

Budapesti Corvinus Egyetem
Agrobiznisz Tanszék

Tudományos Diákköri Konferencia Dolgozat

A helyi élelmiszertermelők szerepe és helyzete Magyarországon

(A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon való értékesítés megközelítése)

Készítette: Szabó Violetta

Vidékfejlesztési Agrármérnök alapszak

II. évfolyam

2021

Konzulens: Dr. Török Áron

Tartalom

1. Bevezetés	2
2. A dolgozat célja	5
3. Szakirodalom áttekintése	6
3.1. A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok fogalmi hátterének áttekintése	6
3.2. A helyi élelmiszertermelők értékesítési lehetőségei, a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok fajtáinak ismertetése	9
3.3. A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokról	15
4. Anyag és módszertan	21
5. Eredmények és értékelésük	25
5.1. <i>Fogyasztói kérdőív eredményei:</i>	25
5.2. <i>Borbás-Kert:</i>	34
5.3. <i>Rábaközi Marhahús:</i>	38
6. Összegzés	42
7. Irodalomjegyzék	44

1. Bevezetés

A 20. században mind a hűtési technológia, mind pedig a szállítási lehetőségek fejlődése lehetővé tette, hogy a gyorsan romló élelmiszerek, a korábban tapasztaltnál sokkal nagyobb távot tehessenek meg termelőtől a fogyasztóig. Ennek eredményeképpen verseny alakult ki, a cél a termelésben a hatékonyságnövelés lett, a mezőgazdaságban pedig az intenzív termelés volt jellemző. Az intenzív termelés a hosszú láncokon belül azonban mind a környezetre, társadalomra mind pedig gazdaságra negatív hatást gyakorolt. Mindezek következtében kialakult a tudatos fogyasztók rétege, akik a fentebb felsorolt aspektusok ellen tenni vágytak, így előnyben kezdték részesíteni az alternatív élelmiszerláncokon (Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok, REL-ek) keresztül beszerezhető élelmiszereket. Ezeknek a környezetre gyakorolt lábnyoma kisebb, illetve pozitívan hatnak a társadalomra és gazdaságra, ellentétben a Hagyományos Ellátási Láncokkal s az azon megszerezhető élelmiszerekkel. Fontos kiemelni azonban a környezeti terheléssel kapcsolatban azt, hogy a REL-ek nem minden dimenzióban fenntarthatóak. (Benedek, 2014)

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok térnyerése a fejlett országokban, mint például az Egyesült Államokban vagy Ausztráliában sokkal jellemzőbb volt, ugyanis ezekben az országokban a fogyasztók az élelmiszereknek nagyobb részét a Rövid Ellátási Láncokon keresztül vásárolják. Hazánkban a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok népszerűsége csak a rendszerváltás után kezdődött. A korábbi tanulmányok egy olyan tendenciát mutatnak, mi szerint a mezőgazdasági termelőknek problémát jelent a modern élelmiszerláncokhoz való csatlakozás, megfelelő agrárpolitikai eszközök hiányában. Ezen túl a termelőknek magas beruházási költségeket kell vállalnia ahhoz, hogy az egyre szigorúbb humán- illetve állategészségügyi előírásoknak eleget tegyenek. (Benedek, 2014)

Az utóbbi évtizedekben tehát a globális élelmiszer láncok előnyös helyzete nőtt, a nagyobb cégek voltak azok, akik jellemzően az élelmiszerek előállítását, illetve azok fogyasztókhöz való juttatását biztosították. A fejlődés, illetve az innováció hatására ezek a rendszerek átalakultak, emellett pedig a környezetre gyakorolt hatásuk is megnőtt, amely a termelők számára a továbbiakban nagyobb kiadásokkal, ráfordítással járt. Az utóbbi időszakban viszont a helyi termelők számára az olyan alternatív élelmiszer ellátási láncok biztosítanak megélhetésszerzési forrást, mint a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon való termékértékesítés. (Gyarmati, 2018)

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok, illetve ezen belül a helyi termelők és termékek mind a fogyasztók, mind pedig a döntéshozók körében egyre nagyobb figyelmet kaptak az utóbbi

évtizedben. Népszerűségükben közre játszik az, hogy napjainkban a fogyasztók a világ más országaiból érkező élelmiszerek helyett, a hazai termékeket részesítik előnyben, melynek háttérében a tudatosabb életmódra váltás állhat. Jelentőségük tehát nem csupán gazdasági szinten figyelhető meg, ezen túl ugyanis környezeti, fenntarthatósági és társadalmi szerepük is nagyon fontos mind az alternatív élelmiszer-ellátási láncoknak mind pedig a helyi élelmiszertermelők tevékenységének. Továbbá fogyasztói részről tapasztalható még, hogy az emberek egészségtudatosabban szeretnének táplálkozni, illetve tenni szeretnének környezetükért, ezen élelmiszerek előállításában pedig a helyi élelmiszertermelőknek nagyon fontos szerepe van. (Gyarmati, 2018)

Fontos megemlíteni továbbá az élelmiszer előállítás és a fogyasztók kapcsolatában az egészségügyi-bizalmi kérdést. A fogyasztók bizalma a globalizálódott élelmiszeriparral szemben megingott olyan élelmiszerbotrányok kapcsán, mint például a szalmonella, amelyet 1980-ban mutattak ki először, továbbá említhetjük még a szintén az 1980-as években szarvasmarhákban kimutatott BSE járványt, azaz a szivacsos agyvelőgyulladást okozó betegséget. Ezekre a botrányokra reagálva különböző fogyasztók által, alulról szerveződő mozgalom indult el, melyeknek célja a tudatos táplálkozás volt. A megjelenő programok mellett, mint például közösségi kertészkedés, nőtt az igény továbbá az alternatív élelmiszerláncok megjelenésére is. (Jámbor – Mizik, 2015)

A Rövid Ellátási Láncok továbbá nagy jelentőséggel bírnak a helyi gazdaság- és vidékfejlesztésben, a vidéki térségek felzárkóztatásában. A kisebb, helyi élelmiszertermelőknek ugyanis ezáltal biztosítottá válik termékeiknek piacra juttatása. A helyi élelmiszerek előállítása vidékfejlesztési szempontból elengedhetetlen, mivel növeli a helyi foglalkoztatást, illetve térségi jövedelemtermelő képessége van. Azzal, hogy a fogyasztók környezetbarát (pl.: bio-termékek), egészséges helyi termékeket választanak és fogyasztanak, hozzájárulnak saját életminőségük javításához. Továbbá a helyi élelmiszerek növelik a helyi identitást, erősítik a térség önazonosságát, illetve bizonyos termékjelölési rendszerek segítségével a térségnek egy bizonyos arculatot biztosítanak. (G. Fekete, 2013)

Az alternatív élelmiszer-ellátási láncok kisebb gazdaságok, családi gazdaságok számára is biztosítják a megélhetést, illetve fejlődési lehetőséget hordoznak magukban. Ebben nagy szerepe van a REL-eket övező támogatáspolitikának, aminek fő célja, hogy a kistermelők piacra jutása egyszerűbb legyen. (Kiss – Nagyné Demeter, 2018)

Mind a Közös Agrárpolitikának, ezen belül is a 2014-2020-as időszakban, a helyi élelmiszertermelőkre fektetett nagy hangsúlynak, mind pedig a fogyasztók tudatosabbá válásának köszönhetően tehát a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok a termelőknek egy pozitív irányba mutató értékesítési csatornát jelentenek. Mindezeket pedig a 2020-ban megjelent koronavírus járvány tetézi, amely ugyanúgy állítja kihívások elé a helyi élelmiszertermelőket, mind ahogyan nagyobb esélyt teremt termékeik értékesítése számára.

A helyi élelmiszer rendszereknek, illetve a helyi termékeknek olyan fontos szerepeit említhetjük, mint például a helyi és regionális gazdaság támogatása, valamint az alapvető szintű élelmiszer-önellátás biztosítása. Ezen kívül önfoglalkoztatási, illetve munkahelyteremtési lehetőségeket teremtenek. Ezen rendszerek fontos szerepet töltenek be a társadalmi kohézió és közösségi szellem formálásában, mivel a helyi termékek értékesítése által a fogyasztók és a termelők között szorosabb kapcsolat alakul ki, ezáltal pedig egy bizalmi kapcsolat is létrejön. Ezutóbbi jellemző alapján az élelmiszerek bizalmi terméknek számítanak, hiszen a fogyasztó bizalma vagy adott esetben annak hiánya befolyásolja, hogy egy-egy termék sikeres, vagy kudarcnak van ítélve. (Bartha et al., 2016)

2. A dolgozat célja

A helyi termelők szerepe a minőségi élelmiszerek előállításában és azok biztosításában egyre nagyobb jelentőséget szerzett az utóbbi évtizedben az egész világon, az EU-ban, illetve annak tagországaiban, így Magyarországon is.

A dolgozat fő célja, hogy a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok adta lehetőségeken keresztül vizsgálja, hogy a helyi élelmiszertermelők milyen helyzetben vannak termékeik értékesítésének szempontjából. Továbbá szó lesz arról, hogy a termelők mely csatornákat választják az értékesítés színteréül, melyek a REL legnépszerűbb formái, illetve miért ezeket választják. A helyi termelői piacok, a REL szedd magad típusa, gazdaudvari értékesítés és a házhozszállítás kerülnek jellemzésre, mint a helyi termékek értékesítési színtere.

Fogyasztói szemszögből is megközelítem a dolgozatban az élelmiszer ellátási láncokat s ezáltal a helyi termelők helyzetét is. A fogyasztók tudatossá válása nagy befolyással lehet a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok fajtáinak népszerűvé válásában, így a hazai, helyi termékek választása előtérbe kerülhet a fogyasztók által. Ezt a feltevést egy kérdőíves adatgyűjtéssel vizsgálom, illetve a beérkezett adatokat elemzem.

A dolgozatban továbbá keresem arra is a választ, hogy a járványhelyzet milyen hatással volt 2020-ban, illetve milyen hatással van jelenleg is a helyi élelmiszertermelők helyzetére a piacon. Ennek elemzésére szintén az általam készített felméréssel kerül sor.

Mindezen túl, a gyakorlatban a rövid ellátási láncokon belül jól működő helyi élelmiszertermelőkkel készített interjúkkal közelítem meg a helyi termékek értékesítési lehetőségeit, valamint a vírus hatásait a tevékenységükre.

3. Szakirodalom áttekintése

3.1. A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok fogalmi háttérének áttekintése

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncoknak a fogalma a világ összes pontján különbözőképpen fogalmazható meg, azonban tartalmuk azonos, illetve minden megfogalmazásból közös vonásként számon tartandó és megemlítendő, hogy ezek az ellátási láncok alulról jövő kezdeményezésekből alakulnak, melyeknek fő szerepe a város és vidék kapcsolatának új életre keltésében rejlik. (Kujáni, 2017)

A Rövid Ellátási Lánc olyan ellátási láncot jelent, ami kevés számú gazdasági szereplőből áll, kiknek célja az együttműködés, a helyi gazdaság fejlesztése, illetve a termelők, feldolgozók és fogyasztók közti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolat létesítése és fenntartása, fogalmazza meg az Európai Parlament és Európa Tanács 1305/2013/EU rendelete (2013.december.17) 2. cikk m) pontjában.

A Bizottság definíciójából és a végrehajtási rendeletről arra következtethetünk, hogy a Közös Agrárpolitikán belül a REL-eknek és azok fejlesztése során figyelmet kell fordítani a vidéki területek integrált megközelítésének. A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokban a termékek csak rövid távon utaznak, így lehetővé válik, hogy a fogyasztók és a termelők személyesen is találkozzanak, ezáltal egy-egy élelmiszer a termelője által arculatot is kaphat. Ezeknek az ellátási láncoknak a fő szereplői a helyi termelők. Az általuk alkotott együttműködési rendszernek fontos szerepe van a REL-ek fenntartásában, a vidéki vagy helyi gazdaság élénkítésében, valamint erősítik a turizmus és az élelmiszertermelés közti együttműködést. (Európai Bizottság, 2013)

Jaros (2008) alapján a következő jellemzőket említhetjük meg a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok jellemzésével kapcsolatban. Az ilyen ellátási láncok legjellemzőbb tulajdonsága, hogy az élelmiszerek kis távolságot tesznek meg a termelők, illetve a fogyasztók között. Ez a tulajdonság megalapozza magának az ellátási lánc típusnak az elnevezését is. Korábban a bevezetés során ezeket az élelmiszerláncokat említettük már az alternatív jelzővel, azonban az imént említett tulajdonság okán a rövid jelző sokkal jobban jellemzi a láncokat. További jellemzőnek említhetjük a kis üzemméretet és kis volument, azaz kis termékmennyiséget. Jellemzi még a rövid ellátási láncokat továbbá a fenntarthatóság, amely minden esetben eltérő, hogy környezeti, társadalmi, vagy pedig gazdasági dimenzióban jelenik meg. Fontos jellemző még a helyszín, amely jelenti a termelő és a vásárló találkozási helyét. (Ezeknek több fajtáját említhetjük, melyekről a későbbiekben lesz szó bővebben.) Megemlíthetjük a helyszínnel

kapcsolatban, hogy sok esetben a fogyasztó és a termelő között bizonyos szereplők hiányoznak (pl. saját udvarról történő értékesítés vagy házhozszállítás esetén hiányozhat egyéb forgalmazó vagy eladó), ha pedig van közbeékelődött szereplő, azok száma kevés.

Benedek (2014) a termelő és fogyasztó közötti rövid távolságot több aspektus alapján gyűjti össze, melyeket a következőképpen csoportosíthatunk és jellemezhetünk. Első sorban említhetjük a kis **földrajzi** távolságot a termelő és a vásárló között. Ezt indokolja az, hogy a termelők a fogyasztókhoz közel (pl. egy-egy város közelében, vagy településen, falun belül) végzik élelmiszertermelő tevékenységüket. **Társadalmi** dimenzióban a kis távolságot érthetjük úgy, hogy a termelők és a fogyasztók között ismeretségi kapcsolat alakult vagy alakul ki. Ez a szoros kapcsolat termelő és vevő között bizonyos bizalmi kapcsolatot is kialakíthat, mivel a termelő saját arcát adja a termékeihez és felelősséget vállal azok minőségéért is. A harmadik dimenzió, amit a rövid jelzővel kapcsolatban említhetünk az a **természeti** dimenzió, hiszen a szállítási távolság csökkentett az alternatív élelmiszer ellátási rendszereken belül, így a környezetterhelés is csökkenthető. Ezen kívül megemlíthetjük azt is, hogy a fogyasztók olyan tényezőket ismerhetnek meg a termeléssel kapcsolatban, mint például szezonális, szélsőséges időjárás következményei. Ezek ismeretében pedig a fogyasztó a termelő iránt szolidaritást érez, amely eredményezheti azt, hogy előnyben részesítik a helyi élelmiszertermelők termékeit, így erősödhet a helyi identitás, valamint a vásárlók megismerhetik a helyi tradíciókat, illetve hagyományokat. A közelséget még **gazdasági** szempontból is jellemezhetjük, hiszen ezáltal a pénz a közösség tagjai között, helyben cserélődik. Ezen túl beszélni kell arról is, hogy a szállítási költségek csökkenésével a profit is magasabb lehet, ezt a termelői és/vagy fogyasztói többlet adhatja.

