000 Bt. a környékbeli gazdáktól vásárolja a magokat, így őket is jövedelemhez juttatja. A boldvai értékesítés, hogy már egy működő turisztikai látványosság épületében (Barátok Háza) történik, illetve az üzem elhelyezkedése és megjelenés (a községen belül központi helyen, az útról jól észrevehető, szépen kidíszített házzal) a jövőben várhatóan még több turistát fog vonzani. Ezzel szemben, Hejőkeresztúron egy kicsit félreeső helyen, egy kis tábla mutatja, hogy milyen tevékenység folyik az udvarban, de előny, hogy itt előzetesen tudunk informálódni a vállalkozás honlapjáról.

#### Társadalmi hatások:

A társadalmi hatások kevésbé érvényesülnek, a boldvai üzem még annyira kezdetleges, hogy messzemenő következtetéseket nehéz lenne levonni. Ami mindkét esetben az interjú során kiderült, hogy a helyiek fogyasztását nem igazán befolyásolják az üzemek, csak néhány községbeli vásárlójuk van, a többiek általában irigységből nem is keresik a termékeiket. A boldvai esetben az önkormányzat vállalkozási sikerei viszont egyes embereket arra ösztönöznek, hogy ők is vágjanak bele, ezek a projektek példaként szolgálnak a helyieknek. Boldván a közmunkaprogramban a közmunkások közösségét talán még jobban erősíti, hogy a munkájuknak kézzelfogható és értékesíthető terméke van. A települések imázsát viszont mindkét üzem formálja, ha nem is olyan erőteljesen. A Verimpex 2000 Bt. esetében a családi vállalkozásban áthagyományozódik az eddig megszerzett tudás a következő generációra, ezzel már alapot képezve a saját elhelyezkedésének és a helyben maradásának.





2. ábra

## A hejőkeresztúri és boldvai tökmagolaj, mint helyi termék hatásainak rendszere

Forrás: saját szerkesztés

### Környezeti hatások:

A helyben értékesített árukészletnél a szállítási költségekhez szükséges energia megtakarításra kerül mindkét esetben. Boldván amiatt, hogy az olajtőköt saját földterületen termesztik, félig gépesített eljárással, nagyban hozzájárulnak a helyi erőforrások kisléptékű hasznosításához, illetve az „alapanyag beszerzés” során is a szállítási költségek kiesnek, minimalizálódnak. A melléktermékek hasznosítása és értékesítése miatt a hulladéktermelődés is alacsonyabb. A gondozott üzemi környezet mindkét esetben megjelenik, Boldván pedig egy korábban kihasználatlan, elhagyatott épületet újjítottak fel az üzem számára.

### Összefoglalás

Az áttekintett helyi fejlesztéssel, vidékfejlesztéssel foglalkozó szakirodalmi írások rávilágítottak arra, hogy a globalizáció és a helyi fejlesztés nem összeférhetetlen folyamatok. Bár a jelenkori helyi fejlesztés a globalizációs ártalmak elleni védekezésékként jött létre, kiteljesedésében segítenek a globalizáció vívmányai is, valamint a helyi fejlesztés által megőrzött, sőt erősített diverzitás új energiákat biztosít a globalizáció számára is. A helyi erőforrásokra alapozott helyi termék a területi sokszínűség egyik fontos eleme egyben a perifériákon a lakosság életminőség javításának egyik lehetősége.



A hidegen sajtolt tökmagolaj kisüzemi előállítására perspektivikus vállalkozásnak látszik a termék kedvező élettani hatásai és az abból következő kereslet, a technológia viszonylagos egyszerűsége és a helyi alapanyag termeléssel és csomagolással összekapcsolható helyi vertikum és az abból adódó várható szinergikus hatások révén.

A helyi termékek előállítása és a helyi fejlesztés, a közöttük lévő kölcsönhatás egy komplex modellben foglalható össze. A modell a tökmagolaj előállítására is értelmezhető. Az empirikus kutatás során bebizonyosodott a modell konkrét esetekben való használhatósága. (2. ábra).

Az önkormányzati üzemeltetésű boldvai és a családi gazdaságként működő hejőkeresztúri üzemek hasonlóan bizonyultak a kisüzemi technológia, az üzemben foglalkoztattak száma, az értékesítés módja és a helyiek hozzájuk való viszonyulása tekintetében.

A legtöbb szempontból viszont a különbözőség a jellemző. Ezek a szempontok a foglalkoztatás jellege, és az ebből adódó szemléleti különbségek, az alapanyag beszerzésének forrása, a szaktudás megszerzése, az árak kialakítása és az együttműködések alakulása.

A vállalkozások érzékeny, a sikert meghatározó pontjai a termékük egyediségében, különlegességében és a megfelelő pozícionálásában rejlik. Ehhez hozzátartozik a kereslet megtalálása és a megfelelő értékesítési csatornák kiválasztása.

A helyi gazdasági – társadalmi – környezeti hatások közül a foglalkoztatás növelése, helyben képződő jövedelem, a település imázs formálása, szállításhoz szükséges energia megtakarítása és a gondozott üzemi környezet emelhetőek ki, melyek mindkét esetben megjelennek.

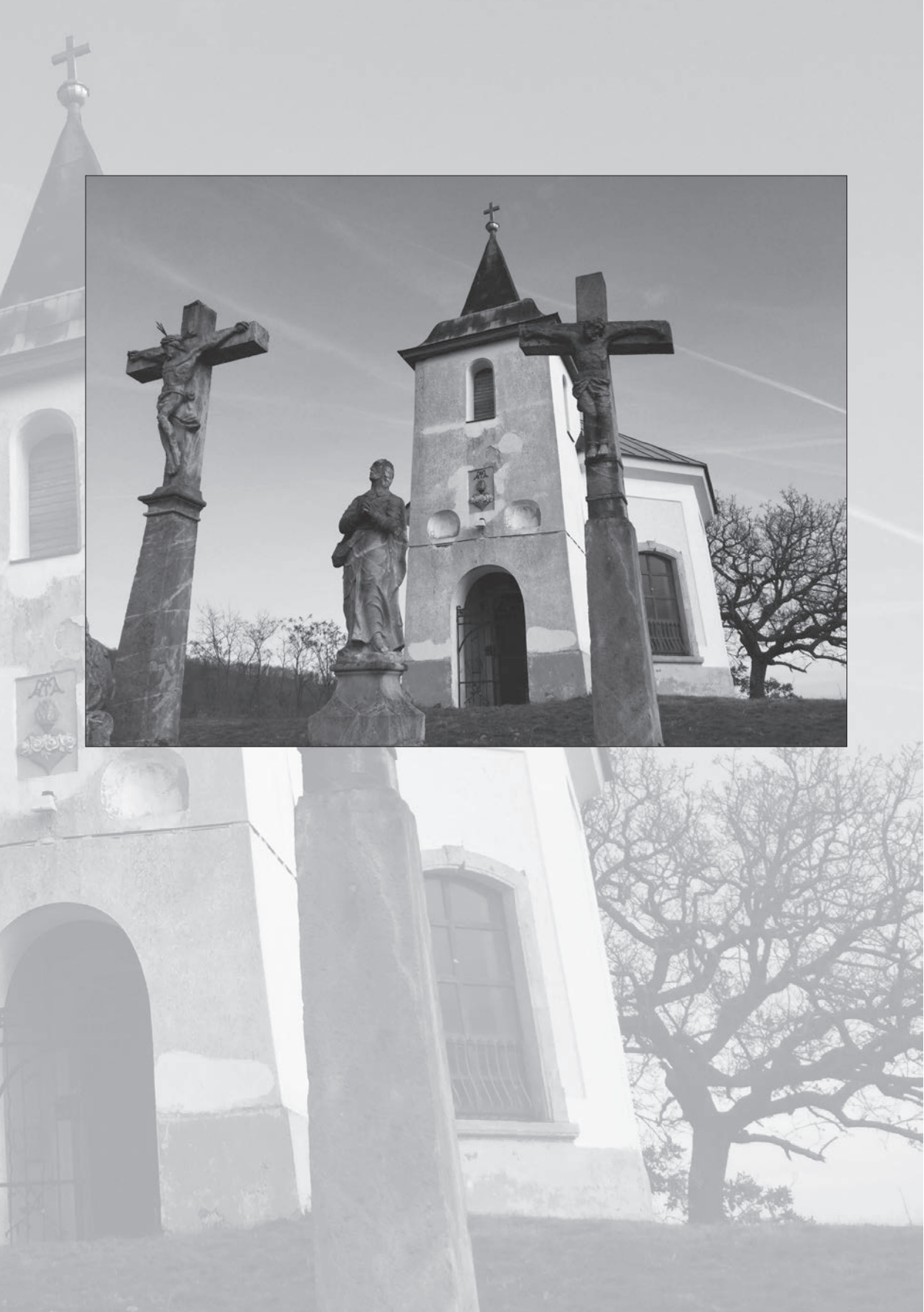
Az eltérő vállalkozási forma a már mérhető és a várható hatásokban a foglalkoztatást és a település imázs alakítását tekintve hozhat különbségeket.

## Irodalomjegyzék

- Bajmócy Z., (2011):** Bevezetés a helyi gazdaságfejlesztésbe. Szeged: JATEPress.
- BAZ MKFI, (2013):** Borsod – Abaúj – Zemplén Megyei Kormányhivatal
- Berend T. I., (2004):** A globalizáció és hatása a centrum-periféria kapcsolatokra Európában. Mindentudás Egyeteme V. szemeszter, 2004.09.06. videoelőadás
- Chikán A., (2002):** A gazdaság globalizációja és a civilizációk különbözősége, Magyar Tudomány, 2002/6 730. o.
- Czene Zs., Ricz J. (szerk.), (2010):** Helyi gazdaságfejlesztés Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok Területfejlesztési füzetek 2. Budapest, VÁTI Nonprofit Kft. Területi Tervezési és Értékelési Igazgatóság Stratégiai Tervezési és Vidékfejlesztési Iroda
- EC, (2013):** A Bizottság jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak A helyi termelésre és a közvetlen értékesítésekre vonatkozó címkézési rendszerről. 2013.12.6. COM(2013) 866 final Brüsszel. Elérhető: [http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:be106719-60e5-11e3-ab0f-01aa75ed71a1.0013.04/DOC\\_1&format=PDF](http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:be106719-60e5-11e3-ab0f-01aa75ed71a1.0013.04/DOC_1&format=PDF), (Letöltve: 2016. 09. 28.)
- Fehér I., (2007):** A közvetlen élelmiszerértékesítés marketing lehetőségei és vidékfejlesztési sajátosságai. Mosonmagyaróvár: Direktértékesítés Konferencia Kiadvány
- G.Fekete É., (2000):** A siker titkai a kistérségi fejlesztésekben A FALU 15:(2) pp. 59-66.
- G.Fekete É., (2001):** Innovációk a kistérségi fejlesztésekben. (Együtt! – De hogyan?: 2.) 194 p Pécs-Miskolc: MTA Regionális Kutatások Központja (MTA RKK)
- G.Fekete É., (2011):** Helyi termékek előállításának és értékesítésének kistérségi koordinációja A FALU 26:(1-2) pp. 47-56. 2011
- G.Fekete É., (2013):** Borsod- Torna- Gömör - Helyi termék stratégia és védjegyrendszer. Észak-magyarországi Regionális Kutatásokért Alapítvány. Iroda



- G.Fekete É., (2014):** Helyi fejlesztés (E-learning tananyag) Miskolci Egyetem
- HTK , (2014):** Helyi termék kézikönyv. Kaposvár: Somogy Megyei Vállalkozói Központ Közalapítvány Elérhető: [http://videkstrategia.kormany.hu/admin/download/5/53/f0000/Helyi\\_termek\\_kezikonyv\\_Zselic-Dr%C3%A1va.pdf](http://videkstrategia.kormany.hu/admin/download/5/53/f0000/Helyi_termek_kezikonyv_Zselic-Dr%C3%A1va.pdf) (Letöltve: 2016. 09. 13.)
- Hutflesz M., (2008):** Termeljünk helyi terméket - Lesz munka, jobb lesz a gazdaság és még értékeket is őrzünk! c. cikkben készült interjú alapján Elérhető: [http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403\\_termeljunk\\_helyi\\_termeket\\_lesz\\_munka\\_jobb\\_lesz\\_es\\_is](http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403_termeljunk_helyi_termeket_lesz_munka_jobb_lesz_es_is) (Letöltve: 2016. 09. 12.)
- Kelemen Z., (2007):** Helyben hagyva – Helyi termékek a Dunakanyarban és az Alsó-Ipoly mentén- a Magosfa Alapítvány elnökével készült interjú alapján Elérhető: <http://tudatosvasarlo.hu/cikk/helyben-hagyva-helyi-termekek-dunakanyarban-es-also-ipoly-menten> (Letöltve: 2016. 09. 21.)
- Kis K., (2014):** Vidékgazdaság, kultúra, lokalizáció: eltérő válaszok és fejlődési differenciák, Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2014. IX. évfolyam, 1–2. szám, pp. 9–28.
- Kujáni K. O., Szabadkai A., (2015):** A helyi élelmiszerrendszer fejlesztési lehetőségei a Zala termálvölgye egyesület térségében - Hova tovább a helyi termékek és értékek fejlesztése terén 2014-2020 között? Zalaszentgrót, Zala Termálvölgye Egyesület. Elérhető:[http://zalatermalvolgye.hu/manual\\_files/egyeb/helyi\\_elelmiszerrend\\_tanulmany\\_zte\\_2015.pdf](http://zalatermalvolgye.hu/manual_files/egyeb/helyi_elelmiszerrend_tanulmany_zte_2015.pdf) (Letöltve: 2016. 09. 13.)
- Szalai J., (2002):** A társadalmi kirekesztés egyes kérdései az ezredforduló Magyarországon. Szociológiai Szemle. 4.34-51. o.
- Szendrei O.,(2011):** A helyi termékfejlesztés elmélete és folyamata, Esettanulmányok gyűjteménye a helyi hozzáadott érték növeléséhez, A Kárpát-medence civil társadalmának tudományos és ismeretterjesztő közleményei VIII. szám, Eger. Kárpátikum Közhasznú Alapítvány, Elérhető: <http://www.karpatikum.hu/doc/VIII.pdf> (Letöltve: 2016. 09. 13.)
- Földművelésügyi Igazgatósága, Tájékoztató Borsod-Abaúj-Zemplén megye mezőgazdaságáról. Miskolc Elérhető: [http://www.baz.hu/content/cont\\_53b16a8bc9336.47060047/1407\\_14\\_Mezogazdasag.pdf](http://www.baz.hu/content/cont_53b16a8bc9336.47060047/1407_14_Mezogazdasag.pdf) (Letöltve: 2016. 09. 13.)





# Bátya községben rejlő turisztikai lehetőségek

**Kútvölgyi Viktória**

Bács- Kiskun megyében doktorandusz hallgatóként lehetőségem nyílt 2016 nyarán részt venni egy egyhetes falukutató szemináriumon. Célunk Bátya községének feltérképezése volt. Minden év augusztus első szombatján fokhagymafesztivált rendeznek a vendégszerető bátyaiak. A VIII. Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny 2016. augusztus 5-én, 6-án zajlott, melynek szemtanúja lehettem. Ebben a tanulmányban Bátya turizmusával kapcsolatos ismereteimet és a helyszínen szerzett tapasztalataimat foglalom össze.

Elhelyezkedése: Bátya község Bács- Kiskun megyében a Kalocsai Sárközben található. Északon a református és katolikus lakosságú Foktó, valamint az érseki székhely, Kalocsa határolja. Keleti szomszédja az ún. pota népségű Drágszél és a tót eredetű Miske község. Délen Fajszt községgel, nyugaton a Dunával határos. Bátyától délre, mintegy 15 km-re fekszik a hasonlóképpen rác- magyar kétnyelvű község Dusnok. (Fehér, Z. 1996)

Megközelíthetősége: Budapesttől 127, Kalocsától 6, Bajától 38 kilométernyire helyezkedik el. Az említett városokkal naponta több buszjárat köti össze. A legközelebbre eső vasútállomás Kalocsán van. A falu Kalocsáról kerékpárúton is megközelíthető.

Adottsága: területének legnagyobb része jó

minőségű, humuszban gazdag fekete agyag. Bátya a kalocsai Sárköz legnagyobb paprika-örülő települése volt. Az 1930-as évekig 13 dunai vízimalomban őrlettek. (Dr. Kasza Sándor (főszer.) (1997); Bagota, J. és társai, 2002)

Lakosság összetétele: A XVII. század végétől római katolikus vallású, magukat rácoknak nevező, valószínűleg boszniai horvátok érkeztek Bátyára, akik a megmaradt magyar lakossággal harmonikusan összeolvadtak (Borsos, T., 2011). A délszláv- magyar együttélés sajátos bátyai kultúrát eredményezett, melyben harmonikusan éltek együtt a rácok és a magyarok. A kétnyelvű Bátya a XX. század végére elmagyarosodott, ma már csak az idősebbek beszélik a rác nyelvet. 1990-re már csak 6 fő vallotta magát horvátnak, illetve szerbnek. (Dr. Kasza Sándor (főszer.) (1997); Bagota, J. és társai, 2002)

## Módszertan

A terület feltérképezéséhez a szakirodalom, valamint a KSH adatainak tanulmányozását követően a helyi vezetőséggel és a lakossággal folytatott beszélgetések vezettek közelebb.

A beszélgetésen túl a lakossághoz kérdőíves megkérdezés által hat turisztikai jellegű kérdésre kapunk választ, mintegy 237 háztartástól. Az első kérdés arra irányul, hogy „Ön





mire a legbüszkébb a faluban?”, a második azt vizsgálja, hogy „Foglalkozna-e falusi turizmussal a jövőben?”, s amennyiben a kérdésre a felelet „igen”, máris felvetődik a következő megválaszolandó kérdés „Milyen módon foglalkozna falusi turizmussal?”

A turizmusához szorosan kapcsolódik a szórakozás, ezért felmérésre kerül az elégedettségek kérdéskörének vizsgálata is, azaz „Mennyire elégedett a helyi szolgáltatásokkal?” és „Mennyire elégedett a helyi szórakozási lehetőségekkel?”

Mindezen kérdések kiértékelése előtt azonban fontosnak gondolom, hogy a helyiek életérzését is jobban figyelemmel kísérjem. „Mennyire érzi magát boldognak Bátyán?” Véleményem szerint az tud jó vendéglátó lenni, aki maga is jól érzi magát az adott helyen. Ezek a turisztikai vonatkozású válaszok segítenek bemutatni Bátya lehetőségeit a vendégek fogadása terén.

Interjúkat készítettem a turizmus számára programlehetőségeket biztosítókkal: Fekete Zsoltnéval, a Chili-Trade Paprika Manufaktúra Múzeuma és Falumúzeum vezetőjével; a híres Országos Fokhagymafesztivál egyik fő szervezőjével, Maros Attilával; és a fesztivál műsorvezetőjével, házigazdájával Guzsván Cintiával; továbbá a szálláslehetőséget nyújtó Vendégház tulajdonosával, Kákonyi Lászlóval.

## Eredmények

### *Lakossági kérdőív válaszai*

Az alábbiak rámutatnak, hogy a 237 bányai háztartás, hogyan vélekedik a turizmussal kapcsolatos kérdésekről.

„Ön mire a legbüszkébb a faluban?” – hangzott az első kérdés.

A bányaiak válaszát rendszerezve öt csoportra osztottam a büszkeségek körét.

Az öt csoport, az említések mennyiségét követő csökkenő sorrendben az alábbiak-

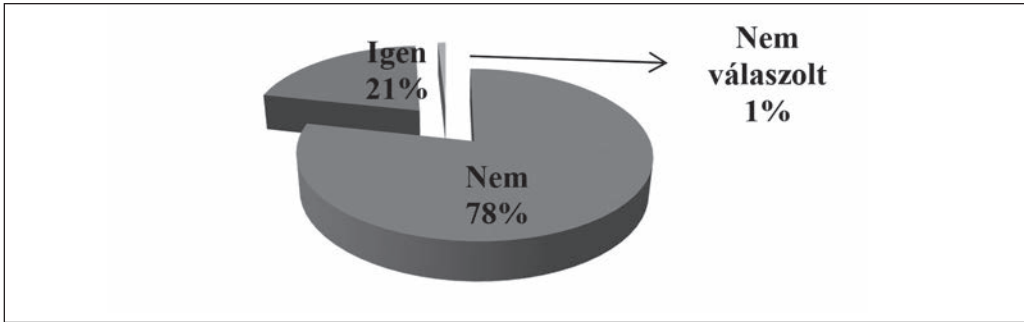
ból tevődik össze: helyszínek, emberek, események, hagyományok, és amelyik egyik kategóriába sem illeszkedett bele, az egyéb témakörbe került besorolásra.

A bányai lakosok leginkább a helyszínekre büszkék. A templomot 21-en emelték ki, ezt követte az önkormányzat által jelenleg is folyó utak aszfaltozási munkálata, a fejlesztések, a felújítások (13 szavazattal); majd a Chili Trade és Paprika Múzeum folytatja a sort 11 háztartási hozzászólás által. Az iskolára 9-en, a faluházra 8-an büszkék és említést kapott az orvosi rendelő és környéke is öt fő jelzése révén. Néhányan említették, hogy büszkék arra, hogy Bátya rendelkezik focipályával, továbbá öröm számukra, hogy van óvoda, s van, aki a Vinograd vendéglátó egységet dicsőítette.

A második kategóriában a bányaiak az emberekre büszkék. Érdekesnek találtam, hogy legtöbben a saját családtagjaikat említették meg, 9-en. A népszerűségi listán őket követte a Hagyományörző és Nemzetiségi Egyesület Rozmaring Népdalköre (7 szavazattal), majd a számos kutatást végző Dr. Fehér Zoltán munkássága (6 fő által). Öten említették a Bányai Fúvós Zenekar, a polgármesterasszony és a vezetőség munkásságát, s ugyanennyien büszkék a saját maguk által elért eredményekre is. Végül hárman nyilatkoztak elismerő szavakkal a bányai születésű Harangozó Teréz énekesnőről.

A harmadik csoportba az események kerültek. Az országos rangú Fokhagymafesztivál egyértelműen kiemelt eseménynek számít, ami büszkeséggel tölti el e helyeket, s ennek 18-an hangot is adtak. Ezt a kört egészíti ki a faluban tartott egyéb rendezvények, 8 fő megjegyzése révén.

A negyedik kategóriát alkotják a hagyományok. Itt említették a két leghíresebb növény mezőgazdasági érdemeit: a paprikatermesztést (12 személy) és a fokhagymatermesztést (4 fő). Büszkék a régi bányai összetartásra is (3-an), továbbá a falu hagyományaira (2 szavazat érkezett).



1. ábra

### Foglalkozna-e falusi turizmussal a jövőben?

Az ötödik csoportot az egyéb névvel láttam el, melyben egy-egy ember említette, hogy büszke a falu szépülésére, a tisztaságára, a nyugalomra, az emberek összetartására, a rác nyelvre, a hitéletre és a Horvát Kisebbségi Önkormányzatra.

Miután sikerült átgondolni a lakossággal, hogy mire büszkék, felmerült a kérdés, hogy vajon mindezt kamatoztatná-e azáltal, hogy részt vesznek a turizmus építésében. Ezt a kérdést feszegeti a következő lakossági kérdőív pontja, s ennek kiértékelése olvasható a továbbiakban.

„Foglalkozna-e falusi turizmussal a jövőben?

Az eldöntendő kérdésre „nem”-mel válaszolt 186 háztartás, ami a megkérdezettek több mint  $\frac{3}{4}$ -ét alkotta, 78%-ot, míg az „igen”-nel válaszolók száma 49 fő, azaz arányuk 21%. Két kérdőív ezen kérdése kitöltetlen maradt, ami szintén arra enged következtetni, hogy valószínűleg ők sem vennének aktívan részt a helyi turizmus működtetésében. A kérdésre adott válaszokat az 1. ábra szemlélteti.

„Ha foglalkozna, falusi turizmussal milyen formában tenné ezt?”- adódott a következő kérdés.

A legnépszerűbb tevékenységi kör a vendég látás területén mutatkozott, erre 14-en vállalkoznának, ami az „igen”-nel válaszolók (49 fő), 28,3 %-át alkotja. Mindössze eggyel kevesebb

személy (13 fő, 26,5%) vállalkozna program-szervezésre, közülük konkrét elképzeléssel rendelkezik három fő, akik lovas programokkal szórakoztatnák a turizmusban résztvevőket: kocsikáztatás, fogatolás formájában. A harmadik legnépszerűbb tevékenységnek a szállásadás mutatkozott, ami 11 személyt foglalkoztat, s ezzel 22,4%-ot érint. Az idegenvezetés, a helyi nevezetességek bemutatása már csak fele annyi lakót foglalkoztatott, mint a legnépszerűbbnek mutató tevékenység, de még ez is 7 személyt érdekelt, 14,3%-ot. Két-két személy említette, hogy szívesen foglalkozna a hagyományok felelevenítésével, a nevezetességek felújításával, múzeumházak kialakításával, a paraszti kultúra bemutatásával, a parasztházak felújításával, valamint parasztház nyitásával vagy a zárda épületének beüzemeltetésével, mert lehetőséget lát benne.

Továbbá egy-egy személy említette, hogy kialakítana közösségi házat, s azt üzemeltetné is. Más bemutatná a tradicionális szántást, természetstést, agroturizmust alakítana ki. Újabb ötletként felmerült a halászat, valamint a húsfeldolgozás, a manufaktúrák bemutatása. Van aki, a szolgáltatás területét fejlesztené, s postaközi járatot indítana több állomással (például: a csárdákra tematizálná), vagy egy napos túrát indítana a környéken, amelynek a végpontja a szállás lenne. A gasztronómia területén valaki szívesen vállalkozna Bátyára jellemző ételek készítésére, a készítés folya-



2. ábra

### Milyen módon foglalkozna falusi turizmussal?

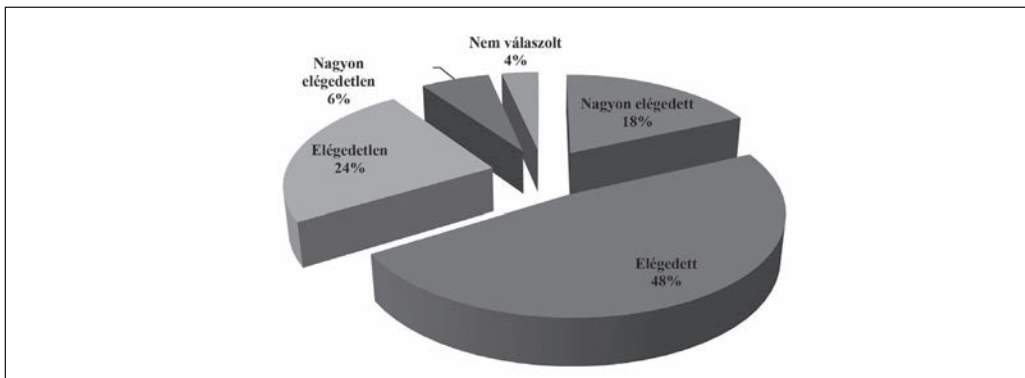
Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

matának megtanítására. A vizeket tekintve felmerült a Dunán történő hajóztatás gondolata, valamint a Vajason strand kialakítása, az átmenő forgalom megfogására. A sort bővíti a parkosítás gondolata is. Van aki, egyszerűen csak a háttérből segítené a turizmus fellendülését. S végül felmerült a fejlesztésekben, pályázatírásokban való részvétel lehetősége. Mindössze két főnek nem volt konkrét elképzelése, hogy mivel foglalkozna, azok közül, akik részt vennének a falusi turizmusban Bátyán.

A 2. ábra szemlélteti a kettő illetve ennél több személy által kilátásba helyezett tevékenységek összességét.

A továbbiakban arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a bátyai lakosok „Mennyire elégedettek a helyi szolgáltatásokkal?”

A 237 háztartás válasza alapján nagyon elégedett (43 személy) és elégedett (114 fő), ami azt jelenti, hogy a 66%, azaz a megkérdezettek 2/3 elégedett a helyi szolgáltatások mennyiségével, színvonalával. Az elégedetlen (57 fő) és a nagyon elégedetlenek (15 fő) tábora képezi a



3. ábra

### „Mennyire elégedett a helyi szolgáltatásokkal?”

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.



megkérdezettek 30 %-át, míg a maradék 4 % nem válaszolt a kérdésre. Ez többnyire abból adódik, hogy nem ismerik a szolgáltatásokat, vagy nem akartak válaszolni erre a kérdésre. Szemléltetésként a 3. ábra mutatja a válaszok alakulását.

Miután a helyi szolgáltatásokról alkotott véleményt sikerült feltérképezni felmerült a kérdés, hogy a lakosság „Mennyire elégedett a helyi szórakozási lehetőségekkel?”

A nagyon elégedett (10 fő) és az elégedett (40 fő) kategória a válaszolók mindössze 21%-át jelentette, ami a turizmus számára szerény hír. Az elégedetlen (66 fő) és a nagyon elégedetlen (56 fő) választ adók a megkérdezettek 52%-át teszik ki. A helyzetet az sem javítja, hogy 65 fő, azaz 27 % nem válaszolt a kérdésre, ez valószínűleg abból adódik, hogy nem ismerik, illetve többnyire koruknál fogva nem veszik igénybe a helyi szórakozási lehetőségeket. A kérdésre adott választ a 4. ábra szemlélteti.

S végül a hatodik lakossághoz intézett kérdés arra vonatkozott, hogy „Mennyire érzi magát boldognak Bátyán?”

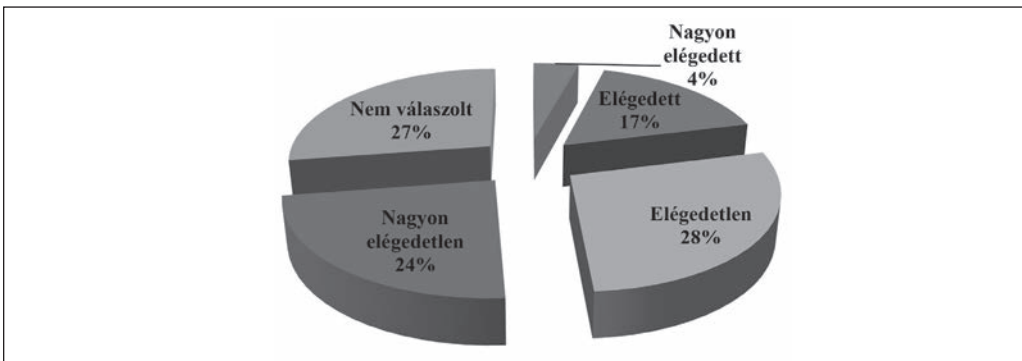
Az ötödik diagram jól szemlélteti, hogy körülbelül ugyanannyian érzik magukat nagyon jól (102 fő), mint ahányan nem annyira (105 fő). Ők együttesen a lakosok 89%-át teszik ki. Azok, akik nem nagyon érzik jól

magukat Bátyán (18 fő), valamint a teljesen elégedetlenkedők (8 fő) 9%-ot alkotnak. Az ő táborukat növeli még 2%, akik nem tudták eldönteni, hogy milyen életérzés számukra Bátyán élni. Az így kialakult 11%-ra nagy valószínűséggel nem lehet a turizmus terén számítani, hisz hogyan tudna valaki kellő vendégszeretetet mutatni, ha maga sem érzi jól magát az adott helyen.

