EFOP-5.2.2-17 Transznacionális együttműködések

Kutatási jelentés

Mezőségi Őrzőkör Alapítvány
Jövőt építünk. A szórványban.

Helyi közösség, helyi termékek -

a helyi termékek, mint a helyi közösségfejlesztés eszközei

Készült: 2018

Megrendelő: Mezőségi Őrzőkör Közhasznú Alapítvány

Készítette: Sej Gábor Leó Egyéni Vállalkozó

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Tartalom

1. Bevezető történeti megközelítésben ... 3
2. Helyi termékek ... 6
2.1. A helyi termékek előnyei ... 6
2.1.1. Gazdasági nézőpontból ... 6
2.1.2. Társadalmi nézőpontból ... 7
2.1.3. Környezeti nézőpontból ... 9
2.2. Típusai ... 10
2.2.1. Mezőgazdasági termékek ... 10
2.2.2. Kézműves termékek ... 11
2.2.3. Szolgáltatások ... 12
2.3. Helyi termék Európában ... 13
2.4. Magyarországi intézményi-szabályozási környezet ... 14
2.5. Helyi termékek piaca ... 17
3. Kérdésfelvetés ... 21
4. Módszertan ... 23
4.1. Alkalmazott módszerek ... 23
4.2. A kutatás menete ... 25
5. Eredmények ... 27
5.1. Kvalitatív munkarészek ... 27
5.2. A survey válaszadók összetétele ... 30
5.3. A survey eredményei ... 35
6. Összefoglalás ... 46

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Ábrajegyzék

1. ábra: A válaszadók egyes társadalomstatisztikai adatai 30
2. ábra: A válaszadók végzettségei gyakoriság szerinti méretezéssel (nyílt kérdésekre adott válaszok, tisztított adatok).....32
3. ábra: Társadalmi aktivitás a megkérdezettek körében 34
4. ábra: Problémák a válaszadó településén összesítve (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel) 35
5. ábra: MAGYARORSZÁG: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel) 36
6. ábra: ROMÁNIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel) 37
7. ábra: SZLOVÁKIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel) 37
8. ábra: SZERBIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel) 38
9. ábra: Problémák megítélése és időfelajánlás.....39
10. ábra: Problémák megítélése és időfelajánlás transznacionális perspektívában 40
11. ábra: Korrelációs együttjárások az egyes identitástípusok között 41
12. ábra: Agrárismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét).....43
13. ábra: Kézműves ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét) 43
14. ábra: Kereskedelmi ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét).....44
15. ábra: Vállalkozói ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét) 44
16. ábra: Az életkor és a kereskedelmi ismeretek hiányára szánt idő összefügg 45

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

1. Bevezető történeti megközelítésben

Az európai vidékies térségek 20. századi - 21. század eleji átalakulásának két fő meghatározó gazdasági oka a 19. század végén felgyorsuló indusztrializáció folyamata, továbbá 20. század közepén induló globális gazdasági átalakulás. Az indusztrializáció során a mezőgazdaság és a manufaktúrák termékeit felváltotta a központosított ipari termelés során gyártott tömegtermékek dömpingje. Az indusztrializáció urbanizációval párosult, hiszen az új típusú termelés nem tette lehetővé a decentralizált működési módot: tőkekoncentráció jelentkezett, amely a meglévő városokban koncentrálódott, vagy a gyárak saját maguk hoztak létre új városokat. Így tehát egyre inkább vált jellemzővé az európai tájra (és párhuzamosan, vagy időeltolódással más kontinensek tájaira is) a koncentráció. A gyárak létrehozták a termelés új formáit, amelyre klasszikus példának számít a taylorista-fordista termelési racionalizálás. Ennek során a termékek előállítását elemekre bontották és az egyes szakaszokra specializálódott, betanított munkaerővel folytatták termelési tevékenységeiket. A koncentráció több aspektusból is megjelent. Gazdasági aspektusát tekintve az iparosodással a tőke is koncentrálódott, mert a termelési folyamatok szükségessé tették hosszabb termelési láncolatok átfogó kezelését és koordinálását. Társadalmi aspektusát tekintve, az emberek koncentrációja is párhuzamos folyamatnak tekinthető: a városokba áramló népesség mellett a vidéki területek elnéptelenedési folyamattal találkoztak. A posztszovjet országokban ez már a második világháborút követő, államszocialista rendszerek általi erőltetett iparosításban öltött testet, míg Nyugat-Európában a jelenség még az első világháborút megelőzően, organikusan ment végbe. Az eredmény mindkét területen koncentráció, indusztrializáció és urbanizáció volt. A vidéki térségek kiürülését hajtotta egyfajta taszító hatás is: a vidéki népesség nem csupán a növekvő városok jelentette vonzerő, a magasabb életszínvonal csábította, de sokak számára kényszerűség volt, hiszen az agrártevékenységek is iparosodtak: a mezőgazdasági termelés is koncentrálódni kezdett a gépesítésnek köszönhetően, és egyre kevésbé volt szükség a tradicionálisan főként mezőgazdasági tevékenységet folytató és mezőgazdaság-orientált kultúrával rendelkező falvakban élő népességre.