Egy másik tanulmány alapján a REL-eket két nagy típusra bonthatjuk, hagyományos és neo-hagyományos típusokra. A **hagyományos Rövid Ellátási Láncok** a vidéki térségek egyéni gazdaságaira épülnek, amelyben általában az „on-farm” értékesítés áll a középpontban. Ilyen első csoportba tartozó forma például a gazdaudvar, az út menti értékesítés, szedd magad akció vagy a termelői piac, melyeken közvetlenül folyik az élelmiszerek értékesítése. A második csoportba, a **neo-hagyományos Rövid Ellátási Láncokhoz** sorolhatjuk például a szállítási rendszereket, vagy a közösségi tulajdonú gazdaságokat. Ezek a rendszerek összetettebb irányítási mechanizmuson alapszanak, a termelők, intézmények és fogyasztók együttműködési hálójában működnek. Gyakran ezek a formák törekszenek a hagyományos gazdálkodási stílus megőrzésére, melyeket innovatív módon, újításokkal próbálnak modernizálni. (Nagyné et al., 2017)

A Rövid Élelmiszer Ellátási Lánckok szerepe a világon a legnagyobb jelentőséggel az Egyesült Államokban, Ausztráliában, illetve Nyugat- és Dél-Európában bír. (Benedek, 2014) Ezekben az országokban a legkutatottabbak az alternatív ellátási láncok, azonban a világ számos más pontján, mint például az Európai Unión belül is a Közös Agrárpolitika keretein belül, ezáltal Magyarországon is egyre nagyobb jelentőséggel bírnak, illetve a helyi termelőket támogatásokkal ösztönzik a REL-ek kialakítására és termékeik azokon keresztül történő értékesítésére.

Tisztázandó még a helyi termékek fogalma, melyet G. Fekete (2013) két irányból tesz meg. Elsősorban a helyi termékek legfontosabb megközelítése, hogy helyhez kötöttek, helyben megtermelt, vagy beszerzett alapanyagokból készülnek adott esetben, ha élelmiszerről beszélünk helyi receptek alapján készítik őket, többnyire kisüzemi kereteken belül. Másodsorban pedig helyi munkaerő végzi a termékek előállítását, amelyet G. Fekete (2013) 50 km-es sugarú körön belül értelmez helyinek, és ezek a helyben élők igényeit elégítik ki. Ezeknek a termékeknek továbbá fontos jellemzőjeként említhetjük a hozzáadott értéket is, valamint megfigyelhető a fenntartható fejlődés koncepció is.

Fontos megemlítenünk, hogy a REL kifejezést nem csak az élelmiszerek esetében használjuk ugyanúgy, ahogyan a helyi termékek alatt sem csupán élelmiszereket értünk, hiszen ezek lehetnek nem élelmiszerként hasznosított mezőgazdasági termékek, kézműves termékek, azonban a dolgozatban a REL kifejezést a helyi élelmiszertermelők által előállított termékekkel kapcsolatban fogom használni. A Rövid Élelmiszer Ellátási Lánckoknak legfontosabb jellemzői tehát összegzésként a kevés szereplő, a kis földrajzi, társadalmi, természeti és gazdasági távolság.

Tisztázandó továbbá, hogy mi számít helyi terméknek. Olyan jellemzőket sorolhatunk fel, mint például, hogy létrehozásukban fontos szerepet tölt be a helyi gazdaság, kötődnek egy-egy település, tájegység identitásához. A termelésük során a hozzáadott értéket lokálisan realizáljuk, ami a helyi jövedelemtermelést segíti. A helyi termékeket helyi termelők, mikrovállalkozók állítják elő jellemzően önfoglalkoztatással. Továbbá az előállításuk során a helyi munkaerőnek is fontos szerepe van. (Póla, 2016)

3.2. A helyi élelmiszertermelők értékesítési lehetőségei, a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok fajtáinak ismertetése

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok csoportosításával és annak fejlődésével számos szakirodalom foglalkozik, illetve foglalkozott az idő során. Madsen és szerzőtársai (2000) három fő csoportját határozták meg a REL-eknek. A személyes vagy közvetlen értékesítés azt jelenti, hogy a fogyasztó közvetlenül az élelmiszer termelőjétől, helyi termelőktől, kisgazdáktól vásárolja meg az élelmiszert. Ezen forma hozzájárul ahhoz, hogy hitelességet biztosítson és bizonyítson magáról a termelőről és a termékről a fogyasztó részére, ezen túl pedig segít a kölcsönös bizalom kialakításában is. Ez a forma újabban olyan lehetőségekben testesül meg, mint például az on-line kereskedelem, amelyen belül a fogyasztók weboldalakon keresztül leadott rendelések útján szerezhetik be a termékeket. A következő csoportot a térbeli közelség alapján határozták meg, amely azt jelenti, hogy bizonyos termékeket, egy bizonyos régióon belül, helyhez kötődően termelnek, tehát ezt nevezhetjük a lokális értékesítésnek. Ez a forma fontos szerepet tölt be a termelés helyi jellegének a megismertetésében a fogyasztó számára. A harmadik csoport a globális értékesítés, melybe a térben kiterjedtebb élelmiszer ellátási láncok kerülnek. Ezeknek a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncoknak fontos szerepe van abban, hogy a termelési régiótól távol élő fogyasztók is hozzájussanak az élelmiszerekhez, illetve betekintést is nyerhessenek egy olyan régióon belüli termelésbe, amiről korábbi tapasztalatuk nem volt. Ezen csoportosítást és az ebbe tartozó konkrét értékesítési típusokat az alább látható, 1. táblázat szemlélteti. (Madsen et al., 2000)

1. táblázat A Rövid Ellátási Láncok csoportosítása

	Közvetlen, személyes értékesítés	Lokális értékesítés	Globális értékesítés
Jellemzője	Helyben történik az értékesítés	Közösségi marketing alapú	Kiterjesztett REL-ek
Fajtái	Termelői piac	Termelői szövetkezeti boltok	Védett eredet
	Út menti értékesítés	Fogyasztói szövetkezeti boltok	Specialitások
	Szedd magad akció	Közösség által támogatott mezőgazdaság	Minőségbiztosítási rendszerek
	Házhozszállítás	Értékesítés helyi vendéglátóknak	
	Online értékesítés (pl.: webáruház)	Fesztiválok	Tanúsítványok
	Vendégasztal	Regionális termékek	Védjegyek

Forrás: Saját szerkesztésű ábra, Madsen et al. (2000) alapján

A helyi termelőknek, gazdáknak lehetősége van továbbá termékeiket közvetlenül éttermek részére is eljuttatni. Ezen esetben az éttermek vezetői a helyi élelmiszerekben stratégiai lehetőséget realizálnak és ezt kölcsönösen mind a gazdálkodók, mind pedig az étteremtulajdonosok saját előnyére tudják fordítani. Azonban fontos megjegyezni azt, hogy számos kommunikációs és logisztikai akadály bonyolítja ezen üzletek lebonyolítását. Ezeket szerződéses viszonyokkal könnyíteni tudják a termelők és az éttermek tulajdonosai, illetve napjainkban a fejlődő technológiai eszközök is segítséget jelenthetnek. (Paciarotti et al., 2018)

Benedek (2014) a REL-ek térbeli kiterjedése és értékesítési mechanizmusai alapján három csoportot ismertet. Ezen három csoport a *Közvetlen, helyben történő értékesítése*, a *Közösségi marketing alapú, kvázi lokális értékesítés* valamint a *Kiterjesztett REL, vagy globális értékesítés*. Mind a három csoporthoz felsorolhatunk különböző mechanizmusokat, azonban a csoportok közül bővebben az elsőből, azaz a *Közvetlen, helyben történő értékesítési* mechanizmusok közül fogunk párat részletesebben körüljárni, melyek konkrét típusait az *2.táblázat* tartalmazza. (Benedek, 2014)

Közvetlen értékesítés esetén a fogyasztó és a termelő között közvetlen kontaktus jön létre, direkt módon találkoznak egymással és az élelmiszerek eladása, illetve vásárlása szemtől szembe bonyolódik le közöttük. A *2. táblázatban* említett mechanizmusok közül részletes bemutatásra fog kerülni a termelői/helyi piacok, valamint említésre kerül még a szedd magad akció, gazdaudvari értékesítés és a házhozszállítás, mivel a dolgozatban az anyag és módszertan résznél alkalmazott kutatások során ezen három típusról lesz szó azzal kapcsolatosan, hogy hogyan működnek ezek a mechanizmusok a gyakorlatban bizonyos helyi termelőknél, illetve a fogyasztók miként viszonyulnak ezen típusokhoz.

2. táblázat A közvetlen, helyben történő értékesítés fajtái

	Közvetlen, helyben történő értékesítés fajtái
1.	Termelői/Helyi piac
2.	Út menti értékesítés
3.	Gazdaudvari értékesítés
4.	Szedd magad
5.	Vendégasztal
6.	Házhozszállítás
7.	Webáruház
8.	"Heti szatyor" (dobozrendszer)

Forrás: Saját szerkesztésű ábra, Benedek (2014) alapján

A helyi termelői piacok Magyarországon

A helyi termékek, ezen belül helyi élelmiszerek napjainkban egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek mind a fogyasztók, a civil szervezetek és a döntéshozók körében egyaránt. A helyi termelők által megtermelt élelmiszerek, termékek értékesítési színteréül jöttek létre a helyi termelői piacok. A kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV törvény 2. § 5a pontjában így határozzák meg a helyi termelői piacokat: „*A helyi termelői piac olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, a piac 40 km-es körzetében, vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságból származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari terméket értékesíti.*”

A köztudatban a vásár, illetve a helyi piac jelentése nem határolódik el egymástól, azonban fontos letisztázni, hogy a vásárok, illetve helyi termelői piacok elkülönülnek egymástól. A vásárok ugyanis a hivatásos kereskedők időszakos találkozóhelyeit jelentik, ahol nagy tételek cseréje történik elsődlegesen és a lehető legtöbb embert igyekeznek odavonni azzal a céllal, hogy termékeiket értékesíthessék. A különbségeket a 3. táblázat tartalmazza, melyek közül megemlíthetjük még, hogy a két jelenség rendeltetése a kielégíteni kívánt igényekben is különbözik, hiszen a helyi termelői piacok célja a helyi lakosság élelmezésének biztosítása, míg a vásárok globális igényeket elégítenek ki. (Ferencz, 2017)

3. táblázat A termelői piacok és a vásárok tulajdonságai

	Termelői piac	Vásár
Szereplők	Kistermelők	Hivatásos kereskedők
Rendeltetés	Helyi lakosság élelmezésének kielégítése	Globális igényeket elégít ki
Résztvevők nemzetisége	Magyar nemzetiségű	Bármilyen nemzetiségű
Méret	Kicsi	Nagy
Keletkezésük	Korábban	Később, mint a termelői piacok

Forrás: Saját szerkesztésű ábra, Ferencz (2017) alapján

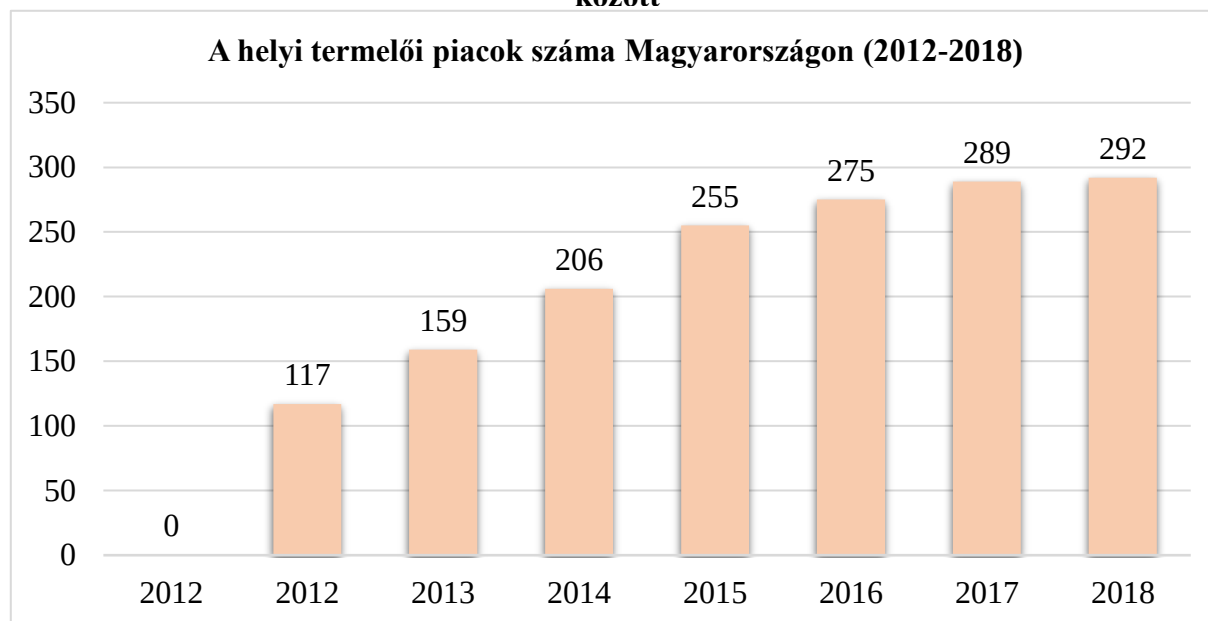
Az 1. ábra szemlélteti, hogy 2012 és 2018 között Magyarországon hogyan alakult a helyi termelői piacok száma. Az első ismert adat 2012.január 1-én nulla volt, azonban ugyanezen év októberére a helyi termelői piacok száma 117 db-ra növekedett. Ezt követően minden év októberében mérték fel a helyi termelői piacok számát. A 2012-t követő három év alatt a helyi

termelői piacok száma szinte megduplázódott, az első említett évben 117, 2015-ben pedig 255 volt számuk a felmérés alapján. 2012 és 2016 között a piacok száma rohamosan megnőtt, folyamatosan újabb termelői piacokat létesítettek. Az ezutáni két évben, azaz 2017-ben és 2018-ban is létesültek új termelői piacok, azonban a növekedés mértéke az előző évekhez képest jelentősen alacsonyabb. ([Nemzeti Agrárgazdasági Kamara - NAK](#), 2018)

A helyi termelői piacokon meghatározott, hogy kistermelők értékesíthetik saját gazdaságukból származó mezőgazdasági és élelmiszeripari termékeket. Kistermelőnek számít, minden természetes személy, aki saját gazdaságából származó alapterméket és abból saját maga által előállított termékét bizonyos korlátok betartásával, mind mennyiségi mind pedig területi szinten értékesítheti közvetlenül a végső fogyasztónak. (Bartha et al., 2016)

A termelői piacokon azonban bizonyos szabályokat kötelesek a kistermelők betartani. Szem előtt kell tartaniuk, hogy felelősséggel tartoznak az általuk termelt és forgalmazott élelmiszerek minőségéért, s azok biztonságáért, illetve a termelőnek figyelnie kell ezek követhetőségére és az azt segítő dokumentálásra. A termelői piacokon továbbra nem engedélyezett a sertés, juh, kecske, szarvasmarha friss húsának értékesítése. A kistermelő gazdaságában, amennyiben 50 alatti tojótyúk állomány található, nem köteles a termelői azonosító kódot feltüntetni a tojáson, a fogyasztó részére enélkül is értékesítheti azt, viszont az értékesítés helyén jeleznie kell a nevét és gazdaságának címét. (Bartha et al., 2016)