A következő rész a lakosság által a legbüszkébbnek tartott eseményt vizsgálja, a fokhagymafesztivált, amely a falu legnagyobb rendezvénye. Régebben volt falunap is, ma már ez egybemosódik a fokhagyma fesztivállal. Bátya lakossága 2000 lélekszám körül mozog. A kiemelkedő eseményre kb. 5 ezer ember érkezik az ország különböző területeiről és külföldről is, főleg Horvátországból, Ludasról, Romániából. Minden év első augusztus szombatján rendezik meg, péntek délután kezdődik és vasárnap hajnalig tart. (Maros Attila, 2016)

### A település legfontosabb rendezvénye

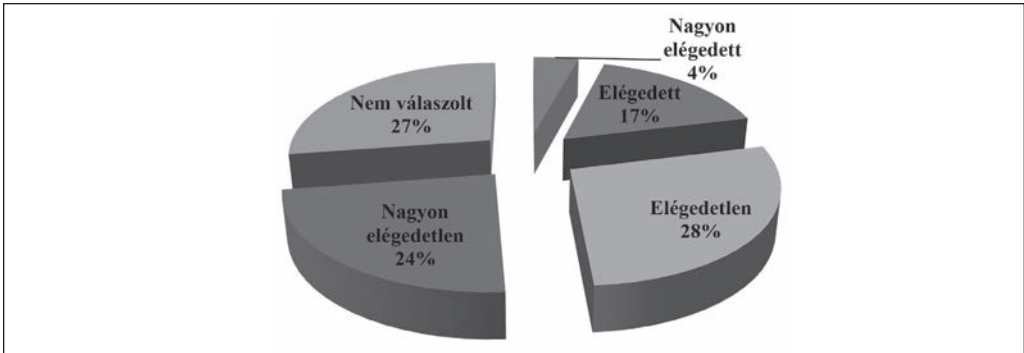
Bátya kulturális életének megismertetéséhez szorosan kapcsolódik az Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny. A fesztivál lényege Bátya kulturá-



4. ábra

„Mennyire elégedett a helyi szórakozási lehetőségekkel?”

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.



5. ábra

### Mennyire érzi magát boldognak Bátyán?

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

lis életének közvetítése, népszerűsítése, emiatt nagyon fontosnak tartom, hogy külön is foglalkozzak az eseménnyel és részletesen bemutassam az ott szerzett ismereteket, tapasztalatokat.

A VIII. Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny 2016. augusztus 05-én és 06-án került megrendezésre Bátyán a Legelő úton levő Sportpályán. A rendezvény első napján a hangsúly a sportra és a sportjátékokra helyeződik. 2016-ban az idelátogatókat a Budapest Honvéd FC Öregfiúk, valamint Bátya és a Kalocsai járás válogatottja nagypályás labdarúgó barátságos mérkőzése kápráztatta el.

A rendezvény másnapján átveszi a szerepet a fesztivál nevében is szereplő fokhagyma. Bátya két nevezetes mezőgazdasági terméke a paprika és a fokhagyma. Ezen a napon kerül sor a fokhagymával készült ételek főzőversenyére, fokhagymát tartalmazó tárcsás, vagy bográcsos ételek országos főző-sütőversenyére, melyet kulturális programok sora kísér, illetve ekkor történik a „Fokhagyma Szépségverseny”, ahol fokhagymából készült szobrok versenyeznek a zsűri pontjaiért, és a nézők kegyeiért.

A fokhagymás ételek főzőversenyének megnyitója 8.30-ra lett időzítve. Az elkészült ételeket a Szabadtűzi Lovagrend tagjai zsű-

rizik, Németh József vezetésével. Kikötés, hogy fokhagymát tartalmazzon minden étel, a felhasznált mennyiség nem számít. A jelentkezők július 30-áig adhatták le nevezésüket. Egy csapat részvételi díja 3000 Ft. A nevezési díj ellenében a főzni vágyóknak főzőhelyet biztosítanak. A résztvevők minimum öt adag ételt kötelesek az érdeklődők részére biztosítani, kóstolójegy ellenében. A kóstolójegyek értékesítése csak a szervezők sátorában történhet.

A főzéshez használt alapanyagok eredetét mindenkinek magának kell igazolnia. A szervezők csapatonként egy hűtőszekrény használatát tudják engedélyezni.

A szervezők a családokra is gondoltak. A gyerekek egész napos, ingyenes programokban vehetnek részt: ugróvár várja a kicsiket és a nagyobbakat. A Sárközi Íjász Egyesület jóvoltából kipróbálhatták az íjászkodást. Interaktív programokkal szórakoztatta a gyerekeket a Göncöl szekér. Imi bohóc apró meglepetés ajándékokkal kecsegtette a gyerekeket, míg a kreativitást élvezni akaró növendékek kézműves foglalkozásokon vehettek részt, Kovács László fazekas mester vezetésével.

Mindazok számára, akik a sütést részesítik előnybe a főzéssel szemben lehetőségük van, részt venni a házi készítésű sütemények versenyén.





A nézelődők számára 12:30-tól folyamatos kulturális programok tekinthetők meg a nagyszínpadon. A fokhagymafesztivál műsorvezetője és házigazdája: Guzsván Cintia, aki köszönti a rendezvény főszervezőit: Varajti Gábort és Maros Attilát, valamint Bátya község polgármesterasszonyát, Zsebics Ilonát és a vendégként meghívott Ludas község polgármesterét, Aladics Tibort. A polgármesterasszony megnyitó beszéde után a kulturális programon fellépőkről számtalan információt megtudhatunk Guzsván Cintia felkonferáló beszéde révén. A fellépő csapatok a következők:

#### *Danubia Ifjúsági Fúvószenekar Bátya*

A zenekart 1976-ban alapította Bátya község vezetése. 20 éven keresztül vezette Jakab Ferenc karnagy úr. Részt vettek a községi ünnepségeken és számtalan fúvóstalálkozón. Alapító tagjai a kalocsai Pünkösdi koncert rendezvényeinek.

1996-ban kezdte meg az oktatást Petővári László igazgató úr vezetésével a Danubia Alapfokú Művészetoktatási Intézmény. Ettől az évtől kezdve irányítja a zenekar munkáját Szklenka István fúvóskarnagy.

1998 óta tagja a zenekar a Magyar Fúvószenekari és Mazsorett szövetségnek, melynek keretein belül minősítőként vesznek részt.

Eredményeik: nemzetiségi kategóriában ezüst fokozatot; koncertfúvós kategóriában arany fokozatot; koncertfúvós B kategóriában arany, show kategóriában kiemelt arany fokozatot értek el.

2002-ben felejthetetlen Erdélyi koncertkörúton vettek részt (Parajd, Medve-tó, Segesvár, Fehéregyháza, Hargitai állomásokkal).

A Horvátországban található Vörösmarton kétszer is jártak.

2005-ben a Zeneiskolai Zenekarok Országos versenyén harmadik helyezést értek el.

2006 őszén ünnepelte a zenekar fennállásának 30 éves jubileumát.

2006-2007 nyarán Nemzetközi Mazsorett és Fúvószenekari fesztiválokra vettek részt a Szegedi Mazsorett csoporttal, Franciaországban.

2008 nyarán Görögországban, Stavrosban szerepeltek egy nemzetközi találkozón.

2011 és 2012 nyarán Erdélybe szerveztek egy koncertkörutakat, ahol nagy sikereket értek el. 2015-ben Székelyudvarhelyen Szt. István napok alkalmából koncertkörúton vettek részt.

#### *Bátyai Hagyományörző és Nemzetiségi Egyesület Rozmaring Népdalkör*

2005. április 04-én alakult meg a Bátyai Hagyományörző és Nemzetiségi Egyesület, ezen belül a Rozmaring Népdalkör. A Rozmaring Népdalkör a Bátyai Hagyományörző Nemzetiségi Egyesületen belül képviseli a kis falut az országban. Rengeteg találkozóra, fellépésre kapnak meghívást. Aktív részesei a falu életének, gyönyörű dalaikkal melengelve szívet és lelket. A vezető Perity Lajos, a művészeti vezető pedig Dr. Fehér Zoltán.

#### *A Kalocsai Hagyományörző Néptánc Csoport*

Kalocsai táncok című műsorát mutatta be.

A csoport 1983 óta önállóan működik, 1996-tól egyesületi formában. Létszámuk 46 fő 14 évestől a 70 évesig minden korosztály képviselteti magát. 2003-ban Pécsiné Ács Sarolta; 2004-ben Muharay díjban részesült a csoport. 2012 őszén az országos minősítőn kilencedik alkalommal kapott kiváló minősítést az együttes. A csoport tagjaként a „Népművészet táncos mestere” címet elért táncos és több Fülöp Ferenc díjas táncos is színpadra lépett. A csoport több mint 20 országban szerepelt. Számtalan hazai és nemzetközi fesztiválon jó helyezést értek el. 2014-ben az USA-ban vettek részt egy nemzetközi fesztiválon. Az egyesület feladatának tekinti Kalocsa és környéke szokásainak, táncainak, viseletének színpadra állítását és bemutatását itthon és



külföldön egyaránt. Más tájegységek táncából is merítenek színesítve ezzel is színpadi megjelenésüket, de fő feladatuknak a helyi szokások, hagyományok, viseletek bemutatását tekintik. A csoportot 2013-ig Bercze Károlyné vezette, akit Életfa díjjal tüntettek ki. 2013-tól dr. Kovács Istvánné vette át a csoport vezetését, művészeti vezető Cselik Mária a Népművészet Táncos Mestere.

#### *Sárközi Íjász Egyesület bemutatója*

Az alapítás ideje 2014. február. Új egyesületeként folytatják tevékenységüket. Tagjai a Dél-Dunántúli íjász régióknak. Itt, és szűkebb környezetükben folytatják munkájukat. Csapatuk a már régóta összetartozó és az újonnan hozzájuk csatlakozottakból áll össze. Az utánpótlás terén is gyarapodtak, így a 18 éves korig záruló korosztály is szépen fejlődik.

Tevékenységüket Kalocsán és a környéken végzik. Részt vesznek bemutatókon, íjásztársaságokon és versenyeken. Edzéseiket a kalocsai Dózsa György Szakközépiskolában tartják.

#### *Ludas Matyi Művelődési Egyesület Néptánc csoportja*

A Délvidéki vendégek a Vajdasági Ludas településről érkeztek, ami Szabadkától 15 km-re fekszik. A falu lélekszáma 1300 körül van. Dolgos, jókedvű emberek lakják, akik főleg mezőgazdasággal és állattenyésztéssel foglalkoznak. Az egyik fő ágazatuk, amire büszkék is, a híres Ludasi fokhagyma, ami messzemenőleg minőségbeli különbséget mutat a kínai behozattal. Igyekeznek a falu lakosságát az összefogásra ösztönözni és a végéig küzdenek, hogy falu mivoltukat, hagyományait megőrizték, és hogy magyarként megmaradjanak egy olyan országban, ahol az utóbbi időben ez egyre nehezebb, de van hozzá hitük, kitartásuk, hogy mindez meg is valósuljon. Eme összefogás szellemiségé-

ben működik a helyi Ludas Matyi Egyesület is, immár 19 éve. Szakcsoportjaikban, a két néptánc csoportban, a leány énekkarban és az asszonykórusban mutatják meg képességüket a tehetséges Ludasi fiatalok. Az egyesület tevékenységéhez tartozik az amatőr színjátszás és a Ludasi mesemondás hagyományainak fenntartása.

A fesztiválra a Libabál és a Koppantó csoport somogyi és rábaközi táncokból állított össze koreográfiát.

**Zabavna Industrija Zenekar** 2008-ban Budapesten, a Horvát Gimnáziumban alakult. A zenekar székhelye Dusnokon található, mivel az együttes egy része itt él. Együttesük tagjai kivétel nélkül a délszláv zene szeretői, többen a szerb, horvát, rác nyelv beszélői. Délszláv zenei repertoárjuk szerb, horvát, bunyevác, sokác, bosnyák, macedón népdalokból és műdalokból áll. Célul a délszláv zene megszerettetését és a hagyományok megőrzését tűzték ki. A zenekar teljes estét betöltő délszláv zenei repertoárral rendelkezik, tevékenykedik bálokban, prélókban, táncházakban, koncerteken, tánc csoportok és énekkarok kíséretében. A zenekari tagok többsége több hangszeren is játszik, így műfaj függvényében tamburzenekarként is működik. A délszláv zene mellett az együttes rendelkezik teljes estét betöltő magyar zenei repertoárral is, ezért vállalják lakodalmak, eljegyzések, céges rendezvények, bálók színvonalas zenei szolgáltatását.

A sokszínű, gazdag kulturális programot az elkészített ételek eredményhirdetése szakítja meg 16:30-kor. Az ételeket a Szabadtúzi Lovagrend szakmai zsűrije értékeli. A helyezést elérték az élményen túl kupákkal és értékes ajándékokkal gazdagodnak.

Ezt követi a tombolasorsolás, majd a zene átveszi a főszerepet. 2016-ban a közönség megtekinthette Szűcs Judith fellépését, majd a Retrobuli következett DJ. Anti közreműködésével, s végül a Stabilfrazír adott élő koncertet.



A Chili-Trade Paprikamanufaktúra Kft. és a Paprikavilág Kft. a fokhagymafesztivál másnapján a Paprikamúzeumba és a Falumúzeumba kedvezményes áron, 200.- Ft-os belépőjegy ellenében fogadta a látogatókat 9:00 – 17:00 óra között.

A rendezvény fővédnöke: Font Sándor országgyűlési képviselő volt, aki a Parlament Mezőgazdasági Bizottságának elnöke.

### **Milyen látnivalók szolgálnak azok számára, akik nem a Fokhagymafesztivál idején érkeznek Bátyára?**

#### **Természeti vonzerő:**

Bátya természeti vonzereje közé tartozik a Vajas csatorna, mely kiválóan alkalmas a vízi sportok kipróbálására. Bátyán a Baross utcában kenu, csónak bérelhető, ami lehetővé teszi a környék felfedezését. A turizmus jelenlegi kulcsszava az élmény. Számomra óriási élmény volt csónakon levezni Kalocsára a gyönyörű természeti környezetben, csak ajánlani tudom mindenki számára. Télen a befagyott vízen lehetőség nyílik korcsolyázásra is. (Korcsolyacipők szintén bérelhetőek mindenféle méretben).

A Duna folyó szintén lehetőséget nyújt a hajókázásra, a vízi sportokra, a horgászatra, a strandolásra (meghatározott részen). Népszerűek a hajón kötött esküvők.

Érdekes megjegyezni, hogy valamikor teherjellegű kikötője volt Bátyának: sódert, fát, szemet szállítottak. (Markó József, 2016)

#### **Kulturális / Örökség vonzerők:**

Műemlékek (a VendégVáros sorozat és a Bátyai információs tábla alapján)

A falun átvezető főúton található a patinás Nepomuki Szent János – szobor (Kossuth u. 5.). Innen a Templom utcán át lehet eljutni a Boldogságos Szűz Születésének tiszteletére felszentelt Kisboldogasszony Római Katolikus Templomhoz (Templom u. 14.). A templom előtt áll a Szentháromság szobor (Templomtér-Bercsényi u.).

A főútra visszatérve megtekinthető a két világháború hőseinek tiszteletére létrehozott emlékmű, emlékoszlop a Hősi kertben (Kossuth u. 31.). A Trianon tragédiájára emlékmű emlékeztet a hősi emlékparkban.

A jelenlegi kálvária Bátya történetében a második. Az előző, fából faragott stációkból állót, amely a falun kívül, a mai Wesselényi utcában állott, 1795. június 28-án szentelték föl. A falu bírása, Aszódi János pedig a megmaradt faanyaggal bekerítette és kapuval látta el. A két sor, téglából épült stáció végén, emeltebb szinten három nagy kőkeresztet állítottak. A kálváriát 1901. szeptember 8-án, a bátyai búcsú, Kisboldogasszony napján szentelte föl a lelkész. A kálváriát a bátyai nép szakrális térnek érzi, s az előtte elhaladók keresztet szoktak vetni. Nagybőjt idején, főképp nagyhéten naponta megtelik a kálvária ünnepi feketébe öltözött hívekkel, akik csoportosan vagy egyénileg járják végig a stációkat, imádkozva, énekelve. (Karpatinfo, 2016.)

A Tájházat (Foktői út) az 1950-es években Vida Margit /Sáfrán Istvánné/ szegény, rászoruló családok, rokonok részére adta ki lakóházként. 1968 -ban tulajdonváltás következett be, Perity Jánosné Végh Julianna személyében. Az 1980-as évek közepén az önkormányzat vette meg az épületet, melyet a mai napig Dr. Szabó Ferencné Végh Etelka bérel. Elképzelését megvalósítva gyűjtő munka révén Tájházat alakított ki, melynek minden kiadását, fenntartási költségét saját maga finanszírozza. A berendezési tárgyak régi padlásokról, s a nagymama hagyatékából kerültek elő. A Tájház mindenki számára nyitott, bármikor megtekinthető. Előzetes egyeztetést követően lehetőség van csoportok számára hagyományok felelevenítésére, osztályok, gyermekcsoportok fogadására.

#### **Népi hagyományok:**

a zene és a tánc, melyek részletesebb ismeretése a Fokhagymafesztivál bemutatásának



keretén belül megtörtént. A Népdalkör a magyar népdalok mellett szívesen énekel bátyai gyűjtésű rác énekeket is. A táncsoportok magyar és dél-szláv táncokat egyaránt előadnak.

### Zarándokút:

Zarándokút vezet Esztergomtól Máriagyúdig. A 430 km-es táv során keresztülhaladnak Bátyán is. A pihenőhely Kalocsán van (ott szállnak meg), majd folytatják az utat Fajszi irányába. (Baksa István, 2016)

A Bátyai útjelző táblákon az érdeklődők számára az alábbi tájékoztatás olvasható:

Magyar zarándokút:

Fajszi zarándokszállás - 8,5 km – 2 óra 10 perc

Szt. László híd – 18,6 km – 4 óra 30 perc

Máriagyúd – 153,4 km – 7-9 nap

Magyar zarándokút útjelző táblán kiírva

Kalocsai Főszékesegyház – 8,3 km – 2 óra

Szelidi-tó zarándok kápolna – 24,5 km – 6 óra

Esztergomi bazilika – 277,6 km – 11-13 nap

Chili-Trade Paprika Manufaktúra Múzeuma és Falumúzeum

A Chili -Trade Paprika Manufaktúra Kft. 1994 óta működő magyar tulajdonban levő családi vállalkozás. 20 fős létszámmal dolgozik és kizárólag magyar alapanyagból készült eredeti magyar termékeket állítanak elő. Fő profiljuk a fűszerpaprika termesztése és az abból készült különböző termékek előállítása, forgalmazása. Termékeik feldolgozása folyamán ötvöződik az ősöktől tanult tradicionális előállítási folyamat a modern technika vívmányaival, melyek hatékonyabbá tudják tenni a termelést. A modernizálást azonban csak addig a pontig folytatják, amíg az nem megy a minőség rovására. Mindezt az információt a több nyelven írt színes, igényes reklámanyag tartalmazza, amely a souvenir üzletben fogadja az oda látogatót.

Az érdeklődő kérhet tárlatvezetést, amely során számos érdekességet megtudhatnak a

magyar fűszerpaprika feldolgozás múltjáról és jelenéről. Csak pár érdekességet említve: „A paprika a török birodalmon keresztül került hozzánk. Törökborsnak is hívják. Dísznövényként tartották számon. A parasztok kezdték el használni. A tapasztalat azt mutatta, hogy a fogyasztás során erősebb immunrendszerük lett. A felálló paprika a színt és az ízt határozza meg, míg a leálló a tömeget növeli”- tudtam meg a tárlatvezetés során Fekete Zsoltné Krisztinától.

A Paprika Manufaktúra Múzeuma megismerteti a vendégeket a paprika történetével, hagyományos termesztésével, feldolgozásával és szerepével a magyar konyhában.

A paprikafeldolgozó üzemben a vendégek betekintést kapnak a mai technológiával történő gyártásba. A termelési folyamatot a szárítástól a kézi csomagolásig lépésről lépésre végigkövethetik.

A Falumúzeumban az idelátogatók megtekinthetik a XIX. – XX. századi bátyai lakókörnyezetet, mindennapos használati eszközöket, életkörülményeket, valamint a hétköznapi és az ünnepi népviseletet.

A Kft. vezetőjével, Fekete Zsoltné Krisztinával készített interjú rávilágított arra, hogy a Bátyaiak mennyire büszkéek a 2014-ben elnyert Hungarikum címere, melyet Kalocsa és környéke (s ebben ők is benne vannak) a saját erejéből vívott ki.

A látogatókat hétfőtől szombatig fogadják, egyéni vagy csoportos formában. Kalocsán működik egy látogatóközpont, információs iroda, ahol többek között Bátyáról és a környékbeli településekről is szolgáltatnak információt és programokat ajánlanak a turistáknak. Ennek köszönhetően a Kalocsára látogatók 70% eljut Bátyára is. A turisták a látogatói központba vesznek jegyet, ami feljogosítja őket, hogy felüljenek a buszra, ami ránézésre inkább egy guruló kisvasútra emlékeztet. A „kisbusz”, vagy kisvasút heti három alkalommal hozza ki a turistákat a



paprikafeldolgozó üzembe és a múzeumba. Hétfő, szerda és pénteki napokon 11 órára érkeznek a látogatók meghatározott útvonalon Bátyára, majd 45 perc múlva térnek vissza Kalocsára. Kalocsán a bányai paprika, illetve a bányai paprikából készített termékek népszerűsítésére két boltot üzemeltetnek.

A Kft. által nyújtott egyéb szolgáltatások révén a személyautóval, autóbusszal érkező vendégeknek parkolóhelyet biztosítanak. A múzeum megtekintése után lehetőség van kapcsolódásra, nézelődésre, a legkisebbeket játszótér várja. A Kft. mintaboltjában a helyben gyártott termékek megvásárolhatóak.

**Interjú Kákonyi Lászlóval**, a Bátyán szálláslehetőséget biztosító Vendégház tulajdonosával.

Kákonyi László eredeti hivatása építész, főállásban műszaki ellenőr. Elmondása szerint szállás lehetőség nyújtásaként nem rendelkezik konkurenciával, mivel Bátyán nincs vendégház. Tulajdonképpen számára is mindez csak hobbi, hasznosítani akarja a megörökölt bányai házat. Vállalkozásának formája: egyéni vállalkozó.

1993-ban indult a gázosítás, ekkor sok idegen ember érkezett Bátyára. Először három szobából csinált munkásszállást, majd folyamatosan fejlesztette tovább. Minden évben saját erőből tatarozik. Az interjú folyamán megtudtam, hogy a falusi turizmus nem megy jól. Bátyán és környékén nincs sok nevezettség, ezért inkább munkások érkeznek a helyszínre. A falu fejlesztésére kapott pénzből szépítik a területet, ennek keretében a nagy templom felújításán dolgozókat szállásolta el (erdélyieket), szinte egy éven keresztül. Ők a munka befejeztével 2016. márciusban elvonultak.

Általában a vendégházban hétvégén vannak vendégek, akiknek kötődésük van Bátyához. A meghívott rokonságot szállásolják el pl.: névnapkor, bérmlási ebéd, ballagási ebéd alkalmával. Ilyen események kapcsán általában 25-30

ember rendezvényt tart nála. A vendégekört többnyire a bulizó, 15-25 év közötti korosztály alkotja, de ballagáskor, családi összejöveteleken kicsi gyerekektől, idősebb korosztályig széles skálán mozog a kor összetétel. A vendégek döntő többsége belföldi, de sok holland, svájci, angol vendég is megfordul, akik közül jelentős számú a zarándokúton résztvevő turista. Ők többnyire biciklin, gyalog érkeznek, s egy napot töltenek Bányán.

A részt vevők számára a szállásnyújtáson túl egyéb szolgáltatást is biztosít. Lehetőség nyílik az udvaron bográcsozásra, italozásra, amelyhez a tulajdonos a helyet és az eszközöket biztosítja. Az ételek készítése a vendégek feladata. Amennyiben valaki nem akar főzéssel időt tölteni, akkor a Vinograd vendéglő biztosít reggelit, ebédet, vacsorát a megrendelők számára. Kákonyi László, melegkonyhás vendéglő kialakítását nem tervezi, mivel ez sok feladatot, energiát igényel, s a megtérülés sem garantált.

A jövőre vonatkozó tervek között azonban szerepel, hogy a vendégházat továbbfejleszti, újabb vendégszobákat épít ki. Jelenleg húsz ember számára van férőhely, melynek elosztása négy darab kétágyas és három darab négyágyas szobából tevődik össze. A szálláslehetőség hirdetve van az interneten a szállásadás.hu oldalon és nyugati szállásközvetítő céghez is be van jelentkezve internetes felületen. A tulajdonos reményei szerint a jövőben a nyugati emberek jobban elindulnak, s a zarándok további lehetőséget tartogat a Bányaiak számára.

## **Összefoglalás, következtetés**

A lakossághoz intézett kérdőíves megkérdezés válaszai alapján megállapítható, hogy a bányai emberek büszkeségének hálóját az épített örökségek, a bányai emberek cselekedetei, a rendezvények, a hagyományok ápolása szövöi át. Falusi turizmussal a megkérdezettek egyötöde foglalkozna, leginkább vendéglátással, programszervezéssel, szállásadás nyújtással.





A megkérdezett háztartások 66% -a elégedett vagy nagyon elégedett a Bátyán igénybe vehető helyi szolgáltatásokkal, azonban a helyi szórakozási lehetőségekkel már csak 21% van megelégedve. Nagyon boldognak a válaszadók 44%-a érzi magát. Véleményem szerint a kapott eredmények jó kilátásra adnak lehetőséget.

A turizmus élénkítése érdekében nagyon fontos az összefogás a környező települések között. Bátya számára nagyon jó lehetőséget biztosít, hogy a Kalocsán működő információs iroda népszerűsíti a Hungarikumként elismert paprikagyártó manufaktúra érdemeit Bátyán. Érdemes lenne a 45 perces Bátyai kitérőt egyéb programokkal kibővítve hosszabb időre kiterjeszteni. A természetet kedvelők számára a Duna, a Vajas jelenthet vonzó környezetet, akár vízi sportok terén is. A Baross utcában lehetőség van kenu és korcsolya bérlésére, s a tulajdonos azokra is gondolt, akik inkább a szárazföldi közlekedést részesítik előnybe, számukra kerékpárkölcsonzést biztosít. Az épített örökség kedvelői is találnak látnivalót többek között a Kisboldogasszony Római Katolikus Templomot, a Kálváriát, a Trianoni Emlékművet.

A turisták kulturális igényét, a hagyományok iránti érdeklődését is széles tárház fogadja a Bátyai Hagyományőrző és Nemzetiségi Egyesület zene és tánccsoportja révén. Mivel Bátya lakosai soknemzetiségű, ezért kulturális élete is rendkívül színes.

A vallásos emberek a zarándokút révén kerülhetnek kapcsolatba Bátyával. A gasztroturizmus résztvevői az Országos Fokhagymafesztivál iránti érdeklődésük miatt térhetnek Bátyára. Összességében megállapítható, hogy Bátya gazdag turisztikai lehetőséggel rendelkezik, melyeket érdemes lenne programcsomagokba beépítve kínálni.

### Felhasznált irodalom

- Bagota József és társai (2002):** VendégVáros, Látnivaló Bács- Kiskun megyében, Well-Press Kiadó, Miskolc
- Borsos Tamás (2011):** A magyar népi kultúra régiói 1., Dunántúl, Kisalföld, Alföld. M-érték Kiadó
- Dr. Kasza Sándor (sorozat főszerkesztője) (1997):** Bács- Kiskun megye kézikönyve, CEBA Kiadó, p. 556-557.
- Fehér Zoltán (1996):** Bátya életrajza. Bátya Község Önkormányzata, Bátya

### Interjú, beszélgetés

- Baksa István (2016) – Korona Presszó alkalmazottja
- Fekete Zsoltné (2016) – a Chili-Trade Paprika Manufaktúra Múzeuma és Falumúzeum vezetője
- Guzsván Cintia (2016) – az Országos Fokhagymafesztivál műsorvezetője, házigazdája
- Kákonyi László (2016) – Vendégház tulajdonosa
- Markó József (2016) – Tanár
- Maros Attila (2016) – az Országos Fokhagymafesztivál egyik fő szervezője

### Internet

- Karpatinfo.net [online] <http://www.karpatinfo.net/latnivalok/kalvaria-batya> [Letöltés dátuma: 2017.07.01.]



# Bátya község jellegzetes kulináris értékei

Kútvölgyi Viktória

„A nemzet sorsa attól függ, hogy miként táplálkoznak.” (Brillat- Savarin, 1912, p.8.) Egy falu vizsgálatának kutatása során fontos elemezni a gasztronómiáját, mivel abból következtetni lehet a közösség gazdaságára, anyagi helyzetére, vallására, hagyományára, szokásaira, kultúrájára. A fogyasztás gyakoriságának és mennyiségének vizsgálata utal az életmódra.

Az országok, népcsoportok étkezési szokásait számos tényező befolyásolja, ezek közül a legjelentősebbek a földrajzi fekvésből eredő adottságok, az adott területen megtermelhető nyersanyagok változatossága, a kereskedelem, a gazdasági fejlettség szintje, az ünnepi és hétköznapi élet szokásai, hagyományai, a vallási beállítottsága (Duszt, 2004).

*Természeti adottságok:* Az ármentesítések előtt Bátya határát gyakran öntötte el a Duna vize. Területének legnagyobb része jó minőségű, humuszban gazdag feketeföld.

*Földművelés, paprikatermesztés:* A térség legjelentősebb terményei a XVI. században a búza, a lencse, a borsó, a len és fokhagyma. Jelentős volt a méhészete és a sertésstenyészete (Kasza, 1997; Bagota, J. és társai, 2002). A XIX. század végén Simonyi azt írta, hogy a bátyaiak főként növényi eredetű táplálékot

fogyasztottak: babot, káposztát és krumplit; ezen kívül sok tésztát (Fehér, 1996).

A XX. században a kertek és a szántóföldek legfontosabb növénye a gabonafélék mellett a paprika, a majoranna és a hagyma (Kasza, 1997; Bagota, J. és társai, 2002). A két világháború között Bátya volt a kalocsai paprikakörzet vezető települése. A jelentős munkát igénylő paprikatermelés és -kereskedelem viszonylagos jólétet biztosított a lakosság felét kitevő egy-két holdas kistermelők számára is (Fehér, 1996). A bátyai paprika a szegedi paprikával ellentétben kevésbé csípős voltának köszönhető versenyképességét (Borsos, 2011).

Bátya a kalocsai Sárköz legnagyobb paprikaőrle települése volt. Az 1930-as évekig 13 dunai vízimalomban őrlettek. Az 1891-ben Merkler Lajos által épített 20 kőpáras paprikamalom a világ legnagyobbja volt. A Grosszman malom 10, a Pántl malom 6, a Markó malom 2 kőpárral őrölt. Megjegyzendő, hogy gabonát csak egy diesel és egy dunai malomban lehetett őrletni. Az államosítás után megszűnt a község paprika-feldolgozó ipara. Napjainkban többnyire a házi feldolgozás jellemző (Kasza, 1997; Bagota, J. és társai, 2002).



Jelenleg Bátya két meghatározó növénye a paprika és a fokhagyma, ezért a továbbiakban ezek részletes bemutatásával foglalkozom.

## Paprika

### *Hungarikum*

2014-ben Kalocsa és környéke, a paprika örleményének köszönhetően, a helyiek nagy dicsőségére, elnyerte a Hungarikum címet. „A hungarikum mozgalom a nemzeti tudatot újraépítő, a magyarság értékeinek védelmét segítő, ugyanakkor társadalmi-gazdasági átalakulást is generáló, a magyarság egészét összefogó, nemzetegyesítő eszköz”- nyilatkozta Palotásné Gyöngyösi Ágnes, a Vidékfejlesztési Minisztérium Élelmiszer-feldolgozási Főosztály osztályvezetője (Turizmusonline.hu, 2014).