A vidéki térségek jelen helyzetét leginkább meghatározó másik gazdasági tényező a globalizálódó gazdaság. Ez a folyamat tulajdonképpen a második világháborút követően bontakozott ki, ám bizonyos értelemben az indusztrializáció és urbanizáció folyamatainak logikus továbbgondolásaként, továbbterjedéseként is tekinthetünk rá. A folyamat során további földrajzi tőkekoncentráció zajlott a világ egymástól távol eső, óriási városaiban, megapoliszaiban, amelyek a termelési piramis csúcsain elhelyezkedő cégek számára biztosítanak helyet, a termelési folyamatok, amellett, hogy centralizáltak maradnak, mindeközben szétszóródnak a világ különböző területein, nagyvárosaiban. Az infrastruktúra, a közlekedés és a kommunikáció korábban soha nem látott mértékű növekedésének hála, ezek a termelési folyamatok jól megszervezhetőnek bizonyulnak, így a cégek megoszthatják az egyes fázisokat földrajzilag, és olyan helyszínekre helyezhetik ki őket, amelyek valamilyen szempontból kedvezőbb helyzetűek (adott esetben az olcsó nyersanyag, az olcsó fenntartási költségek, az olcsó, vagy épp a képzett munkaerő jelenléte szempontjából). Mindeközben a cégek hatékonyan tudták kiaknázni a 20. század nagy kommunikációs megoldásait, amely megoldások palettáját az 21. század első két évtizedében zajló információs forradalom a korábbiakat szinte teljes mértékben zárójelbe helyezve, korábban nem látott és nem gondolt mértékben bővített. Ezen eszközökkel a globális gazdaság rendkívül hatékonyan megszervezhetővé vált, és további lehetőségekkel kecsegtet (például 3D nyomtatás, dolgok internete, big data).

Az urbanizáció, indusztrializáció és globalizáció folyamatainak következtében számos olyan problémával kellett szembenézni, amely korábban nem vagy nem ilyen mértékben létezett. A

Föld erőforrásainak túlhasználata és a környezetszennyezés következtében a globális ökológiai válság kézzel tapintható, a jövő generációk erőforrásainak egy részét is felhasználtuk, a globalizáció pedig világméretűvé növelte a kizsákmányolást, amely a károsult régiókban tapasztalható reménytelen elszegényedéshez, élelmezési hiányokhoz, vízhiányhoz, konfliktusokhoz, háborúkhoz és egy modern kori globális népvándorláshoz vezetett a fejlett régiók irányába. A tradicionális termelési formák jelentősen visszaszorultak az iparosodás közben, ám e globális problémákat felismerve, arra válaszul születtek meg azok az elképzelések, amelyek alapján - több egyéb környezetvédelmi és gazdaságfejlesztő megfontolás mellett - újra fölfedezésre kerültek a helyi gazdasági-kulturális termékek és a globális problémák észben tartásával a kicsiben, „helyben" cselekvés és gazdálkodás. A helyi tradíciókra, kultúrára, gazdasági erőforrásokra építő zöld elképzelések egyre népesebb rajongóbázisra tesznek szert, és Magyarországon is egyre több az olyan közösség, amelyik a helyi és környezetbarát termékeket keresi a piacon. Ezzel párhuzamosan a kínálati oldal is megjelenik, nem csupán a piaci kereslet, hanem az ezt ösztönző lehetőségek, illetve a „korszellem" hatására is. Magyarországon is felfedezésre kerülnek azok az ideiglenesen elfeledett helyi értékek, amelyek sokáig meghatározták az ország egy-egy régiójának gazdálkodását.

A magyarországi nemzetformálódás időszakában saját karaktert kapott egy-egy jól lehatárolható mikrorégió, mint helyi közösség, amelynek gazdasági termékei a régió saját emblematikus termékeivé váltak (pl. Makói hagyma, Tokaji bor, Kalocsai paprika, Halasi csipke, Korondi cserepek). A híressé vált helyi termékek olyan gazdasági érdekközösséget teremtettek, ami pozitívan hatott az adott térség közösségi életére is (helyi identitás, lokálpatriotizmus, önszerveződés). A viharos XX. század sorsformáló politikai eseményei (trianoni döntés, világháborúk, rendszerváltások) és a már említett gazdasági folyamatok a Kárpát-medencében olyan mértékben erodálták ezeket az emblematikus helyi termékeket, hogy mára sok esetben már csak az emlékezet őrzi a hajdan volt kiváló minőséget, a jelenlegi termékek azonban már nem képviselnek különleges színvonalat.

A rendszerváltást követő évtizedekben mind Magyarországon, mind a Kárpát-medencében számos irányadó kezdeményezés indult a helyi termékek fejlesztésére, ugyanakkor ezeknek a sikeres kezdeményezéseknek, és a nemzetközi legjobb gyakorlatoknak az összehasonlító elemzése mindmáig várat magára, és a rendszerszintű hatáselemzés híján az átfogó fejlődés is elmaradt. A 2000-es évek elejére az a korszak, amely a piacgazdaság kiépítését és megerősödését, valamint az „európaizáció" folyamatait foglalta magában, végéhez ért. Már a csatlakozási folyamat évei alatt is nagy mennyiségű, az Unióból származó, területfejlesztésre fordítható, az állam által kiegészítendő anyagi támogatás segítette a magyarországi vidék felzárkózását, amely gyakorlatilag a beruházások elmaradását hivatott helyettesíteni egy olyan korszakban, amelyet világviszonylatban is a rurális térségekhez köthető, ezek megélhetését biztosító mezőgazdasági termelés jelentőségének visszaszorulása jellemez. Ebből a tendenciából is kiindulva, a vidékfejlesztés célja nem elsősorban, illetve nem kizárólag az extenzív mezőgazdasági tevékenységek támogatása.