1. ábra A helyi termelői piacok számának alakulása Magyarországon 2012 és 2018 között



Forrás: Saját szerkesztés, [NAK](#) (2018) alapján

A helyi termelői piacok egyre divatosabbak a turisták körében is, mivel számukra kellemes időtöltést, illetve közösségi élményt jelentenek. Ilyen közösségformáló helyi termelői piacként említhetnénk a Káptalantótiiban található Liliomkert piacot, mely idegenforgalmi szempontból jelentős befolyással rendelkezik a térségben, hiszen minden vasárnap turisták ezreit vonzza ide. A sikeres vidéki, falusi turizmus kulcsa több tényezőben rejlik. Befolyásolja többek között a közösségi tervezés, továbbá kulcsfontosságú mind a vertikális, mind pedig a horizontális kooperáció, az önkormányzatok és különböző szervezetek szerepvállalása, illetve térségmarketing is. Mindezek szervezett összehangolása egy fellendülő jövedelemszerzési lehetőséget jelenthet a helyi termelők és szervezetek számára egyaránt. (Póla, 2016)

Jelenleg a helyi termelői piacok fejlesztése és bővítése egy kívánatos cél, mivel napjainkban számuk még mindig alacsony, ezen kívül a termelői boltokkal, gazdaudvari értékesítéssel nehezen kapcsolhatók össze. (Nagyné et al., 2017)

A szedd magad akció

A zöldség és gyümölcstermesztők egyik közvetlen értékesítési lehetősége a szedd magad akció. A szedd magad akció azt jelenti, hogy a vásárló saját maga szedi le a kistermelő által megtermelt zöldséget vagy gyümölcsöt, majd pedig a leszedett mennyiség tömegéért fizet. (Csíkné, 2011)

Salamonné (2016) által készített helyi élelmiszer termelőknek szóló kutatásában kitért arra, hogy mely értékesítési csatornákat részesítik előnyben, amelyből kiderült, hogy ezt a Rövid Élelmiszer Ellátási Lánc típust a termelők 2%-a alkalmazza csupán.

A szedd magad akció továbbá a termelők számára lehetőséget biztosít a kapacitásproblémák megoldására. Emellett fontos megemlíteni, hogy a fogyasztó megismerheti magát a termelőt, illetve az élelmiszert ő maga tudja betakarítani, amely biztosítja számára, hogy a számára megfelelő minőségű terméket válassza. (Csíkné, 2011)

Házhozszállítás:

Minden élelmiszer, így a helyi termelők által előállított élelmiszer is, ahogy már a korábban is említettük, többféle értékesítési csatornán keresztül juthat el a fogyasztóhoz, melyek közül a közvetlenül történő értékesítés egyik fajtája a házhozszállítás. (Bartha et al., 2016)

A termelők saját gazdaságukban nevelt állatokat, mint például sertés, juh, szarvasmarha, strucc és emu az engedéllyel rendelkező vágóhídon bérvágás után értékesítheti a saját gazdaságából,

illetve régióon belül, vagy légvonalban a gazdaság telephelyétől számított 40 km-re kiskereskedelmi vagy vendéglátói létesítményeknek értékesíthet, illetve ezen értékesítési korlátok betartásával ezeket a termékeket a termelő házhoz is szállíthatja, ha a fogyasztó azt igényli. Azonban a romlandó termékek esetében, mint például a hústermékek példájában is, a termelőnek biztosítani kell bizonyos higiéniai feltételeket, a HACCP szabályozásokat kötelese betartani, így például a hűtési láncot kötelese fenntartani, a nyomon követhetőséget pedig biztosítani szükséges. Ezen kívül a hústermékek példáján tovább haladva megfelelő szállítóládákat, egyéb eszközöket kell biztosítani a házhozszállítás során. (Bartha et al., 2016)

Gazdaudvari értékesítés:

A gazdaudvari értékesítés a Kneafsy és szerzőtársai (2013) által alkotott két rövid ellátási lánc típus, a tradicionális és neotradicionális közül, az előbbibe tartozik, ugyanúgy, mint például a szedd magad vagy a termelői piac. Ezen láncokon a termelők hagyományos tevékenységet végeznek, általában egy adott kultúrába beágyazva az általuk megszerzett tudást, készségeiket kihasználva. Természetesen napjainkban az innovációnak nagy szerepe van, így például a termékfejlesztésre és a marketingre nagy igényt fordítanak a termelők.

A szakirodalomban szokták farm boltoknak is nevezni a gazdaudvari értékesítést, hiszen a mezőgazdasági termelő által előállított élelmiszereket a fogyasztók a tulajdonos farmján, gazdaságának helyszínén tudják megvásárolni. A legutóbbi felmérések alapján a termelői piac mellett a gazdaudvarról történő közvetlen értékesítés gyakorisága magasfokú a rövid ellátási láncokon keresztüli értékesítésben. (Nagyné et al., 2017)

A gazdaudvari értékesítés a fogyasztó és a termelő közti legközvetlenebb kapcsolatot alakítja ki az élelmiszer értékesítése során. A vevők a termelő telephelyén, az általa létesített árusító helyiségben, boltban vásárolják meg az adott élelmiszereket. Sok helyi családi vállalkozás nem tudja megoldani, hogy plusz munkaerőt vegyen fel az elárusítóhelyre, hiszen a többi tevékenységet is ők látják el a gazdaságon belül, éppen ezért egy-egy héten egy bizonyos napon értékesítenek a telephelyen elhelyezkedő értékesítési helyiségből. (Salamonné, 2016)

3.3. A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokról

Napjainkban a globalizációnak egyre nagyobb hatása van többek között a kereskedelemre, pénzügyekre, segélyezésre, migrációra és különböző eszmékre, mint például a gazdaságpolitikára. A globalizáció terjedésének egy fontos következménye, hogy az országhatáron belüli értékesítés kitolódik, kitágul a határokon túlra a kiskereskedelemben. Egyre több nacionális, illetve multinacionális vállalat jelenik meg egyes országok belpiacán. Ez a folyamat többek között kiterjed magára az élelmiszer-szektorra is, ezért beszélünk globális élelmiszer-kiskereskedelemről. A folyamat következményeképpen a kisebb élelmiszertermelőknek a modern élelmiszerláncokhoz való csatlakozás nehézségeket vont maga után. (Cranfield et al., 2012; Györe et al., 2009; Benedek – Fertő, 2015)

A fogyasztó és a termelő között a piac évszázadokon keresztül a friss élelmiszer beszerzésének és értékesítésének a színteréül szolgált. Az elmúlt évszázadban, a kiskereskedelem átalakulásának következtében csökkent a piac jelentősége, ezzel szemben pedig a multinacionális élelmiszer vállalatok szerepe lett jelentős. Mindez a kistermelők piacra jutási lehetőségeit és esélyeit nagyban csökkentette, valamint bevételtől való elesést jelentett számukra. (Cranfield et al., 2012)

Györe és szerzőtársai (2009) szerint a kistermelőknek nem csak a multinacionális élelmiszerkereskedelmi vállalatokkal kellett szembenéznie, további nehezítő tényező érvényesülésükben, hogy a Közös Agrárpolitika támogatásaira többségük nem jogosult.

Az utóbbi évtizedben egyre több alternatív élelmiszer ellátási lánc jelent meg, amely a termelők számára profitnövelési lehetőség, valamint ami a legfontosabb, biztosított termékértékesítési helyszín, színtér számukra. Benedek és Fertő (2015) tanulmányukban megállapították, hogy a hazai társadalmi-gazdasági környezetben nagyfokú érdeklődés övezi ezeket az ellátási láncokat a termelők körében és a jövőben is további növekedést jeleztek elő. A termelők jellemzően több értékesítési csatornán értékesítik termékeiket, azonban mindig van egy bizonyos fő Rövid Ellátási Láncon belüli színtér, amely a bevételük számottevő részét teszi ki. Benedek és Fertő (2015) a „piacot” nevezte meg a legjellemzőbb Rövid Ellátási Lánc típusnak, ezen belül kitérve a hagyományos, termelői- és a bio piacokra. Fontos azonban azt még megjegyezni, hogy a hagyományos és a termelői piacok elkülönítése a hazai szakirodalomban nem jellemző. (Benedek-Fertő, 2015)

A Rövid Ellátási Láncokat, ezen belül mind a hagyományos, mind pedig a termelői piacon való értékesítést általában Magyarországon a kisebb termelők, gazdaságok választják termékeik eladási színteréül. Hazánkban a termelői és hagyományos piacokon más körből kerülnek ki azok a gazdálkodók, akik itt értékesítik termékeiket. A termelői piacokon kevésbé érvényesülnek a következő motivátorok, szerepük alacsonyabb, mint a hagyományos piacokon, ezek tehát a magasabb ár, azonnali készpénzfizetés és a különböző megszokások. Termelői piacokon jellemzően azok a gazdálkodók értékesítenek, akik nagyobb gazdasági területtel rendelkeznek, illetve lehetőségük és ambíciójuk van nagyobb beruházásokat véghez vinni, illetve azok a termelők, akik nagyobb választékkal rendelkeznek bizonyos termékekből. (Benedek-Fertő, 2015)

Benedek és Fertő (2015) vizsgálta különböző termelői piacokon többek között, hogy melyek azok a motivációk, amelyek miatt a termelők az egyes piacon árusítaniak. A következőt a kérdőív kitöltése alapján megállapították, hogy a termelőknek nem számít fontos tényezőnek a magasabb ár elérése.

A termelői piacokkal kapcsolatban fontos megjegyezni, hogy eltérő hangulata lehet különböző piacoknak. Azokon a piacokon, melyeket heti rendszerességgel szerveznek, melyeken a mindennapi szükségleteiket elégíthetik ki a vásárlók, éppen ezért teljesen más hangulat uralkodik, mint azokon, amelyeket ritkábban tartanak, hiszen ezeknek sokkal inkább van fesztivál hangulata és a fogyasztók a hozzáadott érték miatt látogatják. (Benedek-Fertő, 2015)

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncoknak és a helyi termékeknek egyaránt nagy szerepe van a lokális identitás, helyi közösség építésében, s annak formálásában. A vidéki kulturális alapú, közösség által kedvelt rendezvények többségének a központi, s egyben az egyik legvonzóbb eleme a gasztronómia, az élelmiszerek, amelyek jelenthetik a helyi termékek fogyasztását, vagy akár helyi népi étel- és élelmiszerkultúra felidézését, s ezáltal annak megőrzését. (Bene, 2014) A legtöbb ilyen rendezvényen, például vidéki térségeken falunapokon, vagy kisebb fesztiválokon, akár például a turisztikai szempontból is nagy fontossággal rendelkező disznótoron, helyi termelők által előállított élelmiszereké a központi szerep, s mindezek által a helyi termelőknek, helyi élelmiszereknek, ezen túl az ő kooperációjuknak nagy szerepe és jelentősége van egy-egy település és térség közösségének összekovácsolásában.

A helyi élelmiszereknek és a gasztronómiának nagyon fontos szerepe van, hiszen a friss, helyi termelők által megtermelt élelmiszerek árusításán, falusi szálláshelyeken, gasztronómiai

fesztiválokon, farm fogadókon keresztül a helyi identitás fejlődését nagyban befolyásolni tudják az élelmiszerek, így azok termelőinek feladata is elengedhetetlen éppen ezért. Ezen túl az élelmiszernek szerepe nagyon fontos a vidéki térségek fejlődésében (Csurgó, 2013)

A globális élelmiszerláncok, mivel nemzetközi határokat ívelnek át, hosszú láncokon keresztül, hosszú utat bejárva kerül az élelmiszer a fogyasztóhoz, így a fogyasztó elhatárolódik az élelmiszer megtermelőjétől. Ezzel szemben a kistermelők által előállított élelmiszernél megismerhetik akár személyesen az élelmiszer előállítóját, valamint az termelés helyszínét. Ezen mezőgazdasági kistermelők látták azt, hogy a nagy üzemeknek, feldolgozóknak, kiskereskedőknek és más közvetítőknek a részvétele miatt a fogyasztó nem látja a hozzáadott értéket az általa megvásárolt élelmiszer mögött. Éppen ezért fogyasztói szempontból fontosak a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok, hiszen azok, és az ezen láncokon keresztül értékesítő kistermelők arcukat biztosítanak a termékeknek és a fogyasztók bizalommal fordulhatnak hozzájuk. (Kneafsy et al., 2013, Benedek – Balázs, 2014)

A helyi termékeknek a fentiekben már ismertetettek alapján nagyon sok értékesítési lehetősége van a rövid láncokon keresztül. A legtöbb nagyvárosban már rendszeressé válnak a helyi termékeket kínáló termelői piacok, ahol a helyi gazdálkodó által megtermelt élelmiszerek értékesítésre kerülhetnek. Ezek a REL szinterek a vásárláson túl élményt adnak a fogyasztók számára, illetve egyfajta közösségformáló szerepet is betöltenek. (Ferencz, 2017)

A következőkben a Rövid Ellátási Láncok és a fenntarthatóság kapcsolatáról lesz szó. A jelenlegi élelmiszer-rendszer mind társadalmi, gazdasági és környezeti dimenziók fenntartható fejlődése szempontjából nagy kihívásokkal szembesül. Ezen kihívások gyakran kapcsolódnak az iparosított folyamatokhoz valamint a hosszabb és kevésbé átlátható élelmiszer ellátási láncokhoz. A társadalmi Alternatívának tekinthetjük ezen rendszerekkel szemben a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokat. (Vitterso et al., 2019)

A társadalmi kihívások legfőképpen a közegészségüghöz kapcsolódnak, mint például élelmezésbiztonság, élelmiszerbiztonság és az egészséges táplálkozás. A társadalmilag fenntartható élelmiszerlánc alapvetően magába foglalja a helyi élelmiszer-termelés és az étkezési szokásokat, illetve ezen kívül szerepe van a közösségformálásban, a bizalom kiépítésében a rövid élelmiszerláncok szereplői, termelők és vásárlók között. (Vitterso et al., 2019)

A környezeti dimenziót tekintve, korábbi tanulmányok kimutatták, hogy a REL-ek nagy mértékben termelnek környezeti externáliákat, gondolhatunk például a karbon-lábnymra. Azok a rövid élelmiszerláncok, amelyekben a fogyasztók egyenként, egymástól függetlenül érkeznek egy-egy termelőhelyre, farmra, amely számára kiszállási, és egyéb költségeket jelent. Ezzel szemben, ha a gazdálkodó házhozszállítást alkalmaz, az ügyfél számára potenciálisan némi megtakarítást jelent, hiszen megspórolja az utazást és a különböző fogyasztók által összesen megtett út teljes ideje és távolsága csökken. Ebben az esetben azonban a termelőnek plusz beruházási és üzemeltetési költségei merülnek fel a szállítás okán, amelyet vagy a termékek árába ágyazva, vagy szállítási költségként kell kalkulálnia. Ha a fogyasztó hajlandó fizetni ezen magasabb árakért a szállítási szolgáltatás ellenében az a termelő számára profitábilis lehet. (Malik-Rawlikowska et al., 2019)

A Rövid Ellátási Láncokban fontos szerepet tölt be a kis földrajzi távolság. A bizonyos termékek jellege azonban eltérő hatással lehet a környezetre. Amikor az élelmiszerláncok környezeti hatásairól beszélünk, fontos mérlegelni a termékek jellegét, hiszen például, ha egy organikus eredetű élelmiszerről beszélünk a környezeti hatás jelentősen kisebb. Azonban például ha a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon keresztül történő húsértékesítésre gondolunk, fontos megjegyezni, hogy a környezetre gyakorolt hatás jóval magasabb. A hústermelésnél abban az esetben, ha hazai termelésű takarmányt szeretne biztosítani a termelő, figyelnie kell a GMO-mentességre, génmódosított növények hatása ugyanis nagyon széles skálájú lehet a környezetre nézve, sok esetben az arra gyakorolt hatások nem ismertek. (Bendek, 2014)

A földrajzi közelség és a szervezeti elrendezés az általában használt kritérium az ellátási láncok osztályozása. Ezen kritériumok alapján Malik-Rawlikowska és szerzőtársai (2019) tanulmányában 10 típusú ellátási láncot különböztetett meg a gazdasági, környezeti és társadalmi fenntarthatóságuk felmérésére. Megfigyelésükből kimutatták, hogy a termelők egyszerre vesznek részt rövid és hosszú láncokban, tehát ezzel az ellátási láncok keverékét hozzák létre, melyből következik, hogy egyidejűleg az ellátási láncoknak több variációja él a piacon. Ezen variációk nem csupán a termelők számára előnyösek, de komplex piaci kínálatból való választási lehetőséget biztosítanak, kielégítve ezzel a különböző fogyasztók elvárásait és társadalmi igényeit. (Malik-Rawlikowska et al., 2019)

A REL-ben történő részvétel magasabb hozzáadott értéket eredményez, azonban az elosztási költségek levonása után, egyes láncok kevésbé vonzóak gazdasági szempontból a termelőknek.