Röviden ismertetem a hungarikummá nyilvánítás feltételét. A hungarikummá nyilvánítás egy alulról építkező, többlépcsős folyamat, melyet bárki kezdeményezhet. Az alulról történő építkezést a nemzeti értékpiramis rendszerének nevezik. Nemzeti érték a megyei nemzetrész értéktárba kizárólag akkor kerülhet be, ha a települési vagy tájegységi értéktárba korábban már felvételt nyert. Nemzeti érték Magyar Értéktárba való felvételét, pedig az kezdeményezheti, akinek javaslata a megyei értéktárba vagy az ágazati értéktárba már bekerült. S elérkeztünk az utolsó lépcsőfokhoz, hungarikummá kizárólag olyan kiemelkedő nemzeti érték nyilvánítható, amely előzőleg már felvételt nyert a Magyar Értéktárba. (Hungarikum.hu, 2017)

A paprika-örlemény hungarikummá történő elnyeréséhez nagymértékben hozzájárult, hogy Európában először Kalocsán kezdtek növénynemesítéssel foglalkozni, és kikísérletezték a csípősségmentes paprikafajtát, az édes paprikát, amely világraszóló eredmény volt. Korábban egyenként kivágták a paprika erét, amennyiben nem csípős

terméket kívántak létrehozni. Mindehhez hozzáadódik a paprikamolnárok jó képzettsége és a kivételes természeti adottság. A Kalocsai Sárköz és a Dunántúl szomszédos területe meleg, napsütésben gazdag, amelyhez társul a Duna öntéstalaja, s ezáltal a paprikaörlemény fantasztikus zamatúvá és mélyvörös, bársonyos színűvé válik, méltán világhírűvé téve a magyar gasztronómia bizonyos fogásait. A „Kalocsai fűszerpaprika-örlemény” csak a kalocsai tájkörzetben államilag elismert fajtájú, fémzárolt vetőmagból vetett paprikából készült örlemény lehet (Paprikamarket.hu, 2014). Az elért eredményt Bátya község saját sikerének is tekinti (Fekete, 2016).

### *Paprika Manufaktúra Múzeum és Falumúzeum*

Bátyán 1994-ben egy családi ház pincéjében indult el az a családi vállalkozás, amely a későbbiekben üzemmé nőtte ki magát. A Bátyára látogatók ma a Paprika Manufaktúra Múzeumban megismerhetik a paprika történetét, hagyományos termesztését, feldolgozását és a magyar konyhában betöltött szerepét. A paprikafeldolgozó üzemben, pedig betekintést kapnak a mai technológiával történő gyártásba. Az érdeklődők, a termelési folyamatot a szárítástól a kézi csomagolásig lépésről lépésre végig követhetik a látogatói folyosón sétálva, amely a munkaterületektől óriás üvegablakkal van elválasztva. Tárlatvezetés is kérhető.

Fekete Zsoltné, a Múzeum vezetője által a tárlatvezetés során sikerült megtudnom, hogy a paprika Mexikóból származik, ahol ma sem használják örleményként. A világon, több helyen (például Spanyolországban, Törökországban, Kínában) használják ugyan örleményként, de mindig más fűszerekkel keverik; önálló fűszerként, csak mi magyarok használjuk.

Régebben a nők a paprikatermesztés minden folyamatában részt vettek. Hajdanán a



paprikát palántázták, ma a helyire vetik (így időt és pénzt takarítanak meg). Szeged környékén fóliába is nevelnek paprikát, Bátyán nem. A szabadföldi paprika ugyanis jobb minőséget biztosít. Régen a paprika kocsiát levágták, az erejét kiszedték. Ma már van erős fajta, édes fajta, ezért nem vágják ki a paprika erejét. A paprika húzában van a festék- és az ízanyag, a magjában pedig az olaj. A felfele álló paprika a színt és az ízt határozza meg, míg a lefelé álló a tömeget növeli.

A gyártás során a nyers paprikát, 50-60° C -on szárítják öt- hat órán keresztül, így kapják meg a félterméket, a paprika chipszet. A féltermékből lesz az őrlemény, melynek készítéséhez száraz őrlésű malmot használnak. A felső malomkő fixen áll, az alsó malomkő mozog. Levegő beáramoltatásával maximális mennyiségű és minőségű paprikaőrleményt nyernek, így egyáltalán nincs veszteség az őrlés során. A csomagolás a piaci igényeinek megfelelően történik, minden csomagolóanyag magyar (Fekete, 2016). A mintaboltban is vásárolhatók a helyben gyártott termékek. Kapható: többek között fűszerpaprika őrlemény papírtasakban, vászonzacskóban, celofános díszcsomagolásban, kerámia zsákban, kerámia bográcsban, továbbá füstölt ízű fűszerpaprika őrlemény vászonzacskóban, paprikás méz, paprikamag ét- és salátaolaj, valamint paprika pálinka.

## Fokhagyma

Bátya község másik híres terménye a fokhagyma. Napjainkban az egészséges életmód és táplálkozás egyre fontosabb szerepet játszik a hétköznapi életben, ezért külön kiemelés érdemel a fokhagyma kiváló életteni hatásának hangsúlyozása. A fokhagyma nem csupán népi gyógyír, hanem globális gyógyszer. A legrégebbi orvosi célokra használt étele. (A világ legelső orvosi szövege, az egyiptomi Ebers-papirusz a fokhagymáról több alkalommal tesz említést.) Az ősi

világban a katonákkal és a rabszolgákkal fokhagymát etettek, hogy egészségesek maradjanak. A görögök a harci kedv élénkítésére, Hippokratész a fogfájás, a mellkasi fájdalom és a rák ellen használta (Bowden, J. 2008). Mindkét világháború alatt, amíg az antibiotikumok nem álltak rendelkezésre, fokhagymát használtak a sebek fertőtlenítésére és az üszkösödés megakadályozására. A szovjet hadsereg olyan nagy mennyiségben használta a fokhagymát, hogy el is nevezték „oroszcillin”-nek (Mindell, E. 1999). A fokhagyma lipidcsökkentő, trombózis gátló, véralvadást gátló, vérnyomáscsökkentő, antioxidáns, antimikrobiális, vírus- és parazitaölő; mindezen jótékony hatásokat pedig már 1200 (és ez a szám csak nő) gyógyszerészeti vizsgálat támasztja alá. (Bowden, J. 2008). Számos szintetikus antibiotikumnál eredményesebben hat a baktériumok és gombák ellen, s ráadásul minden mellékhatás nélkül, már ha „illatát” nem tekintjük annak. Összetevői hígítják a vért, így a megalvadott vér könnyebben fel tud oldódni, s csökken az infarktus, szélütés veszélye. Ezen túlmenően enyhén zsír- és koleszterincsökkentő hatású (Schlett, 2008).

### *Fokhagymafesztivál*

Az Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny székhelye Bátya. Magánykezdeményezés, alapítói: Varajti Gábor elnök és Maros Attila alelnök. Marosi Attilától megtudtam, hogy az alapítók baráti társaságként közel tíz éven keresztül járták az országot főzőversenyről főzőversenyre, hogy ellessék ki, mit, hogyan csinál; majd az így szerzett tapasztalatok legjavát összehangolva a helyhez igazítva elindították a fesztivált. A fő kérdések egyike az volt, hogy milyen téma köré rendezzék a fesztivált. Bátyán jól termő növénynek minősül a paprika, a káposzta és a fokhagyma. Úgy gondolták, hogy az emberek a paprikáról Kalocsára, Szegedre; a káposztáról Vecsésre, Fajsza asszociálnak,



így Bátyának jutott a fokhagyma. Nyolc évvel ezelőtt rendezték az első fokhagyma fesztivált, amelyet egy jó nagy családi napnak képzeltek el; minden korosztály bevonásával. A rendezvényen van fokhagymafonás, fokhagyma szépségverseny, fokhagyma felhasználásával készült ételek főzőversenye, házi sütemény verseny, s mindezt gazdag kulturális program köríti. A kulturális programokon az első években a helyi egyesületek szerepeltek, most már viszont minden évben vannak külföldről is meghívott szereplők, így a rendezvény nemzetközivé vált.

Bátya testvérvárosa, Ludas (Dél-vidéki terület), szintén fokhagymatermesztéssel foglalkozik és fesztivált is rendez, így a fellépők egymás rendezvényein kölcsönösen részt vesznek és a főzőversenyeken is összemérik tudásukat. Az ételek értékelésénél a zsűrit a Magyar Nemzetközi Gasztronómiai Szövetség delegálja (tagja volt már Benke László, Bene Róbert és más neves emberek). A győztes receptek a későbbi fejezetben olvashatók.

### *Étkezési szokások*

Az udvar felől csak a konyhán keresztül lehetett belépni a szobába. A konyhából kemencével fűtötték a szomszédos szobát, melynek nyitott kéménye volt, hogy a szoba teljesen füstmentes lehessen. Bátyán még az 1940-es, 50-es években is az a középkori szokás élt, hogy télen napjában kétszer ettek az emberek. Délelőtt 9-10 óra között volt a reggeli és délután 4-5 óra között pedig a vacsora. Nyáron viszont, amikor a napok hosszabbá váltak háromszor étkeztek. A munkát követően a reggelire 8 óra körül, az ebédre délután 2 óra felé, míg a vacsorára este 9-kor került sor. Évszaktól függetlenül a fő étkezési időnek az esti számított, vasárnaponként pedig háromszori étkezés volt szokásban. A család éltrendjét megszabta az anyagi helyzet, az évszak, az ünnepnapok és befolyásolta

a hagyomány is. A böjtöket szigorúan megtartották. Nagyböjt idején, szerdán, pénteken és szombaton még zsírosat sem ettek. A felnőttek egy tálból ettek, csak kanalat használva, míg a gyerekek a tányérből kanalaztak a padkán ülve. Étkezés előtt és után hangosan imádkoztak. (Fehér, 1996).

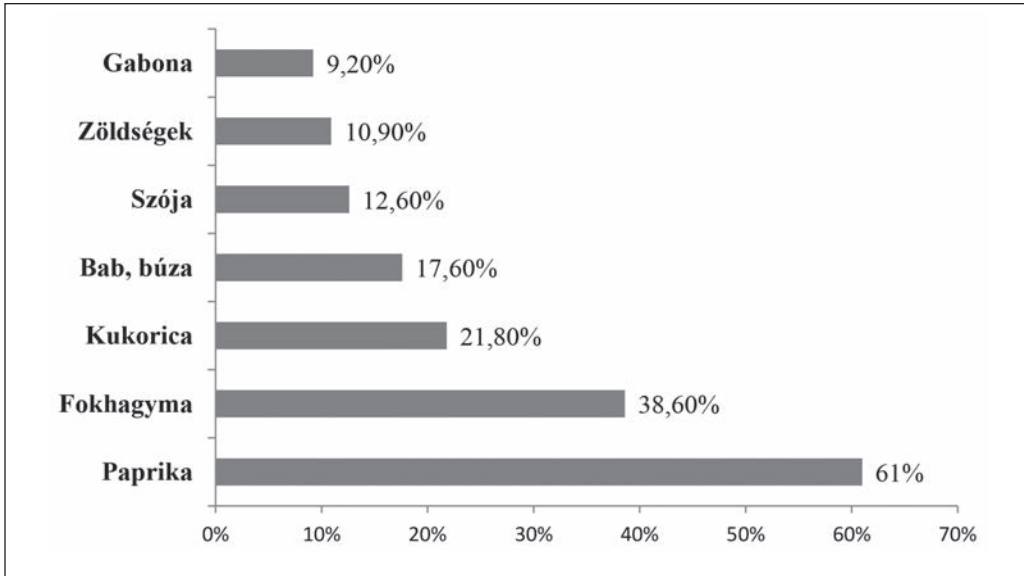
### **A kutatási eredmények bemutatása**

A lakossági kérdőív három kulináris kérdést vizsgált Bátya község vonatkozásában. Az első kérdés azt vizsgálta, hogy „Melyik az a három legfontosabb mezőgazdasági termény, amit a háztájiban termesztenek?” A 237 megkérdezett háztartásból a kérdésre 119 helyről érkezett válasz, amely alapján a válaszadók 61 %-ának (73 fő) a legfontosabb terménye a paprika, a második legfontosabb a fokhagyma 38,6 %-kal (46 fő), a harmadik pedig a kukorica 21,8 %-kal (46 fő). Ezt követte a bab és a búza 17,6 %-kal (21 fő), a szója 12,6 %-kal (15 fő), a zöldségek 10,9 %-kal (13 fő), a gabona 9,2 %-kal (11 fő). Továbbá csökkenő sorrendben következett az árpa, amit 8 fő említett, a repcét 7 fő, a paradicsomot és a borsót 6 fő, a káposztát 5 fő, a burgonyát 4 fő; a sárgarépat, a szántóföldi növényeket, a napraforgót és a karfiolt 3 fő; a tököt és az uborkát két fő, míg a vöröshagymát, a vetőmagot, a takarmányt és a mézontó füvet mindössze egy fő említette. Az első ábra szemlélteti azokat a terményeket, amelyeket tíznél többször soroltak fel.

A felmérés második kérdése az volt, hogy „Milyen hagyományos bátyai ételeket készítenek a háztartásukban?”. A válaszokat három csoportba rendszereztem: az első csoportba a leveseket, a másodikba az egytálételeket, a harmadikba pedig a tésztákat soroltam. A megkérdezett 237 háztartásból 59-en válasz nélkül hagyták ezt a kérdést.

A kapott válaszok alapján megállapítható, hogy a hagyományosnak tartott bátyai levelek ritkán szerepelnek a listán. A megkérde-

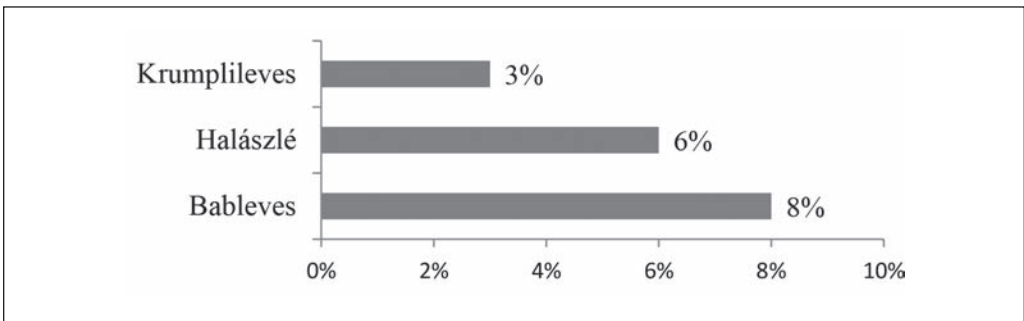




1. ábra

### A háztájiban termesztett legfontosabb mezőgazdasági termények

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.



2. ábra

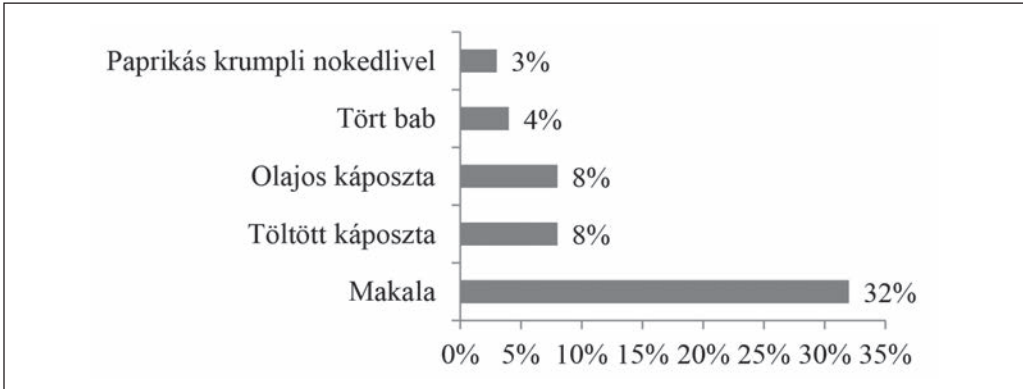
### A hagyományos bányai levesek gyakorisága

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

zetek válasza alapján a legtöbben a bablevest említették (14 fő, 8%), utána a halászlé következett (10 fő, 6%), majd a krumplileves (5 fő 3%), s végül egy-egy személy említette a borsólevest, a karfiollevest, a paradicsomlevest, a csirkehalászlét, a fokhagymás krémlevest és a bányai levest (= pirospaprikás zöldségleves). Lásd 2. ábra.

Az egytálételek közül a leggyakrabban a

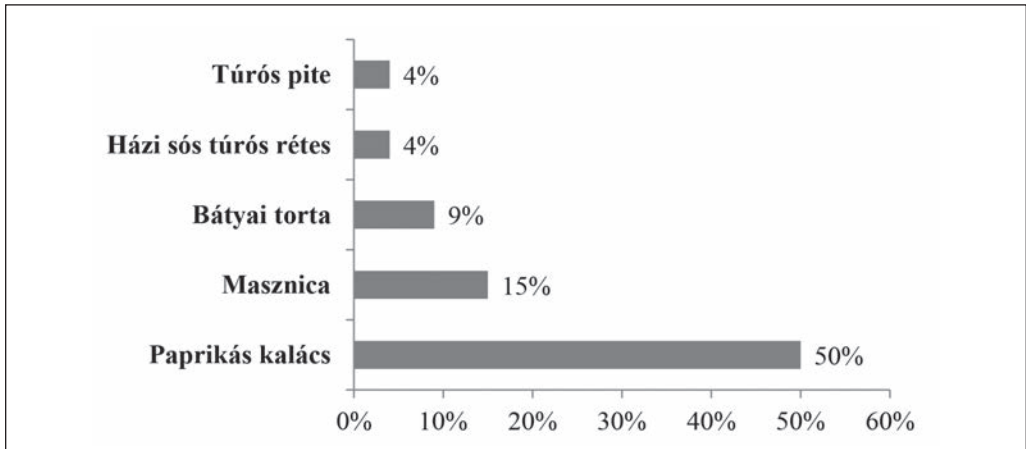
reggeli étkezés során fogyasztott makalát nevezték meg (57-en, 32%). A következő étel a töltött káposzta (15 fő, 8%), amelyről csak egy említéssel maradt le az olajos káposzta (14 fő, 8%), ezt követte a tört bab (7 fő, 4%), majd a paprikás krumpli nokedlivel (5 fő, 3%). Az említett ételek receptjei a további fejezetben lesznek olvashatóak. A megnevezett egytál-ételek gyakoriságát a 3. ábra mutatja.



3. ábra

### A hagyományos bányai egytálételek gyakorisága

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.



4. ábra

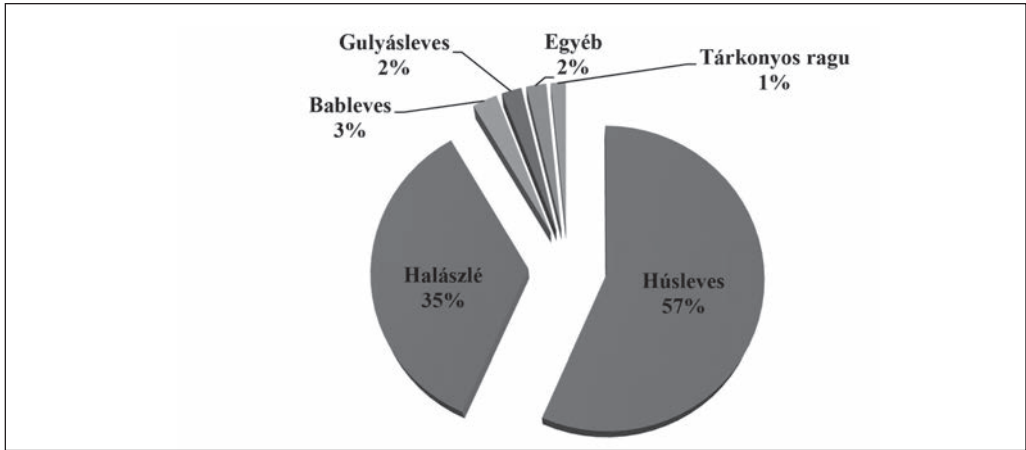
### A hagyományos bányai tészták gyakorisága

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

A hagyományos bányai ételek közül a legnagyobb mennyiségben tésztaételeket soroltak fel. A kérdésre választ adók közül, 90 fő, azaz 50% említette a paprikás kalácsot, 26 fő, azaz 15% a masznicát, 16 fő (9%) a bányai tortát, s ugyanannyian 8-8 személy (4%) sorolta fel a házi, sós-túrós rétest, és a túrós pitét. Egy-egy személy említette a sós túrós palacsintát és a káposztás rétest. A hagyományos bányai tészták mennyiségbeli szemléltetésére a 4. ábra szolgál.

A kérdőív harmadik kérdése azt kutatta, hogy a helybeliek „Mit szoktak főzni ünnepnapokon?” Erre a kérdésre összesen 20-an nem válaszoltak. Az értékelhető 217 háztartás választását most is három csoportba rendszereztem. Az első csoportot az előzőhöz hasonlóan a levesek alkották, a másodikikat a főételek, míg a harmadikat a desszertek.

Érdekes megjegyezni, hogy az ünnepnapokon készített előételek között csak levesfajták szerepeltek, a hideg és meleg előételek egy-



5. ábra

### Az ünnepnapokon főzött levesek gyakorisága

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

szer sem fordultak elő. A háztartások legnagyobb része (57 %-a) húslevest készít a jeles napokon. A második legnépszerűbb leves a halászlé. Összességében a kétféle leves az előételek 92 %-át teszik ki. A többi levesféle közel azonos mennyiségben szerepel, ilyen a bableves, a gulyásleves, a tárkonyos raguleves és az egyéb levesek. Az egyéb leveseket egy-egy személy említette, ide tartozik a gyümölcsleves, a lencseleves, a paradicsomleves és a tojásleves. Az ünnepnapok alkalmával főzött levesek gyakoriságát az 5. ábra mutatja.

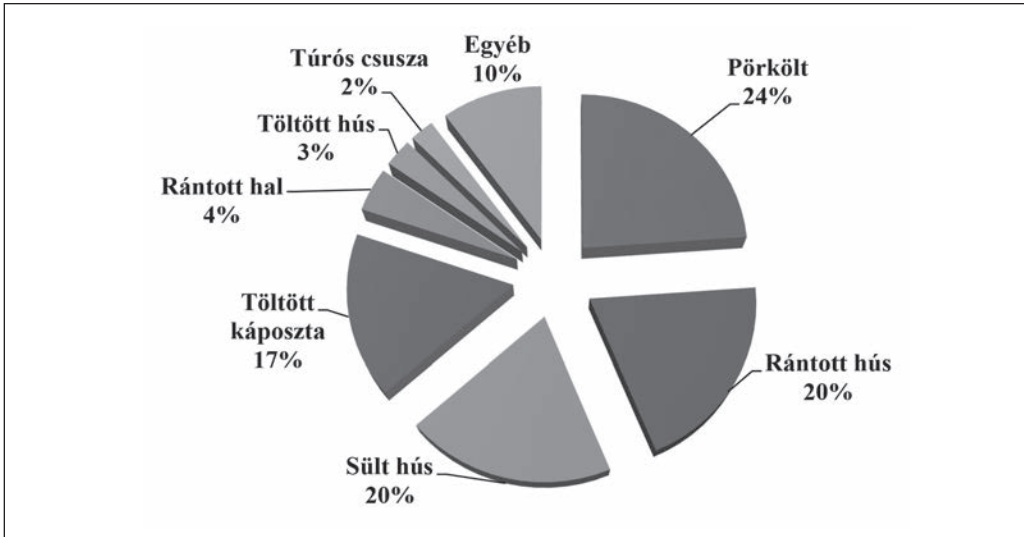
Az ünnepi főételek meghatározó elemei a húsételek, amelyek közül a legnépszerűbbnek a pörköltnek mutatkoztak. Néhányan konkrétan megnevezték a húsfélét, amelyből készítik a pörköltöt. Ez alapján a leggyakrabban említett étel a kakas pörkölt, de készítenek többek között birka-, marha-, csirke-, pacal-, csülök-, marhapofa-pata-, disznó- és káposztapörköltet is. A főételek kategóriájában a pörköltet a rántott hús és a sült húsok készítése azonos mértékben követi, majd kissé lemaradva következik a karácsony kedvelt ételle, a töltött káposzta. Az említett fogások alkotják a főételek 81%-át.

A hal fogyasztása elenyésző, mindössze

4%. A leggyakoribb elkészítési mód a rántott hal, de készítenek harcsapaprikást és a busa pörköltöt is. A töltött hús 3%-ot tesz ki, míg az egyetlen hús nélkül készült főfogás a túrós csusza 2%-ot. Az egyéb kategóriába az egyszer említett ételek kerültek, mint például a szilvás pulykamell, párolt zöldségekkel; a gesztenyés pulyka salátával; a kocsonya; a cigánypecsenye; a narancsos harcsa és az áfonyás csirke.

Ketten megjegyezték, hogy az ünnepnapokon a nemzetközi konyhák közül előszeretettel készítenek olasz ételeket, míg egy-egy háztartás a kínai és a francia konyha készítményeit helyezi ilyenkor előtérbe. Ezen kívül az ünnepnapokon a bográcsozás is, mint életérzés, hangulatelem megjelent. Az ünnepnapokon készített ételek szemléltetésére a 6. ábra szolgál.

Az ünnepi desszertek megoszlásában nem mutatkozik olyan nagy különbségi arány, mint az előző fogásoknál. A legnépszerűbb a sós- túrós rétes (22 %), ezt követi kicsit lemaradva a kalács (19 %), majd azonos mennyiségben a beigli és a mákos guba (11 %). Szintén közel azonos értékben a lúdláb (8 %) és a túrós lepény (7 %). Az egyéb kategóriában



6. ábra

### Az ünnepnapokon készített főételek gyakorisága

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

pedig említést kapott a krémes, a diós rétes, a fánk, a meggyes pite, az almás pite, a linzer, és a túróalagút. Az arányokat a 7. ábra mutatja.

### Néhány hagyományos bátyai étel receptje

#### Makala

A reggeli jellegzetes étele a Makala vagy fokhagymamártás. Ez egy egyszerű paraszti egytálétel. A felhevített zsírban zúzott fokhagymát pirítanak, majd hozzáadják a lisztet és rózsaszínűre pirítják. Félrehúzzák a tűzhelyről, és beleszórják a fűszerpaprikát. Vízzel felengedik és sűrűsödésig főzik. Sóval ízesítik, valamint kevés borssal, ízlés szerint picicettel, majd amikor forr, az egész tojásokat beleütik. Van, aki összekeveri és így főzi össze a mártást a tojással. Kedvelt változat az is, hogy a tojást egészben ütik bele és csak addig hőkezelik, hogy a fehérje megszilárduljon, de a sárgája még folyós maradjon.

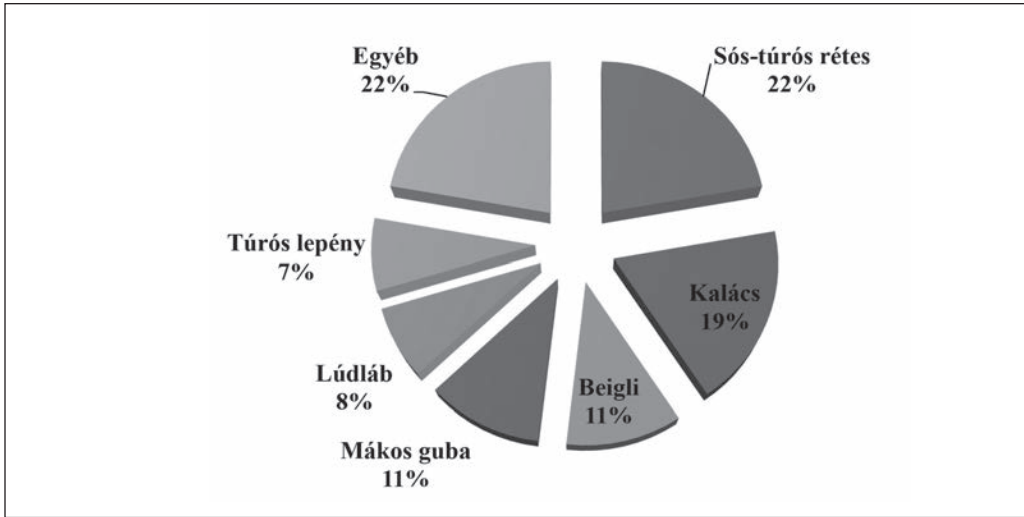
Ha valaki gazdagabban szeretné készíteni,

akkor tesz bele kolbászt, így még ízesebb, tartalmasabb lesz. Kenyérrel vagy kenyérlánccal fogyasztják (Hangya, 2016).

#### Halászlé

A halakat tisztítják, szélesebb szeletekre vágják, lesózzák, majd vöröshagymát reszelnek rá és egy éjszakán keresztül hagyják, hogy az ízek összeérjenek.

Másnap a halat bográcsba teszik, és annyi vizet öntenek rá, hogy az ellepje. Fél karikára vágott vöröshagymát tesznek bele. Amíg a hal fő, addig készítene egy paprikás alapot. Kevés vízben reszelt vöröshagymát párolnak, hozzáadják a vékony csíkra vágott pritamin paprikát, zöldpaprikát, fehér paprikát, pépesre főzik, majd megszórják a fűszerpaprikával és házi készítésű pritaminpaprika sűrítménnyel ízesítik. A halászlevet ezzel a sűrítménnyel összeforralják és készre főzik. Végül zúzott fokhagymát tesznek bele, majd 3-4 perccel az étel elkészülte előtt beleöntik a halbelsősegeket. A bátyaiak gyúrt tésztából



7. ábra:

### Az ünnepeken készített desszertek aránya

Forrás: A falukutató tábor kérdőíves felmérése, 2016. Saját szerkesztés.

készített gyufatésztával tálalják a halászlét, a puhára főzött halat pedig külön tálra szedve kínálják (Zsebics, 2016).

#### *Olajos káposzta*

Böjti ételként is fogyasztják. Farsangkor is kedvelt ételt. Általában télen eszik, szegény embernek való étel. Hidegen készül, tehát nincs hőkezelve.

A savanyú káposztát kicsavarják a levétől, vöröshagymát, fokhagymát darabolnak bele, olajat adnak hozzá, megszórják fűszerpaprikával. Az egészet összekeverik. Ezt általában a fogyasztás előtti nap készítik, hogy jobban összeérjenek az ízek, de összekeverés után akár azonnal is fogyasztható.

Sütőben egész kicsi méretű héjas krumplit megsütnek, aztán megtisztítják, és kocka formájúra darabolják. Tepertővel (böjt idején ezt nem kínálják mellé) vagy főtt tojással tálalják és sovánka pogácsát kínálnak mellé (Soós, 2016). A sovánka pogácsa összetevői a liszt, a víz és a só, az így kapott tésztát kinyújtják kb. 1 cm vastagra és 20 cm átmérőjű kerek

formára, bekockázzák a tetejét, vízzel lekenik, meghintik egész vagy őrölt köménymaggal, valamint sóval, és sütik. Sütés után picit meglocsolják vízzel, konyharuhába tekerik, állni hagyják, így megpuhul. Nagyon laktató.

Mindent külön edényben tálalnak: a káposztát, a krumplit, a tepertőt és a főtt tojást is (Kapitány, 2016).