A posztmodern viszonyoknak megfelelően, az új vidékfejlesztési stratégiákban különös szerep jut az új helyi identitások kialakításának, a lokális kulturális tradíciónak, a helyi fejlesztési forrásoknak, a lokális tudásnak. A helyi fejlesztésben más, új szerepet kap a helyi örökség, a tradicionális konyha és élelmiszer, a helyi látványosságok, hagyományok, népszokások, vagyis a helyi kultúra. A felzárkóztatás, a helyi gazdaság erősítésének egyik Európai Unió-szerte gyakorlott megoldása a helyi gazdaság támogatása azzal, hogy a tradicionális és újszerű helyi termékek előállítását és forgalmazását népszerűsítjük. Ezzel párhuzamosan érhető el többféle eredmény: a helyi népesség gazdasági helyzetének erősítése, a helyi közösségek építése az interakciók számának és minőségének emelésével, továbbá a helyi

kulturális értékek megóvása, megoldásainak továbbvitelével. Kiemelten fontos tevékenységről van tehát szó, ha veszélyeztetett kisebbségi kultúra megőrzéséről van szó. Európai Unió-szerte elterjedt a helyi kulturális tradíciók újrafelfedezése, és számos pontszerű „jó gyakorlat" ismert, ám ezek átfogó vizsgálata meglehetősen és meglepően ritka, szűkebb régiónkra fókuszálva pedig szinte teljesen hiányzik.

E tapasztalatok, gyakorlatok megismerése és összefoglaló elemzése rendkívül fontos, hiszen a helyi termékek újrafelfedezése, készítése és forgalmazása bár a helyi gazdasági-társadalmi helyzetre előnyösen hatnak, megindulásuk a legtöbb helyen csak annak kifejezett külső-belső támogatásával, facilitációjával elképzelhető. Ez utóbbi kijelentés hatványozottan igaz a keleti blokk korábban államszocialista országainak lakosságát tekintve, hiszen e régióban a tradicionális helyi kultúra szisztematikus felszámolása történt, sok esetben még „búvópatakként" sem volt jelen a helyi társadalmakban. A facilitációval, és általánosságban a helyi termékek előállításának és forgalmazásának népszerűsítésével kapcsolatos, már létező tevékenységek, jó gyakorlatok megismerése azért is fontos, mert bár ezek a helyi társadalomra szabottak általában, így nem megismételhetők, fontos tapasztalatokkal, adaptálható, átalakítást követően hasznosítható gyakorlati elemekkel találkozhatunk, amelyek ismerete bármely hasonló tevékenységgel foglalkozó közösség számára értékes. Különösen fontos e tevékenységek olyan közegben történő támogatása, amelyek a veszélyeztetett helyi kisebbségi kultúrák (pl. szórványmagyarság) helyi tradícióinak felelevenítését célozzák. Ennek érdekében a más helyeken felismert megoldásokkal kapcsolatos ismeretek jól mozgósíthatók.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

2. Helyi termékek

2.1. A helyi termékek előnyei

A helyi termékek támogatása nem véletlenül került középpontba az utóbbi időkben. Amellett, hogy számos helyi vállalkozó felismerte az ebben rejlő üzleti lehetőséget, a politikai döntéshozók és a nemzetközi, országos civil szervezetek is rájöttek, mennyi előnnyel jár a gazdaság és a társadalom számára, ha a centralizált ipari jellegű termeléshez képest előre lépve, a régi hagyományok útján, de új szemlélettel építünk a helyi gazdaságra. A helyi termékek támogatásának előnyeit három nézőpontból: gazdasági, társadalmi és környezeti szempontokból közelíthetjük meg.

2.1.1. Gazdasági nézőpontból

A helyi termékek gazdasági szempontból értelmezett előnyei számítanak a legnyilvánvalóbb előnyeiből, tekintsük akár a helyi, de akár a regionális, országos és nemzetközi gazdasági szintet. Nem véletlen, hogy a világ gazdaságilag fejlett részein sokkal egészségesebb egyensúlyban állnak egymással a centralizált és decentralizált termelési módok – noha utóbbiak aránya korántsem nevezhető kielégítőnek – és paradoxnak tűnő módon a világ legszegényebb országai támaszkodnak legkevésbé a helyi kereskedelemre. A harmadik világban a globális kereskedelemnek, az országos, maffiahálózatok által üzemeltetett kereskedelemnek kiszolgáltatott népesség legfeljebb önellátásra rendezkedhet be, de a helyi piaci kereskedelem szinte nem létezik. A helyi kereskedelem gazdasági szempontból értelmezett előnyös hatásai az alábbiak szerint csoportosíthatók.