A termelők különféle láncokat választanak a kockázatok csökkentése érdekében, így elfogadják az egyes láncok gyengeségeit. (Malik-Rawlikowska et al., 2019)

A koronavírus járvány a fogyasztókra és a termelőkre egyaránt hatással volt. A helyi élelmiszer a járvány előtt nagyon sokak által tárgyalt témává nőtte ki magát, a piacok száma nőtt a forgalommal egyaránt. A járvány 2020-as első, tavasszal tartó hulláma azonban ezt a folyamatot teljesen felforgatta. Egyaránt jelentett kihívást és lehetőséget a kistermelők számára a helyzet. Korábbi tanulmányok alapján ebben az időszakban a termelők egy része keresletnövekedést tapasztalt termékeik iránt. Ennek hátterében állhat az, hogy a fogyasztók szívesen fordulnak a helyi, megbízható és egyszerűen elérhető termelőkhez. Ezzel szemben tapasztalható volt az, hogy vásárlói rétegek, értékesítési csatornák tűntek el, mint például olyan éttermek, ahol helyi termelők termékeit szolgálták fel korábban. (Nemes et al., 2020)

A járványhelyzet hatására az interneten is árusító élelmiszertermelők rendelismennyisége ugrásszerűen megnőtt. Nőtt a kereslet a termékek iránt, azonban a kistermelők kapacitása véges, szezonális, így az nagyon gyorsan telítődött. A keresletnövekedés hátterében továbbá állhatott az is, hogy a nagy kereskedelmi láncokban a pánikvásárlás hatására áruhiány lépett fel az alapvető élelmiszerekből, mint például zöldség és gyümölcs. (Nemes et al., 2020)

A Rövid Ellátási Láncok esetében az élelmiszerek közvetlen, vagy kis számú közvetítőn keresztül jutnak el a termelőtől a fogyasztóig. A járványhelyzet okán bevezetett korlátozások különbözőféleképpen hatottak az egyes értékesítési csatornákra. A HoReCa szektor, azaz a Hotel, Restaurant, Cafe, tehát vendéglátó szektor teljes egészében eltűnt, s mivel a helyi termékeket felszolgáló éttermek többségében nem alkalmaznak kiszállítást, nagy problémát okozott a termelőknek. A háztól történő értékesítés, szedd magad, gazdaudvari értékesítés és úti árusítás a fizikai távolságtartás, kijárási korlátozás és az általánosan megfigyelhető visszahúzódás okán nagy részben leállították működésüket. Ezen hatások okán egyes termelők reagálásra kényszerülve, átálltak a házhozszállításra. Ez a reakció azok számára, akik korábban is rendelkeztek webshoppal, online értékesítéssel azok számára egyszerűbb volt, azonban azok számára akik ezt nem alkalmazták nagy beruházási költségekkel is járhatott. (Nemes et al., 2020)

A termelői piacok reagálása eltérő volt piaconként. Sokak a helyzetben kialakult bizonytalanság miatt bezártak, mások azonban csak szigorú intézkedéseket és szabályokat betartatva, mint például maszk- és kesztyűviselés, nyitva maradtak és az ott értékesítő termelők folytathatták

tevékenységüket. Az időszámok bevezetése azonban a forgalom csökkentését okozta a termelői piacok számára. (Nemes et al., 2020)

4. Anyag és módszertan

Dolgozatomhoz a kvalitatív kutatás két fajtáját egyaránt alkalmaztam. Az adatgyűjtésem egy fogyasztók által kitöltött kérdőíven, illetve két általam készített interjún alapul. Az adatok elemzését ezután, a korábbiakban már részletesen ismertetett, deduktív megközelítések alapján elemeztem, következtetéseket vontam le.

Fentebb, a „Szakirodalom áttekintése” részben bővebben a termelői piacokról, a szedd magad akcióról, gazdaudvari értékesítésről és a házhozszállításról írtam. Kutatásom fő célpontja ez a négy Rövid Élelmiszer Ellátási Lánc típus volt, illetve az ezen típusokon részt vevő szereplők vizsgálata, mind fogyasztói oldalról, mind pedig helyi élelmiszertermelői oldalról.

A kutatásaim két fő részből épülnek fel. Elsősorban egy kérdőíves felmérést fogok ismertetni, mellyel célom, a fogyasztók körében a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok ismertségének és népszerűségének kutatása volt, illetve ezen kívül a fogyasztók elégedettségét is kutattam részletesen kitérve a termelői piacra. A kutatásaim, s azok eredményeinek ismertetését két helyi élelmiszertermelővel készített interjúval folytatom. A két vállalkozás mind vállalati működés terén, mind pedig a célkitűzésekben és tevékenységi körök egy részében hasonlít egymásra.

Először tehát kérdőíves megkeresés segítségével zajlott a kutatás, melyet teljesen online formában készítettem (Google Űrlap segítségével) és bonyolítottam le. A fogyasztók számára a kitöltést a közösségi oldalakon közzétéve tettem lehetővé, mint például Facebook és Instagram. A kérdőívben összesen 21 kérdést tettem fel a fogyasztóknak, melyet anonim módon tölthettek ki. A kérdőívet először általános adatok lekérdezésével kezdtem, mint például kor, nem, végzettség, illetve irányítószám, s mivel a kérdőív a közösségi oldalakon a megosztásokkal korlátlanul terjedt, Magyarország számos pontjáról érkeztek kitöltések, így ez átfogó képet jelzett és biztosított számomra.

A következő kérdések általánosságban a helyi élelmiszervásárlásra vonatkoztak. Kerestem a választ ezen blokk kérdéseivel arra, hogy a kitöltők hány százaléka vásárol helyi élelmiszert, valamint milyen élelmiszereket vásárolnak jellemzően helyi termelőktől, illetve a felsorolt termékeket jellemzően mely rövid, vagy hosszú ellátási láncon keresztül szerzik be a mindennapokban. Válaszlehetőségként adott volt a zöldség és gyümölcs, tejtermékek, pékáru, méz, friss, illetve feldolgozott hústermékek, tojás, valamint bio élelmiszerek. Ezen kérdéscsoporton belül továbbá kerestem a választ arra, hogy a fogyasztókat mi motiválja arra, hogy helyi termelőtől vásároljanak élelmiszereket, mely kérdés után a kitöltők egyéb saját válaszlehetőséget is adhattak meg, amelyet az általam megadott pontok közül hiányoltak. Végül

pedig a második csoportban arra voltam kíváncsi, hogy a fogyasztók számára mi a legfontosabb tényező, amelyet szem előtt tartanak, amikor helyi élelmiszertermelőtől vásárolnak (pl.: ár, származás, beltartalom, minőség stb.).

Végül pedig a harmadik kérdéscsoportban célzottan a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokkal kapcsolatos felvetésekre, kérdésekre kerestem választ. Kíváncsi voltam arra, hogy mely REL-eket ismerik a kitöltők, illetve ezek közül, melyek örvendenek a legnagyobb népszerűségnek körükben. Ebben a részben részletesebben kitértem a Termelői piacokkal kapcsolatos kérdésekben arra, hogy milyen arányban vásárolnak ezen a Rövid Élelmiszer Ellátási Lánc típuson, milyen gyakran vásárolnak itt. Azon kitöltők, akik vásárolnak termelői piacokon, konkrét piacot is megnevezhettek, hiszen egyik kérdésem, szabadon választhatóan ugyan, de arra vonatkozott, hogy amennyiben vásárolnak termelői piacon élelmiszert, mely termelői piacon teszik ezt, illetve milyen termékeket vásárolnak jellemzően, majd pedig ezen termelői piacot kellett értékelniük több jellemző alapján 1-től 5-ig terjedő Likert skálán, ahol 1 jelentette a legkevésbé megfelelőt, az 5 pedig a legjobban megfelelő jellemzőt. Kerestem még arra a választ, hogy a fogyasztók számára milyen akadályozó tényezők vannak, amelyek meggátolják őket a helyi élelmiszervásárlásban a termelői piacokon, illetve az egyes termelői piacokon milyen problémákat vélnek felfedezni.

Végezetül pedig a jelenlegi Covid 19 vírus okozta járványhelyzet fogyasztókra gyakorolt hatására, hatásaira voltam kíváncsi, pontosabban arra kerestem a választ, hogy befolyásolta-e a vásárlókat a járványhelyzet a helyi élelmiszer vásárlásával és a helyi termelők támogatásával kapcsolatban, amennyiben igen, milyen irányba, milyen módon befolyásolta őket a fennálló helyzet.

Két helyi élelmiszertermelő, a Borbás Kert, illetve a Rábaközi Marhahús vállalkozások vezetőivel, képviselőivel készítettem interjút. Mind a két fél számára 16-16 kérdést tettem fel elsődlegesen.

Az első interjút a Borbás Kert képviselőjével készítettem. A családi gazdaság fő profilja a gyümölcstermesztés, emellett gyümölcslé készítéssel, valamint szürke szarvasmarha tenyésztéssel is foglalkoznak. A másik általam választott helyi termelő Szabó Miklós volt, aki a Rábaközi Marhahús tulajdonosa, aki növénytermesztési fő profillal rendelkezik, emellett pedig helyi termelőként húsmarha tenyésztéssel foglalkozik, saját fajtatiszta Charolais marháinak feldolgozott friss hústermékeinek értékesítését végzi.

A két interjú alanyt a korábbi részekben már kidolgozott Rövid Élelmiszer Ellátási Lánc típusok miatt választottam, azzal a céllal, hogy betekintést nyerhessek a gyakorlatban jól működő, helyi termelő által vezetett vállalkozás tevékenységébe és helyzetébe, illetve célom volt még, hogy kiderítsem, a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon keresztül történő értékesítés során milyen tapasztalatokat gyűjtöttek az elmúlt évek során. A két vállalkozás fő profilja ugyan eltér, azonban kapcsolatot fedezhetünk fel a húsmarhafeldolgozásban, amelyről a későbbiek során részletesebben is szó esik. Ezen kívül a két helyi termelő vállalkozásában mind mentalitásban, mind a vállalati tevékenység végzésében, mind pedig a vállalati célban ugyanazok az elemek fedezhetők fel.

Mind a Borbás Kerttel, mind pedig a Rábaközi Marhahússal készített adatgyűjtés során a vállalati formán és tevékenységi körökön, céljaikon kívül kitértünk arra, hogy mekkora területtel rendelkeznek, mekkora területen végzi a gyümölcstermesztést a Borbás Kert, illetve a Rábaközi Marhahús mekkora termő területtel rendelkezik, s ezen belül mekkora terület az, melyet az állatok nevelésére, fenntartására, táplálására fordítanak. Ezen kívül olyan általános kérdéseket tettem fel, mint például egy gazdasági évben hány foglalkoztatottja van a vállalkozásoknak, hány állandó, illetve ha van, hány alkalmi munkást alkalmaznak a tulajdonosok.

Az általános kérdések feltétele után következtek azon kérdések, melyek célzottan a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokra vonatkoztak. Elsősorban arra kértem a beszédpartnereimet, hogy határolják le, termékeik hányad részét értékesítik rövid vagy hosszú ellátási láncokon keresztül, illetve mekkora arányt képviselnek az árbevételben az egyes rövid, illetve hosszú láncok.

Míg a Borbás Kert a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok típusai közül jellemzően a termelői piacokon, illetve szedd magad akció keretein belül értékesíti termékeit, addig a Rábaközi Marhahús házhoz szállítja friss hústermékeit, vagy pedig gazdaudvarról történő értékesítést végez.

A vállalkozások képviselői információt adtak arról is, hogy milyen kockázati tényezőkkel szembesülnek egy-egy gazdasági évben, mind termelési, mind környezeti és egyéb kockázatokat is érintettek, illetve ezen kívül a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon keresztül történő értékesítés során felmerülő problémákról is szó esett, kitérve a jelenlegi járványügyi helyzetre is. A járványhelyzettel kapcsolatban azokról a változásokról is szó esett, amelyekre a termelőknek hirtelen, lehetőségeikhez mérten kellett reagálni.

Az interjúkban választ szerettem volna arra is kapni, hogy az elmúlt 3-5 évben milyen tendenciát tapasztaltak a termelők, a fogyasztók kedve nőtt vagy pedig csökkent a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon való vásárlás iránt. Ezt a célt azért tűztem ki, hogy a fogyasztóknak szánt kérdőívben, illetve a termelőktől kapott válaszokat összevethessem.