#### *Masznica*

Elkészítése sok munkát igényel. A leveles tésztát a szokottnál kicsit vastagabbra nyújtják, zsírozzák a felületét, összehajtják, újra nyújtják, majd zsírozzák. A nyújtást kb. ötször, hatszor megismétlik, majd tepsibe helyezve sütik (Gallai, 2016).

#### *Tört bab (Precinen gra)*

A beáztatott babot, finomra vágott vöröshagymával annyi vízbe teszik fel főni, amennyi ellepi. Mikor felforrt hozzáadják a tisztított félbevágott sárgarépat és petrezselyemgyökeret, zöldpaprikát, fokhagymát





és sót. Amikor megpuhult, a zöldségeket kiszedik, leöntik a fölösleges főzőlét és a babot áttörik. Világosbarna színű rántást készítenek zsírból és lisztből, őrölt paprikával színezik és a babra öntik, elkeverik, majd összefőzik.

Tálaláskor meglocsolják színes öntettel. A színes öntet úgy készül, hogy a felhevített zsírban vöröshagyma kockát üvegesre párolnak, majd megszórják őrölt paprikával. Előfordul az is, hogy mindezt leszűrjük, annak érdekében, hogy a vöröshagyma ne maradjon benne (Perity, 2016). Gyakran az előző nap megmaradt bablevesből készítették.

#### *A húslevesben főtt hús fogyasztásának többféle változata ismert:*

A levesthús általában tyúkhúsból készül. A fél tyúkot még főzés előtt darabokra szedik. A húslevesből a megfőtt húst kivesszük. Fokhagymával átdinsztelik, kevés levet öntenek rá a levesből, sóval, borssal ízesítik. Tálalása bármilyen főzelékkel együtt történik.

Készülhet marhahússal is. Ez esetben a marhadarabot egészben főzik meg a levesben, majd ezt követően szeletelik és átforgatják apróra vágott dinsztelt vöröshagyma és fokhagyma keverékén.

A húslevesben főtt hús másik elkészítési módja, amikor a hámozott, kockára vágott krumplit sós vízben megfőzik, leszűrjük. A burgonyát kizsírozott tepsibe helyezik, ráteszik a húst, meglocsolják a paprikás, fokhagymás zsírral és a sütőben átpirítják. Ez idő alatt a krumpli beszívja a zsiradékot és nagyon ízletessé válik az étel (Perity, 2016).

#### *Tárcsás sülték*

A sütés eszközeként a mezőgazdasági munkában használt tárcsa szolgál, amit leszednek, behegesztik, hogy ne legyen benne lyuk. Két fület hegesztenek rá, úgy működik, mint egy serpenyő. A tárcsa kicsit öblös, ezért a beleöntött olaj középen marad. Az ízesített

húsokat középről húzzák szélre, hogy enyhén olajos legyen. Az így sült húsnak más íze van, mint a serpenyőben készítettnek, ezért nagyon népszerű (Király, 2016).

#### *Paprikás rétes*

A rétes lisztből, tojásból, langyos, ecetes vízből, félig olvasztott zsírból vagy olajból készül, amit nagyon finomra kidolgoznak. Akkor jó, ha a nokedli tésztánál kicsit keményebb, ekkor cipót formáznak belőle, pihentetik, majd nyújtják, húzogatják, hogy 1-2 mm-es vastagságú legyen. A töltelékéhez a két - háromnapos kenyeret összezsúromolják (összemorzsolják), belekeverik az édes és az erős fűszerpaprikát, valamint a sót.

Az elnyújtott tésztát meglocsolják zsírral, rászórják a morzsát, ezt ismét meglocsolják zsírral és tejföllel is, jó gazdagon, majd feltekerik, tepsibe teszik, tetejét tejfölös tojással lekenik és megsütik (Fekete, 2016).

#### *Túrós rétes*

Bátyán sósan készítik, kaporral ízesítve nő az élvezeti értéke.

#### *Paprikás, tojásos kalács*

A kelt tésztát egy centiméter vastagságúra kinyújtják.

Az apróra vágott vöröshagymát üvegesre lesütik, ráütnek az egész tojásokat, így lágy rántottát készítenek. Ízesítik sóval, erős és édes darált paprikával, borssal. A masszát a tésztára teszik, feltekerik, tojással lekenik. Közepes hőmérsékletű sütőben megsütik. A tészta kb. 10 cm-es átmérőjű. Kihűlés után két centiméter vastagságúra szeletelik (Perity, 2016).

#### *Fokhagymás kalács*

A kelt tésztát ujjnyi vastagra kinyújtják, megkenik felvert tojással, utána kanállal



tejfölt kennek rá, majd sajtot és fokhagymát reszelnek rá, sóval ízlés szerint megszórják és feltekerik. Az így kapott körülbelül karnyi vastagságú tésztát 2 cm-es vastagságúra vágják, majd megfordítják, sütő tepsibe helyezik, kissé lelapítják, és felvert tojással, majd ezt követően tejföllel lekenik, (a felvert tojást és a tejfölt előzőleg sóval ízesítik), végül megsütik.

A tészta készítéséhez jó a Liga margarin, de még jobb, ha zsírt (sertés vagy kacsazsírt) használnak, mert attól a tészta omlóssá válik. A zsír beszívódik a tésztába, az olaj nem. (A recept a teljes nevének elhallgatását kérő Teri nénitől származik, 2016).

### *Bátyai torta*

A tejet a mézzel és a cukorral addig hevítik, amíg enyhe barnás színt kap, ekkor félrehúzzák. A tojásfehérjéből kristálycukorral kemény habot vernek, amit óvatosan kevergetve a cukros mézzel összefőznek, majd belekeverik a durvára vágott, megpörkölt diót és a vaníliás cukrot. Mindezt az ostyalapokon egyenletesen rétegezve elkenik. Körülbelül 4-5 ostyaretegből áll. Hűvös, száraz helyen pihentetik, hogy a krémtől a lap kissé megpuhuljon. Téglalap alakúra vágva kínálják (Zsebics, 2016).

### *Kefires kötél*

Hozzávalók: 0,5 kg liszt, 1 tojás sárga, 1 teáskanál só, 3 dkg élesztő, 3 dl tej, 3 evőkanál olaj, 6 dkg margarin, 2 dl kefir, 2 dl tejföl, kevés cukor.

A tészta készítéséhez az élesztőt kevés cukorral felfuttatják a tejben. A lisztet összekeverik a sóval, hozzáadják a felfuttatatott élesztőt és az olajat. Az egészet jól kidagasztják, amíg elválik az edénytől. Közben a margarint felolvasztják, hozzáadják a kefirt és a tejfölt, ízlés szerint sózzák, forrásig hevítik. A téglalap alakú paraszt tepsibe beleöntik a felhevített tejfölös keveréket.

A tésztából rudat sodornak (nem kell keleszteni), majd 12 darabba vágják. Egy darab-ból hosszú, vékony rudat formáznak, majd félbehajtogatják és megtekerik, így összesen egy réteget, kétszer hat darabot tesznek egy tepsibe. Tetejét tojásfehérjével megkenik, sajtot reszelnek rá, majd hideg sütőbe helyezik (nem kell előre bekapcsolni), és 170 °C-on lehetőség szerint légkeveréses sütőben addig sütik, amíg teteje szép barna lesz. Akkor jó, ha a teteje ropogós, az alja pedig puha, mert felszívja a kefirt. (Tamaskóné, 2016)

### **Az Országos Fokhagyma és Gasztronómiai Verseny győztes receptjei**

Az egyik étel a *Marha pofa-pata pörkölt „Bikás” módra*, a másik pedig a 2016-os győztes sütemény receptje a *Száz pengős diós torta*.

Bátya híres étele, Kapitány László specialitása a *Marha pofa-pata pörkölt „Bikás” módra*. Az elnevezés az étel kitalálójára utal, akinek a helyiek számára ismertebb neve: Magányos Bikás. (Elvált, ezért kapta a „Magányos” nevet, a „Bikás” név pedig az öregapjáról maradt rá örökségül.) A konyhaművészethez kötődő sikereit jelzi a számos elismerés, emléklap, oklevél, a Rubin diploma, 10 arany, 1 bronz, aranyfakanál és különdíjak sokassága. 2011-ben Lovaggá avatták, amely kiemelt dicsőség a szakmában. 2010-től minden évben kapott díjat, serleget a Fokhagymafesztiválon. 2010-ben első helyezet, 2011-ben második, 2012-ben és 2013-ban ismét első helyezést ért el. 2014-ben Kalocsán Aranybogrács díjat kapott a paprikás ételek versenyén. Mindig a specialitását főzte. A titka az, hogy el kell találni, hogy mit, mikor kell az ételbe tenni, és hogy hogyan, mennyi ideig kell forralni. A 2016-os versenyen egészségügyi okok miatt nem indult, de a következő évben ismét tervezi a versenyen való részvételt.



### *Marha pofa-pata pörkölt „Bikás” módra*

Hozzávalók: 10 kg hús (2 kg pata, 3 kg pofa, többi pofa apróhús), 20-25 dkg zsír, 1 tubus csípős Piros Arany, 2 kg vöröshagyma, 1 fej fokhagyma, 3-4 db babérlevél, 5 evőkanál kalocsai őrölt paprika, 1 kávéskanál kömény-mag, só, bors, szóдавíz, kevés majoranna, borsikafü.

A pata térdtől lefele a láb köröm nélkül. Az apró kockára vágott hagymát a kockára vágott hússal, zsíron addig párolja, amíg a hús szürkülni kezd, akkor ízesíti sóval, fűszerpaprikával, egész köménymaggal, piros arannyal, gulyáskrémrel, babérlevéllel. Többször felönti vízzel. A főzés befejezése előtt 20 perccel beleteszi a fokhagymát. Amikor kész megszórja őrölt fekete borssal, állni hagyja. Ízesíti még csipetnyi majorannával, borsikafüvel, csipetnyi egész kömény-mag (hogy ne nyomja el az ízt).

20-25 dkg vöröshagymát használ egy kilogramm húshoz, ez sűríti be a pörkölt levét. Az erős paprikát (cseresznye, ceruza) akkor adja a pörkölt-höz, amikor a hús puhulni kezd, majd utána kiveszi. A legjobb kenyérral fogyasztani, de köretként tálalható mellé pirított tarhonya, vagy nokedli is (Kapitány, 2016). A bátyai recept olvasható a 2015-ben kiadót Paprikás ételek bográcsban című könyvben is.

A 2016-os nyertes házi sütemény készítője is már többször ért el első helyezést, különböző készítményeivel. Teri néni a teljes neve elhallgatását kérte, a receptet viszont elárulta. A recepteket régi újságokból, papírokból gyűjti össze, melyek ízesítését és a krémek összeállítását saját elképzelése szerint valósítja meg. A döntéshozatalban fontos szempont, hogy mindig szezonnak megfelelő anyagokat igyekszik használni. 2015-ben rizs - almalekvárral ízesített süteménnyel ért el kiemelkedő eredményt. 2016-ban a saját készítésű ringló dzsembe őszibarackot kevert.

### *Száz pengős diós torta*

A piskóta készítéséhez annyi tojást használ, amennyi evőkanál cukrot, mindezt nagyon habosra kikeveri. A lisztbe belekeveri a sütőport, majd lassan evőkanállal hozzákeveri a tojásos cukor keverékhez, végül darált diót kever bele (ízlés szerint kakaó is használható). Fagyos zsírral kikent, lisztezett tepsibe önti a piskóta masszát és 160 °C -on 30 percig süti.

Elkészíti a sárgakrémet. Az egész tojást cukorral kikeveri, hozzáadja a felfőzött pudinghoz, majd  $\frac{3}{4}$ -ig részig lehűti, hogy ne legyen langyos, de hideg se; ekkor hozzáadja a ráját ( Liga margarinnal még finomabb a krém) és habosra turmixszolja. A sárgakrémben belekeveri a felvert tejszínhabot; lehet hozzáadni fixálót, de nem fontos. A diós, sárga, vizes piskótát félbevágja, s összeállítja a tortát.

A diós, sárga, vizes piskóta egyik felét, barackdzsemmel megkeni, ráteszi a krém egyik felét, majd körberakja ropogós, mézes, kerek tereferé keksszel, amit belenyom a krémbe, erre kerül a sárgakrém másik fele, amit megken baracklekvárral, s végül ráhelyezi a piskótát. Az így kapott torta oldalát és tetejét körbekeni felvert tejszínhabbal. Oldalát darált dióval bevonja. Tetejét darabolt mogyoróval, citromlevéllel díszíti.

### **Vinograd Vendéglő - Bátya község egyetlen melegkonyhás vendéglátó egysége**

Akik nem a fokhagymafesztivál idején érkeznek Bátyára és étkezni szeretnének, számukra a Vinograd Vendéglő áll rendelkezésre. Az egyéni formában működő vállalkozás 1984 óta üzemel, korábban Rákóczi Vendéglő néven vált ismertté. Jelenleg ételeket előrendelésre lehet igényelni; rendezvények lebonyolítását vállalják. Alkalmanként 5-6 féle étel kínálat közül lehet választani. A választék alapját a pörkölték képzik, s mellé valami más jellegű ételt is kínálnak. Gyakran szerepel az étlapon a marha lábszár pörkölt, a zúzapörkölt, a pacalpörkölt, a töltött káposzta,



a csülök Pékné módra, a Bakonyi sertésborda, valamint a Milánói sertésborda.

A vendégkör elsősorban a helyi lakosokból tevődik össze, de mivel a vendéglő a főút mellett helyezkedik el, ezért az átmenő forgalom számára is kedvező. Miskéről, Foktőről, Fajszról, Szatmárból, Kalocsáról és a közeli vonzáskörzetből is vannak rendszeres megrendelők étel elvitelre, családi rendezvények lebonyolítására. A kerékpárút és a zarándokút is a vendéglő mellett vezet el, ezért gyakran zarándoklók is betérnek a vendéglőbe, főleg angolok, franciák németek, olaszok és svájciak.

A tulajdonos jövőbeli terve között szerepel a napi szinten üzemelő menü rendszer szerinti étterem kialakítása. Részemről felmerült a kérdés, hogy a helyi iskola ellátása Kalocsáról a Diófa Vendéglőből történik, vajon a helyi ellátásra nem lenne-e lehetőség. A tulajdonos hozzátartozójától azt a választ kaptam, hogy túl kicsi a konyha ahhoz, hogy az iskolának főzzenek. Az iskolába száz főre, az óvodába 50-60 főre kellene főzni, s ott van még a napközi otthon, ami azt jelenti, hogy összesen 300-400 fő ellátását kellene biztosítani, ezt pedig nem tudják vállalni. A vendéglőben négy állandó alkalmazott és 2-3 fő beugró, kisegítő személyzet dolgozik.

A Vinograd Vendéglő forgalma hullámzó. A vendéglő befogadóképessége legalább száz fő, ezért lakodalmak lebonyolítását is vállalják. Nagyobb rendezvények között említhető a szilveszter, a kerti partik, a sportbál (minden évben november vége fele), a nőnap bál, a koncertek. A vendéglőben a koncertek ingyenesek, hogy ezzel is még jobban vonzzák a vendégeket. A sportbálon főleg a futballisták és azok hozzátartozói, barátai vesznek részt, de rajtuk kívül bárki elmehet, akinek kedve van a futballcsapatot támogatni. December 06-án jótékonysági óvoda bál szokott lenni, amikor az óvodákat támogatják. Ez bárki számára látogatható, aki kikapcsolódásra vágyik, nem zártkörű,

vacsorával egybekötött esemény. A koncerttől és a koktél partiktól eltérően a bálon fix összegű belépő van (nőnap, sportbál, jótékonysági óvoda bál). 2015-től lefele megy a forgalom. Januárban, februárban, márciusban alacsony a vendégszám, majd a földmunkák beindulása után emelkedés következik be. Hétvégén, esténként inkább a fiatalok, míg reggel, délelőtt az idősek látogatják a vendéglőt. A helyi fiatalok nagy része külföldre megy, sokan pedig napszámból élnek, ezért fizetőképes kereslet hiányában a vendéglátás hanyatlóban van. Konkurenciával a községen belül nem rendelkeznek, emiatt viszont bizakodva néznek a jövőbe. (Vida, 2016)

## Összegzés

A lakossági kérdőív első kérdésének válaszaiból kitűnik, hogy Bácsa lakosságának a háztáji termelésében a két legfontosabb szerepet a fokhagyma (61%) és a paprika (38,6%) termesztése jelenti. Érdekes, hogy harmadik helyen a kukorica (21,8%) szerepel. Korábbi írásokban sem említik a kukoricát, ahogyan az ételkészítésben sem merül fel az alkalmazása, ezért feltételezem, hogy takarmányozási célból termesztik. A kukoricától alig lemaradva a bab és a búza (17,6%) következett a legfontosabb háztáji növények között, amelyek már a korábbi szakirodalmi anyagokban is szerepeltek.

A kérdőíves felmérés és a receptgyűjtés alátámasztja a szakirodalomban leírtakat, mely szerint a hagyományos bátyai ételek főként növényi eredetű táplálékból készültek. Ezek közül is kiemelkedett a bab, a káposzta és a krumpli fogyasztása.

Különös és elgondolkodtató, hogy a lakossági kérdőív azon kérdésére, hogy „Milyen hagyományos bátyai ételeket készítenek a háztartásukban?” a megkérdezettek 25% nem válaszolt. Érdekes mód a hagyományos bátyai előételek között a hideg és a meleg előételek egyáltalán nem, míg a leveseket is csak elvét-



ve szerepeltek. A hagyományos egytálételek közül nagyságrendi sorrendben legtöbbször a makalát, a töltött káposztát, az olajos káposztát, a tört babot és a paprikás krumplit nokedlivel említették. Ezen ételek többnyire közös jellemzője, hogy olcsóak, mindegyik tartalmaz fokhagymát és fűszerpaprikát, egyszerűek és gyorsan elkészíthetőek, főleg akkor, ha a tört babot, például az előző nap megmaradt bableves változatosabbá tételként használják.

A hagyományos bátyai tészták jellemzője, hogy sok esetben a sós íz dominál, míg a közeli területeken, ugyanezen ételeket cukrosan fogyasztják. Ilyen például a paprikás kalács, amit Dusnokon cukorral ízesítenek és alapjába véve édes ízűnek számít, de említhetném a túrós kalácsot, a túrós palacsintát is, amelyek Dusnokon szintén édes ízesítést kapnak, míg Bátyán sósat. Különlegesnek számít a desszertként fogyasztott sós, kapros túrós rétes is. Elmondható, hogy a túró is meghatározó szerepet játszik a bátyai konyhában a tészták terén.

A lakossági kérdőívben feltett kérdésre, amely azt vizsgálta, hogy ünnepnapok milyen ételeket szoktak főzni, már csak a megkérdezettek 8,5% hagyta megválaszolatlanul. A leveseknél abszolút a húsleves dominált, és a hagyományos leveseknél említett halászlé az ünnepi levek körében is a második helyet foglalta el. Eltérően a hagyományos egytálételektől, ahol a növényi eredetű élelmiszerek domináltak, míg az ünnepi ételeknél egyértelműen a hússok. Az ünnepi étkezés befejező fogásaként a hagyományos desszertekhez hasonlóan, itt is a sós ízesítésűeket részesítették előnybe, a sós- túrós rétest, valamint a kalácsot. Megállapítható, hogy a bátyai ételek új ízvilágot tárnak fel az oda látogatóknak, és a vendégszeretettük

felejtethetetlen élményt nyújt, amiért érdemes visszatérni. Az évente megrendezésre kerülő Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny jó lehetőséget biztosít a helyi sajátosságok megismeréséhez. A fűszerpaprika-örlemény már gazdagítja a Hungarikumok listáját, ami remélhetőleg majd a fokhagymával is bővülni fog. Bátya egyetlen melegkonyhás egysége a Vinograd vendéglő.

### Felhasznált irodalom

- Bagota József és társai (2002):** VendégVáró, Látnivaló Bács- Kiskun megyében, Well-Press Kiadó, Miskolc
- Borsos Tamás (2011):** A magyar népi kultúra régiói 1., Dunántúl, Kisalföld, Alföld. M-érték Kiadó, Budapest
- Bowden, J. (2008):** Egészséges élet, egészséges táplálkozás. Egmont- Hungary Kft., Budapest
- Brillat-Savarin, J. A. (1912):** Az ízlés fiziológiája. Singer és Wolfner Kiadása, Budapest. p8.
- Duszt, K., Ónódi, F., Oriskó, F., Török, I. J. (2004):** Vendéglátó technológia. Képzőművészeti Kiadó, Budapest
- Fehér, Z (1996):** Bátya életrajza. Bátya Községi Önkormányzata, Bátya
- Kasza, S. (sorozat főszerkesztője) (1997):** Bács- Kiskun megye kézikönyve. CEBA Kiadó p. 556-557.
- Mindell, E. (1999):** Gyógyfüvek bibliája. Glória Kiadó, Budapest. A könyv eredeti címe: Earl Mindell's Herb Bible, 1992
- N.n. (2015):** Paprikás ételek bográcsban. Kiadja: Bács-Kiskun Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, Kecskemét
- Schlett, S. (2008):** A 100 legfontosabb élelmiszer. M-érték Kiadó, Budapest





### Egyéb forrás

Turizmusonline.hu (2014. június 03.): Mit jelent nekünk a Hungarikum?

[http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/mit\\_jelent\\_nekunk\\_a\\_hungarikum](http://turizmusonline.hu/belfold/cikk/mit_jelent_nekunk_a_hungarikum) (Letöltés ideje: 2017.07.12.)

Hungarikum.hu (2017): Hogyan lehet valami Hungarikum?

<http://www.hungarikum.hu/hu/content/hogyan-lehet-valami-hungarikum> (Letöltés ideje: 2017.07.08.)

Paprikamarket.hu [2014]: <http://paprikamarket.hu/kalocsai-fuszerpaprika-hungarikum/> (Letöltés ideje: 2017.07.17.)

### Interjúalanyok

Fekete Zsoltné Krisztina, 2016

Gallai Antal, 2016

Hangya Jánosné, 2016

Kapitány László, (a helyiek Magányos Bikás néven jobban ismerik), 2016

Király Józsefné, Miklósi Julianna, 2016

Perity Ferencné, 2016

Soós Péterné, 2016

Tamaskóné Lenkei Magdolna, 2016

Vida Anita, 2016

Zsebics Ilona, 2016





# A tanulás szerepe a rövid élelmiszerláncokban, különös tekintettel Hargita Megyében

**Péter E. Katalin**

A regionális fejlődésben kulcsfontosságú szerepet tölt be az emberi erőforrás. A munkaerő képzettségének mértéke, tudása felértékelődik. A gazdasági növekedési elmélettel foglalkozó Robert Solow munkássága során kitér a tudás országok növekedésére gyakorolt hatására, mert a tudás közjósághoz hasonló jellemzőkkel rendelkezik, és gazdasági növekedést eredményez. Ezzel ellentétben a hallgatólagos elméletek (Polányi 1994) hívei szerint a tudás nem minden esetben viselkedik közjóságra jellemző módon, mert a technológiai tudást inkább magánjósággént tarthatjuk számon és nem járul hozzá a gazdasági növekedéshez. A közjóságért nem jár fizetség, így ha a tudást közjósággént definiáljuk, akkor a tudásért sem jár.

A tudás gazdaságosságát akkor érhetjük tetten, ha többféle módon sikerül hasznosítani (Langois, 2001), bár ennek elengedhetetlen előfeltétele a megfelelő szintű munkamegosztás és specializáció. A közgazdasági szakirodalom az ipari forradalom utáni időszakban figyelt fel a tudás-teremtés elemeinek jelenlétére, mely szerint vállalkozót, intézményi változatosságot, vertikális integrációt és technológiai kooperációt, mint archetípust fogalmazznak meg (Antonelli 1999).

Az élelmiszerláncok egyre inkább teret nyerő változata, a rövid élelmiszerláncok, különleges helyet foglalnak el a hegyvidéki települések mezőgazdasági foglalkoztattainak körében. Az alábbi tanulmány célja a különböző tudások közötti összefüggések vizsgálata a csíkszeredai Hagyományos és Helyi Termékek Havi Vására által generált rövid élelmiszerláncokban.

## **Szakirodalmi áttekintés**

A cégek piacra lépésének módját Schumpeter (1961) az új tudás létrehozásának eszközeként fogalmazta meg. Szerinte az új piacok és új termékek létrehozása a vállalkozók tanulásának és kreativitásának eredménye, továbbá a piacok a maguk szelektív mechanizmusuk alapján tesztelik az új tudást. A cégek telephely választáskor többnyire előtérbe helyezik a tudás externális hatásaiból való részesülést, mert a közös tanulás és tapasztalás a piaci szereplők közötti tudásáramlásra is jótékony hatást gyakorol.

Az endogén növekedés elmélet hívei szerint a piaci mechanizmusok nem járulnak hozzá a régiók közötti fejlődésbeli különbségek csökkentéséhez, hanem inkább az elmélyülő



különbségeket segítik (Lengyel 2004). Egy másik elmélet szerint a tőke, a munka és a technológia eltérő régiók közötti megoszlása felel a régiók közötti növekedésbeli eltérésekért. A technológia fejlettség és a humán tőke a gazdasági fejlődés egyik előmozdítója. A kevésbé fejlett régiókra jellemző alacsony bérek többnyire vonzzák a gazdasági befektetéseket, melyek fellendítő hatást gyakorolnak a térségre. Egy régió tőkeállományának növekedése főként a régió lakosságának megtakarításaiból és a kívülről bejövő befektetések hasznosításának mértékétől függ.

A kreativitás fogalma is egyre inkább előtérbe kerül. A megváltozott munkakörülmények és szervezetek hierarchikus átrendeződése, az önmenedzselés és az egymást kölcsönösen elismerő és motiváló rendszerek elterjedése a tudás-alapú gazdaság elterjedésére hívja fel a figyelmet. Richard Florida (2004) szerint a kreatívak új minőséget, új kombinációkat hoznak létre. Önálló döntéshozattal rendelkeznek, ugyanakkor tevékenységeiket rugalmassággal végzik. Ezek a képzett munkavállalók az életkörülményeik javítása érdekében könnyen változtatnak lakóhelyet.

A legtöbb Európai országban hosszú múltira tekint vissza a hivatalos mezőgazdasági tudásrendszer kutatásra, oktatásra és szaktanácsadásra történő tagolódás. Mindez jelentős állami intézményrendszerek támogatásával történt. Ennek eredményeként létrejött egy olyan technológiai tudás és innováció, amely előtérbe helyezte a nagyüzemi, iparszerű mezőgazdaságot. Az eddig többnyire technológiai innovációra alapozott mezőgazdaságban egyre fontosabb szerepet kap a menedzsment valamint a fenntartható mezőgazdaság elemei. Ezt az új tudást már nem lehet továbbadni a felülről irányított tanácsadó szolgáltatókon keresztül, hanem inkább új, többnyire alulról induló kezdeményezések segítségével.

A 2011-es Mezőgazdasági Összeírás adatai alapján Romániában megközelítőleg 83 ezer gazdaság 10 és 100 hektár közötti területet

művel meg. Ezen gazdák 66%-a csupán 10 és 20 hektár közötti területen gazdálkodik és csak a 9%-nak van szerencséje nagyobb földterület, nevezetesen 50-100 hektár közötti terület művelésére. Románia mezőgazdasági művelésre alkalmas területe a 2010-es adatok alapján 13,3 millió hektár volt, amit 3.895 ezer mezőgazdasági egység gondozott. A gazdasági egységek 99,2%-a jogi személyiséggel nem rendelkező 1,95 ha/farm mérettel rendelkezett. (Elek, Illyés, György, Péter K, 2016, p130). A régi nagyüzemi mezőgazdaságra jellemző struktúra felbomlásával új feladatok és kihívások kerültek előtérbe, melynek hatására a tudás és innováció terjesztésében a civil szervezetek és új, független intézmények kerültek erőfölénybe, melyek szakítottak az eddigi hagyományokkal és merőben új rendszerekben gondolkodnak (Nemes –Varga, 2015).

Az egyre erősödő piaci verseny hatására a nagy energia és vegyipari termékeket felhasználó gazdálkodás helyét fokozatosan a hatékonyabban működő gazdaságok vették át és ezzel egy időben megjelent, egy, a környezeti problémákra érzékeny fogyasztói réteg. Ezen igényekre válaszként egyre nagyobb teret kezdtek hódítani a kiskereskedelmi láncok, melynek során egy új bizalmi rendszer is feltörőben van, nevezetesen a fogyasztó a saját tapasztalatára, tanulására és egy újonnan kialakuló társadalmi kontrollra alapuló élelmiszertermelés. A fogyasztók egyre intenzívebb elfordulása a globalizált élelmiszerpiacoktól (Egyesült Királyság, Ausztrália) a kínálati lánc a fogyasztókhoz közelebbi részén létrejövő erőfölényt eredményezett.

A rövid élelmiszerláncok nemzetközi irodalma szerint a termői piacok, annak ellenére, hogy aránylag ritkák és többnyire drágák és szűkös választékkal rendelkeznek, mégis igencsak népszerűvé váltak. E vásárlói élmény különösen a magasabb képzettséggel rendelkező fogyasztókat vonza. Nekik fontos a közvetlen kapcsolat kialakítása és a helyi gazdák támogatásának tudata. Mindezen fo-





gyasztói igények kielégítésére szakosodott termelőkre az átlagnál nagyobb rugalmasság és az innovációra való nagymértékű nyitottság jellemző. Nemzetközi kutatások szerint (Juhász, 2012) a gazdák számára is fontos a bizalmi légkör kialakítása és az önállóság, amit az átlagnál magasabb képzettséggel támasztanak alá.

## Eredmények

Országosan elsőként a Hargita Megyei Agrárkamara már 2009 óta szervezi meg minden hónap harmadik szombatján a hagyományos és helyi termékek kiállítását és vásárát Csíkszeredában. A vásárok elindításával célul tűzte ki a helyi közigazgatás, hogy a helyi gazdáknak termelőknek megélhetési lehetőséget biztosít azáltal, hogy értékesítési lehetőségként úgymond egy ernyő alatt gyűjti össze őket és így a helyi áruk vásárlására ösztönözi a lakósságot. A projekt sikerességét bizonyítja, hogy van igény a helyi piacokra. A csíkszeredai példát követően elindult Székelyudvarhelyen minden hónap negyedik szombatján illetve folyamatban van a gyergyószentmiklósi havivásár is ugyancsak a csíkszeredai példa alapján. A megyeszékhelyen kívüli vásárok megszervezését a helyi tanácsok vették kezükbe, ami arra utal, hogy a kezdeményezések tartósak lesznek és egyéni érdektől mentesek.

A havonta sorra kerülő vásárok mellett időszakos vásárokat is szerveznek. Ezek a hagyományos és helyi termékek tavaszi, őszi és karácsonyi kiállítások és vásárok, melyek alkalmával nemcsak az élelmiszert előállító termelők, hanem a kézművességgel foglalkozók is megjelennek. Az időszakosan megtartott vásárok abban különböznek, hogy két naposak és többnyire valamilyen kulturális műsorral együtt csalogatják a látogatókat, vásárlókat a szabadba. A vásárokon résztvevő gazdák mesterien ötvözik a tradicionális helyi tudást, a tudományos tudás és a me-

nedzseri tudás közötti összhangot a helyi adottságokkal. E három említett tudástípus egyensúlyi helyzetének létrehozása lenne előnyös, de jelen esetben a tradicionális tudás dominanciáját tapasztalhatjuk. Úgy a vidéki társadalom, mind a gazdák szempontjából a három tudástípus együttműködésére, ösztönző erejére lenne szükség.

A helyi vásáron résztvevő gazdák vizsgálata a *stake holderekkel* (kulcsszemélyekkel) történő strukturált interjúk segítségével készült mely során a megkérdezettek a csíkszeredai Hagyományos és Helyi Termékek Havi Vásárán rendszeresen megjelenő eladói közül kerültek ki.