- Globális és nemzeti ipari centrumok ellensúlyozása, gazdasági decentralizáció: Egyáltalán nem nevezhető evidensnek, de a helyi termékeknek csak őstermelők vagy mikrovállalkozások által termelt javak nevezhetők. Azáltal, hogy e fogyasztási javak nem ipari centrumokban kerülnek előállításra, a rendszer csökkenti a nagy és multinacionális vállalatok túlsúlyát a gazdaság életében.
- Gazdaságfejlesztés (helyi, regionális): A helyi termékek előállítása és forgalmazása felhelyezi a helyi és regionális gazdaságot a nemzetközi gazdaság térképére, becsatornázza a helyi termelőket a nemzetközi kereskedelemben. Ez a kijelentés akkor is igazzá válik, ha nem beszélhetünk egyes helyi termékek nemzetközi forgalmazásától, hiszen azok enélkül is az importált javak konkurenciájaként jelennek meg.
- Egészséges gazdasági láncolatok: A gazdasági decentralizáció értelme, hogy egyes javak helyben kerülnek előállításra és forgalmazásra is, így a gazdasági-kereskedelmi láncolatok az arányosság felé tolódnak: nemzetközi erőfeszítés eredményeként sokkal inkább csak olyan termékek jönnek létre, amely a helyi gazdaságban történő előállítása nem elképzelhető (a legmagasabb hozzáadott értékű, így például csúcstechnológiás termékek: kommunikációs eszközök, járművek, nagy tőkebefektetést igénylő turisztikai, közlekedési, kereskedelmi szolgáltatások, és így tovább.)
- Kereskedelmi láncolatok kiiktatása: Azáltal, hogy egyes mezőgazdasági, ipari vagy szolgáltatás-jellegű termékeket helyben állítanak elő és forgalmaznak, kiiktathatók a kereskedelem sok esetben rendkívül hasznos, máskor azonban fölösleges láncolatai, amelyek tényleges hozzáadott értékkel nem rendelkeznek, ráadásul gazdaságilag nem versenyképesek. Megfigyelhető ugyanis, hogy a helyi termékek megjelenésével a fogyasztók elfordulnak a kiváltható, távolról behozott, sokszor magas feldolgozottságú termékektől, és a helyit választják.

- Kisvállalkozások támogatása: A kapitalista gazdasági élet alapkövei a vállalkozások, amelyek tulajdonképpen motorként hajtják a gazdasági fejlődést. A valódi kapitalista vállalkozások mindig kicsiben kezdik életüket, s ez akkor is igaz, ha a mikro- és kisvállalkozások sosem válnak nagyokká. A helyi termékek támogatása egyszersmind a mikrovállalkozások támogatását jelenti, amelyek mindig magukban rejtik az országos és világraszóló gazdasági sikerek lehetőségét, s ez igen kis tőkebefektetést igénylő beruházásnak számít.
- Gazdaság rugalmasságának erősítése: A ténylegesen működő kis méretű vállalkozások minél magasabb aránya azért előnyös egy nemzetgazdaság (s a globális gazdaság) számára, mert ezek jelentik a piac legalkalmazkodóképesebb elemeit (szemben a rugalmatlan nagyvállalatokkal), amelyek hozzájárulnak a gazdasági alrendszer változó körülményekhez való minél rugalmasabb alkalmazkodásához, így összességében a gazdaság stabilitásához.
- Kreatív, újító megoldások ösztönzése: A gazdasági alkalmazkodás azáltal jön létre, hogy a vállalkozások, és főleg a kis méretű vállalkozások viszonylag olcsón és releváns negatív következmények nélkül tudnak újítani: új megoldásokat, új eszközöket kitalálni és alkalmazni. Erre sokszor a piaci előnyök megszerzése érdekében rá is vannak kényszerítve. Az innováció így sok esetben köthető a mikrovállalkozásokhoz.
- Magas minőségű termékek: A helyi termékek a piaci fogyasztók szempontjából értelmezett legelőnyösebb tulajdonságát a magas minőség jelenti. A magas feldolgozottságú, ipari centrumokban előállított, silányabb minőségű élelmiszerek helyett a helyi piacok kis léptékben gondolkoznak és objektív mércével mérve is jobb minőségű termékeket tudnak előállítani.
- Minőségi konkurencia a nagytermelőknek: A magas minőségű termékeknek köszönhetően a helyi piacok nem csupán önmagukban véve javítanak a gazdaságban előállított termékek minőségén, hanem a saját kereteiken túlcsordulva, a konkurencia következtében érdemi minőségi változást hozhatnak a nagyüzemekben előállított termékek körében is. Az elmúlt évtizedekben ennek jeleit Magyarországon is számos esetben tapasztalhattuk.
- Létező gazdasági igény kielégítése: Mindezen hatások kiindulópontja, hogy a helyi termékek létező piaci igényt elégítenek ki: ha egy-egy minőségi helyi termék megjelenik a piacon, az tényleges keresletet produkál, így ezek támogatása mindenképp piacképesnek számít.

2.1.2. Társadalmi nézőpontból

A társadalmi előnyök, amelyekkel a helyi gazdaság: a helyi gazdasági termelés és kereskedelem jár, szintén kézzelfoghatók. Ezek az előnyök leginkább a helyi gazdaság azon aspektusával állnak szoros kapcsolatban, hogy a különböző hatalmasabb gazdasági aktoroknak kiszolgáltatott személyek és társadalmi csoportok saját kezükbe vehetik a helyi gazdaságot, így piaci alapon egyenlíthetik ki a gazdasági rendszer és adott esetben a hiányos állami szociális szolgáltatások által okozott különbségeket. A szociális állapotok javítása mellett a helyi termékek megjelenése a társadalmi integráció vonatkozásában is számottevő előnyökkel jár, ezeket az alábbiak szerint csoportosíthatjuk.