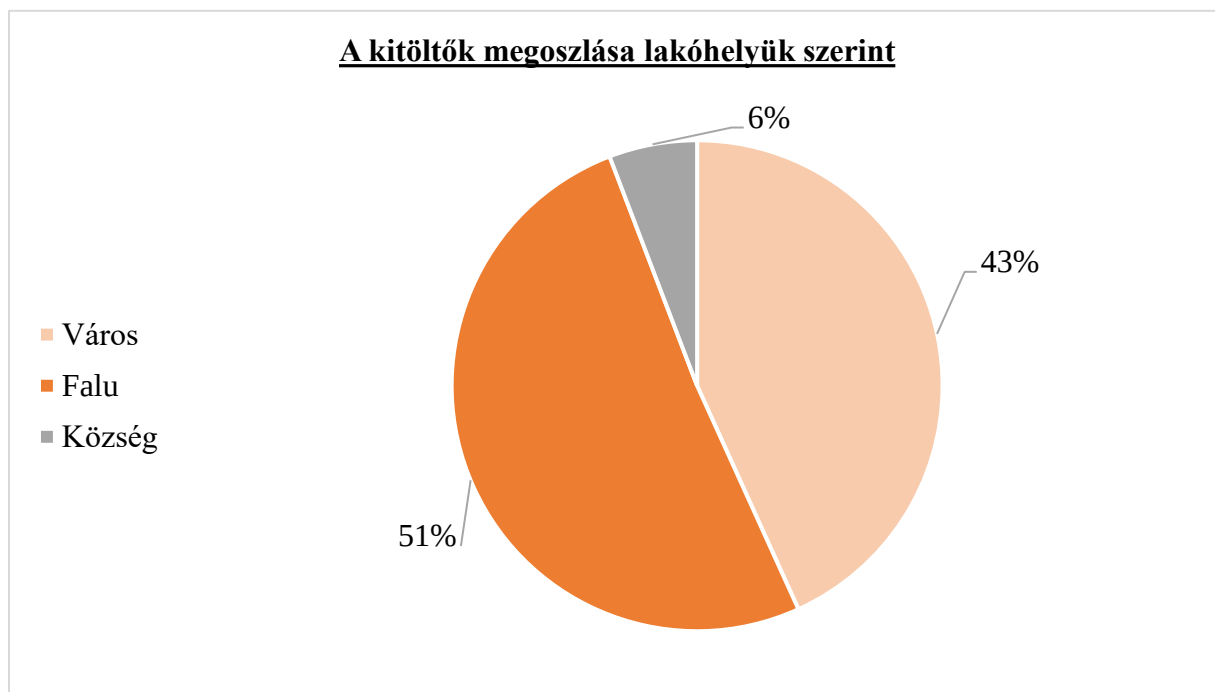
5. Eredmények és értékelésük

5.1. *Fogyasztói kérdőív eredményei:*

A kérdőívet összesen 155-en töltötték ki, melyből 129 (83 %) nő és csupán 26 (17%) a férfi kitöltő. Ezen arányt megmagyarázhatja az, hogy a háztartások számára jellemzően a nők vásárolnak a mindennapokban. A Központi Statisztikai Hivatal (KSH, 2021) által közölt legfrissebb népesség adatok alapján a lakosság 47,91 százaléka férfi, 52,09 százaléka nő, melyben látható, hogy a népesség nagyobb részét a női nem képezi, azonban a felmérés során kapott eredményekben a nemek közti arány ennél jóval nagyobb eltérést mutatott.

A kitöltők 51%-a faluban, 43 %-a városban, 7%-a pedig községben él. (2. ábra) A kitöltőknek a felmérés során a lakhelyük irányítószámát kértem, melyeket aztán beazonosítottam, majd csoportosítottam megyénként. A csoportosítás után pozitív arányként Magyarország 19 megyéjéből 12-ből érkezett válasz, amely egy átfogó képet biztosít. A fővárosból mindössze 9-en töltötték ki a kérdőívet, amely csupán 6%-ot jelent, azonban Pest megyéből ezen kívül még 5 kitöltés érkezett, amely összesítve a válaszadók 9%-a.

2. ábra A kitöltők lakóhely szerinti megoszlása



Forrás: Saját szerkesztésű ábra

A legtöbb kitöltés Győr-Moson-Sopron megyéből érkezett, ez közel 100 kitöltőt jelent, amelynek oka, hogy a kérdőívet a saját Facebook profilomon osztottam meg elsődlegesen, s mivel Győr-Moson-Sopron megyében élek, innen érkezett a legtöbb válasz, ezt aztán Baranya

megye követte a sorban. Mivel a kérdőívben részletesebben kitértem a termelői piacon való vásárlásra, ezért Győr-Moson-Sopron megyéből összegyűjtöttem pár helyi termelői piacot a beérkezett válaszok, illetve a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara honlapja alapján.

Győr-Moson Sopron megyei piacai, ahol helyi termelőktől vásárolhatnak a fogyasztók:

- Tarcsay Piac
- Győri Termelői Piac (Győr, Dunakapu tér)
- Szabadhegyi Piac
- Győr Vásárcsarnok
- Csornai Piac
- Kertvárosi Vásárcsarnok (Sopron)
- Kővári-Kosárház Kft.
- Téti Piac

A válaszadók közül még a fővárosi, illetve Pest megyei kitöltők válaszai közül emelnék ki a Budapesten található termelői piacok közül párat, ilyen válaszadók által említett piac például Városmajori Termelői Piac, Infopark Termelői Piac, Őstermelői Piac, Gazdakert Termelői piac, illetve Őrmezei Termelői Piac.

A válaszadók életkora 16 és 70 év közötti intervallumba esett. A legtöbben a 40 és 49 év közöttiek voltak, 31 %, azaz 48 fő, illetve őket követte 20-as éveikben járók csoportja 44 fővel, ami 28,5 %-a a kitöltőknek. A legkevesebb kitöltő a tizenévesekénél volt, 6,5% (10 fő), majd pedig utánuk következett a 60 év feletti csoportja 13 fővel, ami a válaszadók csupán 8%-át jelentette. Az általam alkotott osztályközöket összehasonlítottam a 2020-as KSH által közölt népességadatokkal, melyből a 15 és 19 év közöttiek 6%-át teszik ki Magyarország népességének, amely az általam kapott eredményekkel szinte teljesen megegyezik, az eltérés 1,5% pont, aminek oka lehet, hogy a tizenévesek nem ismerik, vagy nem, vagy csak kis arányban használják a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokat vásárlásaik során. A hatvanas éveikben járóknál a KSH adatai, illetve a kapott eredmények százalékosan megegyező arányt mutattak, azaz 13%-ot. Nagyobb eltérést a 20-as korcsoport és a 40-es korcsoport mutatott, ahol a kérdőívre kapott eredmények akár kétszeres többséget mutattak. Míg a KSH adatai szerint a népesség 12 %-a tartozik a 20-29 éves korosztályba, addig a kérdőívben kapott válaszokban ez az összes kitöltő 28,5%-a, a 40-es éveikben járóknál pedig ez 16% és 31%. Ennek oka lehet, hogy a közösségi médiát ez a két korosztály használja a legnagyobb arányban. A korosztályok közötti eltéréseket a 4. táblázat tartalmazza.

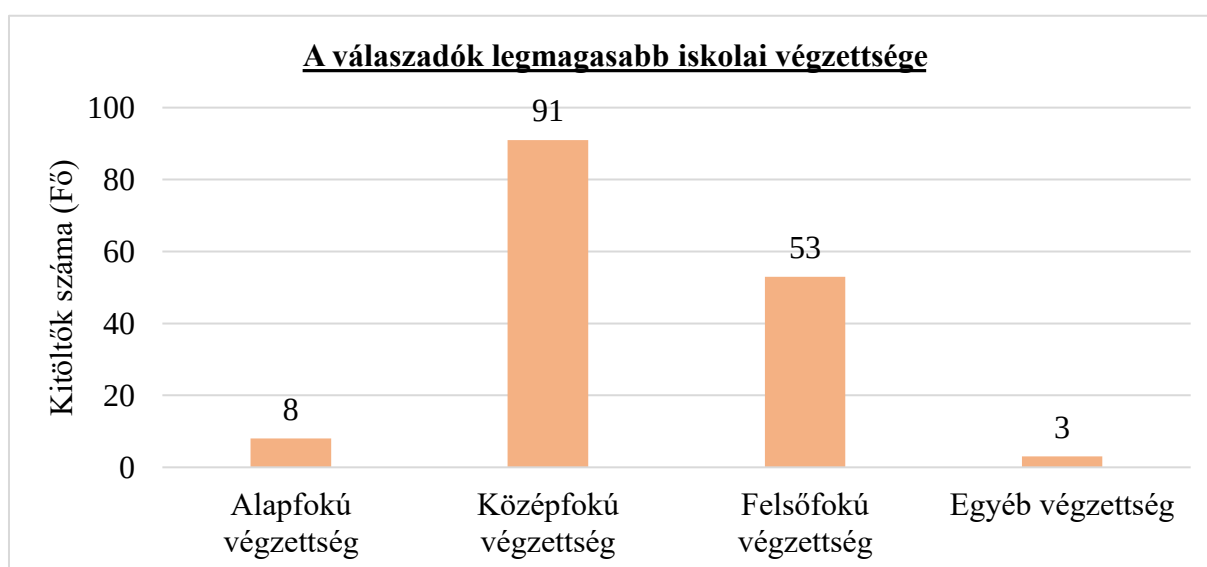
4. táblázat A korosztályok megoszlása a kérdőíves felmérés és a KSH adatai alapján

Korosztály	Saját felmérés adatai (%)	KSH népesség adatai (%)
15-19 év	6,5 %	5 %
20-29 év	28,5 %	12 %
30-39 év	11 %	13 %
40-49 év	31 %	16 %
50-59 év	15 %	13 %
60-70 év	8 %	13 %

Forrás: Saját szerkesztésű ábra [KSH](#) (2021) adatokkal kiegészítve

A korcsoportokat ismertette talán nem meglepő, hogy a kitöltők több, mint fele középfokú végzettséggel (gimnáziumi, szakközépiskolai vagy szakmunkás végzettség) rendelkezik, ami pontosam 59%-ot jelent (91 fő). Ezt követi a felsőfokú, azaz főiskolai vagy egyetemi végzettséggel rendelkezők csoportja, amely 34 %-a a kitöltőknek. Alapfokú végzettséggel csupán a kitöltők 5%-a rendelkezik, akik jellemzően a 15-19 éves korosztályból kerültek ki, tehát még középfokú oktatásban részesülnek jelenleg is. Ezen adatokat az alábbiakban a 3. ábra tartalmazza.

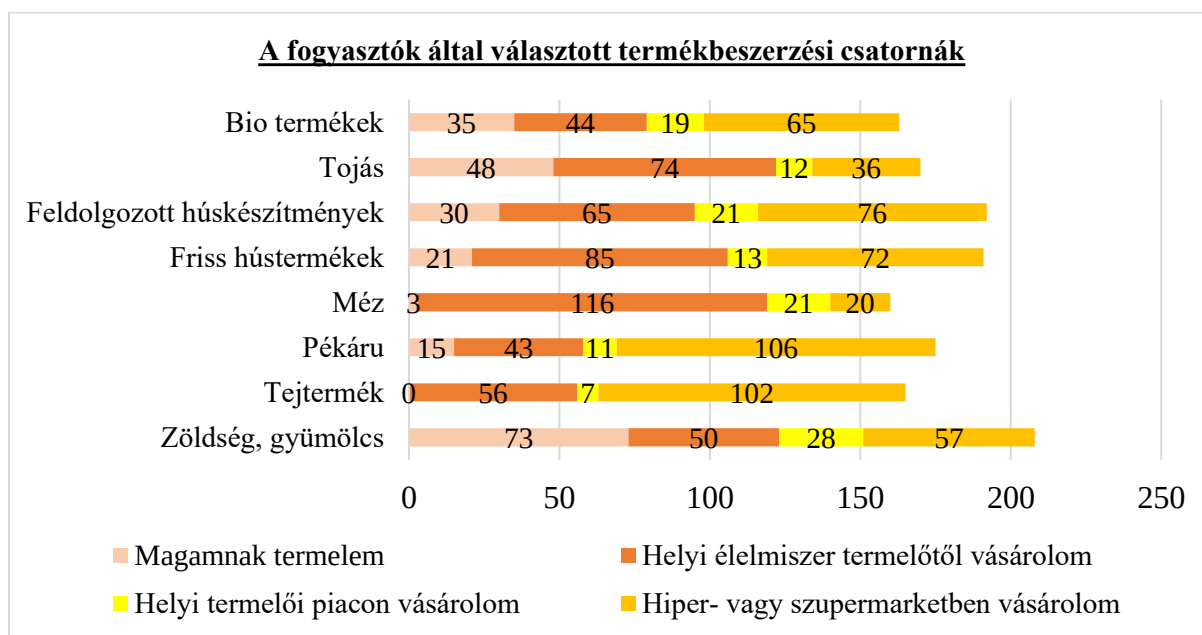
3. ábra A válaszadók legmagasabb iskolai végzettsége



Forrás: Saját szerkesztésű ábra

Ezen általános adatok felmérése után következett a második kérdéscsoport, amely a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokra, illetve a helyi élelmiszer vásárlásra vonatkozott. A kitöltők nagy többsége, 91%-a szokott helyi termelőtől élelmiszert vásárolni. Legfőképpen zöldséget, gyümölcsöt, valamint mézet vásárolnak tőlük a válaszadók. Nagy arányban vásárolnak még tojást, illetve friss hústerméket a fogyasztók. Míg korábban, legfőképpen a vidéki területeken, leginkább falvakban jellemző volt, hogy a helyi termelőktől vásárolják a tejtermékeket, jelentőségéből veszített az utóbbi évtizedek során, azonban napjainkban egyre több tejterméket előállító helyi termelő értékesíti élelmiszereit a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon, ez tükröződik abban is, hogy a válaszadók jelentős része, 55 fő (35%) tejterméket is szokott vásárolni helyi élelmiszertermelőtől. A felmérésből az derült ki, hogy a fogyasztók nagyon kis hányada vásárol bio élelmiszert helyi termelőtől, csupán 13 fő, amely az összes kitöltő mindössze 8,5%-a. A kérdésre a kitöltők többszörös válaszlehetőséggel adhatták meg mely élelmiszereket jellemzően mely láncokon keresztül szerzik be. Ezen eredményeket az alábbi (4. ábra) táblázat szemlélteti.