Az alábbi adatok szerint van egy markáns réteg a vásáron áruló termelők között, akik felsőfokú végzettséggel rendelkeznek, ami összecseng a REL alaphipotézisével, miszerint az alternatívértékesítési csatornát főként a képzetebbek részesítik előnyben (Benedek, 2014).

Megjelent az az igény, amellyel a tanulás révén jobban tudják értékesíteni termékeiket, tájékozottabbak tudnak lenni illetve a látóköriük szélesedni tud. Ugyanakkor tanui lehetünk a termelőknél a szebb, igényesebb csomagolások és kreatívabb értékesítési megoldások iránti törekvés megjelenésének. Természetesen az ehhez szükséges információt, tudást nem csak az „iskolapadból” gyűjtik össze, hanem különböző tapasztalatcserék alkalmával. Ez alatt értem úgy a belföldi akár megyei társaik látogatását, mint a külföldi hasonlóan kézműves termékeket előállító termelőknél szervezett tapasztalatcseréket.

A havi vásárokon résztvevő gazdák 27%-a felsőfokú, 70%-a középfokú és csupán 3%-a alap képzettséggel rendelkezik, ami egyértelműen a vásárokon résztvevő gazdák, az átlagosnál jobb felkészültségét bizonyítja.

Érdekes, hogy ezeken a vásárokon a férfi eladók nagyobb számban voltak jelen, mint a nők. Figyelembe véve, hogy a termékeket ki és be kell pakolni a szállítóeszközbe, amíg





elérnének a vásárba, arra a következtetésre jutottunk, hogy a férfiak nagyobb teherbírásából kifolyólag vannak nagyobb számban.

A Hargita Megyei Agrárkamara 2000-től kezdődően számos tanfolyamot szervezett

a gadáknak, melynek sikeressége elsőként a tanfolyamok hallgatóinak számában, majd később a vásárokon résztvevő termelők sokféleségének palettájában és számában mérhető.

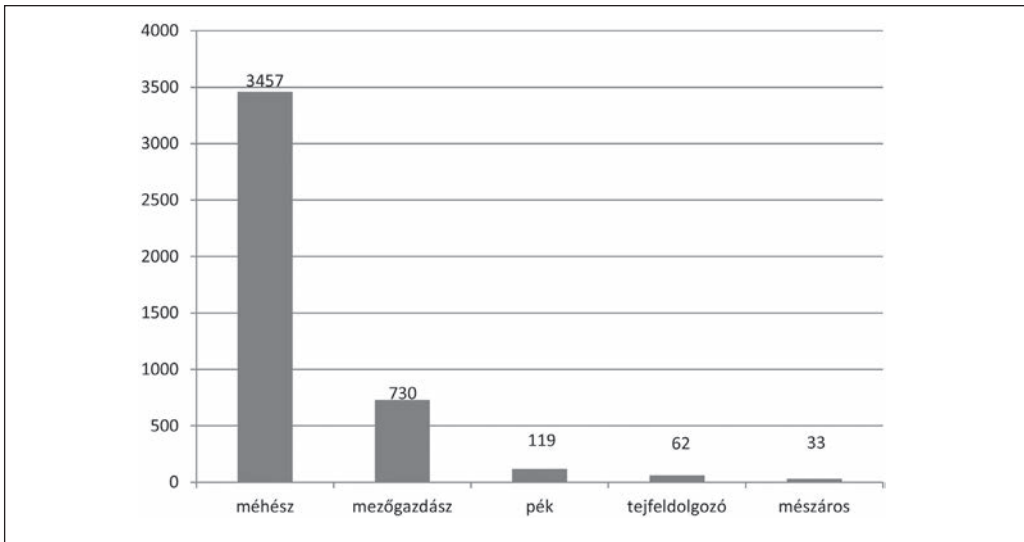
Amint a fenti ábrán látható, a 2000-20016-



1. ábra

### A hagyományos és helyi termékek kiállításán és vásárán résztvevő termelők végzettség szerinti eloszlása

Forrás: Saját szerkesztés.



2. ábra

### A 2000-2016 között szervezett tanfolyamok végzettjei szakmák szerinti bontásban

Forrás: Hargita Megyei Agrárkamara adatbázisa, saját szerkesztés.



os időszakban 3457 méhészt, 730 mezőgazdász, 119 pék, 62 tejfeldolgozó és sajtkészítő tanult neves külföldi sajtimesterektől és a húsfeldolgozás mesterességét pedig 33-an sajátították el a Hargita Megyei Agrárkamara által szervezett képzések során. A tanfolyamok sikeressége a vásárokon megjelenő egyre bővülő termékskálán is mérhetjük. A méhészeti termékek kategóriájában fellelhetünk többek között akácméz, vegyesméz, havasíméz, édesharmatméz, somkóróméz, virágpórt, propoliszt, lépesméz, gyümölcsös mézket, viaszgyertyákat és viaszt. A tejfeldolgozó tanfolyamot végzetek füstölt, szarvasgombás, sáfrányos, fűszeres sajtokat, friss sajt, burduf túrót, fakérges túrót, különböző krémsajtokat, valamint félkemény- kemény- és lágy sajtokat is kínálnak eladásra.

Egy, a gazdák körében elvégzett kutatás (Mátéffy, 2015) szerint a gazdálkodók többsége nem szívesen fizetne a gazdasági, gazdálkodói szaktanácsokért, mert szerintük a kapott információk nem arányosak a befektetett összegekkel, ezért a gazdálkodók mintegy 35%-a áldozna a menedzseri tudás megszerzésére. Amint elvárható, a fiatalabb és magasabb képzett gazdák nagyobb fizetőképességet fogalmaztak meg. Továbbá a kutatásból egyértelműen kiderült, hogy Hargita megyében a tradicionális tudás továbbra is előnyt élvez, ugyanakkor a menedzseri tudás hiánya erőteljes az idősebb, alacsonyabb képzett gazdák körében. Ezzel szemben az előző generációktól szerzett tradicionális tudást tisztelet övezi.

### Összefoglaló

Hargita Megye jellegzetes mezőgazdasági birtokrendszerének köszönhetően a gazdaságok túlnyomó többségét családi kisgazdaságok alkotják, amelyek megőrizték a közel három évtizeddel kialakult birtokszerkezetet és a gazdálkodással kapcsolatos tudásuk alapját az előző generációktól örökölték. Az

így szerzett tradicionális tudások hasonlóságot mutatnak az egyes vidékeken élő családokban és ezáltal szociálisan erősítik egymást. A menedzseri tudástól a vidékünkön élő idősebb gazdák többnyire elzárkoztak, de fiatalabb magasabb képzett társaik szívesebben nyítanak e tudás fele. Ezek tükrében azonban nem jelenthető ki egyértelműen, a fiatalabb gazdák elszigetelődése a tradicionális tudástól és a menedzseri tudás előtérbe kerülése. Ellenkezőleg, a Hagyományos és Helyi Termékek Havi Vására kezdeményezés, a rövid élelmiszerláncok szép példája, e két tudás ötvözésének és tényérésének. A hagyományos, kis léptékű termelés és kereskedelem tradicionális környezettudatos termelés mellett az új menedzseri tudás felhasználásával egy országosan követendő példává nőtte ki magát.

### Felhasznált irodalom

- Antonelli, C. (1999):** The evolution of the industrial organisation of the production of knowledge. *Cambridge Journal of Economics* 23, 243-260.o.
- Benedek Zs.(2014):** A rövid ellátási láncok hatásai Műhelytanulmányok, MT-DP – 2014/8, 2014
- Elek S., Illyés L., György O., Péter E.K. (2016):** Családi kisgazdaságok Magyarországon és Romániában, Kolozsvári Egyetemi Kiadó, 2016, p.130
- Florida, R. (2004)** Cities and the Creative Class. Routledge, New York
- Juhász, A. (2012):** A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piackutatásában, Agrárgazdasági Tanulmányok, Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest
- Kovács I. (2007):** Vidékiek és városiak A tudás-és imázshasználat hatásai a vidéki Magyarországon, L'Harmattan-MTA PTI
- Langlois, R.N. (2001)** Knowledge, consumption, and endogenous growth.



Journal of Evolutionary Economics pp.11, 77-93.

**Lengyel B. (2004).** A tudásteremtés lokalizása: hallgatólagos tudás és helyi tudástranszfer. *Tér és Társadalom* 18, pp. 51-71.

**Mátéffy, M.(2015):** A vidékfejlesztéssel kapcsolatos tudásformák szerepe és változása Hargita Megyében, Doktori Értekezés, kézirat, Gödöllő.

**Nemes G. - Varga Á. (2015):** A magyar mezőgazdasági tudásrendszer intézményei és változásai, MT-DP-2015/6 Műhelytanulmányok, Budapest)

**Polányi M. (1994):** Személyes Tudás. Atlantisz Kiadó, Budapest

**Schumpeter, J. (1961)** The Theory of Economic Development. Oxford University Press, Oxford-New York.



# Gazdaságélénkítő és versenyképességet erősítő megoldások a vidéki térségekben

**Tóth Róbert, Dr. Túróczi Imre,  
Szijártó Boglárka, Mester Éva**

A mezőgazdaság területén is jelentős átalakulások mentek végbe az elmúlt másfél évtizedben, amelyekhez kivétel nélkül minden érdekelt félnek alkalmazkodni szükséges, úgymint a mindenkori kormányzatnak, a termelőknek és a végső fogyasztóknak. A hagyományos élelmiszerellátás (konvencionális rendszerek) problémáit felismerve egyre jelentősebb igény mutatkozik olyan rendszerek kialakítására, amelyek az élelmiszereink eredetéről, elkészítéséről, teljes termelési folyamatáról teljes körűen tájékoztat, ami lehetővé teszi a mezőgazdálkodás egy újabb, a jelenlegi fogyasztó igényeknek megfelelő, fenntarthatóbb formájának kialakítását. Az élelmiszertermelés területén is megjelenő globalizációs folyamatok, valamint a kiskereskedelemben zajló átalakulások következtében számos élelmiszertermelőnek jelent nehézséget a modern élelmiszerláncokhoz történő csatlakozás. Az élelmiszer-termelésnek azonban napjainkban is nagy, sőt egyre nagyobb jelentősége van. Számos esetben (fizikai és időbeni értelemben vett) hatalmas távolság jelentkezik a termelő és a (végső) fogyasztó

között. Mindezen problémákra ad választ a rövid ellátási láncok rendszere, amely nem más, mint egy alulról szerveződő kezdeményezés, amely a helyi térségek sajátosságain (erőforrások figyelembe vételével) alapul és a lakosság aktív részvételével működik.

## **Bevezetés**

Magyarország vidéki térségeinek jelentős részén érvényesülnek olyan kedvezőtlen folyamatok, amelyek negatívan hatnak a vidék versenyképességére, valamint a helyi fejlődési folyamatokra. Ezért kiemelten fontos a vidéki élet értékeit középpontba állító jövőkép megalkotása, és azt minden indikátorral támogató helyi potenciálok felismerésére. A természeti értékek és a természeti erőforrások jelentik azon alapvető potenciálokat, amelyek köré építkezve lehetőség nyílna a vidéki gazdaság tovább erősítésében. A magyarországi régiók esetében gazdasági és szociológiai eszközökkel kimutatható fejlettségi eltérések egyre nagyobb társadalmi és gazdasági feszültséget okoznak. Ezek társadalmi hatá-



sai megjelennek a vidék népességmegtartó erejének csökkenésében, a vidéki településekről történő elvándorlás fokozódásában. Ez a jelenség több szempontból káros, amelyből kettőt érdemes kiemelni. Egyrésztől érdemes beszélnünk az „elhagyott települések” társadalmi átalakulásáról, amely megmutatkozik a lakosság „előregedésében”, iskolázottsági szint visszaesésében, a képzett és képezhető munkaerő alacsonyabb színvonalában. Ez a tényező hosszú távon meghatározza, hátrányosan befolyásolja az adott térség fejlődési lehetőségeit, vagyis hosszú távú elmaradást, növekvő leszakadást eredményez. Másrésztől az előzővel összefüggésben a gazdasági határok is megjelennek és a vidéken található erőforrások kihasználtságának szintje, a felhasználás hatékonysága romlik, ami nemzetgazdasági szinten is megjelenő, jelentős versenyképességi hátrányt eredményez. Kiemelten említjük a hazai élelmiszeripar fejlesztésében rejlő lehetőségeket.

A vidéki térségek élénkítésében a legfontosabb területek közé tehát a foglalkoztatás növelése, a kiegyensúlyozott és diverzifikált termelési szerkezet kialakítása, a helyi élelmiszertermelés és élelmiszerpiacok megerősítése. Mindez természetesen magával hozza a vidék helyi közösségeinek megerősödését is. A napjainkban rapid módon változó feltételek világában, valamint a hálózatos, szorosan összefonódó gazdaságok térnyerésében egyre fontosabb szerephez jutnak a helyi közösségek, a helyi értékek és természetesen a helyi termékek is. A helyi termékek és ezzel összefüggésben természetesen az ún. rövid ellátási láncok (REL) is egyre nagyobb figyelmet kapnak a fogyasztók, a helyi szerveződések, valamint a felső szintű döntéshozók körében egyaránt. A rövid ellátási láncot kevés számú gazdasági szereplő alkotja, akik elkötelezettek az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők, a feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt (Székely, 2014).

A fogyasztói magatartás ezen változásokra reagálva napjainkban a minőség irányába mozdult el (Csíkné, 2013). Mindez azt jelenti, hogy a fogyasztók egyre inkább figyelnek az egészségtudatos táplálkozásra, a minőségi alapvető élelmiszerek fogyasztására (Harangi et.al., 2013; Ilbery, 2010). A vásárlók számára kiemelt fontossággal bír az élelmiszerek eredetének pontos ismerete, valamint a termelőkkel kialakított személyes kapcsolatok ápolása (Vörös, 2013). A helyi termékek és REL-ek nem csak Magyarországon, hanem a világ egészén jelen van, sőt más országokban (Amerikában, Franciaországban, Olaszországban vagy éppen Ausztriában) sokkal dominánsabban uralják a helyi termelők termékei a piacot. Az Európai Unió Vidékfejlesztési politikája is támogatja a tudásátadást és az innovációt, a versenyképesség és életképesség előmozdítását a mezőgazdaságban, valamint az élelmiszer ellátási lánc megszervezésének hatékonyabb formáit.

### **A hazai termelők aktuális helyzete**

A mezőgazdasági alapvetően három fontos erőforrást foglal magában, úgymint a termőföldet, a humán tőkét és az eszközöket. Ezen tényezők meghatározó szerepet jelentenek egyrészt a nemzetgazdaság egészére, másrészt a vidéken élők, és a mezőgazdasági tevékenységet végzők számára is. Hazánkban megfelelő minőségű és mennyiségű termőföld áll a gazdálkodó szakemberek rendelkezésére, amely biztosítja a kiváló színvonalú gazdálkodás, növénytermesztés és állattenyésztés folytatásának keretfeltételeit. Ezen faktorok pedig megfelelő alapanyagot jelentenek az élelmiszeripar számára.

A magyar gazdaságban 2016-ban több mint 384 ezer vállalkozás tartott nyilván a Központi Statisztikai Hivatal, amely vállalkozások együttes kibocsátása elérte a mintegy 42 100 milliárd forintot. Ezen teljes kibocsátás közel fele a feldolgozóiparhoz





kapcsolódik, melyen belül az élelmiszeripar 15 százalékot jelent. Az élelmiszeripar a foglalkoztatásban (mintegy 90 ezer fő) a második legjelentősebb ágazatnak számít. A hazai gazdasági szerkezet ismeretében kijelenthető, hogy az élelmiszeriparban a mikro-kisvállalatok és a közepes- és nagyvállalatok mindegyike jelen van. A mikro- és kisvállalkozások sokkal inkább a helyi ellátásban rendelkeznek meghatározó szerepkörrel, míg a közepes és a nagyvállalatok a homogén minőségű és nagy mennyiségű termékek előállítását teszik lehetővé. Ezen szerkezet is jelzi, hogy a hazai élelmiszeripar mennyire diverzifikált – továbbá érzékeny és dinamikusan fejlődő.

A mezőgazdaság területén érdemes kiemelni a különféle támogatások szerepét is – hazánk pozíciója az uniós támogatások tekintetében az egyik legkedvezőbb –, hiszen az egyes agrártámogatások jelentős szerepet játszanak abban, hogy hazánk mezőgazdaságának jövedelmezősége az elmúlt időszakban látványosan javult, amely közvetett módon, pozitív hatást gyakorol természetesen a termelőkre is.

A mezőgazdaságban különösen fontos szerepük van a kistermelőknek (Túróczi, 2008). A kistermelők többsége családi gazdaságok, amelyek a különböző – hazai és külföldi – láncokkal kerülnek kapcsolatba, elsősorban beszállítói szerepkörben. A fentiekben említett változások miatt (úm.: a kereskedelmi láncok térhódítása, a kereslet koncentrációja, a nagybani piacok szerepének mérséklődése, stb.) az összességében jelentős áruvalappal rendelkező kistermelőknek is komoly összefogásra volt szükségük. Ennek hiányában a termelők jelentős része kiszolgáltatott szereplőjévé válik a piaci mindenkori viszonyainak, és csak passzív tagjai lehetnek a vertikális koordinációknak.

A kistermelők gazdálkodását azonban lényegesen befolyásolja, hogy közvetlen környezetükben milyen integrációs szervezeti

formák működnek, és azok közül melyekbe integrálódhatnak be.

Megfelelően kialakított és szabályozott integráció nélkül számos egyéni termelőnek nincs esélye a piaci versenyben. Az értékesítési gondok termelői oldalról történő megoldása csak együttes fellépéssel lehetséges, melynek egyik legfontosabb formája, a Termelői Értékesítő Szervezetek (TÉSZ). A termelői integráció jelentős fejlődésének jelenlegi legfontosabb, azonban még mindig sokszor hiányzó követelménye az egymás iránti bizalom megléte (Túróczi, 2016).

Az elmúlt másfél évtizedben a friss zöldegek és gyümölcsök piaci csatornáit jelentős változásokon mentek keresztül. Az elmúlt időszakban az ágazatban bekövetkezett változásokat nem csupán az uniós szabályozások, hanem a meglévő piaci folyamatok is indokolták. A tradicionális zöldség-gyümölcs boltok szerepe kisebb lett, a nagybani piacok szintén jelentős térvesztésen mentek keresztül, míg a kereskedelmi láncok pedig egyre nagyobb ütemben jelentek meg.

A kistermelők gyakran kerülnek ún. rendszer-idegen státuszba, ami azt jelenti, hogy nem rendelkeznek a nagyobb láncok üzletpolitikájának teljes körű ismeretével. Mindez természetesen hátrányt jelent versenyszámukra. Erre a versenyhátrányra válaszul az alábbi lehetséges sikertényezőket emelnénk ki:

- ún. „részi termékek” termelése (pl. zeller, petrezselyem, kapor),
- személyes adottságok: képzettség, dinamikus, kiváló gyakorlati érzék, innovatív szemléletmód,
- az ad-hoc jellegű értékesítést felváltja a láncokkal történő kapcsolat-kialakítás,
- a megbízhatóságon és tisztességes üzleti magatartáson nyugvó üzleti filozófia,
- a láncok igényeihez való folyamatos alkalmazkodás,
- az egymással történő együttműködés, közös támogatások felkutatása,



- az éghajlatváltozáshoz legjobban alkalmazkodni képes termékek termesztése,
- logisztikai együttműködések, partnerkapcsolatok kialakítása.

A fentiek alapján megállapítható, hogy a logisztikának és távolságnak meghatározó szerepük van, hiszen minél messzebből kerülnek beszerzésre az egyes termékek, az természetesen költségnövekedést vonz maga után: hiszen lényegesen magasabb arányú járulékos költséggel kell számolni, továbbá számításba kell venni azt is, hogy amíg az adott termék megérkezik a végső rendeltetési helyére, jelentős környezetterhelést is okoz (szállítás környezetszennyező hatása). Azon termékek, amelyek előállítás helyüktől a végső felhasználási helyükig óriási távolságokat járnak be, természetesen speciális kezeléseket igényelnek (csomagolás, minőség megőrzés, hűtés stb.), amelyek jelentős költségnövelő és környezetterhelő hatásuk összeadódnak és beépülnek az árakba. A REL-ek széles körű alkalmazása ezen fenti problémákra jelenthet alternatív megoldást. A rövid ellátási láncok széleskörű alkalmazásával a kiváló minőségű, helyi alapanyagok felhasználásával készült termékek, környezetkímélő módon jutnak el közvetlenül a fogyasztókhoz. A rövid ellátási láncoknak köszönhetően az értékesítésből származó bevétel helyben hasznosul, így az elősegíti a vidéki munkahelyteremtést. Továbbá arra lenne szükség, hogy a kistermelők ne saját maguk szervezetlenül gazdálkodjanak, hanem kapcsolódjanak valamelyik környékbeli termelői integráló szervezetbe.

## 2. Anyag és módszer

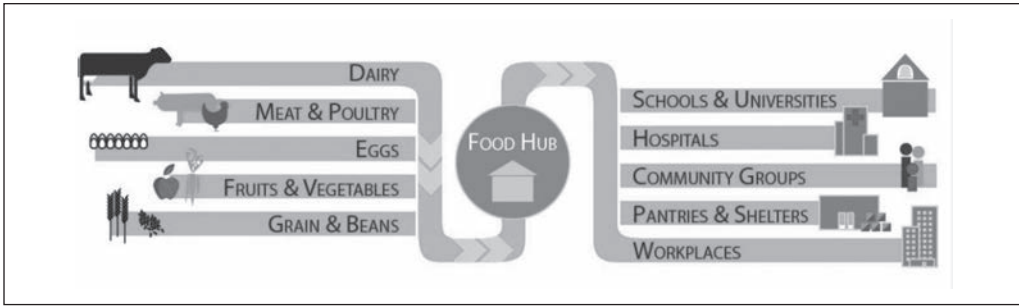
A helyi termékek és rövid ellátási láncok témakörét feldolgozó tanulmány megírása során fontosnak tartottuk, hogy a magyarországi rendszer kidolgozására, valamint a meglévő kezdeményezések kiszélesítésére történő javaslatok megfogalmazása előtt, vizsgáljunk meg néhány, külföldön már jól

bevált, évek óta működő, best practice-ként is értelmezhető rendszert. Ennek alapját a rövid ellátási láncok szakirodalmának kritikai feldolgozása jelentette, amely alapját hazai és nemzetközi szakirodalmak jelentették. Ezen túlmenően elsősorban a kulturális alapokon nyugvó megközelítés miatt osztrák példák feldolgozása történt meg kutatásunk során. A következő részben azok a legfontosabb gyakorlati tapasztalatok kerülnek összefoglalásra, melyekre való összpontosítás segítséget jelenthet a hazai rendszer kiépítésének megalapozásában. Továbbá jelenleg folyamatban van egy kérdőíves felmérés, amelyet elsősorban a vidéki termelők körében kívánunk alkalmazni. A kérdőíves felmérésünk célja, hogy a kapott válaszok segítségével megvizsgáljuk, hogy mely tényezők és hogyan hatnak a rövid ellátási láncokban részt vevő, elsősorban különböző piactípusokon értékesítő termelők döntéseire. Fel szeretnénk továbbá mérni azon problémaköröket, amelyekkel a termelők nap, mint nap találkozhatnak, és amelyek fejlődésük gátját jelentik. Így jelen tanulmányunk megalapozza a következő, már konkrét eredményeket tartalmazó szakmai írásunkat. Cikkünk tehát, egy jelenleg még zajló kutatást előlegez meg és reménybeli várható eredményeket vetít előre.

## 3. Eredmények és értékelésük - Rövid ellátási lánc szerepe

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

Kujáni (2015) előadásában az alábbi ábrát alkalmazta, amely rendkívül jól összefoglalja a rövid ellátási láncok, helyi termékek és a logisztikai rendszerek egymásra gyakorolt



Forrás: Kujáni, 2015. Földművelésügyi Minisztérium

hatásmechanizmusát. Az alábbi ábra közép-pontjába egy ún. Food Hub központ szerepel, amely a keresleti és a kínálati oldal közötti kapcsolódási pontot hivatott megtalálni. Jól látszik az ábrából is, hogy ezen rendszer középpontjában egy logisztikai központ funkciót betöltő elem található, ahol a termelők tudnák elhelyezni előállított termékeiket, és ahonnan a felhasználók, végső fogyasztók számára ezen termékek közvetlenül elérhetővé válnának.

A rövid élelmiszer-ellátási lánc alkalmazása által biztosítható, hogy

- kiváló minőségű, helyi termékek kerülnek a végső fogyasztókhoz.

- Mindezen felül fontos megjegyezni, hogy jelentősen képes elősegíteni a munkahelyteremtést a vidéki térségekben, vagyis kiszélesíti a helyi munkavállalási lehetőségeket a lakóhelyhez közeli, az idősebb generációtól átvett helyi tudást kamatoztató, társadalmilag hasznos munkát biztosít az alacsonyabb iskolai végzettségűek számára is. Azáltal, hogy hozzájárul a helyi munkahelyteremtéshez, bővíti a jövedelmet és csökkenti a szociális támogatási igényt vidéken.

- A rövid ellátási láncok működésének térnyerése természetesen a környezetvédelemhez is nagymértékben hozzájárulna, hiszen túl azon, hogy az élelmiszerpazarlást is enyhítené (Beke, 2010), a helyben történő értékesítés lényegesen kevesebb károsanyag-kibocsátással jár együtt (a kisebb közlekedési

távolságok miatt), így a levegő szennyezettsége mellett a vidéki úthálózatok igénybevétele is mérséklődik.

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

- A rövid ellátási láncok ösztönzésének fokozása mellett szól továbbá, hogy nemcsak javítja az élelmiszerláncsal szembeni bizalmat, hanem hozzájárul a helyi gazdaság és közösségek felélénküléséhez, azáltal, hogy



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

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

- A fentieket átgondolva kijelenthetjük, hogy a törekvés szinkronban van az EU Közös Agrárpolitikájával, annak célkitűzéseivel (Tóth et.al.,2017a,b).

Ahhoz azonban, hogy a rövid ellátási láncok hatékonyan legyenek képesek működni, és az általuk realizálható előnyök érzékelhetőek legyenek, változások eszközölésre van szükség. A termelők részéről fontos, hogy a mezőgazdasági szaktudásuk, valamint gyakorlati tapasztalatuk mellett képezzék tovább magukat: fontossá válik, hogy ezen gazdasági szereplők képesek legyenek termékük népszerűsítésére, melyhez elengedhetlenné válik a minimális szintű marketing és üzleti ismeretek birtokolása. Ezeket az ismereteket azonban már nem csupán a hagyományos értékesítési csatornákon szükséges alkalmaz-

ni, hanem sokkal inkább a digitális tér adta alternatív csatornákon keresztül.

A fent részletesen bemutatott modellek külföldön már hosszabb ideje eredményesen működnek. Talán az egyik legutadatosabb ország e tekintetben Ausztria, ahol már jól kidolgozott rendszerszintű mechanizmus működik. A legtöbb helyen már egy weboldal segítségével lehet jó minőségű termékeket beszerezni közvetlenül a termelőtől. Ez a weboldalon való regisztráció lehetőséget biztosít a termelőknek a pontos árualap megjelölésére, a különböző szállítási-, termékátvétési lehetőségek feltüntetésére, valamint egy személyes bemutatkozásra is. Az osztrákok ma teljes körűen kihasználják a digitalizáció nyújtotta lehetőségeket. Míg korábban az volt a jellemző Ausztriában, hogy a különféle termékeket piacokon, vásárokon kínálták a termelők a fogyasztóknak, ma már sokkal inkább az online platformokon történő értékesítés a meghatározó. A legtöbb ilyen östermelő elsőként egy mintabolt megnyitásával biztosított a a fogyasztóknak, hogy elérhetővé váljanak az egészséges, mindenkor friss termékek. Majd a fogyasztók tudatos és visszatérő vásárlókká való formálását követően az online üzleti modell vette át a szerepet. Mindez annyit jelent, hogy a nyújtott szolgáltatással, és termékekkel elégedett vásárlók már nem keresik fel a mintaboltot, hanem online kosaruk megtöltésével szerzik be a szükséges árukat, melyeket egy meghatározott távolságon belül a termelő házhoz is szállít. A házhoz szállítás másik tipikus példája a mozgóbolt üzemeltetése.

A családi gazdálkodók mindezt fejlesztették tovább, és online platformon keresztül értékesítik termékeik jelentős részét. A nyújtott termékeiket termékenként, valamint termék-kosaranként is felkínálják a vásárlók számára. Mindezt annyit jelent, hogy a fogyasztó megvásárolhat például két kilogramm almát, de ugyanakkor olyan kosarak közül is választhat, mint a



- vasárnapi tyúkhúsleves menü,
- fitness gyümölcskosár
- fitness zöldségkosár stb.

A családi gazdálkodók tehát alapos kutatást végeztek fogyasztóik körében. Különbőféle marketing eszközökkel vizsgálták a fogyasztói és vásárlói szokásokat, majd ezeket elemezve különböző tartalmú kosarakat alkottak meg. Mindezt a fogyasztók nagy örömmel fogadták, hiszen ezen a területen is időt tudnak megtakarítani, mivel nem egyesével kell összeválogatni a termékeket, hanem már előre összeállított termékkosarakat tudnak kiválasztani és megrendelni.

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

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

Érdeemes azonban részletesen is megnézni, hogy hogyan juthat el a termék a végső fogyasztóhoz (Tóth et al., 2017b).

I. Az egyik legkiforrottabb lehetőség közé a **termelői piacokat** sorolhatjuk (Major et al., 2013). A helyi piacokon közvetlenül a termelőtől vásárolhatják meg a végső felhasználó-

lók a termékeket. A piac közgazdaságtani definíciója már tartalmazza a termelői piac talán egyik legfontosabb társadalmi szerepét, hiszen a definíció szerint a piacot, mint találkozó (a kereslet és a kínálat) helyként szükséges értelmezni. Vagyis az a hely, ahol a vevő közvetlenül találkozik az eladóval (Kotler et al., 2006) aki igazolja és biztosítja az eladásra felkínált termék származását, természetének teljes folyamatát. Kijelenthető, hogy a helyi, vidéki és városi közösségek életében egyaránt kiemelkedően fontos szereppel rendelkeznek a termelői piacok. A személyes kapcsolat biztonságot, megbízhatóságot és minőséget jelent a vásárlók számára. Amennyiben a termelőket és fogyasztókat úgymond országos léptékben sikerül közelebb hozni egymáshoz, kikapcsolva, illetve minimalizálva a kereskedelem lefőlöző hasznát – amely részben jogos, de nagyobb részben a helyzeti előnnyel való visszaélésből adódik – mindkét fél, a termelő és a fogyasztó is jól járnak.

II. A termelői piacokon túl fontos szerepet játszanak a **helyi élelmiszerboltok**, amelyek általában sokkal többet jelentenek egy „egyszerű” boltnál, hiszen általában találkozóhelyként, információs pontként is szolgálhat. A helyi élelmiszerboltok pedig megteremtik az alapot az online felületen történő vásárláshoz (lásd: osztrák példa).

III. Érdeemes kiemelni a dobozrendszer elvén működő megoldási lehetőséget is. Ennek lényege, hogy a fogyasztónak lehetősége van megrendelni a termékeket, melyeket egy meghatározott „ponton” (gyűjtőponton) lehet átvenni. Ez a megoldás Ausztriában és Franciaországban alakult ki, azonban mára már nem jellemző kényelmi okok miatt.