- Társadalmi egyenlőtlenségek mérséklése: A helyi termékek előállítása és forgalmazása őstermelőkhöz, mikrovállalkozásokhoz köthető és olyan tevékenységet takar, amely hátrányos helyzetű vidéki térségekben éppúgy végezhető, mint fejlettebb, akár városi környezetben. Az, hogy produktív gazdasági tevékenység jelenhet meg depressziótól sújtott térségben, önmagában hozzájárul a társadalmi egyenlőtlenségek csökkenéséhez.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

- Hátrányos helyzetű népesség integrációja: Azáltal, hogy adott esetben a munkaerőpiacról, illetve a piac által uralt gazdaságból kiszoruló személyek profitábilis gazdasági tevékenységet folytatnak, a hátrányos helyzetű személyek visszatérhetnek a piacgazdaság vérkeringésébe, kevésbé szorulva rá az érdemi ellátást nem biztosító állami redisztributív rendszerre (szociális juttatások, közmunkaprogram, stb.)
- Vidék-város különbségek csökkentése: A helyi termékek előállítása – különösen, ha mezőgazdasági, kertészeti termékek előállításáról van szó – a vidéki térségekhez köthető, fejlett és fejletlenebb vidéki térségekben is művelhető. Így amellett, hogy személyek integrációjához járul hozzá, a térségek integrációja is ugyanolyan releváns előnyt jelent.
- Vidék-város kapcsolatok erősítése: Amellett, hogy facilitálja a vidéki térségek felzárkózását, a helyi termékek forgalmazása közvetlenül is hozzájárul konkrét társadalmi kapcsolatok létrejöttéhez, és sokkal szervesebb egységbe szervezi a gazdasági prosperitáshoz nélkülözhetetlen vidék-város kapcsolatokat.
- Vidék népességeltartó-képességének növelése: A magyar népesség jelentős hányada lakik vidékies térségben, amely gazdasági elmaradottsággal párosulva igen nagy hátrányt okoz a magyar gazdaságnak. A helyi lakosság azonban fontos szereplőjét jelenti a mezőgazdaság potenicális fejlődésének, a táj megművelésének, a természeti egyensúly fenntartásának, nem mellesleg a kulturális tradíciók ápolásának. A helyi termékek forgalmazása ehhez evidens módon közvetlenül, azonban közvetetten is hozzájárul, mégpedig a helyi népességre ható erős, városba vagy külföldre költözés felé taszító hatás mérséklésén keresztül is.
- Kulturális tradíciók felfedezése: A helyi termékek sokszor hagyományos termékek újragondolt, új eszközökkel készített vagy az újféle ízlésirányokra alkalmazott verziói. A helyi termékek támogatásával ezek a hagyományos kultúra-elemek is újrafelfedezésre kerülnek, a kulturális integritás megerősödik.
- Személyes kapcsolatok erősítése: Városi, de éppoly mértéjben vidéki népességre is jellemző az egymástól való eltávolodás, a társadalmi integritás meglazulása, a széttöredezés. Az, hogy egy-egy község népessége valódi közösséget alkot – ha valaha így is volt – mára nem több puszta városi legendánál. Az intenzív helyi kereskedelem azonban nemcsak a kifejé (más települések) értelmezett kapcsolatokat, hanem a belső kapcsolatokat is erősíti, ezáltal erősebb közösségek létrejöttéhez járul hozzá, annak minden társadalmi előnyével.
- Családok megerősítése: A családok, a helyi közösségekhez hasonlóan, az integráció egyre alacsonyabb fokával leírhatók. A család termelő funkciójának megerősítésével a helyi gazdaság népszerűsítése a családok összetartóereje is növekszik.
- Helyi közösségek, civil szféra megerősítése (önrendelkezés, szubszidiaritás). Azzal, hogy aktív, a közös ügyek iránt érdeklődő, a helyi életért tenni tudó és akaró közösségek jönnek létre, a helyi problémákat a résztvevők maguk csökkentik: növekszik a társadalmi jóllét, ezáltal a gazdaság, politika és társadalom más szereplőibe fektetett bizalom, s ezek támogatottsága is.
- Egészséges életmód népszerűsítése: Amellett, hogy profitábilis és magas minőségű termékekről beszélhetünk a helyi termékek kapcsán, nem elhanyagolható azok egészségre gyakorolt kedvező hatása is (adalékoktól, feldolgozottságtól, vegyszerektől mentes termékek). A különböző, a magyar és Közép-európai lakosságot különösen sújtó modern népbetegségek megelőzhetők az organikus, egészséges élelmiszerekből álló étrenddel is, amelyhez a helyi termékek nagymértékben járulnak hozzá.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

2.1.3. Környezeti nézőpontból

A fenntarthatóság fogalmát több dimenzió vonatkozásában is értelmezhetjük, amelyek közül a környezeti fenntarthatóság csupán az egyik. A környezeti fenntarthatóság azonban maga után vonja a más dimenziókban értelmezett fenntarthatósági szempontoknak való megfelelést is. A gazdasági fejlődés fenntarthatósága nem elképzelhető anélkül, hogy a környezeti fenntarthatósági szempontok érvényesülnének. Kissé provokatív módon úgy is fogalmazhatnánk, hogy a gazdasági fejlődés mindenképp csak fenntartható tud lenni, hiszen ami nem fenntartható hosszú távon, az voltaképp nem fejlődésnek, hanem hanyatlásnak nevezhető. Épp úgy, ahogyan a szakadék felé száguldó vonat haladását sem progressziónak, hanem tragédiaként értelmeznénk. A helyi termékek támogatása a környezeti fenntarthatóságot az alábbiak szerint szolgálja.