4. ábra A fogyasztók által választott termékbeszerzési csatornák



Forrás: Saját szerkesztésű ábra

Ezen termékeket a fogyasztóknak meg kellett adnia tehát, hogy jellemzően mely rövid, vagy hosszú ellátási láncon keresztül szerzik be a mindennapokban. A zöldséget, illetve gyümölcsöt az összes kitöltő kevéssel több, mint fele, 50,5%-a a rövid ellátási láncok, helyi termelőtől személyesen vagy helyi termelői piacon szerzi be, 49,5 százalékuk pedig vagy nagyobb üzletekben szerzi be, vagy pedig saját magának termeli azokat, természetesen a többszörös

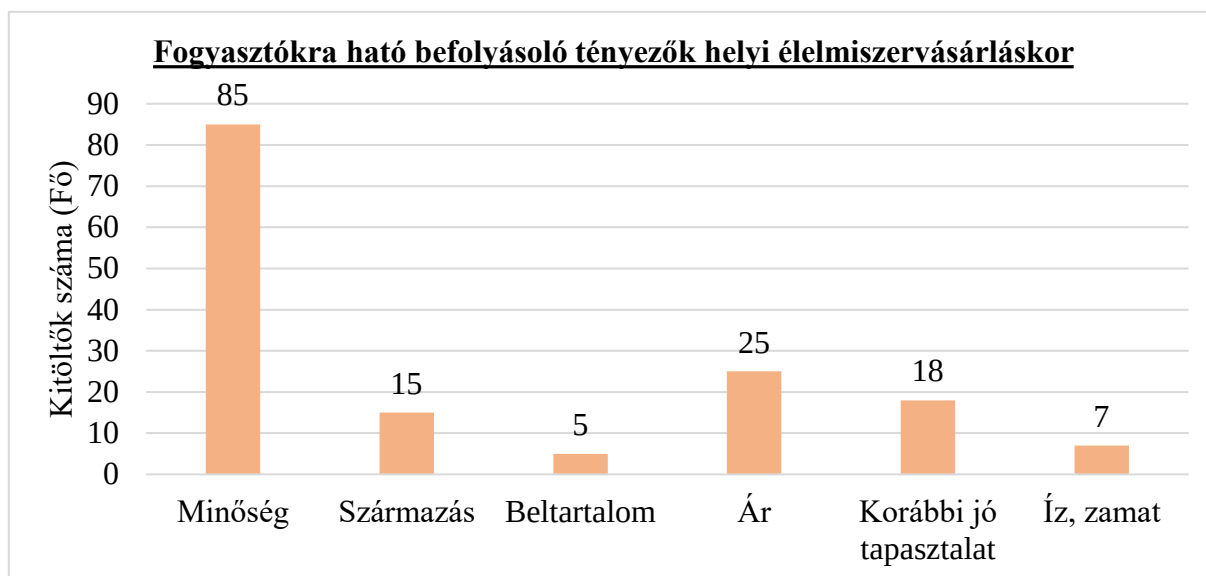
válaszadási lehetőség miatt ezen kategóriák között átfedések lehetnek. A saját termelés leginkább a vidéken, legfőképpen falvakban élők válaszáinál tükröződött, s mivel ezen csoport tagjai vannak többségben, a kapott eredmény reális, hiszen egyre többen termelnek otthon, kisebb konyhakertekben zöldséget gyümölcsöt, melyre a koronavírus járvány is nagy hatással volt. A tejtermékeket a kitöltők 65 %-a hiper- vagy szupermarketekben vásárolja. A különböző pékáruknál hasonló eredmény mutatható ki, mint a tejtermékeknél, hiszen 70 százalékuk hosszú ellátási láncokon keresztül vásárolja meg ezen élelmiszereket. A kitöltők közel 80%-a a mézet helyi termelőtől vásárolja, illetve 65%-uk a friss hústermékeket is helyi termelőktől, vagy helyi termelői piacokon szerzi be.

Többszörös válaszlehetősége volt a fogyasztóknak azon kérdésnél is, mellyel azt próbáltam kideríteni, hogy mely motiváló tényezők azok, amelyek befolyásolják őket a helyi élelmiszervásárlásban. Válaszlehetőségként adott volt a jó minőség, egészségtudatosság, média hatása családi példa, illetve a következő kérdésben vártam még egyéb motiváló tényezőket is. A legjellemzőbb válasz a jó minőség volt, a fogyasztók 96%-ának ugyanis megjelölésre került ez a kritérium. Ezen kívül 112-en (72%) megjelölték a tartósítószer mentességet is, mint motiváló tényező. Legkevesbé, csupán 1 emberre van hatással a helyi termékek vásárlásával kapcsolatban a médiának, annak ellenére, hogy a telekommunikációs média legtöbb platformján naponta többször találkozhatunk helyi termelőket támogató hirdetésekkel. Ezen kívül a közösségi média oldalain egyre több csoportot és profilt hoznak létre, hogy a fogyasztók jobban megismerhessék és kapcsolatba kerülhessenek a helyi élelmiszertermelőkkel, példának említhetnénk a vegyelhazait.hu weboldalt, ahol a helyi termelők nagy sokasága megtalálható, mind élelmiszertermelők, mind más árukat előállító termelők, melyeket kategóriánként a fogyasztók szűkíteni is tudnak.

Ahogy már említettem a fogyasztók a helyi élelmiszer termékek vásárlásában az említetteken kívül más motiváló tényezőket is megadhattak saját válaszlehetőségként. Ezen válaszok között nagy arányban szerepelt befolyásoló tényezőként a helyi termelők támogatása, a megbízhatóság, az íz és zamat magasabb minősége, a termelők személyes ismertsége, frissesség, illetve olyan válaszok is érkeztek melyek a jó ár-érték kapcsolatra utaltak.

A második kérdéscsoportban végül arra kerestem a választ, hogy a minőség, ár, származás, beltartalom, íz, illetve korábbi tapasztalat közül mely az, amely a legmeghatározóbb tényező számukra a helyi élelmiszervásárlás során. Ezek közül a fogyasztók több mint fele, pontosan 55%-a a minőséget tartja a legfontosabbnak, ezután váratlan módon, nagy lemaradással következik, csupán 16 %-kal az ár, mint befolyásoló tényező. Harmadik helyen pedig a származás állt, melyet 15 fő (10%) jelölt meg legfontosabb tényezőként. Ezen adatokat az 5. ábrán tekinthetjük meg.

5. ábra Fogyasztókra ható befolyásoló tényezők helyi élelmiszervásárláskor

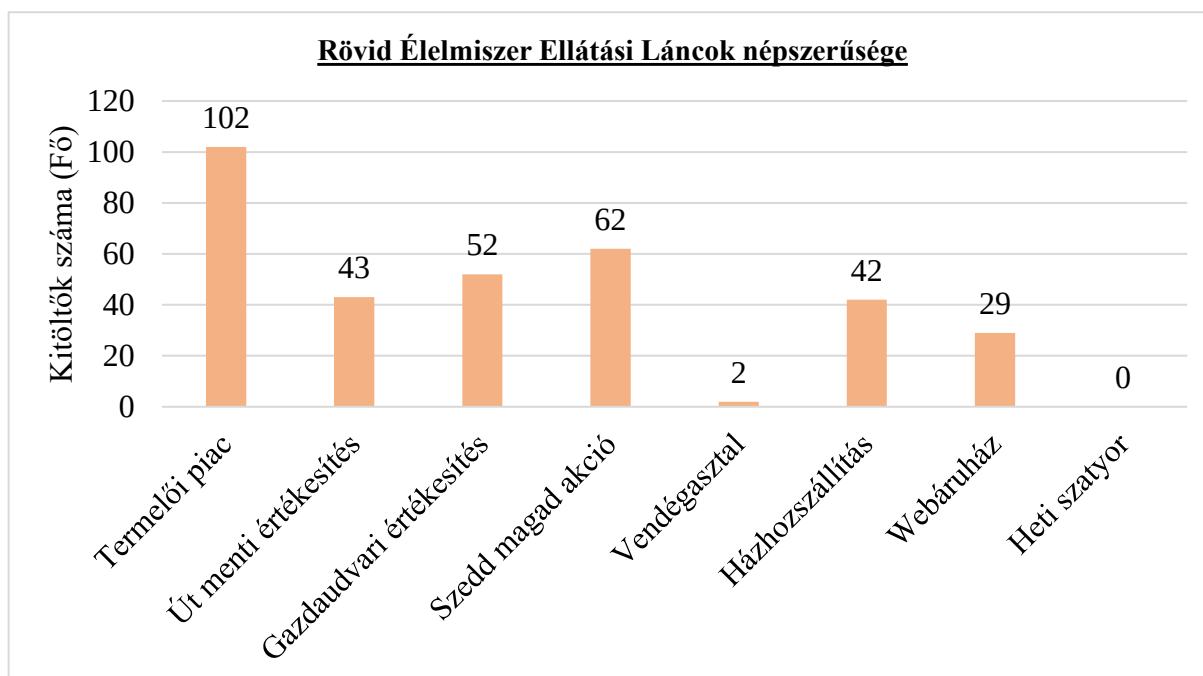


Forrás: Saját szerkesztésű ábra

A harmadik kérdéscsoportban pedig célzottan a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokra és azok bizonyos típusára a termelői piacokra vonatkozó kérdéseket tettem fel a kitöltőknek. Az alábbi, 6. ábra szemlélteti, hogy a fogyasztók mely REL típusokon szoktak élelmiszerhez jutni. Ezen kérdésnél is több válaszlehetőséget jelölhettek meg a kitöltők. A válaszadók közül 102 fő, azaz 31% ismeri és vásárol is a termelői piacon. Ezután a legnagyobb népszerűségnek a szedd magad akció örvend, amelyet a válaszadók 19%-a alkalmaz élelmiszer, legfőképpen gyümölcs beszerzésére. A kitöltők közül 52-en szoktak gazdaudvarról történő értékesítés által élelmiszerhez jutni, illetve közel azonos válasz érkezett a házhozszállításra és az út menti

értékesítési REL típusra. A legkisebb népszerűsége a vendégasztalnak van, illetve ezen felül a heti szatyor, vagy más néven doboz rendszer típust egy fogyasztó sem jelölte meg.

6. ábra Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok Népszerűsége



Forrás: Saját szerkesztésű ábra

A helyi termelőktől való vásárlás során számos akadályozó tényezőt említhetünk, ilyen például a szezonálitás, hiszen bizonyos termékek, főként zöldségek és gyümölcsök csak szezonálisan érhetők el a vásárlók számára. Ezen túl további problémát jelenthet az időigényes beszerzés, kisebb választék, magasabb ár, illetve még felmerülhet esetlegesen bizalmatlanság a minőség iránt. A fogyasztók közel 60%-a számára a legnagyobb problémaként, mint akadályozó tényező a „Szezonálisan elérhető termékek” válaszlehetőséget jelölte. A legkevesebben, mindössze 6 fő jelölte a bizalmatlanságot egy hátráltató tényezőnek a helyi élelmiszervásárlással kapcsolatban.

A kérdőívben a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok egy bizonyos fajtájára tértem ki négy kérdéssel. Az első kérdéssel azt szerettem volna kideríteni, hogy a kitöltők hány százaléka vásárol ezen fajtán keresztül, illetve hányan nem alkalmazzák. Ennek eredményeként azt kaptam, hogy a válaszadók 63%-a, ami 97 főt jelent, szokott termelői piacokon vásárolni. A második kérdésből kiderült, hogy jellemzően milyen termékeket vásárolnak a fogyasztók a termelői piacon, a legnagyobb gyakoriságot a zöldség, illetve gyümölcs mutatott, de volt a

válaszok között nagy aránnyal még termelőtől vásárolt tojás, friss, illetve feldolgozott hústermék.

A fogyasztók nagy többsége, 36 százaléka, pontosan 56 fő havonta 1-2-szer jár termelői piacra. Hetente 21-en járnak a helyi termelői piacra, hárman pedig hetente többször is látogatják a helyi termelői piacot. A három főt jobban megvizsgálva azt az eredményt kaptam, hogy mindannyian a 40-es éveik második felében járó női kitöltők, akik rendszeresen zöldséget, gyümölcsöt, illetve tojást vásárolnak a helyi termelői piacon. Mindannyiuk számára a legfontosabb befolyásoló tényező a jó minőség, amikor a helyi termelőtől vásárolnak élelmiszert.

Azoknak a kitöltőknek, akik szoktak termelői piacon vásárolni, azokat a termelői piacokat amelyeken helyileg élelmiszert szereznek be értékelniük kellett egy 1-től 5-ig terjedő Likert skálán, az alapján, hogy az egyes megadott kritériumokkal mennyire elégedettek. Ezen értékek átlagát az alábbi, 5. táblázat tartalmazza. Az elégedettség jellemzően átlagosan 4 körül mozgott. A fogyasztók ezen eredmények alapján a kiszolgálás színvonalával vannak a legjobban megelégedve az általuk látogatott termelői piac(ok) esetében, amely a termelő és fogyasztó közti bizalom kiépítésében nagyon nagy jelentőséggel bír. A legalacsonyabb elégedettségi szint sem marad le sokkal a többihez képest, ez a parkolási lehetőség kritérium volt, melynél az átlagos elégedettségi szint csupán 3,6 volt. Az elégedettségi szint eredményei többek között tükrözhetik azt, hogy az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb jelentőséget kapnak a helyi élelmiszerek, a Rövid ellátási Láncok, illetve az ezekre szánt támogatási háttér is magas.

5. táblázat A fogyasztók átlagos elégedettsége az általuk látogatott termelői piacokkal kapcsolatban

Kritérium tényező	Átlagos elégedettségi szint
Kiszolgálás színvonala	4,3
Megközelíthetőség	4,1
Termelői piac nagysága	3,9
Tisztaság	3,9
Árak színvonala	3,8
Parkolási lehetőség	3,6

Forrás: Saját szerkesztésű ábra

Végezetül pedig arra a kérdésre kerestem a választ, hogy a fogyasztókat befolyásolta-e a koronavírus járvány abban, hogy a helyi élelmiszereket részesítsék előnyben, s azokat a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok valamelyikén szerezzék be. A várttal ellentétben, a fogyasztók csupán 20,5 %-át befolyásolja a járványhelyzet, s akiket befolyásol, közülük néhányan negatív visszajelzés is érkezett az önkéntes válaszadási lehetőségre („Miben befolyásolta Önt a járványhelyzet?”). A járványhelyzet olyan pozitív lehetőségeket von maga után a helyi termelők számára, mint például, a fogyasztók közül sokan helyi élelmiszertermelőtől rendelnek, és házhoz szállítást vesznek igénybe az élelmiszerbeszerzésükre. Mivel sokan próbálják kerülni a nagyobb tömegeket a nagy bevásárlóközpontokban, előnyben részesítik a helyben termelő vállalkozásokat, így inkább a gazdaudvarról történő értékesítés során szereznék be különböző élelmiszereket. A fogyasztók számára fontos az is, hogy szem előtt tartsák a helyi élelmiszer termelők helyzetét, így őket támogatva, helyben megtermelt élelmiszereket vásároltak a Covid-19 járvány alatt. Sokaknak azonban, mivel otthonról kellett, illetve kell megoldania a munkavégzést, illetve a fiatalabb generációnak az iskolai oktatás is otthonról online úton folyik, a korábbiakkal ellentétben nincs lehetőségük az általuk korábban gyakran látogatott termelői piacokon vásárolni. Ezen kívül volt olyan válaszadó is, aki nagyobb üzletektől rendel házhozszállítással élelmiszert, mintsem a helyi termelőtől szerezne be azt. Ennek hátterében állhat az, hogy a nagyobb üzletláncoknak, mint például Tesco-nak nagyobb marketing háttere van, s a fogyasztók nem ismerik, vagy nem tudnak arról, hogy egyes helyi élelmiszertermelők milyen módon tudják eljuttatni, értékesíteni termékeiket.

A fogyasztói kérdőívből levonható az a következtetés, hogy a fogyasztók nagy kedvvel fordulnak a helyi termelőkhez, különlegesen azokhoz, akiket akár személyesen is ismernek, hiszen bíznak abban, hogy minőségi élelmiszert fogyaszthatnak. Ezáltal kialakulhat a kölcsönös és személyes ismeretségi kapcsolat, amely a fogyasztónak biztos élelmiszerbeszerzési lehetőséget jelent, a termelőnek pedig biztosított bevételi forrást.

5.2. **Borbás-Kert:**

Az első interjúalany a Borbás Kert képviselője volt. A vállalkozás formája családi gazdaság, amely tulajdonosai az 1990-es évek elején kezdték a gyümölcsstermesztést Gárdonyban, Csiribpusztán. A vállalkozás irányítása, menedzselése és marketing tevékenység végzése teljes egészében a család tagjai végzik. Bár a gyümölcsstermesztést a '90-es években kezdte a család, az idő folyamán nem vált nagyüzemi gazdasággá, kifejezetten családi gazdaságként működnek már 3 évtizede.