#### 4. Következtetések és javaslatok

A REL alkalmazásának egyik legnagyobb előnye, hogy a végső fogyasztó és a termelő többnyire közvetlenül – vagy egy közösségen keresztül –, személyesen ismerik egymást, és





a létrejött kapcsolati rendszer egyik leg meghatározóbb alkotóeleme a kölcsönös bizalom. A bizalmon nyugvó e fajta együttműködés biztosítja mindkét fél részére a haszonmaximalizálást:

- A fogyasztó a minőségi élelmiszerért cserébe hajlandó magasabb árat fizetni,
- a termelő pedig az árújára így biztosan talál felvevő piacot.

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

A fentiekben bemutatott újszerű együttműködés a REL keretein belül lehetővé teszi:

- erőforrások megosztását: eszközök, feldolgozó kapacitás, logisztika a költségek csökkentése érdekében. Tudásmegosztás pl.: kompetenciák fejlesztése, humánkapacitás növelése.
- a termékalap növelését: nagyobb mennyiséget igénylő fogyasztók kiszolgálása pl.: köztételezés
- fenntartási költségek megosztását
- érdekképviselet erősítését
- verseny csökkentését: pl: sok szervezetlen REL csoport között egy régió belül
- kölcsönös támogatást: elszigeteltség csökkentése a kistermelők esetében, fiatal gazdák belépésének megkönnyítése
- egészségtudatos táplálkozási igény fokozását,
- társadalmi bizalom erősítését.

A helyi termékek értékesítésére kialakítandó fórumok legfőbb célja a helyi termékek és értékek fogyasztókkal történő megismertetése és értékesítése a helyi és környező települések lakosság körében (Forgács, 2008). A különböző értékesítési fórumokon megtalálhatóak a helyben termelt, friss, ismert eredetű és mindig kiváló minőségű élelmiszerek, zöldségek, gyümölcsök. Azonban nem kizárólag alapvető élelmiszerek értékesítésére nyílik így lehetőség, hanem már feldolgozott termékek-

re is. Ezen fórumok erősítésére szükség van hazánkban is, hiszen így lehetőség nyílna a fogyasztók egészségre való nevelésére és a helyi piaci társadalómépítő, illetve környezetvédő hatásainak kiszélesítésére egyaránt.

A hazánkban történő REL-rendszerek kialakításához jogszabályi változtatásokra van szükség. A különböző kormányzati szinteken meghozott döntésekhez és a gazdálkodáshoz szükséges információk jelentős része pénzben fejeződik ki (Sisa-Szijártó, 2015,2016). Mindez azt jelenti, hogy a rendszer kialakításához legfelső szinten szükséges pénzügyi forrást biztosítani. Amennyiben ez kezdetét veszi, lehetőség nyílik a helyi termékek rendszerének kibővítésére.

## Irodalomjegyzék

- Balazs, B. (2011):** Kooperatív kutatás a hazai alternatív élelmiszer-hálózatok elősegítésére, in: Pataki, G., Vari, A. (Eds.), Részvétel - akció - kutatás. Magyarországi tapasztalatok a részvételi ,akció- és kooperatív kutatásokból. MTA Szociológiai Kutatóintézet, Budapest, pp. 140-162.
- Beke J. és Forgács A. (2010):** A modern mezőgazdaság teljesítményének mérhetőségéről – komparatív szektorelemzés. Budapest. Proceedings of Budapest Business School. pp. 89-101
- Bertazzoli A. et al. (2010):** Short supply chain: analysis of the competitiveness of organic horticultural farmers at italian regional level. In: 118th EAAE Seminar „Rural development: governance, policy design and delivery”. Ljubljana, 25-27 August 2010., pp. 771-783.
- Biró Sz. – Székely E. (szerk.) (2012):** A mezőgazdasági foglalkoztatás bővítésének lehetőségei vidéki térségeinkben. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest
- Csíkné M. É. és Lehota J. (2013):** Mezőgazdasági termelők értékesítési csatornaválasztási döntéseinek vizsgálata, kü-



- lönös tekintettel a közvetlen értékesítésre. *Gazdálkodás*, 5. (4) pp. 36-53.
- Farnsworth, R.L., Thompson, S.R., Drury, K.A., Warner, R.E. (1996):** Community supported agriculture: filling a niche market. *Journal of food distribution research* 27, 90-98.
- Fehér I. (2010):** A helyi termékek szerepe a vidéki turizmusban, egyetemi tanár, Szent István Egyetem, egyetemi előadás
- Forgács Cs. (2008):** Csak azért mert kicsi, még hasznos a társadalomnak. *A Falu*. XXIII. évf. 1. szám, pp. 17-39.
- G. Fekete É. (2009):** Helyi termékek előállítás és értékesítése a Zala Termálvölgyében, Kutatási zárótanulmány, Zala Termálvölgye Egyesület, [http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi\\_termek\\_tanulmany\\_zalatermalvolgye\\_0.pdf](http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf) (Letöltve: 2017. március 09. 11 óra 50 perc)
- Harangi Rákos Mónika– Szabó Gábor – Popp József (2013):** Az egyéni és társas gazdaságok gazdasági szerepének főbb jellemzői a magyar mezőgazdaságban, *GAZDÁLKODÁS* x 57. ÉVFOLYAM x 6. SZÁM
- Homans, G.C. (1961):** *Social Behaviours: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt Brace Jovanovich
- Ilbery, B., Maye, D. (2006):** Retailing local food in the Scottish–English borders: A supply chain perspective. *Geoforum* 37, 352-367.
- Juhász A. et al. (2012):** A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában; Élet a modern kiskereskedelmi csatornákon kívül? Budapest: Agrárgazdasági Kutató Intézet. 120 p.
- Karmazin Gy. (2014):** Készletek és termékciklusok hatása a vállalatok versenyképességére. In: Szabó-Kocsis J. (főszerk.): *Transpack*, XIII. évfolyam, 1. szám, 2014. január, 46. oldal
- Karmazin Gy. (2016):** A logisztikai szolgáltatók stratégiai sikertényezői, Akadémiai Kiadó, Budapest
- Kujáni K. (2015):** Hogyan működik a rövid ellátási lánc Magyarországon? Kistermelői élelmiszerek útja a fogyasztókhöz. Hogyan működik a rövid ellátási lánc? *Földművelésügyi Minisztérium*, <https://smbleader.hu/images/cikkek/2014-2020/FM%20KujaniKatalin%20-%20Hogyan%20mukodik%20a%20REL%20Mo-n%20-%202015Jul27.pdf> (Letöltve: 2017. március 12. 9 óra 51 perc)
- Major Á. - Kujáni K. –Szabadkai A. (2013):** Termelői boltok, non-profit gazdasági társaságok, bevásárló közösségek (doboz rendszerek) kialakításának jogi feltételeinek megteremtése [http://www.kisleptek.hu/doboz\\_rendszerek\\_jogi\\_feltetelei/](http://www.kisleptek.hu/doboz_rendszerek_jogi_feltetelei/), Letöltés dátuma: 2016. december 20. 8 óra 57 perc
- Philip Kotler, John T. Bowen, James C. Makens (2006):** *Marketing for Hospitality and Tourism*, 4. kiadás, Pearson Education Ltd., New Jersey
- Sisa K., Szijártó B. (2016):** Az önköltségszámítás mint hatékony vezetéstámogató eszköz a költségvetési szektorban *TAYLOR: GAZDÁLKODÁS- ÉS SZERVEZÉSTUDOMÁNYI FOLYÓIRAT: A VIRTUÁLIS INTÉZET KÖZÉP-EURÓPA KUTATÁSÁRA KÖZLEMÉNYEI* 2016/1.:(22) pp. 29-36.
- Sisa K., Szijártó B. (2015):** Az önköltségszámítás felértékelődő szerepe a költségvetési szektor belső kontroll mechanizmusának folyamatában, *CONTROLLER INFO* 3:(3) pp. 52-56.
- Szeghegyi Á. - Reicher R. (2015):** Factors Affecting the Selection and Implementation of a Customer Relationship Management (CRM) Process *ACTA POLYTECHNICA HUNGARICA* 12:(4) pp. 183-200.
- Székely Rita (2014):** A rövid ellátási láncok, *Élelmezés*, pp. 17-19.
- Tóth Róbert, Mester Éva, Túróczi Imre, Kozma Tímea (2017,a):** A rövid ellátási lánc, valamint a helyi termékek szerepe a vidéki gazdaság erősítésében, *A FALU* XXXIII:(2) pp. 33-41.



- Tóth Róbert, Mester Éva, Kozma Tímea (2017,b):** GAZDASÁGÉLÉNKÍTÉS A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCOK TÜKRÉBEN, In: Bene Szabolcs (szerk.)XXIII. Ifjúsági Tudományos Fórum. Konferencia helye, ideje: Keszthely, Magyarország, 2017.05.26 Keszthely: Pannon Egyetem Georgikon Kar, 2017. p. p. 8 p.
- Túróczy I. (2008):** „Gondolkodj globálisan, cselekedj lokálisan”: A vidékfejlesztés „csodafegyvere” lehet-e a LEADER program? In: Pulay Gyula (szerk.) Globális lendkerekek: Gazdasági-pénzügyi tanulmányok Báger Gusztáv 70. születésnapjára. 292 p. Budapest; Szombathely: Tiszatáj Alapítvány, 2008. pp. 201-221.
- Túróczy I. (2016):** Innováció és vidékfejlesztés, In: Takácsné György Katalin (szerk.) Innovációs kihívások és lehetőségek 2014-2020 között: XV. Nemzetközi Tudományos Napok. 1704 p. Konferencia helye, ideje: Gyöngyös, Magyarország, 2016. 03. 30-2016. 03. 31. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, 2016. pp.
- Vörös M. (2013):** Termelői piac. Projekt közreműködés gyorsíthatja a városi piacfejlesztést. A városi piaci beruházás helyzetéről, várható előrehaladásáról és kilátásairól Dr. Vörös Mihály projektvezetőt kérdeztük. Fóti Hírnök 3. évfolyam 3. szám. 2013.március. pp. 10-11.



# A stratégiaalkotás folyamata az agrárvállalkozásokban

Szentesi Ibolya

A stratégia kulcsfontosságú lenne minden vállalkozás működésében manapság. Magyarországon is egyre több vezető ismeri fel, hogy nélkülözhetetlen a szervezet életében. Sokan azonban még mindig maximum az úgynevezett informális stratégiát alkalmazzák. Jelen tanulmányomban egy integrátorként működő vállalkozás helyzetének megismerésével, stratégiai csoportba sorolásával foglalkozom. A legvégén pedig javaslok számára egy stratégiát a jelenlegi nehéz helyzetéből való kilábalásra.

## I. Bevezetés

Alapvetően kijelenthetjük, hogy minden gazdálkodó egység ugyanazt csinálja, vagyis: ötletekből, részegységekből, alapanyagokból, információból, pénzügyi erőforrásokból, a humán tőke közreműködésével értéket teremt, termék, vagy szolgáltatás formájában a végső fogyasztó számára. Azonban abban lényeges különbség van, hogy melyik szervezet mindent hogyan valósítja meg (Tóth et.all., 2016; Kozma et.all,2016). A termelő vállalatoknak napjainkban rendkívül céltudatosan és rugalmasan kell a környezet által támasztott kihívásokra reagálniuk, annak érdekében, hogy a végső fogyasztó egyre komplexebb és magasabb minőségű igényeinek képesek

legyenek megfelelni (Tóth -Karmazin,2016). Ezek alapján kijelenthető, hogy a tervezés és így a jövőkép megalkotása, a követendő stratégia meghatározása a vállalkozások hosszú távú működésének alapját szolgálja. A 21. században, az egyre inkább fokozódó piaci verseny, a globalizáció, valamint a hálózatokká fonódott kapcsolatrendszerek miatt napjainkra nélkülözhetetlenné vált a vállalatok egyedileg is megfogalmazott jövőorientált-sága, az előrelátó, távlatos stratégiaalkotás (Tóth-Mester-Túróczi,2017).

Érdekes lehet annak vizsgálata, hogy mi is a stratégiai tervezés, s mely tényezők annak összetevői, hiszen sokan végeznek tervezési munkát és a módszertani elemek közötti eligazodás sokszor problémát okozhat.

A szakirodalom szerint a stratégiai terv elkészítése egy meghatározott cél elérése érdekében folytatott összetett folyamat. A gyakorlatban a tervezés az a munkafolyamat, amelyben a vállalkozás meghatározza célkitűzéseit, az azok eléréséhez szükséges eszközök rendszerét és megteremti azok összhangját. A tervezéssel szemben több igényt támasztunk, legyen a terv reális, ne legyen sem laza sem túlfeszített és a szakterületek vezetői azt fogadják el és tekintsék megvalósíthatónak. Ezeknek az elvárásoknak történő megfelelés természetesen a hosszú



távú elképzelések kialakítása során még nehezebb. Több kérdés merül fel, ezek közül a legfontosabbak: mi lehet a reális cél az adott körülmények között, annak elérése érdekében milyen módszert kell alkalmaznunk –offenzív, adaptáló stb. - milyen eszközökkel biztosítható a cél elérése, milyen forrásból tudjuk a feltételeket megteremteni stb.

Felmerül a kérdés, a gyakran változó feltételek mellett lehet-e egyáltalán hosszú távú tervet készíteni?

A válasz egyszerű, természetesen lehet és kell is ezen munkálkodni, de a környezeti változások hatásait figyelembe kell vennünk és biztosítani kell a rugalmas változások lehetőségét. Tanulmányomban egy integrátorként működő szervezet stratégiájának kialakítását kísérem figyelemmel.

Módszertanként először irodalom feldolgozást alkalmazok, majd a kiválasztott vállalkozást próbálok megismerni vagyoni, pénzügyi és jövedelmi helyzetén, valamint tevékenységén keresztül. A megismerés után pedig egy összehasonlítást végzek a fontosabb versenytársakkal a tevékenység, és a jövedelmi helyzet alapján. A környezetelemzésben főleg a szűkebb, ún. versenykörnyezetre térek ki, majd egy stratégiai javaslatot adok a kialakult problémának a megoldására.

## II. Stratégia történeti fejlődése, stratégiai szemlélet

A stratégia a stratos görög eredetű szóból származik, melynek jelentése hadsereg. A stratégia a hadvezetés, a hadászat művészetét jelenti. "A stratégiák pedig a hadsereg, vagy seregrészek vezetői voltak." A stratégia fogalmát az ókori görögök már i.e. 400 körül használták. Az ókori kínai birodalomban jelent meg az első írott stratégiai elmélet i.e. 300 körül, melynek szerzője Szun-Ce generális volt.

A stratégiával szoros kapcsolatban van a taktika, amely szintén katonai eredetű fo-

galom és a stratégia végrehajtásának eszköze. Időben összehasonlítva a két fogalmat: a stratégia hosszabb időszakra, míg a taktika rövidebb időszakra vonatkozik.

A stratégia fogalmának és megközelítési módjának nagyon gazdag a szakirodalma, sokfajta nézet alakult ki, de az írás terjedelmi keretei nem teszi lehetővé leírását, felsorolását. Egyesek a kialakításának lehetséges módjai szerint, mások tartalma szerint próbálták azt meghatározni. Mintzberg szerzőtársaival egy összefoglaló munkájában a stratégia alkotás különböző közelítésmódjait iskolákba írta le. A 10 iskolát két nagy csoportra osztották: az ún. előíró csoport és az ún. leíró iskola. Az előíró iskola szerint a stratégiai csak tudatos szellemi tevékenység eredményeként jöhet létre. A leíró iskola viszont azt hangoztatja, hogy a stratégia inkább kialakul, mintsem kialakítják. Ez utóbbi iskola híve szerint a vezetők a bevált elemzési módszerek mellett a megérzéseiket is felhasználják döntéseikben.

A stratégia az üzleti életben a második világháború után nyert létjogosultságot. A 70-es évekre pedig beépült a vállalkozások fogalomtárába. „A vállalati stratégia arra ad választ, hogyan valósítsa meg alapvető célját a vállalat.” Barakonyi így ír a stratégiáról: „A stratégia a követendő út a misszió, a vízió és a célok elérése érdekében. Tartalmazza a teendőket, azokat a stratégiai döntéseket, amelyek az adott szintű sikerhez vezetnek.”

A vállalati stratégia kialakítását, tervezését a stratégiaalkotás jelenti, melynek során különféle alternatívákat dolgoznak ki. Az alternatívák között pedig stratégiai döntéssel lehet választani. „A tervezés a stratégiaalkotás eszköze: a környezeti mozgásokra keres feleletet döntéseivel, a vállalati stratégia megalkotásával, ami célok, stratégiák, akciók kiválasztását jelenti és meghatározza a környezeti kihívásokra adott válaszokat.”

A környezet a tágabb, nem csak piaci környezetet jelenti. Beletartozik a jogi, a politikai, a társadalmi, a gazdasági, a technológiai, a





természeti környezet is. A tervezés közép-pontjában tehát a környezethez való alkalmazkodás áll.

A stratégiát több szinten lehet értelmezni, így a tervezés is több szinten lehetséges egy szervezeten belül:

- Szervezeti(vállalati) stratégiák
- Üzleti stratégiák (SBU – stratégiai üzleti egység)
- Funkcionális stratégiák

A szervezeti stratégiái az egész vállalkozásra vonatkoztatva tartalmazza a jövőképet, a legfontosabb célokat. Az üzletági stratégiák adott üzletágra vonatkozó átfogó terv. A funkcionális stratégiák a vállalkozás funkcionális területeinek (pl.: Marketing, Kutatás és fejlesztés, Pénzügyek, Humán erőforrás, stb.) elérendő céljait és az eléréshez szükséges akcióterveket tartalmazza. A fenti három szintet kiegészíti a tervezés nemzetközi szintje, ha a vállalkozás nemzetközi kapcsolatokkal is rendelkezik.

A stratégia megközelítése is több féle módon történhet:

- Vállalkozói megközelítés
- Adaptív megközelítés
- Tervezői megközelítés

„Az egyes megközelítések között az alapvető különbség, hogy a vállalatot irányítani kívánó döntéshozók hogyan látják a környezet jellemzőit, illetve a vállalat ezekhez való viszonyát.” A környezet mellett a szervezet felépítése és mérete is meghatározó.

A tervezés, azaz a stratégiaalkotás módjában az elmúlt évtizedekben sokat fejlődött. A változás követte a környezetben végbemenő változásokat. Barakonyi két alapvető formáját különbözteti meg, az informális és formális tervezést. Szerinte a tervezési funkció informálisan a vállalkozások első megjelenése óta jelen van. Az informális tervezés az ember tudatában létezik, papíron nem jelenik meg. Ezzel szemben a formális tervezés, mint írta „láthatóan is megmutatkozik”, a terv írásban

is megjelenik, és „valóságos és szabályos”. A formális tervezés, időrendben lehet:

- Pénzügyi tervezés: pénzügyi mutatók.
- Hosszú távú tervezés: termelési terv, marketing- és pénzügyi terv.
- Stratégiai tervezés: Design School modell (SWOT modell), Ansoff modell, Steiner modell, Peter Lorange modellje
- Stratégiai menedzsment: Rue-Holland modell, Thompson-modell, Hax és Majluf modell

A környezet egyre gyorsabb és radikálisabb változása, a technológia fejlődése miatt manapság a stratégiai menedzsment nyújt szűkebb vagy tágabb keretet a vállalat stratégiai tervezéséhez. Chikán (2008) a stratégiai menedzsmentet dinamikus fogalomként értelmezi, „melynek során a vállalat folyamatosan újra értékeli a helyzetét és a jövőre vonatkozó várakozásait, ennek alapján megformálja stratégiáját, s gondoskodik az abban megfogalmazott cselekvési tervek megvalósításáról.”

Hax és Majluf modelljében rendszerszemléletű megközelítést alkalmaznak és a stratégiai menedzsment, mint rendszert három alappillérből építik fel: adminisztratív rendszerek, szervezeti struktúra és vállalati kultúra.

### III. Vállalkozási stratégia, a tervezés

A vállalati tervezés folyamatánál a következő elemeket különböztethetők meg: célok kitűzése (a vállalkozás jövőképeinek megfogalmazása), vállalkozás környezetelemzése, stratégia készítése, operatív tervezés, megfigyelő rendszer kialakítása, ösztönző rendszer. A célok azzal a kérdéssel foglalkoznak, hogy hová akar eljutni, milyen irányba haladjon a vállalkozás.

A célok különböző szinteken fogalmazódnak meg. Kiindulva a vállalkozás missziójából, filozófiájából.

A célok megfogalmazása szorosan összefügg a környezet elemzésével. Barakonyi sze-



1. ábra

### Célhierarchia

Forrás: Dr. Illés B. Csaba (szerkesztő): *Vállalatgazdaságtan*. Gödöllő 2002., 19. oldal

rint a stratégiának a mindenkori környezeti kihívásoknak meg kell felelnie. A megfelelő stratégia kialakításához tehát szükséges a vállalkozás környezetének ismerete. „A vállalkozás környezetét makro- vagy általános és mikro- vagy piaci/versenykörnyezetre szokták bontani.” Csath Magdolna értelmezésében az egyes területek az alábbiakat takarják:

Általános környezeti feltételek:

PESTEL-elemzés: politikai tényezők, gazdasági trendek, társadalmi tényezők, technikai környezet, természeti környezet, jogi feltétel rendszer. Balatoni-Tari a külső környezet elemzéshez kapcsolja Porter gyémánt modelljét.

### *A vállalkozás versenyhelyzete:*

Porter 5 versenyelőny modellje: fogyasztók (vevők), beszállítók, helyettesítő termékek (szolgáltatások), új belépők, iparágon belüli verseny. A vállalkozás mikrokörnyezetének elemzésére használhatjuk még a portfólió-módszereket (BCG, McKinsey-GE mátrix), az életgörbe modelleket (termék életgörbe). A mikrokörnyezet elemzése során elvégezhetjük a versenytárs értékelést és vállalkozás sikertényezőinek azonosítását is.

A környezet elemzéshez tartozik a *vállalati belső adottságok* elemzés is, amely a vállalkozások szellemi és anyagi erőforrásaira össz-

pontosít. Az elemzési módszer a 80-as és 90-es években bekövetkezett szemléletváltozásnak köszönhető, mely a stratégiaalkotás folyamatát modellezve elsődlegesen a szervezet rendelkezésére álló erőforrásainak színvonalából indul ki. Balaton-Tari írja, hogy a vállalatok egyedi erőforrásokkal és képességekkel rendelkeznek, s ezek nehezen transzferálhatók. Így a vállalatok a belső erőforrásaikra, képességeikre építő lehetőségeket keresik, és az alapvető képességeik alapján dolgozzák ki stratégiájukat, melynek célja a hosszútávon fenntartható versenyelőny kialakítása.”

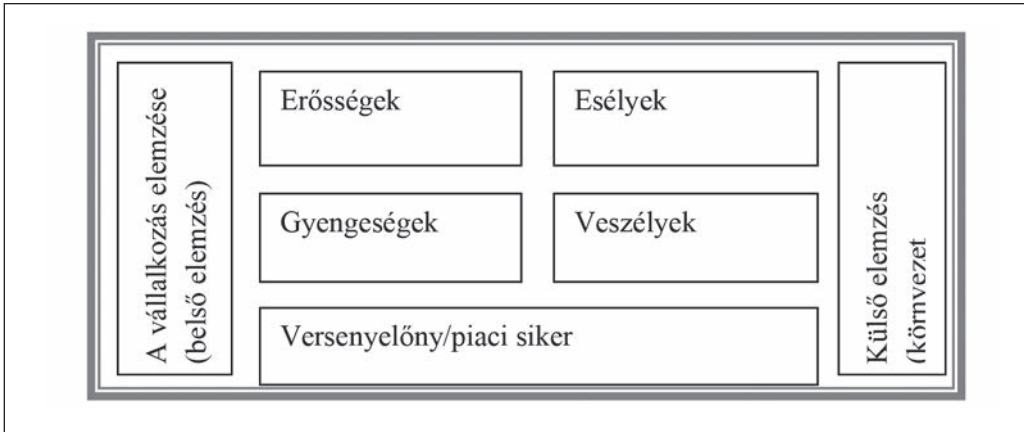
A külső és belső tényezők együttes értékelésére – a *vállalati képességek* meghatározása - alkalmas módszer a SWOT-elemzés. A SWOT elemzés a stratégia megválasztás alapját alkotja. Chikán szerint ez az elemzés a vállalati stratégia elemzésnek a záróakkordja.

SWOT elemzés területei: erősségek (Strengths), gyengeségek (Weaknesses), lehetőségek (Opportunities), veszélyek (Threats). A továbbiakban csak a SWOT elemzés folyamatával és alkalmazhatóságával foglalkozunk, mivel a téma feldolgozása során nagyrészt azt használjuk. A többi környezet-elemzési módszert a SWOT kiegészítéseként alkalmazzuk.

Az elemzés elvégzésével stratégiai támpontokat ismerhetünk fel az oldalak kombinációja révén. Például: Miként tudjuk kihasználni az esélyeinket az erősségeink révén? Megfelelő-e a jelenlegi stratégia, hogy jól tudunk reagálni a várható változásokra? Mit tudunk jobban, mint a versenytársaink? stb. A SWOT-elemzés lehetővé teszi azt is, hogy az ágazat más vállalkozásaihoz pozícionálja magát.

A vállalkozás helyzetének értékelése az egész vállalati szinten kívül vonatkozhat SBU-ra, vagy kár egy termékre is. Ilyen elemzési módszer például a BCG mátrix, GE mátrix, PIMS-modell, termék életgörbe.

A SWOT-elemzés elvégzéséhez szükséges információkat sok forrásból lehet összegyűjteni. A belső források például a számvitel, a



2. ábra

### SWOT-mátrix

Forrás: Jens Harmeier: *SWOT-elemzés a gyakorlatban*, RAABE Tanácsadó és Kiadó Kft., Bp. 2008., 6. oldal

költségszámítás, statisztikák, jelentése, beruházás gazdaságossági számítások. A külső források a következők lehetnek: nemzetközi hivatalok közleményei, állami szervek közleményei, statisztikai hivatalok kiadványai, ipari és kereskedelmi kamarák kiadványai, céges kiadványok, szakkönyvek, kézikönyvek, kutatóintézetek jelentései.

Az erősségek és gyengeségek értékelése után kiderülhet, hogy hol van szüksége a vállalkozásnak sürgős intézkedésre, és melyek a különösen erős pontjai.

A belső elemzés után a vállalkozásunk lehetőségeit és a leselkedő veszélyeket kell foglalkozni. Fontos, hogy a vállalkozás felismerje a azokat a lehetőségeit, melyeket ki is tud használni, másrészt pedig azokat a veszélyeket, amelyeket a stratégiai intézkedésekkel el tud kerülni, vagy csökkenteni tudja annak befolyását.

A globális környezet vizsgálatát és prognózist a PEST elemzéssel célszerű elvégezni. Ilyen környezeti tényezők a makrogazdasági, a politikai, ökológiai, technológiai, jogszabályi és társadalmi feltételek. A vállalkozás ún. szűkebb környezetének elemzéséhez tartozik az ágazati elemzés és versenytárselemzés. Az ágazati elemzésre érdemes Porter öt verseny-

erő modelljét használni. A modell részei a 3. számú ábrán látható.

A modell a szállítók és vevők (felvásárlók) alkuerejét, az új belépők és a helyettesítő termékekre fenyegetését, valamint az iparágon belüli versenyt vizsgálja. Az elemzés elvégzésének időpontjában feltárul az, hogy az adott iparág mennyire vonzó, és jövedelmező.

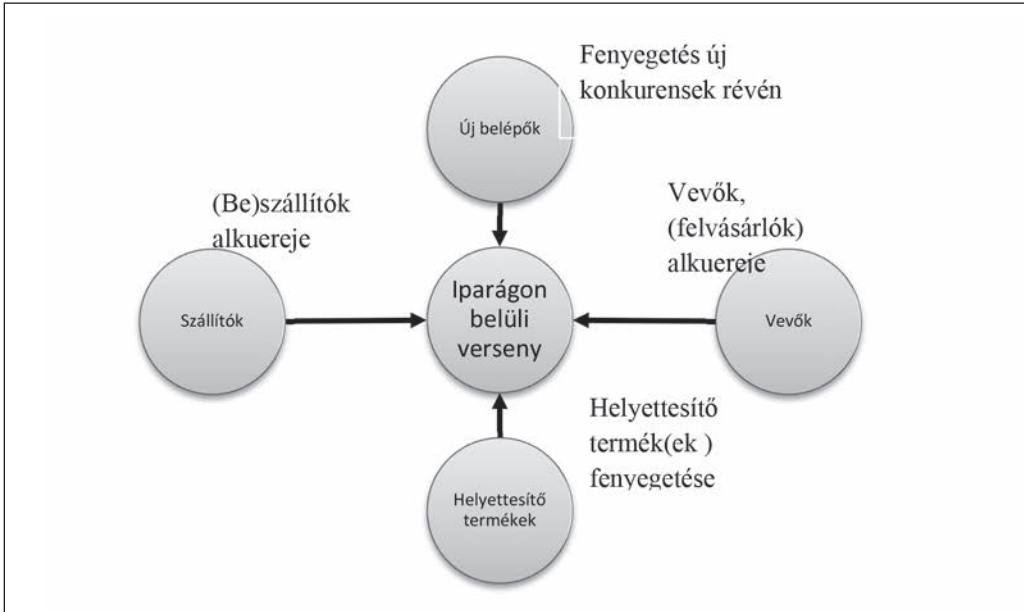
Az ágazat helyzetének megismerése után arra is gondot kell fordítanunk, hogy a vállalkozás piaci szegmensében mi a helyzet.

Tehát a vállalat számára lényeges piac elemzését kell elvégezni. Információkat kell gyűjteni a keresletről és kínálatról, a piaci partnerekről, és a konkurensekről. Ilyen információk lehetnek például a piaci volumen (piaci potenciál), a piaci növekedés, saját piaci részesedés, árak és azok változásai, stb.

*Versenytársak elemzése* során össze kell gyűjteni legfontosabb információkat, és ki kell azokat értékelni a verseny lehetőségére tekintettel. Az elemzésben a piacvezető és kihívó versenytársakat kell figyelembe venni. Az elemzés során olyan kérdéseket kell feltenni, amely meghatározhatja a konkurencia reakcióit a különböző környezeti kihívásokra.

Kérdések például:

- Mennyire elégedett a versenytárs a je-



3. ábra

### Porter öt versenyerő modellje

Forrás: Jens Harmeier: SWOT-elemzés a gyakorlatban. RAABE Tanácsadó és Kiadó Kft., Bp. 2008., 61. oldal

lenlegi helyzetével? (versenytárs jelenlegi stratégiája)

- Előreláthatólag milyen lépéseket fog tenni? (jövőbeli célkitűzések)
- Hol sebezhető a versenytárs? (erősségei, gyengeségei)
- Melyik lesz a versenytárs legnagyobb és legeredményesebb reakciója?

A versenytárs elemzésénél a következő kritériumokat lehet figyelembe venni: versenytársak száma, felismerhető stratégiák, értékesítési területek, vevők összetétele, értékesítési árbevétel, jövedelmezőség, műszaki teljesítőképesség, vezetés minősége, humán-erőforrás, vállalkozás ismertsége, termék/márkák ismertsége.

A SWOT-elemzés „csak” alternatívákat nyújthat a vállalkozásnak a vállalkozás, egy felsorolás a külső veszélyekből, és lehetőségekből valamint a belső erősségekből és gyengeségekből.

A környezet felmérése, vizsgálata után a stratégia megfogalmazása, a lehetséges stratégiai akciók kiválasztása történik, melyek segítségével a megfogalmazott célokat elérheti a vállalkozás, és az elképzelt jövőkép felé tud haladni.