- Ökológiailag fenntartható gazdaság támogatása, a gazdaság ökológiai lábnyomának csökkentése: Összességében elmondható, hogy a helyben rendelkezésre álló, fenntartható erőforrásokra alapozott termelés és a regionális értékesítés nagymértékben járul hozzá a gazdaság ökológiai lábnyomának csökkentéséhez. A helyi termékek előállítása olyan eszközöket és termelési módokat facilitál, amelyek a rendelkezésre álló eszközöket fenntartható módon használja.
- Biodiverzitás növelése, monokultúrák visszaszorítása: A mezőgazdasági monokultúrák kedvezőtlen hatásait számos aspektusból (fajok kihalása, rendkívüli erózió, ellenállóképesség csökkenése, egyensúlyozó ökológiai rendszerek felbomlása, minőségvesztés) bizonyították különböző tudományos eredmények. A helyi gazdaság támogatása a sokféleséghez járul hozzá, és e monokultúrák megszüntetéséhez.
- Rövid ellátási láncolatok ösztönzése: A kereskedelem rendkívül környezetszennyező. A helyi termékek előállítása és helyben, vagy regionálisan történő forgalmazása lecsökkenti annak szükségességét, hogy a fogyasztók a fogyasztott termékekhez hosszú ellátási láncolat végén jussanak hozzá. Ezzel szemben ahhoz járulnak hozzá, hogy termelő és fogyasztó közvetlen kapcsolatba kerüljenek egymással.
- Vegyszerektől mentes, génmódosítás és hormonkezelés-mentes élelmiszerek támogatása: A helyi termékek sokkal kisebb arányban tartalmaznak vegyszereket, antibiotikumokat és más mesterséges, emberi egészségre és a természet egyensúlyára veszélyes anyagokat. Nem csupán amiatt, hogy ezek használatát jogszabályok korlátozzák, hanem amiatt is, hogy ezekre nincs szükség: a helyi termékek kisléptékben történő előállítása nem teszi szükségessé a biológiai manipulációt.
- Hulladékfelhalmozás csökkentése: A rövidebb kereskedelmi láncok, a kisebb léptékű termelés azt sem teszi szükségessé, hogy a termelés laboratóriumi sterilitás mellett történjen, hiszen a lépték miatt a fertőzésveszély (és annak hatóköre) is minimális, továbbá a termék előállítása és fogyasztása között a térbeli és időbeli távolságok is csekélyek. A fölösleges csomagolások elmaradása a hulladéktermelést jelentősen csökkentik.
- Állatjóléti szempontok figyelembe vétele: Az ipari méretű élelmiszerelőállítás nem tud tekintettel lenni arra, hogy amivel foglalkozik, él (akár növény, akár állat), így morálisan a lehetőségek szerinti jóllét élettartama során kijár neki. A helyi gazdaságok ezt is biztosítani képesek: a megfelelő élettér, mozgástér, tápanyagok biztosítottak az élőlények számára, amely amellett, hogy jobb minőségű végterméket garantál, az ember-természet viszonyt normatív értelemben is helyrebillenti.
- Tudatos vásárlás ösztönzése: A helyi termékek fogyasztása, a helyi termelővel kialakított személyes kapcsolat hosszabb távon is hozzájárul ahhoz, hogy a fogyasztó ne automatikusan, körültekintés nélkül szerezze be az élelmiszert és más termékeket,

hanem adott esetben akár a hipermarketek elidegenített tereiben is körültekintéssel vásároljon.

- Tudatos táplálkozás ösztönzése: A tudatos vásárlás mellett a helyi termékek a tudatos táplálkozáshoz is épp a fenti szempontoknak megfelelően járul hozzá, azonban ennek már konkrét népegészségügyi folyományai is vannak. A helyi termékek a tudatos táplálkozásra való mindenkori figyelemfelhívással összességében és tartósan javítják a társadalom egészségügyi állapotát, amelyre – főleg a Közép-Kelet-európai térségben – rendkívüli szükség van
- Tiszta, élhető környezet támogatása: A helyi piacok terjedése nem csak a hulladék arányát csökkentik (valamilyen távoli helyen) hanem a közvetlen környezetet is rendezetté és élhetőbbé teszik a helyben lakók számára, akár részt vesznek helyi termékek előállításában, akár nem.
- Figyelemfelhívás az ember és környezetének szimbiotikus kapcsolatára: A modern ember eltávolodott a természettől, és az oda való visszatérés vágya csak az utóbbi évtizedek eredménye. A helyi termékek és helyi piacok támogatása erre a kapcsolatra hívja fel egyre többek figyelmét, az emberi kultúrára, hozzáállásra gyakorolt hatáson keresztül, abba mintegy „beépülve" járulva hozzá hosszú távon is a környezeti fenntarthatósághoz.

2.2. Típusai

Noha a helyi termék fogalmának nincs széles körben használt, átfogó definíciója, általában vidéki térségekben előállított mezőgazdasági vagy kézműves termékeket vagy szolgáltatásokat érthetünk alatta, amelyek többnyire őstermelők vagy kistermelők (azaz nem társas vállalkozások) állítanak elő. A szövetkezeti vagy családi gazdasági formában történő termelést szintén több esetben ide sorolhatjuk, most azonban elsősorban az őstermelőkkel és kistermelőkkel foglalkozunk. Az ilyen tevékenységeket célzottan szabályozza több hazai törvény és nevezi meg több EU-s iránymutatás – a teljesség igénye nélkül a 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet, a 228/1996. (XII. 26.) kormányrendelet, a 2013. évi CXXII. törvény családi gazdaságokkal kapcsolatos szabályozásai, illetve a helyi piacokról rendelkező számos törvény és rendelet. Ezek tehát nem képeznek egységes jogszabályrendszert, azonban jelzik a helyi termékek és helyi kereskedelem iránti megkülönböztetett figyelmet a törvényhozó részéről.