**7. ábra A Borbás Kert
logója**



Forrás: [Borbás-Kert Facebook](#) oldala (2021)

A családi vállalkozás fő profilja a gyümölcsstermesztés, amelyet kezdetektől fogva végez, ezen kívül közel egy évtizede gyümölcs feldolgozással, gyümölcslé készítéssel is foglalkozik a család, illetve a gazdasági tevékenység 10%-át szürke szarvasmarha tenyésztés teszi ki.. A gyümölcsös összterülete 80 ha. Legnagyobb területen őszibarackot, kajszibarackot illetve meggyet termelnek, ezek 10-10 hektárnál nagyobb területet jelentenek. Az olyan gyümölcsfajtákat, mint alma, körte, cseresznye, szamóca és birsalma 10 hektárnál kisebb területet tesznek ki. Egy-egy hektár körüli termőterületen pedig termesztnek homoktövis, valamint datolyát. Ez utóbbi termékek legfőképpen a családi gazdaság gyümölcslé gyártásához szolgálnak kiegészítő alapanyagként.

A gyümölcslé készítése szintén a családi gazdaság által, helyi termeléssel készül, amely hozzáadott értéként szolgál a fogyasztók számára. A vállalkozás egy mobil gyümölcslégyártó géppel végzi a feldolgozást a saját termelésű gyümölcsökből, ezen kívül pedig bérfeldolgozást is végez megkeresésre. A gyümölcslé gyártáshoz a család más termelőtől szerez be olyan zöldségeket, mint például cékla, sárgarépa, és ezekből készítenek keverve gyümölcs és zöldség ízesítésű ivólevet is. Az ivólevelek sem tartósítószer, sem hozzáadott cukrot nem tartalmaznak,

azt pasztőrizálással tartósítják, amely után felbontatlanul a termékek 9 hónapig, felbontottan pedig hűtve két hétig tárolhatók.

8. ábra A Borbás Kert által termelői piacon értékesített termékek



Forrás: Borbás Kert Facebook oldala (2020)

A családi gazdaság legfőbb célja, hogy a vásárlókat állandóan friss, szezonális gyümölcsökkel lássák el. Cél, hogy minden évszakban, minden szezonban a vásárlók számára rendelkezésre álljon friss, minőségi gyümölcs.

A Borbás-Kertben dolgozó családtagok száma 6 fő, akik intenzíven részt vesznek a munkálatokban. Ezen kívül az állandó foglalkoztatottak száma közel 10 fő, azonban szezononként 1-2 fő eltérés lehet, az ő feladatuk az élelmiszeripari, hűtőházi feladatok elvégzése. Az alkalmi munkásoknak pedig szintén szezontól, illetve munka típusától függően változó lehet a számuk, ez átlagosan 10 fő, akik feladatai között említhetjük például a gyümölcsfák metszését, fitotechnikai munkálatokat valamint a betakarítás. A betakarításnál változó leginkább a foglalkoztatottak száma, legfőképpen a cseresznye, barack és meggy betakarítási szezonban.

A vállalkozás árbevételének közel 80 %-a a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokból származik, főként termelői piacon árúsítják friss gyümölcsöket, illetve gyümölcsleveiket. Továbbá út menti értékesítést végeznek, amely helyileg a gyümölcsös előtt történik, illetve szedd magad akciót is szervez a gazdaság. A vállalkozás 20%-ban értékesít hosszú ellátási láncon, a megtermelt meggy egy része exporttermékként kerül értékesítésre.

Az említett Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok közül mind a termelői piacon, mind pedig az út menti értékesítésnél kialakult egy törzsvásárlói réteg, akik előszeretettel térnek vissza, hiszen

kialakult köztük, illetve a termelők, eladók között a megfelelő bizalmi kapcsolat, ismeretség, hiszen tudják, hogy friss, minőségi termékeket kapnak a Borbás Kerttől. A termelői piacokon a gazdaság által feldolgozott gyümölcsleveket is értékesítenek, illetve a mobil feldolgozó gépükkel a piacon szemléltetésként helyben is készítenek gyümölcslevet, ezáltal bemutatva a fogyasztóknak, hogy hogyan és milyen alapanyagból készülnek azgyümölcslevek. A szedd magad értékesítési csatornát termésmennyiség függvényében számócára, cseresznyére, kajszis- és őszibarackra szervezi a gazdaság. Fogyasztói szempontból a szedd magad-nak hozzáadott értéke van, hiszen akár családok közös szabadidős programja lehet, amelyet a friss szabad levegőn tölthetnek közösen, nem mellesleg a fogyasztók így, ezen formán belül látják, hogy milyen gyümölcsöt szednek le. Nem utolsó szempontként a szedd magad akció szintén bizalmi kapcsolatot alakíthat ki a résztvevők között, hiszen a fogyasztó saját magának szedi le a friss és minőségi gyümölcsöket.

Szezontól függ az, hogy melyik Rövid Ellátási Lánc adja a legnagyobb bevételi hányadot. Augusztus, szeptember hónapokban a szedd magadban keretein belül a bevételek 80 %-a elérhető az őszi barackkal, ez a bevétel utolérheti, illetve meg is haladhatja a többi értékesítési terület bevételének összegét egy-egy éven belül. Szedd magad értékesítésben szerepelnek még a számóca, cseresznye és kajszis. Az év további részében legfőbb bevételi forrás a termelői piacokból származik.

A gazdaság képviselője elmondta azonban, hogy mivel a mezőgazdasági szektorról ismert, hogy kitett mind a környezeti mind pedig egyéb kockázatoknak, nagyon változó, hogy egy-egy évben mekkora a bevétel. Többek között környezeti kockázatok állnak fent, amely a gazdaság által termelt gyümölcsök közül leginkább a kajszis barackot érinti, mivel sokszor a fagykár nem csupán termés kiesést okozhat, nagymértékű tavaszi lehülés esetén előfordulhat az is, hogy egyáltalán nincs termés az adott évben. Példaként erre a család egyik tagja a 2018-as évet hozta fel. A cseresznyénél az erős esőzés miatt fennáll a termés kirepedésének kockázata, melynek következtében azt csak másodosztályú ár kategóriában tudják értékesíteni, ezáltal bevételkiesést okozva a gazdaságnak.

A termelői piacokon és az út melletti értékesítéssel kapcsolatos legfőbb problémaként és az értékesítés akadályozó tényezőjeként a külföldről importált, azonban olcsóbb gyümölcs említhető. A vásárlók egy része az olcsóbb árat szem előtt tartva inkább vásárolja az importált, kevésbé nyomon követhető és nagy ökológiai lábnyommal rendelkező gyümölcsöt, mint a helyben megtermeltet. Ez veszélyeztetheti leginkább a magyar gazdák érvényesülését a piacon.

Az utóbbi években azonban egy növekvő hajlandósági tendencia mutatkozik, a magyar, helyi termékek iránt a kereslet nőtt a belső piacon. Az emberek egy része próbál környezettudatosan, egészségtudatosan és felelősségteljesen élni és étkezni, éppen ezért a helyi, nyomon követhető gyümölcsöt és zöldséget vásárolja és keresi a piacon. A bizalom kérdése is fennáll, egyre jobban bíznak a fogyasztók a helyi termelőkben és a helyi termékek értékesítőiben, mint a nagyobb üzletláncokban. A másik aspektus amit említhetünk a környezettudatosság, hiszen megjelent egy olyan fogyasztói réteg, aki kifejezetten a helyben termelt kis ökológiai lábnyommal rendelkező élelmiszereket keresi és részesíti előnyben, nem mellesleg ezen réteg száma folyamatosan nő.

Végezetül pedig a koronavírus járvány 2020-as első hulláma által okozott hatásokról beszélgettem az interjúalannyal. A korlátozások legnagyobb hatását a termelői piacokon érzékelték, hiszen legfőképpen a bevezetett idősávok miatt a piacokon a forgalom teljesen átalakult, jellemzően csökkent és összehasonlíthatatlanná vált az egy évvel korábbi állapottal. Azonban nem észlelt jelentős kereslet csökkenést, hiszen az idősök helyett gyermekeik vagy unokáik végezték a bevásárlást, így továbbra is tőlük vásárolták a gyümölcsöket és az ivólevet, azonban a vásárlási szokások úgymond átalakultak.

A vállalkozás Iskolagyümölcs-, iskolazöldség- és iskolatejprogramban is részt vesz, amelyre a járványhelyzetnek az óvodák és általános iskolák bezárásával nagyon negatív hatást gyakorolt a gazdaságra a 2020-as tavaszi időszakban. A vállalkozás ugyan online webshoppal nem rendelkezik, házhozszállítást vállaltak a pandémia első hulláma során. Ezt Agárd és Székesfehérvár körzetében végezték leginkább, azonban ez nem volt jelentős változás, nem igényelt nagyobb változtatást a vállalkozás üzleti modelljében. Elmondta még a családi gazdaság tagja, hogy számóca szedd magad akcióval kezdtek a pandémia idején, ahol a járványügyi szempontokat betartva, szabad levegőn szinte a korábbiakhoz hasonló módon folytathatták a gyümölcs szüretelést.

A vállalkozási tevékenységnek 10 %-át a szürke szarvasmarha tenyésztés teszi ki. Ezen ágazat termékeit, azaz a feldolgozott szarvasmarha termékeit is jellemzően rövid láncokon keresztül értékesítik, részben pedig saját fogyasztásra termelik.

5.3. *Rábaközi Marhahús:*

A második interjú alanya Szabó Miklós, a Rábaközi Marhahús tulajdonosa volt. Szabó Miklós egyéni vállalkozóként foglalkozik növénytermesztéssel, illetve húsmarha tenyésztéssel. A vállalkozás fő profilja a növénytermesztés, melyet a vállalkozó 1994 óta végez. Jelenleg 250 ha területen gazdálkodik, melyből 150 ha saját terület, 100 ha pedig bérelt. A vállalkozás központja Győr-Moson-Sopron megyében, Mórchidán található. A vállalkozó a kezdetektől fogva nagyon sok lépést megtett már annak érdekében, hogy a jelenlegi tevékenységet végezhesse, s a jövőbeli tervekhez elmondása szerint még talán ennél is több lépés vár rá és családjára

2015 óta foglalkozik húsmarha tenyésztéssel a vállalkozó. A kezdeti években a vállalkozó az állomány szaporulatának bika egyedeit hosszú láncokon keresztül exportra értékesítette. A szarvasmarha telep Rábászentmiklóson található. Az állatok mélyalmos tartásúak, a tavasztól őszi tartó időszakban pedig legeltetést végez a gazda. A Rábaközi Marhahús nevet 2019-ben alkotta családjával, amely mintegy brand-ként él azóta. A vállalkozás ugyanezen évben kezdte feldolgozott hústermékeit értékesíteni.

A Rábaközi Marhahús célja, hogy 100%-ban betartsa a „farm to fork” koncepciót, hiszen a gazdaság állatállománya a vállalkozó által megtermelt GMO mentes takarmányon nevelkedik. A vállalkozás jelenleg 140 egyeddel rendelkezik, két fajtatiszta charolais bika egyeddel végzi a nőivarú egyedek (60 db) fedeztetését. A gazdaságban tartózkodó állatok szaporulata jelenleg 30 hím ivarú, hízó bikát és 50 nőivarú egyedet jelent. Ezen szaporulat egyedeit a termelő és családja nevelik, a bika egyedeket pedig felhízlalja, majd pedig egy közeli, Pásztoriban található vágóhíd által feldolgozott színhús termékeket értékesíti a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon keresztül.

9. ábra A Rábaközi Marhahús logója



Forrás: [Rábaközi Marhahús Facebook](#) oldala (2021)

A Rábaközi Marhahús mottója:

„Mi elvisszük őket termőföldről az asztalig, vegye Ön is marhahúsból a hazait.”

A vállalkozás mottójában is tükröződik a megfogalmazott cél, hiszen a fogyasztóknak kizárólag minőségi, saját termesztésű, GMO-mentes takarmányon nevelt állatokat értékesítenek, természetes és kényelmes környezetet biztosítva számukra. A vállalkozás célpiaca jelenleg a vállalkozás központjától számított 40 km-es körzeten belül, Győr-Moson-Sopron megyében élő minőségi marhahús kedvelő fogyasztók.

A Rábaközi Marhahús a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok közül két típust alkalmaz jelenleg a hústermékek értékesítésére. A feldolgozott hústermékeket gazdaudvarról történő értékesítéssel, illetve 40 km-es körzeten belül házhozszállítással árulja. A vállalkozás főként helyben értékesíti a hústermékeket. Mostanra a vásárlók és a helyi termelő között kialakult egy bizalmi kapcsolat, hiszen a fogyasztók tudják, hogy minőségi színhúst kaphatnak, a törzsvásárlói kör pedig folyamatosan bővül.

A vállalkozás a hústermékeket facebook oldalán hirdeti, majd a telefonon, illetve üzenetben leadott rendelések összegének alakulásának függvényében alakítják a vágások időpontját. Átlagosan 3-4 hetente vágnak újabb és újabb 600-700 kg körüli hízó bikákat. A vállalkozó elmondta, hogy a fogyasztók elsődlegesen a népszerűbb húsmarha részeket keresik, mint például bélszín, marha pofahús, hátszín, valamint lábszár, azonban a kifejezetten húshasznú charolais fajtájú egyedek húskihozatala nagyon kedvező, bármely húsrész felhasználható akár steak, akár gulyás, vagy pörkölt készítéséhez, hiszen a comb, nyak, lapocka és egyéb kevésbé

10. ábra A Rábaközi Marhahús vákuumcsomagolt hústermékei



Forrás: Saját szerkesztésű ábra, [Rábaközi Marhahús](#) (2021) alapján

kedvelt, vagy ismert húsrészek mind színhús termékek. Ezen termékek közül pár az alábbi ábrán tekinthető meg.

A feldolgozott hústermékeket 1,5 kg körüli vákuumcsomagolt kiszerelésben értékesíti a Rábaközi Marhahús. Az értékesítés során mind élelmiszerhigiéniai feltételeknek, mind pedig személyes higiéniai feltételeknek szükséges megfelelnie a vállalkozásnak. Szigorú dokumentáció vonatkozik mind az egyedek tartására, mind pedig a feldolgozás utáni értékesítésre és szállításra. A termékek házhoz szállítását hűtővel felszerelt gépjárművel végzi a vállalkozó és a családja, melyet jellemzően helyben, településen belül, illetve 40 km-en belüli körzetben végez.