A stratégia kialakításánál érdemes még foglalkozni a szervezet felépítésével, az érdek- és hatalmi viszonyokkal. Balatoni szerint a stratégia követi a struktúrát szemben a Chandler által hangsúlyozott tétellel, miszerint a struktúra követi a stratégiát. Véleménye szerint a stratégiák kialakítása egyúttal politikai folyamat is. „A szervezet tevékenységében érdekelt külső és belső érdekcsoportok a saját törekvéseiknek megfelelő irányban fejtenek ki befolyást a stratégia követendő irányába.”

Búzás – Nemessályi - Székely könyvében összefoglalta a vállalkozások lehetséges stratégiáit és a csoportosításukat. „A stratégiák alapvetően három jellemző: a működési kör, a versenyelőnyök és a szinergia mentén” ala-



**A verseny hatóköre**

széles hatókör  
szűk hatókör

Versenyelőny

Alacsony költség

Megkülönböztetés

Költségvezető	Megkülönböztető
Költség-összpontosító	Megkülönböztető összpontosító

4. ábra

### Porter versenysztratégiái

Forrás: Cliff Bowman: *Stratégiai menedzsment*. 59. oldal

kítják, vagy alakulnak ki. A működési kör változása leggyakrabban a terjeszkedést és a diverzifikációt jelenti. A terjeszkedés a meglévő üzleti területen a termék piaci és földrajzi kiterjesztését vagy a vertikális integráció (a termékpálya kiszélesítése) jelentheti, míg a diverzifikáció új üzleti lehetőségek irányába történhet. A versenyelőnyök stratégiai Porter nevéhez fűződik, aki a következő számú ábrán látható stratégia csoportokat hozta létre.

A szinergia olyan pozitív hatást jelent, melynek eredményeként a tényezők egyszerű összegzésénél nagyobb előnyök keletkeznek. A mezőgazdaságban jó példa erre a különböző ágazatok összekapcsolása, a melléktermékek hasznosítása. Az állattenyésztésben keletkezett szerves trágya a növénytermesztésnél hasznosítható, míg a takarmány az állattenyésztésnél.

A fentiekén túl szakirodalmak a stratégiákat még többféle módon csoportosítják. Az orientáció alapján lehet fogyasztó orientált, vállalatorientált, versenytársorientált. „A környezettel való kölcsönhatás alapján, amit Miles-Snow a marketing alapstratégiákhoz sorolt, a következő stratégiák léteznek: védekező, előrejelző, elemző, és reagáló.”

Hortoványi – Szabó cikkében a dinamikus környezetre a következő stratégia típusokat határozza meg: „elzárkózás, lemaradás, kései követés, gyorskövetés, trendek meghatározása.”

„A stratégiai akciók végül az iparágtól, a piactól és a vállalati típustól függően is eltérhetnek egymástól, azaz lehetnek: termelési, kutatás-fejlesztési, piaci, szervezetfejlesztési,

erőforrás-bővítési, képzési és marketing akciók, illetve ezek kombinációja.”

A stratégiai célkitűzéseket és a környezet elemzését, a vállalkozás helyzetének meghatározása követi a stratégiai döntése közötti választás, ami nem is egyszerű feladat. Gondos mérlegelés szükséges, a különféle változatokat össze kell hasonlítani, felhasználva kvantitatív és kvalitatív tényezőket.

### IV. A stratégia kialakítása a mezőgazdasági vállalkozásokon belül

Egy mezőgazdasági vállalkozás stratégiájának kialakításához az általános elveken túl figyelembe kell venni az iparági sajátosságokat is. Porter könyvében az ágazatokat versenysztratégiai jellemzőik alapján öt csoportba sorolta:

- megosztott iparágak
- keletkező iparágak
- érett iparágak
- hanyatló iparágak
- globális iparágak.

A mezőgazdaság a fragmentált (megosztott) ágazatok közé tartozik. Az ilyen típusú ágazatokban sok kis- és közepes vállalat versenyez, egyiküknek sincs jelentős piaci részesedése, így nem tudják befolyásolni a piacot.

A megosztottság legfontosabb okai: alacsony belépési korlát (ha a termőföld már adott), helyhez kötöttség, nagy szállítási költségek, sokszínű piaci szükséglet, személyes szolgáltatás igénye, az általános költség szerepe, a különböző tevékenységek kom-



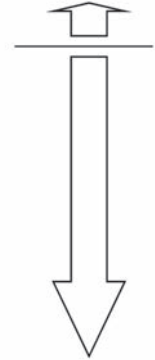
binálásának lehetősége, kilépési korlátok szerepe, állami vagy helyi szabályozás.

A stratégia kialakítás a mezőgazdasági vállalkozásoknál is a jövőkép meghatározásával kezdődik. „A jövőkép felvázolását – más gazdasági területektől eltérően – nagymértékben befolyásolják a hagyományok, az életforma, a falusi közösségek, és a fejlett mezőgazdasággal jelentkező országok példája.” Székely (2000) a következő jövőkép típusokat azonosította: családi gazdaságok, vállalkozói gazdaságok, termelői kooperáció, gazdaság társaságok, vidéki közösségek.

A mezőgazdasági vállalkozások környezet elemzése szintén kiterjed a belső és a külső környezet vizsgálatra. Különös fontosságú a természeti környezet, mert ezek a tényezők meghatározóak a gazdálkodásra nézve. Az alapvető stratégiai akció programok a következők lehetnek a mezőgazdasági vállalkozásoknál (Székely 2000): Túlélés, Konszolidáció, Növekedés, Diverzifikáció, fenntartható fejlődés. Nábrádi ezzel szemben az 5. számú ábrán láthatóan a stratégiai döntések három csoportját alakította ki: visszavonulás, nem csinálni semmit, offenzív előremozdulás.

A mezőgazdasági vállalkozások sokszor nem tudnak gyorsan váltani, alkalmazkodni a piaci igényekhez például a helyhez kötöttség, a biológiai erőforrások életciklusa miatt, így stratégiai akció programjai között olyanok is találhatóak, melyek más profilú vállalkozásokra nem jellemzőek. Ilyen például a túlélési és stabilizációs stratégiák a későbbi fejlődés, növekedés reményében. A stratégiai módszer kiválasztása, azaz döntés a stratégiák között a kvantitatív és kvalitatív elemző módszer nagy segítséget nyújthat, de e mellett a vezetőnek támaszkodnia kell saját megérzéseire, intuícióira, illetve a logikus gondolkodásra.

- Visszavonulás
- Nem csinálni semmit (kivárás)
- Offenzív előremozdulás
  - o Integráció
    - Vertikális előre
    - Vertikális hátra
    - Horizontális
  - o Intenzív fejlesztés
    - Piacmélyítés
    - Piac fejlesztés
    - Termék fejlesztés
    - Diverzifikáció



3. ábra

### Stratégiák típusai

*Forrás: Nábrádi - Pupos: A stratégiai és az üzleti tervezés gyakorlata. 2010. Bp. 45. oldal*

Figyelembe kell venni a megfelelőséget (jól használja ki a környezeti lehetőségeket, megfeleljen a tulajdonosoknak), megvalósíthatóságot (szükséges erőforrások, tudás), és az elfogadhatóságot (külső érintettek).

Kelle Veronika disszertációjában arra a következtetésre jutott, hogy a mezőgazdaságban szereplő egyéni gazdaságokat három klaszterbe lehet sorolni: Vergődő kicsik, Nyerő nagyok és Többség. A vizsgált társas vállalkozásokból pedig négy klasztercsoportot alakított ki:

- Vergődő kicsik: alacsony szintű likviditás, kis üzem méret és támogatási szint, nagyon alacsony mértékű jövedelmezőségi mutatók, az 1 EUME-ra vetített támogatás viszonylag magas.

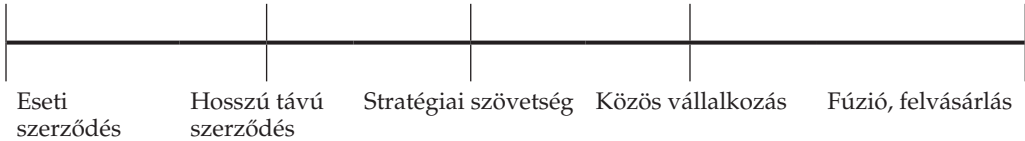
- Nyerő nagyok: az első klaszterhez képest magasabb likviditási mutatók, de még mindig alacsony szintű, jelentősen nagyobb üzemméret és magasabb támogatási szint, magasabb jövedelmezőség.

- Többség: a másodikhoz hasonló alacsony likviditás, magasabb jövedelmezőség, kisebb üzem méret és támogatási szint.

- Nyereséges kicsik: az első klaszterhez hasonló alacsony likviditás, kisebb gazdasági



## Gazdasági szereplők közötti kapcsolatrendszer



Forrás: Chikán A.: *Vállalatgazdaságtan*. 2008., 95. oldal

méret és össztámogatás, magas jövedelmezőségi mutatók, és magas az 1 EUME-re vetített támogatások összege.

Mind az egyéni mind a társas vállalkozások csoportba sorolásánál a következő változókat vette figyelembe: Likviditási mutatók, árbevétel arányos jövedelmezőség, üzemméret és támogatások, eladósodottsági mutató és vagyonarányos jövedelmezőségi mutató. A társas vállalkozásoknál az 1 EUME-ra vetített támogatással, mint plusz tényezővel kiegészítette a vizsgálatot.

## V. Integrátori szervezetek

A kiválasztott vállalkozás profiljából és természetesen a címből adódóan az integrációra, az integrátori szervezetekre is ki kell térni. Az integráció fogalmát a menedzsment tudományok szintjén szeretném tisztázni. A nemzetközi, illetve globális integrációval a cikk témája alapján nem foglalkozom. Chikán szerint „az integráció a folyamatok és az őket irányító döntések közötti kapcsolatrendszer sokoldalúságát és a kapcsolatok szorosságát írja le.”

A gazdaság racionális (hatékony) működéséhez, a széttagolt emberi tevékenységek koordinálására van szükség. A koordináció lehet piaci és hierarchikus. A piaci koordináció az eseti szerződésektől egészen a felvásárlásig terjedhet, ahogy azt a következő ábrán látható:

Dierdonck és Bruggeman (1983) szerint az integráció három dimenzióját különböztethetjük meg: a hierarchikus, a horizontális és a vertikális integráció. A vertikális koordináció az egymás után következő vertikális fázisok

– mg. termelés, feldolgozás, értékesítés – összehangolását jelenti a mennyiség, minőség és időbeli ütemezés tekintetében

Vertikális koordinációs stratégiák:

- **Nyílt termelés:** az eladó és vásárló közötti tranzakciót az aktuális piaci árak koordinálják

- **Szerződéses termelés:** (az eddigi fogalmak szerinti, „klasszikus” integráció) A vásárló kötelezi magát a termék megvételére és a termelőt az eladására egy előre, szerződésben rögzített időpontban, rögzített áron

- **Vertikális integráció:** egy szervezeti egység (pl. szövetkezet, TÉSZ, Termelői csoportok) az élelmiszerlánc két vagy több lépését integrálja

Szabó G. Gábor a koordináció az alapján csoportosítja, hogy ki végzi: lehet állami (bürokratikus) vagy magánintézmény (piac).

Mind a kettőt tovább bonthatjuk aszerint, hogy azok a marketing csatorna azonos szintjén valósulnak meg (horizontális koordináció) vagy pedig két különböző szinten helyezkedő szereplő között (vertikális koordináció). A vertikális piaci koordinációt a résztvevők közötti kapcsolat erőssége alapján: külső koordinációra, nyílt piaci termelésre, szerződéses kapcsolatokra, vertikális integrációra és belső koordinációra bontja.

Fertő a vertikális koordináció alapvető feladásait is vizsgálja és három fő csoportba sorolja:

- első értelmezés szerint a marketing csatorna struktúrájának leírására használják,
- a második felfogás a vállalkozások motivációját vizsgálja, amely alapján a koordináció létrejön,



- és harmadik séma szerint a hatékonyság szempontját helyezi előtérbe.

Lehota (2001) a vertikális integrációt korporatív vertikális marketingcsatorna-rendszernek nevezi, mely az értékesítési csatorna különböző szintjei közti közös tulajdonra épül. Egyben megjegyzi, hogy „Magyarországon a vertikális integráció értelmezése tágabb, mivel a szerződéses kapcsolatokra is kiterjed, amelyeket a nemzetközi szakirodalom vertikális koordinációnak nevez. A szerződéses kapcsolatokat: mezőgazdasági áruértékesítési, adásvételi, termeltetési és integrációs szerződésekbe sorolja.”

A mezőgazdaságban a vertikális együttműködés több területen is segítséget nyújthat az integrációban résztvevőknek. Például a termelés (termesztés, tenyésztés) kezdeti szakaszát megfinanszírozza, vagy biztos felvásárlója (a szerződésben meghatározott áron) a végtermékeknek. Szabó G. Gábor és Barta István empirikus kutatása alapján a termelői csoportok és szövetkezetek tagok számára nyújtott előnyei a következők:

- „Európai Unió támogatások lehívása
- Biztos állandó értékesítési lehetőségek
- Nagyobb piaci alkuerő, esetenként magasabb ár
- Biztosan, rövid határidőn belül megkapott pénz
- Hitelfelvétel képessége
- Különböző szolgáltatások biztosítása önköltségen
- Piaci és technológiai kockázat csökkentése
- Piaci információk biztosítása
- Szakember irányítja a szervezetet
- A pénz hatékonyabb „behajtás” a vevőtől.
- Inputok olcsóbb, közös beszerzése
- Input előfinanszírozás lehetősége
- Oktatás, szaktanácsadás”

Szabó G. és Barta szerint Magyarországon alapvetően három fajta szövetkezést különböztet meg a mező- és élelmiszergaz-

daságban: termelő típusú szövetkezetek (rég, átalakult TSZ-ek); Beszerző, Értékesítő Szövetkezetek (BÉSZ, jó részük most már TÉSZ vagy termelői csoport formában tevékenykedik); Termelői Értékesítő Szervezet (TÉSZ) és Termelői Csoportok. Az integrátor (20. számú melléklet a 6/2000. (II.26.) FVM rendelethez) kötelezettségei és jogai:

- az integrált partner termelését segíti (szükség esetén megszervezi) és koordinálja
- a szerződéses partner termeléséhez szükséges forgóeszközöket a saját-, vagy a saját nevében felvett pénzügyi forrásokból részben, vagy egészen megfinanszírozza,
- megfinanszírozott termelésének eredményét képező terméket feldolgozás, vagy továbbértékesítés céljából felvásárolja
- a szerződéses partner igénye szerint technológiai és/vagy adminisztratív szolgáltatást teljesít,
- az igénybevett támogatásokat és kedvezményeket az integrálnak továbbadja, illetve az elszámolás során azokat érvényesíti.

A fentiekben a stratégiaalkotás körülményei vizsgáltam, következő írásomban egy konkrét integrátori szervezet stratégiaalkotását fogom elemezni.

### Felhasznált szakirodalom

**Balaton Károly:** Vállalati stratégiák és szervezetek a rendszerváltást követően. Aula Kiadó Kft. Bp. 2005.

**Balaton Károly – Csiba Zsuzsanna:** A gazdasági válság hatása a vállalati stratégiákra. Magyar és szlovák tapasztalatok. Vezetéstudomány XLIII. Évfolyam 2012. 12. szám 4-13.

**Balaton K.-Tari E.:** Stratégiai és üzleti tervezés. Aula Kiadó Bp. 2007

**Barakonyi K.:** Stratégiaalkotás I. Stratégiai tervezés. Nemzeti tankönyvkiadó 2002



- Barakonyi K.:** Stratégiaalkotás II. Stratégiai menedzsment. Nemzeti tankönyvkiadó, 2002
- Buzás Gy. – Nemessály Zs.- Székely Cs.:** Mezőgazdasági üzemtan I. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó Bp. 2000
- Chikán A.:** Vállalatgazdaságtan., Aula Kiadó Bp. 2008.
- Chikán A.:** Az anyagi folyamatok menedzsmentje a magyar gazdaságban – A nemzetközi tendenciák tükrében. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem. Doktori értekezés. Bp. 1988.
- Csath M.:** Stratégiai tervezés és vezetés a 21. században. Nemzeti Tankönyvkiadó, Bp. 2004
- Cliff Bowman:** Stratégiai menedzsment. Panem-Prentice Hall, 1999.
- Dobos K.:** Családi gazdaságok. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó Bp. 2000
- Hortoványi L. – Szabó Zs. R.:** Vállalati stratégiák az EU csatlakozás idején Magyarországon. Vezetéstudomány 27. évfolyam 2012. 10. szám 11-23.
- Jens H.:** SWOT-elemzés a gyakorlatban. RAABE Tanácsadó és Kiadó Kft., Bp. 2008
- Kelle V.:** A támogatások és a likviditás összefüggéseinek vizsgálata a Békés megyei mezőgazdasági vállalkozásokra. Doktori (PhD) értekezés Gödöllő. 2011.
- Kovács G.:** A mezőgazdasági szektor nemzetgazdasági jelentősége. Gazdálkodás, Agrárökonómiai tudományos folyóirat, 54. évfolyam, 5. szám, 466-478. 2010
- Kozma Tímea, Gyenge Balázs, Tóth Róbert (2016):** Was ist das Geheimnis des Geschäftserfolgs nach der Krise?: Geschäftsmodell im Unternehmen. selye e-studies 4: pp. 1-14. (2016)
- Lehota J.:** Élelmiszergazdasági marketing. Műszaki könyvkiadó. Bp. 2001
- Lehota J. (2013):** A magyar mezőgazdaság nemzetközi versenyképessége. A gabonaszektor piac elemzése. Agroinform Kiadó. Bp.
- Mester Éva, Tóth Róbert (2016):** A stratégia szerepe a vállalati működésben: Magyarország regionális különbségei, különös tekintettel a humán tőke szerepére, A FALU 31:(4) pp. 57-66.
- Michael E. Porter (1980):** Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press, New York
- Michael E. Porter:** Competitive strategy. Techniques for Analyzing Industries and Competitors. The Free Press, New York, 1980.
- Nábrádi A. - Pupos T:** A stratégiai tervezés gyakorlata. Szaktudás Kiadó Ház, Bp. 2010.
- Potori N.:** A közös Agrárpolitika 2014-2020: A reformtervezet alapján várható hatások és kihívások Magyarországon. 2012. AKI
- Sabján J.- Sutus I.:** A mezőgazdasági vállalkozások gazdálkodásának elemzése. Szaktudás Kiadó Ház Bp. 2009
- Sárándi I. (1986):** A mezőgazdasági termékforgalom joga. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó Bp.,
- Sutus I. (2002):** Gyakorlati számvitel a mezőgazdaságban. Szaktudás Kiadó Ház Bp.
- Szabó G. G. – Barta I. (2014):** A mezőgazdasági termelő szervezetek-szövetkezetek jelentőségének és helyzetének változása az EU-csatlakozás után. Gazdálkodás 58. évfolyam, 3. szám, 263-278.
- Szabó G. G. (2011):** Szövetkezetek az élelmiszergazdaságban. Agroinform Kiadó Bp.,



**Szabó G. G. (2013):** Gondolatok az élelmiszer-gazdasági szövetkezés gazdasági lényegéről és integrációs jelentőségéről. *Gazdálkodás* 57. évfolyam 3. szám, 203-223.

Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020: <http://www.kormany.hu/download/8/ff/70000/Nemzeti%20Vid%C3%A9kstrat%C3%A9gia.pdf>

20. számú melléklet a 6/2000. (II.26.) FVM rendelethez

**Tóth Róbert, Gyenge Balázs, Kozma Tímea (2016):** Logisztikai vállalkozások finanszírozási lehetőségei, In: Takácsné György Katalin (szerk.) *Innovációs kihívások és lehetőségek 2014-2020 között:*

XV. Nemzetközi Tudományos Napok. 1704 p., Konferencia helye, ideje: Gyöngyös, Magyarország, 2016.03.30-2016.03.31. Gyöngyös: Károly Róbert Főiskola, 2016. pp. 1585-1595.

**Tóth Róbert, Karmazin György (2016):** Az ellátásilánc-menedzsment szervezeti struktúrájának alapjai, *Logisztika - Informatika - Menedzsment logisztika-informatika:(1.)* pp. 50-58. (2016)

**Tóth Róbert, Mester Éva , Túróczi Imre (2017):** Az ellátási lánc eredményessége valamint a felmerülő kockázati tényezők a kontrolling rendszer tükrében, *CONTROLLER INFO* 1: pp. 2-7. (2017)





# Képes-e távlatokat nyújtani az intelligens szakosodás a vidékfejlesztés területén?

Dr. Túróczi Imre,  
Tóth Róbert, Mester Éva

Az Európai Unió 2014-2020-as költségvetési ciklusának a közepén járunk. A tervek erre az időintervallumra vonatkozóan nagy lehetőséget ígértek a fejlesztésre és az innovációra. Az elképzelések szerint több, mint 700 milliárd forintnak megfelelő eurót hívhat le Magyarország ezekre a célokra, ami kiegészül a saját belső forrásokkal. Összességében, több, mint 1000 milliárd forint fejlesztési összegről beszélhetünk. Túlzás nélkül állíthatjuk, hogy történelmi lehetőségről beszélünk, az összeg felhasználása ezért nagy felelősség. A vidéken élő emberek és a vidékfejlesztéssel foglalkozó szakemberek számára rendkívül fontos, hogy a fejlesztések területi eloszlásnak harmonizációja meg tud-e valósulni, van-e lehetőség a régiók gazdasági fejlettségébe fennálló eltérések csökkentésére, vagy a szakadékok nőni fognak? A források felhasználásának arányában eddig érzékelhető volt Budapest túlsúlya, mintegy kétharmados arányával.

Az intelligens szakosodási stratégia kialakítása az országos szintű egyeztetések után megtörtént, a magyar kormány pedig 2014. november 14-én elfogadta és ezt követően továbbította azt Brüsszelbe. Kérdés, hogy e

feltételek mellett e rendszer területi kiegyenlítő hatást fog-e szolgálni, vagy tovább növeli a fejlettségben jelenleg tapasztalható eltéréseket?

## Bevezetés

A gazdasági növekedés és a versenyképesség a közgazdaságtan egyik legtöbbet elemzett területei, amelyek alakulása közvetlenül befolyásolja az egyének és a társadalom egészének jólétét. Kijelenthetjük, hogy újszerű, innovatív, aktív stratégiára van szükségük a gazdaság szereplőinek az eredményes működés biztosításának érdekében. A gazdaság versenyképességéhez elengedhetetlen egy jól működő pénzügyi rendszer, megfelelő és magas szintű pénzügyi szolgáltatás és a beruházásokhoz, a működéshez szükséges források megfelelő mértékű biztosítása, a kiváló minőségű oktatás, agilitás, valamint a térségeknek megfelelő egyedi potenciálok megtalálása.

A magyar gazdaság versenyképességének mutatószámai jelentősen elmaradnak az Európai Unió tagállamainak teljesítményétől.

A piacokért, munkaerőért, a működő tőkéért stb. folytatott versenyben Magyarország bizony – a kedvező fejlemények ellenére – még hátralul. Ennek egyik oka az innováció alacsony szintje és az erőforrások felhasználásának egyenetlen szintje. A gazdasági teljesítmény elmaradása természetesen a munkabérékben is megmutatkozik, ami a munkaerő elvándorlásához vezet. Az összefüggések sajnos azt mutatják, hogy az ország és az elmaradott régiók fejlesztése csak kölcsönhatások láncolatán keresztül tud megvalósulni. Fontos lenne biztosítani a termelési tényezők fejlesztésének összhangját és a földrajzi régiók harmonikus fejlesztését. Ezt jól szolgálja az „Intelligens Szakosodási Stratégia – továbbiakban S3 –.

Az S3-al szemben támasztott követelmények magukért beszélnek, megadják az irányokat és az alapelveket:

- Intelligens, vagyis tudáson alapul és biztosítja a folyamatos tudás transzfert.
- Fenntartható fejlődést biztosít a környezet számára. A fenntarthatóság értendő ökológiai és gazdasági szempontból egyaránt.

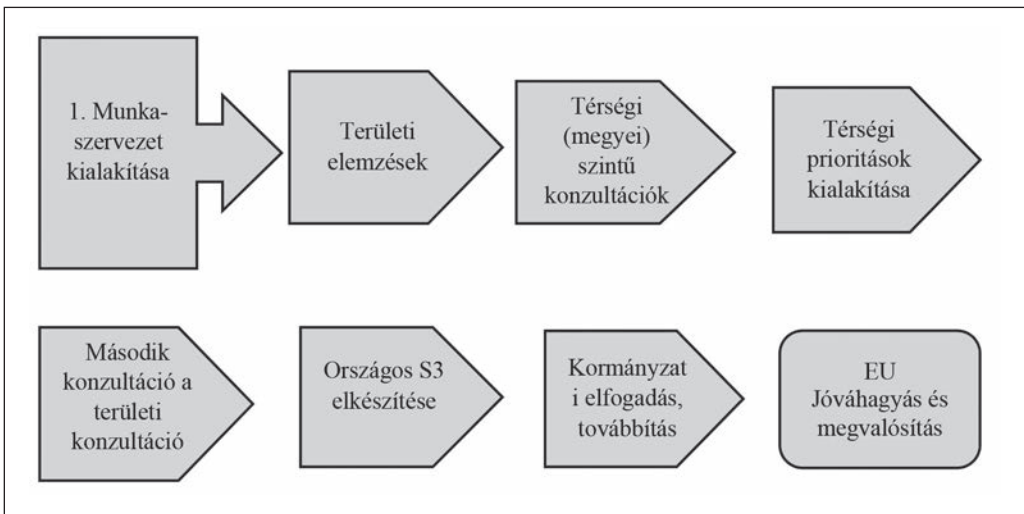
c. Befogadó jelleg, ami azt jelenti, hogy a stratégia igazodik az adott terület sajátosságaihoz, lehetőségeihez és erősségeihez, de befogadja az időszakon belüli változások hatásait is. Ennek megvalósítása rugalmasságot és a folyamatos öntanulást és fejlődést is.

Látható, hogy egy komplex folyamatról van szó, amely harmonikusan, a hagyományokra épülve az adott térség hagyományait figyelembe véve jelöli ki a fejlesztés útjait.

Nézzük meg az eltérő gazdasági fejlettség, a megyék ez alapján történő besorolását és a fejlesztési irányokat. Érdemes lesz vizsgálni, hogy az elmúlt években milyen előre lépések történtek a kitűzött célok elérése érdekében?

### Anya és módszer

Az intelligens szakosodási stratégia kialakítása az elmúlt év kiemelkedő folyamata volt, jogalkotási, gazdasági elemzési és stratégiai tervezési tevékenység területén egyaránt. Az eddig zajlott folyamatok és várható feladatok és hatások vizsgálata egyaránt részét képezi



1. ábra

### Az S3 megvalósítás munkafolyamata

Forrás: Saját szerkesztés [www.s3magyarorszag.hu](http://www.s3magyarorszag.hu) honlapon található leírás alapján



a szükséges elemzéseknek, így jelen cikknek is. Munkánk során felvetettük a kérdést és vizsgáltuk, hogy a különböző besorolást elérő földrajzi térségek képesek lehetnek-e az innovációs források felhasználására. A tanulmány elkészítése során forrásként a kapcsolódó jogszabályokat, statisztikai adatokat és az elkészült tervet használtuk, alkalmazva a szükséges elemzési módszertani elemeket.

### A tervezési szakasz komplexitása

Az S3 kialakítása kellő körültekintéssel történt, vizsgálva az egyes régiók adatait, helyszíni konzultációkon keresztül kiválasztva a térség lehetséges fejlesztési irányait. A megvalósítás munkafolyamata a következő lépéseket ölelte fel a tartalmi vonatkozásoknak megfelelően.

A fent vázolt munkafolyamat eredményeként Magyarország Kormánya 2014. november 14-én a 1640/2014. (XI.14.) számú határozatával az elkészített stratégiát elfogadta és azt jóváhagyásra továbbította Brüsszelbe az Európai Unió Bizottsága részére. A stratégia

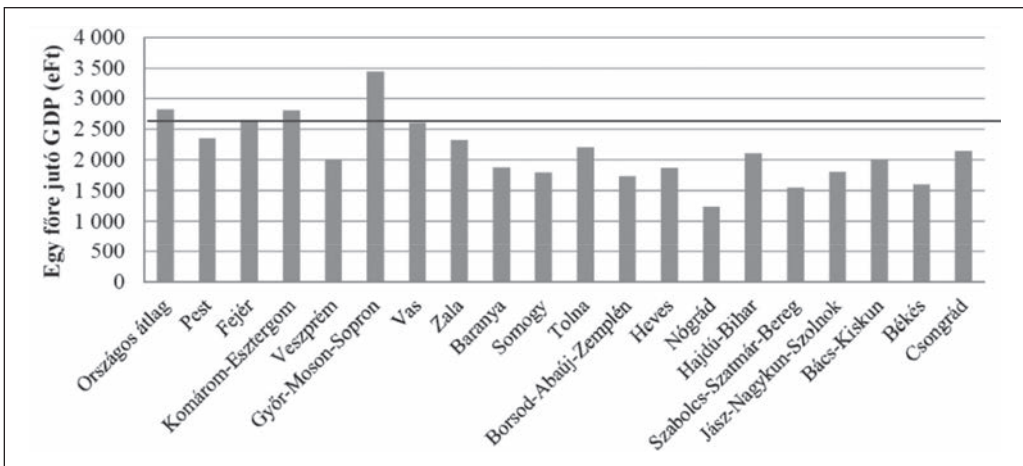
jóváhagyását követően a pályázati források megnyílhatnak.

Magyarország parlamentje 2014. év során elfogadta 2014. évi LXXVI. törvényt az innovációról, amely szintén fontos részét képezi az előkészítési folyamatnak. Ezen a pontos fontos kihangsúlyozni, hogy az S3 megvalósulása érdekében össze kell hangolni a pályázati programokat és a nemzeti stratégiákat.

### Az S3 helyzetelemzések rendszere és eredményei

Az S3 helyzetelemzése rendkívül körültekintő és az ország térségeinek eltérő fejlettségét állapítja meg. Ennek az elemzésnek a célja, hogy meghatározza a jelenlegi állapotot és kijelölje azokat az irányokat, amelyek felé indulni kell.

A vizsgálat eredményei között meg kell említeni az eltérő gazdasági fejlettséget, amit az egy főre eső GDP adattal tudunk leginkább érzékeltetni. A 2012. évi adatokat a 2. számú ábra érzékelteti. Érdeemes megemlíteni, hogy a budapesti adat nem szerepel az ábrán, mivel az jelentősen kiugró és nem mutatható be.



2. ábra

A megyék gazdasági fejlettségének összehasonlítása, az egy főre jutó hazai termék alapján, 2012-ben

Forrás: Nemzeti Intelligens Szakosodási Stratégia 2014. október 23.



A fővárosi adat az országos átlagot jelentősen megemeli. A megyék közül csak egy tudja megelőzni az átlagos adatot, így érzékelhetjük azt a különbséget, amit a fővárosban megjelenő egy főre eső GDP és a többi földrajzi térség adata között megjelenik. Ezeket a gondolatokat a számszerű adatok is igazolják, Budapesten az egy főre eső GDP 6 147 000 Ft, ami több, mint ötszöröse a Nógrád megyei teljesítménynek.