2.2.1. Mezőgazdasági termékek

Tekintve, hogy a helyi termékek előállítása elsősorban vidéki térségekhez köthető, azok egy jelentős – de egyáltalán nem kizárólagos – formáját a kertes házas övezetekben, illetve agrárművelés alatt álló területeken előállítható mezőgazdasági eredetű termékek jelentik, a feldolgozottság szinte bármely fokán. A feldolgozás azonban az értékesíthetőség szempontjából rendkívül fontos, hiszen teljesen nyers mezőgazdasági termékekre nincs valódi kereslet, illetve amennyiben van is, csak alacsonyabb áron értékesíthető. A kertészeti-mezőgazdasági termékekkel való kisléptékű foglalatosság így nem áll meg a nyers termékek előállításánál, s ez ki is jelöl három, azonos fontosságú piaci tevékenységet, nevezetesen az 1) alapanyag előállítását, a 2) feldolgozását és az 3) értékesítését. A termelőnek mindhárom vonatkozásban, azon túl, hogy szabályozási feltételeknek kell megfelelnie (lásd példaként a fejezet bevezetőjében hivatkozott szabályokat), különféle releváns kompetenciákkal kell rendelkeznie.

1. **Mezőgazdasági-kertészeti alapanyag előállítása**: A nyersanyag előállítása a helyi termék forgalmazásának első lépése, és jobbára az a lépés, amely legkevésbé okoz gondot a háztáji gazdaságoknak, azonban ez a kijelentés egyáltalán nem jelenti azt,

hogy a folyamat minden eleme magától értetődő lenne. A legtöbb, akár községben élő és mezőgazdasági dolgozó felmenőkkel rendelkező lakos sem rendelkezik kertészeti-állattenyésztési ismeretekkel: a szüleik jobbára már nem mezőgazdasággal foglalkoztak, így a családon belüli áthagyományozás megszakadt, az állami általános szintű oktatásból a kertészeti ismeretek – hozzátesszük, némiképp jogosan – rég kikerültek. A potenciális helyi gazdáknak azonban rengeteg fórum áll rendelkezésükre ezen ismeretek beszerzésére, akár szervezett képzés keretében, akár autodidakta módon, például online forrásokból tájékozódnak. A gyakorlati ismeretek mellett azonban fontos az is, hogy az adekvát jogi ismeretekkel is felvérteződjenek. Ez vonatkozik úgy a kistermelői (őstermelői, egyéni vállalkozási) nyilvántartásba vételre, illetve annak adminisztrációjára, az ezek kiváltásához szükséges feltételekre, továbbá az előállított termékről kötelezően vezetendő adatlapra. Ezen túlmenően, amennyiben állati termékről van szó, a szükséges hatósági állatorvosi bizonyítvány megszerzése is további szükséglet.

2. **Mezőgazdasági-kertészeti alapanyag feldolgozása**: A nyersanyag (szakkifejezéssel „alaptermék”) előállítását követő következő (potenciális) lépés annak étkezési célra történő előkészítése, feldolgozása. Az élelmiszerfeldolgozás olyan lépés, amely nem elvégezhető a gyakorlati ismeretek és jogi felételek ismerete mellett a piac ismerete nélkül sem: a nem piacképes módon vagy irányban történő feldolgozást követően a termelő nem számíthat bevételre. Fontos itt megjegyezni, hogy az alaptermék tulajdonságait jelentős módon nem megváltoztató műveletek nem számítanak feldolgozásnak. Tehát így a levágott állat tisztítása, porciózása, darálása; a leszedett növény tisztítása vagy őrlése – lisztkészítés nem számít feldolgozásnak. Feldolgozás alatt olyan műveleteket érthetünk, amelyek a termék eredeti tulajdonságai (hőkezeléssel, füstöléssel, szárítással, érleléssel) megváltoznak. A kistermelők vonatkozásában a feldolgozás során a termék előállítójának tisztában kell lennie, milyen helyeken végezheti ezeket a tevékenységeket (az állat vágása vagy az ételkészítés például nem vagy nem feltétlenül végezhető a termelő gazdaságában).
3. **Forgalmazás** (értékesítés területi és mennyiségi korlátozása). A helyi gazdálkodók legnagyobb piaci hátránya a gazdasági vérkeringésbe való nem megfelelő becsatornázottságuk. A helyi termékek előnye abból áll, hogy közvetlenül, regionális szinten hozza össze – legalábbis potenciálisan – a termelőt a fogyasztóval. A két fél egymásra találásának azonban rengeteg akadálya van, amely közül az információhiány az egyik legnagyobb (ez a termelő oldaláról a marketingismeretek hiánya kapcsán jelentkezik). Noha az előállított termékeket a termelő saját gazdaságán belül többnyire értékesítheti a jogszabályok alapján, ez nem jelent igazi betörést a piacra. A kistermelő a végső fogyasztónak ezen túl a jogszabály szerint a gazdaságának 40 km-es magyarországi területén, a megyén belül, vagy Budapesten értékesítheti különböző típusú vásárlók számára (magánszemélyek, közétkeztetés, stb.), a meghatározott maximális mennyiségben a feldolgozott- vagy alaptermékeit, és ezt akár házhozszállítással is teljesítheti. A számos megszervezett helyi piac mellett tehát látható, hogy mennyi potenciálisan használható, jelenleg azonban jobbára kiaknázatlan áll a kistermelők rendelkezésére. Ezek a megfelelő előkészítés és felkészítés mellett hatékonyabban szolgálhatják a helyi termékek forgalmazását és népszerűsítését.