11. ábra A Rábaközi Marhahús házhozszállításához alkalmazott gépjárműve



Forrás: [Rábaközi Marhahús Facebook](#) profilja (2021)

A gazdaságnak, mivel szintén mezőgazdasági szektorról beszélünk számos kockázattal kell szembenéznie. A vállalkozáson belül számos erő és munkagépet alkalmaznak, amelyek működésében meghibásodási kockázatok léphetnek fel, ezen kívül környezeti kockázatokkal is szembesülnie kell a gazdálkodónak, mint például a 2020-as évben tapasztalt aszály, amely eredményeképpen a takarmánykiesés is jelentős volt. A szarvasmarha tartással és a húsértékesítéssel kapcsolatosan említette a munkaerőhiányt is mint kockázatot. A korábbiakból már kiderült, hogy a gazdaságot egyedül irányítja és ő maga tölti be az alkalmazotti szerepkört is, azonban egy ekkora gazdaságot egyedül ellátni nagyon nehézkes. Az ágazaton belül a vállalkozó már hosszú ideje keres munkavállalót, azonban a munkaerőhiány miatt, valamint a

jelenlegi is fennálló járványhelyzet miatt nagyon nehéz dolga van. További kockázatot jelenthetnek a helyi élelmiszertermelő számára az ipari méretű termelők, az import marhahús, amelynek ugyan a környezetre gyakorolt hatása magasabb, mint az általa termelt élelmiszeré, viszonylag alacsonyabb áron értékesítik azon termékeket és sok fogyasztó számára az ár fontosabb befolyásoló szempont, mint a minőség, vagy a környezettudatos és egészséges életmód.

12. ábra Szabó Miklós állatállományának egyedei



Forrás: Rábaközi Marhahús által készített, részemre eljuttatott fotó

Szabó Miklós elmondta, hogy az elmúlt 3 év során, mióta a feldolgozott marhahús termékeket értékesíti családjával, tapasztalható, hogy a fogyasztók kedve nőtt a hazai termelésű, minőségi helyi élelmiszerek vásárlása és fogyasztása iránt. Elmondása szerint a fogyasztók egy bizonyos környezet- és felelősségtudatos része keresi a jó minőségű, megbízható forrásból származó helyi termékeket, ez a kör egyre jobban bővül, azonban az importált marhahús alacsonyabb áron történő értékesítésével nehéz versenyezni a hazai piacon, illetve az alacsony árú importáru miatt nehéz rövid időn belül megfelelő vevői kört kialakítani.

A koronavírus járvány hatásait a Rábaközi Marhahús tulajdonosa is érzékelte, illetve értékelte. A vállalkozás jelenleg is biztosít házhozszállítást, melynek egyik fő oka a járványhelyzet. Mivel a rendelésvétel jellemzően előre történik, a vállalkozó a termékeket előkészített csomagként adja át, amely a korábbi években a gazdaudvarról történő értékesítés során minden fogyasztó esetében hasonló módon történt, azonban jelenleg is szívesen várja azokat a fogyasztókat is a vállalkozás a gazdaudvarról történő értékesítés keretein belül, akik nem adtak le előre rendelést, hiszen célja, hogy az emberek minőségi marhahúst fogyasszanak és bizalommal forduljanak hozzá és térjenek vissza vásárlóként.

6. Összegzés

A szokásos mezőgazdasági élelmiszertermelő tevékenység alacsony árakat biztosít a termelőknek, amelyekre egy megoldás az alternatív ellátási láncokon, Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon történő értékesítés. (Brown, 2003) Ezek a gazdálkodók egy részének a bevételek nagy részét biztosítják, mint például a fentebb bemutatott Borbás Kertnél, illetve vannak olyan mezőgazdasági termelők, akiknek kiegészítő bevételt jelent, mint például a második általam ismertetett vállalkozás, a Rábaközi Marhahús esetében.

A nagyipari élelmiszertermelés és az új fogyasztói trendek az elmúlt évtizedekben jelentősegteljesen átalakultak. A Rövid Ellátási Láncok mind etikai, egészségügyi és fenntarthatósági okokból nagyobb szerepet kapnak. A fogyasztók számára az alternatív élelmiszerellátási hálózatok nagyobb fogyasztói jóllétet eredményeznek, mint a profitorientált vállalkozásoktól való élelmiszervásárlás esetén. (Neulinger et al, 2020)

Az általam készített kérdőívből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a fogyasztók számára fontos, hogy a minőség biztosítva legyen azon élelmiszer esetén, amelyet megvásárolnak, éppen ezért többségük előnyben részesíti a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncokon értékesítő, helyi termelőktől megvásárolható zöldséget, gyümölcsöt, mézet vagy éppen hústermékeket és tojást. A fogyasztói megközelítés a kérdőív által bebizonyította a szakirodalom áttekintés részben is leírtakat, miszerint a fogyasztók egy része egyre tudatosabban keresi a magyar termelők által előállított élelmiszereket, amely termékek nyomon követhetősége adott, a termelőt személyesen megismerhetik, biztosított egy arculat a termékek mögött, ami miatt a fogyasztók nagyobb bizalommal térnek vissza a helyi termelőkhez a Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok típusain keresztül.

A Rövid Élelmiszer Ellátási Láncok alternatív lehetőségként biztosítják a termelőknek a bevételeik egészének megszerzését, illetve azok kiegészítését, mint például a Borbás Kertnek és a Rábaközi Marhahúsnek. A dolgozatban ismertetett vállalkozások tulajdonosai egyaránt törekszenek a hagyományok fenntartásában, emellett pedig innovatív módszereket is alkalmaznak, folyamatosan fejlődnek és terjeszkednek. Bár nagyon sok, fontos szabályt kell betartania a termelőknek a REL-ek által biztosított értékesítési csatornák számukra megélhetést, ezenkívül pedig élményt nyújtanak.

A termelők által megfogalmazott célokban tükröződnek a fogyasztói kérdőívben megadott válaszok. A két vállalkozás célja ugyanis az, hogy minőségi élelmiszereket kínáljanak és

biztosítsanak a fogyasztóknak és a fogyasztók által megadott válaszok alapján a legfontosabb kritérium számukra a minőség.

A dolgozat célkitűzései között szerepelt a járványhelyzet vizsgálata, melyről elmondhatjuk, hogy a fogyasztókra és a termelőkre egyaránt gyakorolt negatív hatást, azonban pozitívat is, hiszen a fogyasztók legfőképpen a tömeg elkerülése érdekében előnyben részesítik a helyben kapható élelmiszereket, melynek következtében a termelők helyzete javul, sőt a kitöltők által kapott pár válaszból épp az tükröződött, hogy céljuk az, hogy a helyi termelőket támogassák a jelenleg is tartó pandémiában.

Fontos megállapítanunk azt, hogy jelenleg a helyi termelők számára nem biztosítottak a megfelelő marketing eszközök, amellyel a megfelelő fogyasztói rétegeket elérhetnék. Erre a pandémia is rávilágít, hiszen nagyon sokan a helyi termelőktől által biztosított házhozszállítási lehetőségekről nem értesül, ellentétben a nagy üzletláncokkal. Ezáltal a fogyasztók a nyomon követhető, minőségi élelmiszerektől esetlegesen elesnek és helyettük a hosszabb utat bejárt, adott esetben nagyobb környezeti lábnyommal rendelkező élelmiszereket vásárolják.

Az elemzés átfogó képet adott a fogyasztók véleményéről, részvételi motivációjáról és elégedettségéről a Rövid Élelmiszer Ellátási láncokkal kapcsolatban. Ezzel párhuzamosan pedig termelői oldalról is betekintést nyerhettünk a REL-ek működésébe, a termelők részvételi motivációjába és céljaiba.

Összességében elmondható, hogy a Rövid Ellátási Láncokon keresztül történő értékesítés és vásárlás nagy népszerűséget nyert az utóbbi évtizedekben, melyet korábbi tanulmányok is kimutattak. A dolgozatban kapott eredményekkel is alátámaszthatók a korábbi eredmények, hiszen mind termelői, mind pedig fogyasztói részről pozitív visszacsatolás érkezett a REL-ekkel és azok népszerűségével kapcsolatban. A REL-eken keresztül egyre nagyobb számban vásárolnak a fogyasztók, melyet a vállalkozók is megerősítették az interjúk során. A fogyasztói kérdőívből pedig kiderül, hogy a fogyasztók egy rétegének igénye van a minőségi, nyomon követhető és értéket képviselő hazai kistermelők által előállított élelmiszereknek.

7. Irodalomjegyzék

Nyomtatott források:

1. Bartha Zsuzsanna – Dr. Dóczy Katain – Dr. Horváth János – Kókai-Kunné Dr. Szabó Ágnes Katalin – Kuti Beatrix Adrienn – Dr. Major Ágnes – Pallóné Dr. Kisrédi Imola – Szabadkai Andrea – Szalay.Zala Andrea, Szegedyné Fricz Ágnes – Szomi Edina – Sztanév Bertalan – Wallerné Fuit Anikó – Zoltai Anna (2016): Helyi termék kézikönyv, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
2. Bene Viktória (2014): Derecske kulturális értékeinek szerepe a helyi közösség életében, Metszetek-Társadalomtudományi folyóirat 2014/3. szám, 183-195. p.
3. Benedek Zsófia – Fertő Imre (2015): Miért választják a termelők a rövid ellátási láncokat?, Statisztikai Szemle, 93. évfolyam 6. szám, 580-597. p.
4. Benedek Zsófia (2014): A rövid ellátási láncok hatásai Összefoglaló a nemzetközi szakirodalom és a hazai tapasztalatok alapján, Magyar Tudományos Akadémia
5. Benedek Zsófia (2014): A rövid ellátási láncok környezeti hatásai, Magyar Tudomány 175. 8., 993-999. p.
6. Brown C. (2003): Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri, American Journal of Alternative Agriculture, Vol. 18, No. 4, 213-224. p.
7. Cranfield J. – Henson S. – Blandon J. (2012): The Effect of Attitudinal and Sociodemographic Factors on the Likelihood of Buying Locally Produced Food, Agribusiness An International Journal, Vol. 28 (2), 205-221 p.
8. Csurgó Bernadett (2013): Vidéken lakni és vidéken élni. A városból vidékre költözők hatása a vidék átalakulására: a város környéki vidék., Argumentum kiadó, MTA TK Szociológiai intézet
9. Ferencz Árpád (2017): Helyi termékek fogyasztói megítélése, Gazdálkodás 61. évfolyam 2. szám, 144-157. p.
10. G. Fekete Éva (2013): Integrált vidékfejlesztés, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 110-126. p.
11. Gyarmati Gábor (2018): Helyi élelmiszer rendszerek a világban, az EU-ban és Magyarországon, Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VIII/1. Integrált vállalkozásfejlesztési megoldások, 81-92. p.
12. Györe Dániel – Juhász Anikó – Kartali János – König Gábor – Kürthy Gyöngyi – Kürti Andrea – Stauder Márta (2009): A hazai élelmiszer-kiskereskedelem struktúrája,

különös tekintettel a kistermelők értékesítési lehetőségeire, Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest

13. Jámbor Attila – Mizik Tamás (2014): Bevezetés a Közös Agrárpolitikába, Akadémia Kiadó, Budapest
14. Jarosz (2018): The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas, *Journal of Rural Studies* 24, 231-244. p.
15. Kujáni Katalin (2017): A Rövid Ellátási Láncok Tervezési Feltételei a hazai kistérségekben, *Gradius Vol 4*, 222-231. p
16. Madsen T. - Banks J. – Bristow G. (2000): Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development, *Sociological Ruralis*, Vol 40, Number 4, 424-438. p.
17. Malak-Rawlikowska A. – Majewski E. – Was A., Borgen S.O., Csillag P., Donati M., Freeman R., Hoang V., Lecoer J.L, Macini M.C., Nguyen A., Saidi M., Tocco B., Török Á., Veneziani M., Vitterso G., Wavresky P. (2019): Measuring the Economic, Environmental, and Social Sustainability of Short Food Supply Chains, *Sustainability*, 11, 4004
18. Madsen, T., Banks, J., Bristow, G. (2000): Food supply chain approaches: exploring their role in rural development, *Sociologia ruralis* 40.4, 424-438. p.
19. Nagyné Demeter Dóra – Szűcs Antónia – Koncz Gábor (2017): A közvetlen értékesítési csatornák és a helyi termékek kapcsolatának területi aspektusai, *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, XII. évfolyam, 3. szám, 285-296. p.
20. NAK (2018): Helyi termelői piac nyitásával, üzemeltetésével kapcsolatos tudnivalók, Élelmiszer értékesítés feltételei a helyi termelői piacon
<https://www.nak.hu/kiadvanyok/tisz/2618-nak-piac-forum-nebih-20181204/file>
Letöltve: 2021.03.23
21. Nemes Gusztáv – Benedek Zsófia – Lajos Veronika – Orbán Éva – Balogh Pál Géza (2020): Helyi élelmiszer a korona idején – látlet a világjárvány helyi élelmiszerrendszerekre gyakorolt hatásáról, *Replika Alapítvány*, 175-182. p.
22. Neulinger Ágnes – Bársony Fanni – Gjorevska Natasha – Lazányi Orsolya – Pataki György – Tkács Sándor – Török Anna (2020): Fogyasztói jóllét a hazai alternatív élelmiszerellátási hálózatokban, *Marketing & Menedzsment, Különszám 3.*, EMOK, 55-64. p.
23. Paciarotti, C. – Torregiani, F. (2018): Short food supply chain between micro/small farms and restaurants, An exploratory study in the Marche region, *British Food Journal* 120,8 , 1722-1734. p.

24. Póla Péter (2016): Helyi piacok és vidéki turizmus fejlesztése, Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok, I. évfolyam I. szám, 2016. június, 59-67. oldal
25. Salamonné Máté Andrea (2016): Helyi termékek, termelői piacok szerepe napjainkban, Budapesti Gazdasági Egyetem Gazdálkodási Kar Zalaegerszeg
26. Szabó Dorottya – Juhász Anikó (2012): A piacok szerepe s lehetőségei a hazai élelmiszer-ellátási láncban, Gazdálkodás, 56. évfolyam 3. szám, 217-229. p.
27. Szabó Dorottya (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon, Acta Carolus Robertus 4 (2), 109-118. p.
28. Vitterso G., Torjusen H., Laitala K., Tocco B., Biasini B., Csillag P., Duboysde Labarre M., Lecoœur J.L., Maj A., Majewski E., Malak-Rawlikowska A., Menozzi D., Török Á., Wavresky P. (2019): Short Food Supply Chains and Their Contributions to Sustainability: Participants' Views and Perceptions from 12 European Cases, Sustainability, 11, 4800

Online források:

1. Borbás Kert Facebook oldaláról felhasznált fotók:
<https://www.facebook.com/Borb%C3%A1s-Kert-705392176559950>
 Letöltés dátuma: 2021.04.08.
2. Európai Parlament (2016): Short Food Supply Chains and Local Food System in the EU
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI\(2016\)586650_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf)
 Letöltve: 2021.03.19.
3. Központi Statisztikai Hivatal (2020): A lakónépesség korcsoport szerint, január 1. (2001-)*
https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wdsd004c.html
 Letöltve: 2021.04.08.
4. Központi Statisztikai Hivatal (2020): A lakónépesség nem szerint, január 1. (2001-)*
https://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_wdsd003c.html
 Letöltve: 2021.04.08
5. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara: Helyi termelői piac
<http://nak.hu/termeloipiac-kereso?view=items>
 Letöltve: 2021.04.07

6. Rábaközi Marhahús Facebook oldaláról felhasznált fotók:

<https://www.facebook.com/R%C3%A1bak%C3%B6zi-Marhah%C3%BAs-328958114621186>

Letöltés dátuma: 2021.04.07.