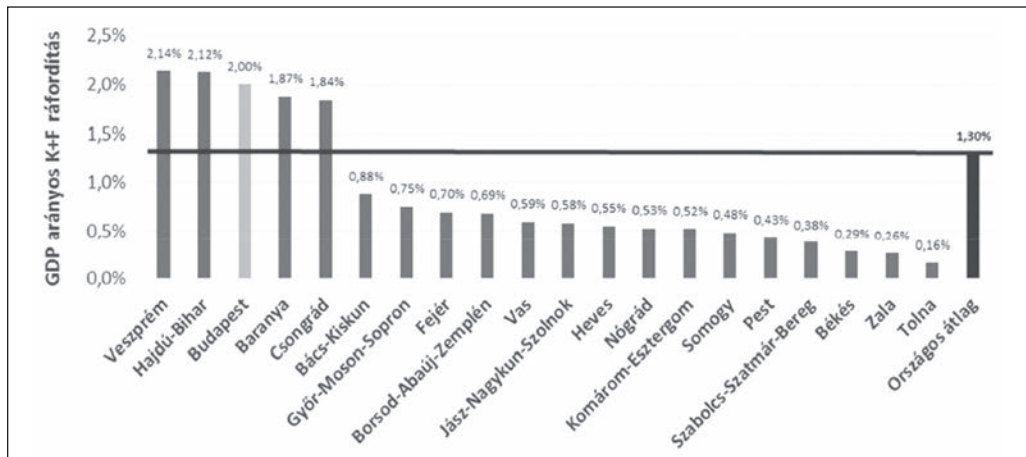
Megjegyzés: az ábrán Budapest (6144 ezer Ft/fő) nem került feltüntetésre kiugró adata miatt, de az országos adat kiszámításánál figyelembe vették. A megyék regionális tagozódásban szerepelnek az ábrán.

A grafikon adatainak szóródása jelentős, természetesen, hogy különbségek nem csak a gazdasági teljesítményben, hanem egyéb mutatókban is hasonló módon megjelennek. Az egyéb mutatók alatt az infrastrukturális ellátottságot, a beruházási adatokat, diplomások arányát stb. értem. Az összefüggés egyértelmű, jövedelem hiányában nincs beruházás, fejlesztés, a lakosság elvándorol. Mint Soós István tanulmányában részletesen leírja a kiugró gazdasági növekedés több tényező együttes fennállása esetén lehetséges.

Egyértelmű tehát, hogy nem elegendő az adott terület GDP kitermelési potenciálját vizsgálni (Soós, 2013.).

Mint a fentiekben is jeleztem a gazdasági fejlettség, és az innovációs készség szorosan összefügg. A 3. számú ábra a kutatás-fejlesztési ráfordításokat ábrázolja. Az adatok vizsgálata során megfigyelhető azon megyék és a főváros magasabb felhasználási aránya ahol tudomány egyetemek vannak. Természetesen elmaradnak azok a térségek, ahol sem egyetem, sem fejlett gazdaság nem jellemző. Ez az összefüggés természetes, de számszerűen ábrázolva meggyőző erővel párosul. Megfigyelhető négy megye és a főváros kiugróan magas adata.

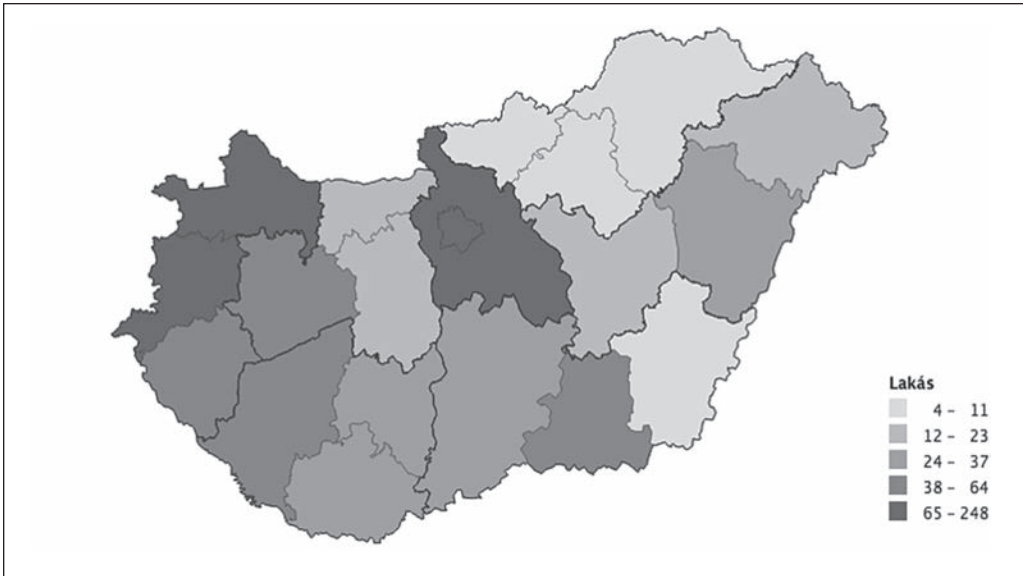
A grafikon vizsgálata után egyértelmű a kérdés, vajon van-e esélye az elmaradott településeknek, megyéknek arra, hogy ezen a területen felzárkózzanak. Ez a tevékenység nem öncélú, gondoljunk a vidék népesség megtartó hatására, esetleges elnéptelenedésének veszélyére. Az innováció a növekedés felzárkózás eszköze, így az központilag is komplexen kezelendő. A korábbiakban részletezett okok miatt célszerű megemlíteni a



3. ábra

### Kutatás-fejlesztési ráfordítások a GDP arányában megyénként, 2012-ben

Forrás: Nemzeti Intelligens Szakosodási Stratégia 2014. október 23.



4. ábra

**Százezer lakosra jutó lakásépítés 2016 I-III n.év**

*Forrás: Napi.hu; letöltés dátuma 2016. december 17.*

megvalósítás során egymást támogató programokat.

A téma szempontjából több tényezőt említünk, ez az egy főre eső GDP, ami meghatározza az életszínvonal alakulását, a K+F+I ráfordítások nagyságát az iskolázottsági szintet stb.

Érdeemes összehasonlítani a megyék egy

főre eső GDP adatait, a K+F+I felhasználásadatait és a térségben épülő új lakások számát. Megfigyelhető, hogy azok között összefüggés van és a gazdasági elmaradottság a lakásépítési hajlandósággal összefügg. Az elmaradott térségek elnéptelenedhetnek, ami számos kedvezőtlen hatás mellett a vidéken lévő erőforrások kihasználatlanságához fog

1. táblázat

**Az intelligens szakosodás által érintett operatív programok és felelős minisztériumai (ahol az IH elhelyezésre került)**

Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP)	Nemzetgazdasági Minisztérium (NGM)
Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP)	Nemzetgazdasági Minisztérium (NGM)
Emberi Erőforrás Fejlesztési Operatív Program (EFOP)	Emberi Erőforrások Minisztériuma (EMMI)
Vidékfejlesztési Operatív Program (VP)	Vidékfejlesztési Minisztérium (VM)
Magyar Halászati és Halgazdálkodási Operatív Program (MAHOP)	Vidékfejlesztési Minisztérium (VM)

*Forrás: Nemzeti Intelligens Szakosodási Stratégia 2014. október 23.*





vezetni, ami az ország versenyképességét tovább ronthatja.

Egyértelmű, hogy a fejlesztés csak több tényező, forrás együttes felhasználását igényli. Ezek összehangolása megtörtént, a támogatási programokat az 2. számú táblázat szemlélteti.

A fentiekből érzékelhető a szinergia hatások kihasználására vonatkozó törekvés. Az állam tehát a kezében tartja a folyamatokat. Bízhatunk tehát abban, hogy a pályázati források az S3 elveit érvényesítve eljuthatnak a megfelelő földrajzi egységekhez és szolgálják a felzárkózást. Sajnos a kérdés továbbra is fennáll; van-e fogadó közeg a lemaradtabb régiókban?

### A megyék tipizálása a fejlesztési irányok, lehetőségek kijelölése

A felmérések során több szempontból vizsgálták a megyéket és azokat három csoportba sorolták. A besorolást befolyásoló adatok a

kutató fejlesztő helyek ráfordításai, a városban lakók aránya. A térség stabilitását jelző mutatóként megjelenik a migrációs többlet illetve hiány.

A besorolások elnevezései önmagukért beszélnek, a tudásrégiók szerepe nyilvánvalóan más, mint az ipari termelési zónáké és az alacsony tudás-és technológia intenzív régióké. Nézzük, hogyan jellemzi az S3 az egyes típusokat:

Az alapgondolatok közül célszerű kiemelni, hogy maga a stratégia a besorolást mintegy rangsorként állítja fel. A tudásrégiók Európa meghatározó tudáscentrumává válhatnak a vállalkozások bevonásával és jelentős gazdasági társadalmi és innovációs központok alakulnak ki. Nyilvánvaló, hogy a fejlődés önmagát erősítő folyamattá válhat és ez a lakosság életszínvonalán is érződni fog, ami a népesség növekedését eredményezi.

Az ipari termelési zónák kevésbé tekinthetők tudás alapon fejlődő területek, amelyek

2. táblázat

### A Nemzeti Intelligens Szakosodási stratégia által felvázolt jövőképek az egyes régiótípusok szerint

Tudás régiók	Hazánk tudásrégiói a szakosodási irányokban kijelölt területeken a makrotérség és Európa meghatározó szereplőivé válnak, a tudáscentrumok megerősítésével és a vállalkozói szféra bevonásával olyan versenyelőnyökre tesznek szert, amelyek a nemzetközi élemezőnybe emelik a választott szakosodási irányokban előállított tudást és termékeket. Az intelligens növekedés hazai szinten továbbgyűrűző hatása a többi régió felemelkedését is magával hozza.
Ipari termelési zónák	Az ipari termelési zónákban a szakosodási irányokban kijelölt területen működő K+F+I tevékenység következtében a régiók be tudnak kapcsolódni az innovációs láncba, nagy hozzáadott értékű termékek fejlesztése révén sikeres beszállítókká válnak, elsősorban a KKV szektor megerősödésével. A fenntartható növekedési pályára állással a régióknak lehetőségük nyílik arra, hogy saját tudásközpontokat hozhassanak létre a szakosodási irányaik mentén, ezáltal tudásrégióvá váljanak.
Alacsony tudás-és technológia-intenzitású régiók	Az alacsony tudás- és technológia-intenzitású régiókban a szakosodási irányokban megjelölt területeken innovatív megoldásokkal (ún. követő innovációval) és korszerű fejlesztésekkel a tradicionális ágazatok megújulnak, élénkebb K+F+I tevékenységet hoznak létre. A régiókban a befogadó növekedés következményeként a régió élhetőbbé válik, munkahelyek jönnek létre és megszűnik az elvándorlás.

*Forrás: Nemzeti Intelligens Szakosodási Stratégia 2014. október 23.*



képesek bekapcsolódni az innovációs láncba és ezáltal fejlődőképesek, amelyek hosszú tudatos fejlesztéssel átléphetnek a tudás alapú régiók közé.

A harmadik alacsony tudás- és technológiai- intenzitású régiók, amelyek alkalmazni tudják a K+F+I eredményeit és olyan szintű helyi gazdaságot építhetnek, amelyek élhető körülményeket alakítanak ki és képesek az elvándorlás megállítására.

Az elemzés végén megállapíthatjuk, hogy a jelenlegi helyzet gyökeres megváltoztatásra, a tudáson gazdaság fejlesztésére azokon a területeken van lehetőség, ahol a jelenleg is fennáll a viszonylag magas szellemi kapacitás, a vállalkozások képesek a kutatások finanszírozására és az elért eredmények hasznosítására. Az S3 célkitűzései önmagukban nem képesek jelentősen javítani az elmaradott területek helyzetét. A területi kiegyenlítés, a vidék népességmegtartó erejének fokozása csak komplex gazdaságfejlesztéssel érhetőek el, amely összehangolt kormányzati stratégiát is igényel.

Az S3 megalkotása óta eltelt 3 év, kérdés, hogy a gazdaságpolitikai elképzelések megvalósulása irányába lépett-e az ország gazdasága? További kutatáscélja lehet a megtett intézkedések felmérése és a változások vizsgálata. Konkrét kérdés, hogy mi történt a hitelezés területén, a gazdasági szabályozás területén és azoknak van-e mérhető hatásuk?

A következő cikkünknek ez lehet a témája.

## Eredmények

Az S3 stratégia a 2014-2020-as EU költségvetési ciklus jelentős – és hasonló nagyságrendben valószínűleg utolsó – fejlesztési forrását biztosítja mintegy 700 milliárd forint összegben. A helyi források kiegészítésével ez a forrás meghaladja az 1.000 milliárd forintot. Az összeg felhasználását jelentős helyzetfelmérési és tervezési munka előzi meg. Az S3 stratégia elkészült. A lehetőségek és cél meg-

határozása megtörtént. Az elemzés eredményeként az is megállapítható, hogy a gazdaságilag elmaradott térségek nem rendelkeznek azokkal az erőforrásokkal, amelyek képesek az önfejlődés beindítására. Ezt igazolja az a tény is, hogy a vidékfejlesztésre fordított összegek felhasználása nem volt eredményes, a területi különbségek nem tudtak jelentősen csökkenni.

## Következtetések, javaslatok

Az S3 tervezési szakasza kellően megalapozott és következetes volt, felszínre hozta a problémákat, a térségek fejlettségében megmutakozó eltérések okait és megalapozottan határozta meg az egyes megyék lehetőségeit és fejlesztési irányait. Továbbra is meggyőződésünk, hogy a gazdaságpolitikának fel kell vállalnia a források differenciált elosztását és a körülményekhez igazodó kiegyenlítő hatású fejlesztést.

## Hivatkozott források

**Hronszky Imre – Várkonyi László:** Innováció menedzsment tanulmány radikális innovációk kihívásairól és menedzselési lehetőségekről. Letöltés dátuma: 2015. január 10. Forrás:<http://goliat.eik.bme.hu/~hronszky/varkonyi/Innovaciomendzsment-Radikalisk.pdf>

**Szokolai Zsolt:** Lépésről lépésre a kreatív ipar támogatásának lehetőségei a gazdasági centrumoktól távol eső kis- és közepes városokban. Területfejlesztés és Innováció. 2011. évi 2. szám. Pécsi Tudományegyetem. Pécs

**Soós István:** Hol lesz a következő Szilícium völgy? Letöltés dátuma: 2015. január 10. Forrás: <http://drillio.com/hu/kultura/eletmod/hol-lesz-a-kovetkezo-szilicium-volgy-2013/>

**Ismeretlen szerző.** Letöltés dátuma: 2015. január 10. Forrás: <http://www.oecd.org/>



innovation/ocedreviewsofinnovationpolicy.htm

Innováció értelmezése. Magyar Innovációs Szövetség. Letöltés dátuma: 2015. január 10. Forrás: [http://www.innovacio.hu/1g\\_hu.php](http://www.innovacio.hu/1g_hu.php)

**Dr. Révész István:** Az innováció egyes típusainak hatása a nemzeti jövedelem növekedésé-

re. Magyar Innovációs Szövetség, Budapest, 2005. Teljes Tényezőtermelékenység mérése. Rátné dr. Ludányi Ágnes előadásának anyaga, Szolnok, 2014. szeptember 16.

A kormányzati stratégiai irányításról szóló 38/2012. (III. 12.) Korm. rendelet [www.s3magyarország.hu](http://www.s3magyarország.hu) Letöltés dátuma: 2015. január 10.



## ÖSSZEFOGLALÓK

### A HIDEGEN SAJTOLT TÖKMAGOLAJ, MINT HELYI TERMÉK SZEREPE A HELYI FEJLŐDÉSI FOLYAMATOKBAN

Burka Nikoletta Zsuzsanna

Manapság a helyi termékek egyre keresettebbek országszerte, ugyanis kezd visszatérni a globalizáció ellentrendje, próbálunk tudatosabban vásárolni, keressük azokat a termékeket, élelmiszereket, amelyek hazánkban vagy esetleg a régióinkban készültek, onnan származnak. Ezeknek a termékeknek a vásárlása nem csak a fogyasztó tudatosságát tükrözi, hanem a hazai gazdaság fellendüléséhez is vezethet. Ha még szűkebb keresztmetszetben vizsgáljuk ezt, sok kistérség, település egyik esélye a gazdaságba való bekapcsolódásra a helyi termék. Ezzel egy időben a terület fejlődésében is szerepet játszanak a helyi termékek, ugyanis ahhoz, hogy valamit előállítsanak meg kell termelni a nyersanyagot, el kell készíteni a terméket és értékesíteni azt, ez mind foglalkoztatással jár. Dolgozatomban a vizsgált helyi termék a hidegen sajtolt tökmagolaj, és célom, hogy a tökmagolaj előállításával kapcsolatos lehetőségeket feltárjam, illetve kutassam, hogy különböző vállalkozási formák esetén a helyi gazdaságra irányuló hatásokban milyen eltérések adódhatnak. A két vizsgált vállalkozási forma: a közfoglalkoztatáshoz kapcsolódó önkormányzati működtetésű üzem és a hasonló terméket előállító családi vállalkozás. A két formában meglévő eltérő lehetőségeket feltárva egy komplex rendszerben mutatom be a tökmagolaj, mint helyi termék előállításának befolyásoló tényezőit illetve hatását a helyi gazdaságra, társadalomra, és a környezetre.

### BÁTYA KÖZSÉGBEN REJLŐ TURISZTIKAI LEHETŐSÉGEK

Kútvolgyi Viktória

A tanulmány a lakosság körében végzett kérdőíves megkérdezés által 237 háztartás válasza alapján hat turisztikával foglalkozó kérdésre keresi a választ. Az első kérdés arra irányul, hogy „Ön mire a legbüszkébb a faluban?“, a második azt vizsgálja, hogy „Foglalkozna-e falusi turizmussal a jövőben?“, s amennyiben a kérdésre a felelet „igen“, akkor ebből következik a harmadik kérdés, hogy „Milyen módon foglalkozna falusi turizmussal?“ Mindezen turisztikai vonatkozású válaszok segítenek bemutatni Bátya lehetőségeit a vendégek fogadása terén. Ezen felül a tanulmány vizsgálja Bátya lakosságának elégedettségét a szolgáltatásokkal, a szórakozási lehetőségekkel és a helyhez kötött boldogulásukkal kapcsolatban. A kulturális ismeretek a turizmus fontos részét képezik. A tanulmány beszámol a 2016. augusztus 05-én és 06-án megrendezésre került VIII. Országos Fokhagymafesztivál és Gasztronómiai Verseny kulturális elemeinek bemutatásáról, a személyes tapasztalatokról. A fesztivál elsődleges célja, hogy az odalátogatók számára népszerűsítése Battyát. Az írás ismerteti Bátya egyéb turisztikai értékeit is. Interjú készítettem Maros Attilával a fesztivál egyik szervezőjével; a fesztivál műsorvezetőjével, házigazdájával Guzsván Cintiával; Fekete Zsoltnéval, a Chili-Trade Paprika



Manufaktúra Múzeum és a Falumúzeum vezetőjével; továbbá a szálláslehetőséget nyújtó Vendégház tulajdonosával, Kákonyi Lászlóval. A tanulmány tartalmazza az összegyűjtött lényeges információkat

## **BÁTYA KÖZSÉG JELLEGZETES KULINÁRIS ÉRTÉKEI**

Kútvölgyi Viktória

A tanulmány bemutatja Bátya két jellegzetes mezőgazdasági termékét a fokhagymát és a paprikát, melyek közül az utóbbi elnyerte a Hungarikum címet. A tanulmány a szakirodalmi áttekintést követően a helyszínen gyűjtött gasztronómiai tapasztalatokat foglalja össze. A vizsgálat során két módszert alkalmaztam a község kulináris értékeinek elemzésére. Az egyik a kérdőíves felmérés, a másik a hagyományos bányai ételek receptjeinek az összegyűjtése. Kérdőíves felméréssel 237 bányai háztartás választát kutattam három kérdéssel kapcsolatban. Az első kérdés azt vizsgálta, hogy „Melyik az a három legfontosabb mezőgazdasági termék, amit a háztájiban termesztenek?“, a második kérdés arra vonatkozott, hogy „Milyen hagyományos bányai ételeket készítenek a háztartásukban?“, a harmadik kérdés pedig arra kereste a választ, hogy „Mit szoktak főzni ünnepnapokon?“

## **A TANULÁS SZEREPE A RÖVID ÉLELMISZERLÁNCOKBAN, KÜLÖNÖS TEKINTETTEL HARGITA MEGYÉBEN**

Péter E. Katalin

A rövid élelmiszerláncok napjainkban egyre jobban elterjedő változata a hagyományos élelmiszerláncoknak, amelyben különleges szerep jut a képzett munkaerőnek és tudásának. A kiterjedt energia felhasználó gazdálkodás helyett egyre inkább a hatékonyabban működő gazdaságok kezdtek megjelenni és ezzel párhuzamosan alakult ki, a környezeti problémákra érzékeny fogyasztói réteg mely fizetőképes kereslettel jelenik meg a szűkös választékkal rendelkező kis helyi termelői piacokon. E különleges vásárlói élmény mely a gazdákkal létrejövő közvetlen kapcsolaton és bizalmon nyugszik, többnyire a magasabb képzettséggel rendelkező fogyasztókat vonzza. Hargita Megye jellegzetes mezőgazdasági birtokrendszerének köszönhetően a gazdaságok túlnyomó többségét családi kisgazdaságok alkotják, amelyek megőrizték a közel három évtizeddel kialakult birtokszerkezetet és a gazdálkodással kapcsolatos tudásuk alapját az előző generációktól örökölték. Az így szerzett tradicionális tudások hasonlatosságot mutatnak az egyes vidékeken élő családokban és ezáltal szociálisan erősítik egymást.





## **GAZDASÁGÉLÉNKÍTŐ ÉS VERSENYKÉPESSÉGET ERŐSÍTŐ MEGOLDÁSOK A VIDÉKI TÉRSÉGEKBEN**

Tóth Róbert, Dr. Túróczi Imre, Szijártó Boglárka, Mester Éva

A mezőgazdaság területén is jelentős átalakulások mentek végbe az elmúlt másfél évtizedben, amelyekhez kivétel nélkül minden érdekelt félnek alkalmazkodni szükséges, úgymint a mindenkori kormányzatnak, a termelőknek és a végső fogyasztóknak. A hagyományos élelmiszerellátás (konvencionális rendszerek) problémáit felismerve egyre jelentősebb igény mutatkozik olyan rendszerek kialakítására, amelyek az élelmiszereink eredetéről, elkészítéséről, teljes termelési folyamatáról teljes körűen tájékoztat, ami lehetővé teszi a mezőgazdálkodás egy újabb, a jelenlegi fogyasztó igényeknek megfelelő, fenntarthatóbb formájának kialakítását. Az élelmiszertermelés területén is megjelenő globalizációs folyamatok, valamint a kiskereskedelemben zajló átalakulások következtében számos élelmiszertermelőnek jelent nehézséget a modern élelmiszerláncokhoz történő csatlakozás. Az élelmiszer-termelésnek azonban napjainkban is nagy, sőt egyre nagyobb jelentősége van. Számos esetben (fizikai és időbeni értelemben vett) hatalmas távolság jelentkezik a termelő és a (végső) fogyasztó között. Mindezen problémákra ad választ a rövid ellátási láncok rendszere, amely nem más, mint egy alulról szerveződő kezdeményezés, amely a helyi térségek sajátosságain (erőforrások figyelembe vételével) alapul és a lakosság aktív részvételével működik.

## **KÉPES-E TÁVLATOKAT NYÚJTANI AZ INTELLIGENS SZAKOSODÁS A VIDÉKFEJLESZTÉS TERÜLETÉN?**

Dr. Túróczi Imre, Tóth Róbert, Mester Éva

Az Európai Unió 2014-2020-as költségvetési ciklusának a közepén járunk. A tervek erre az időintervallumra vonatkozóan nagy lehetőséget ígértek a fejlesztésre és az innovációra. Az elképzelések szerint több, mint 700 milliárd forintnak megfelelő eurót hívhat le Magyarország ezekre a célokra, ami kiegészül a saját belső forrásokkal. Összességében, több, mint 1000 milliárd forint fejlesztési összegről beszélhetünk. Túlzás nélkül állíthatjuk, hogy történelmi lehetőségről beszélünk, az összeg felhasználása ezért nagy felelősség. A vidéken élő emberek és a vidékfejlesztéssel foglalkozó szakemberek számára rendkívül fontos, hogy a fejlesztések területi eloszlásnak harmonizációja meg tud-e valósulni, van-e lehetőség a régiók gazdasági fejlettségébe fennálló eltérések csökkentésére, vagy a szakadékok nőni fognak? A források felhasználásának arányában eddig érzékelhető volt Budapest túlsúlya, mintegy kétharmados arányával. Az intelligens szakosodási stratégia kialakítása az országos szintű egyeztetések után megtörtént, a magyar kormány pedig 2014. november 14-én elfogadta és ezt követően továbbította azt Brüsszelbe. Kérdés, hogy e feltételek mellett e rendszer területi kiegyenlítő hatást fog-e szolgálni, vagy tovább növeli a fejlettségben jelenleg tapasztalható eltéréseket?



## **A STRATÉGIA ALKOTÁS FOLYAMATA AZ AGRÁRVÁLLALKOZÁSOKBAN**

Szentesi Ibolya

A stratégia kulcsfontosságú lenne minden vállalkozás működésében manapság. Magyarországon is egyre több vezető ismeri fel, hogy nélkülözhetetlen a szervezet életében. Sokan azonban még mindig maximum az úgynevezett informális stratégiát alkalmazzák. Jelen tanulmányomban egy integrátorként működő vállalkozás helyzetének megismerésével, stratégiai csoportba sorolásával foglalkozom. A legvégén pedig javaslok számára egy stratégiát a jelenlegi nehéz helyzetéből való kilábalásra.

## **ROLE OF THE LOCAL PRODUCTION OF THE COLD-PRESSED PUMPKIN SEED OIL IN THE LOCAL DEVELOPMENT PROCESSES**

Nikoletta Zsuzsanna Burka

Nowadays goods locally manufactured are more and more popular in the whole country as the opposite-trend of globalization is increasing. We try to be and purchase more conscious looking for goods made in our country or region. Buying these products not only showing higher consciousness of the consumer but may increase the growth of the local economy. If we go deeper we see that local products give an extra chance to the towns and territories to be integrated and increase their production. It also means an extra advantage as to create a sellable local product raw material should be produced, the good itself have to be manufactured and sold which increases local employment. In my thesis the investigated local product is the cold pressed pumpkin seed oil and my goal is to explore production related possibilities. I also would like to find the answer in a complex system if there is a difference in the impact into the local economy, society, environment based on different business forms such as family run entrepreneurship and local government operated manufactory linked to public employment.

## **THE TOURISTIC OPPORTUNITIES OF BÁTYA VILLAGE**

Viktoria Kútvolgyi

The study aims to provide answers to six questions posed to 237 households within a framework of a questionnaire report. The first question asked "What are you the most proud of in the village?" the second enquires "Would you be involved in village tourism in the future?" and if the answer is "Yes", the third question is obviously asked: "In what way would you be involved in village tourism?". All this range of answers of tourism focus will help introduce the opportunities of Bátya concerning welcoming guests. Apart from this, the study aims to examine the satisfaction factor of Bátya's population concerning services, entertainment facilities and the local-centered prosperity. The knowledge of culture comprises the important part of tourism. The study aims to introduce the cultural elements of the VIIIth National Garlic Festival and Gastronomy Competition and personal experience gained on the spot. The primary aim of the festival is to make Bátya popular for its visitors. The study introduces other touristic values of Bátya, too. I made an interview with Attila Maros, one of the organisers of the festival; with the host, Cintia Guzsán; with Zsoltné Fekete, the Manager of



---

the Museum Chili-Trade Pepper Manufacture and Museum of the Village and with the owner of the Guesthouse, László Kákonyi. The study contains the important information collected.

## **CHARACTERISTIC CULINARY VALUE OF BÁTYA VILLAGE**

Viktória Kútvölgyi

The study introduces Bática's two typical agricultural products; the garlic and the pepper the latest win the award of Hungaricum. The study comprises the gastronomical experiences collected during the viewing on the site after the professional literature. I opted for two methods to analyse the culinary value of the village. One of them is the questionnaire, the other method is that I collected recipes of traditional Bática dishes on site and described them in my study. I studied the answers of 237 households of Bática concerning three questions. The first question asked "Which three agricultural products are the most important you produce?" the other enquired about „What traditional Bática dishes can you prepare?", and the third question was "What do you usually cook at celebratory occasions?"

## **THE ROLE OF LEARNING IN SHORT FOOD SUPPLY CHAINS IN HARGITA COUNTY**

Péter E. Katalin

The short food supply chain is nowadays becoming a widespread alternative for traditional chains, in which qualified workforce and knowledge play an important role. Farming based on extensive use of energy sources are gradually replaced by more efficiently functioning farms and at the same time a new category of consumers sensitive to environmental problems started to emerge bringing effective demand to the local farmer's market offering a narrow range of products. The special consumer experience based on the direct relationship and trust between sellers and customers appeals mainly to consumers with a higher education level. Due to the specificities of their farm structure the vast majority of farms in Hargita county are small family farms preserving their structures developed nearly thirty years ago, and in which the farmers have inherited their farming knowledge from previous generations. Knowledge gained in this way shows many similarities across families living in the same area, which assures a certain degree of social cohesion.

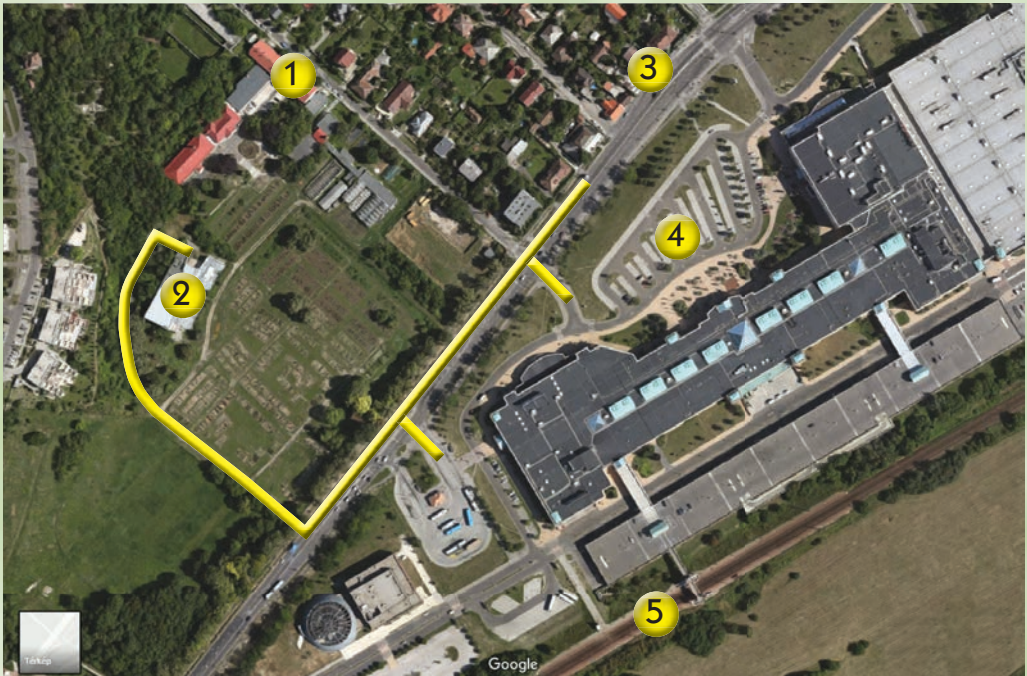






# HERMAN OTTÓ INTÉZET

NONPROFIT KFT.



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

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

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