2.2.2. Kézműves termékek

A helyi termékek mezőgazdaságban előállítottak melletti másik nagy csoportját az ipari termékek jelentik, amelyeket általában kézműves, háziiparban (kisebbrészt manufaktúrához hasonlító környezetben) készítenek. A kézműves termékek előállítása – jórészt a

népegészségügyi szempontoknak való megfelelés kötelezettségének elmaradása miatt – jogilag alig szabályozott, egyes esetekben csupán bizonyos munkavédelmi előírásoknak kell megfelelniük a kézműves termékek előállítóinak. A termékek forgalmazásának keretei természetesen szintén mikrovállalkozói környezetben történhet, amikor természetesen a szakmai felkészültség mellett a termelőnek magának kell rendelkeznie azokkal az adójogi ismeretekkel, amelyekre nagyobb cégeknél önálló részlegek vagy legalábbis munkatársak szakosodtak.

A kézműves termékek mindemellett számos formát ölthetnek, elsősorban attól válnak kisléptékű módon előállított termékekké, hogy korlátozott számban, a teljes elkészítési folyamatban részt vevő egyetlen személy (vagy csupán egy-két személy) állítja elő ezeket. A magas fokú szakmai felkészültség mellett (legyen szó akár edénykészítésről, fafaragásról, asztalosmunkáról, kötésről, horgolásról vagy más tevékenységről) fontos, hogy a késztermék piacképes lehessen, amihez megint csak nem nélkülözhető bizonyos szintű piaci ismeretkészlet. A kézműves termékek ugyanis a hagyománytisztelet és hagyományőrzés vonatkozásában is értékesek, azonban eladhatóvá csak akkor válnak, ha a dísztárgy funkció mellett gyakorlati funkcióval is rendelkeznek, hiszen valamennyi népi kézműves termékre jellemző, hogy valaha nem esztétikai vagy kulturális értékük miatt, hanem gyakorlati funkcióik miatt állították őket elő, s az esztétikum csupán másodlagos fontosságú volt. A tradicionális eszközökkel, szakértő körültekintéssel előállított magas minőségű kézműves termékek azonban, ha találkoznak a jelenkor funkcionális követelményeivel is, valóban piacképes és keresett termékek lehetnek nagyobb mennyiségben és hosszú távon is.

2.2.3. Szolgáltatások

Gyakran hajlamosak megfeledkezni róluk – főként talán amiatt, hogy a „helyi termék” kifejezés kézzelfogható jószágokra utal – de a helyi szolgáltatások is részét képezhetik a vizsgált, helyi piacon értékesített produktum-körnek. Amellett, hogy az első és második szektor (mezőgazdaság és ipar) termékei megjelenhetnek a helyi és regionális piacokon, ugyanakkora létjogosultsága van a szolgáltatószektornak is, amely alatt – községeknél maradva – a falusi turizmus és vendéglátás, a falusi vendégasztalok nevezhetők meg elsőként (de számos más szolgáltatás is előfordulhat: szépészeti-kozmetikai, egészségügyi, kulturális-művészeti, vagy akár konferencia-szolgáltatások).

A helyi szolgáltatások értékesítéséhez jóval hatékonyabb marketingtevékenység szükséges, hiszen ezek túlnyomórészt olyan tevékenységeket takarnak, amelyekért a vendégnek helybe kell érkeznie, aki nem csupán a szolgáltatásért, de egy komplex élménycsomagért érkezik. Amellett, hogy a turizmus szolgáltatói igyekeznek kielégíteni a vendégeik maslow-i alapszükségleteit, minél több igényüket tudják kiszolgálni, annál nagyobb valószínűséggel képesek növelni látogatóik számát. A turizmus alapvetően három fontos alegység eredőjeként jön létre: a szállításból (mely révén a vendég célba ér), az ellátókból (melyek alapvető szükségleteit kielégítik) és az attrakciókból (amely az utazás motiválója is egyben). Az attrakció tekintetében pedig az élményszerzés vágya válik a turisták fő motiváló tényezőjévé – aminek természetesen rengeteg formája lehet. Ez a fajta élményszerzés komplex és jól megtervezett, zárt rendszerben nyújtott szolgáltatáskombinációk nélkül aligha lehet sikeres. A falusi, a vendéget a tradicionális gazdasági tevékenységekbe bevonó turizmus azért egyre népszerűbb, mert komplex élményt jelent a vendégek számára: a helyi munkafolyamatokat tapasztalja, a helyi ízeket kóstolja, a helyi illatokat érzi. Egy ilyen tevékenység jó működtetéséhez azonban a szolgáltató helyi lakó számára nem elég pusztán ismerni a mezőgazdasági tevékenységek vagy épp a tradicionális szakácsművészet fogásait, hanem új tudástartalmakat: a vendéglátás tudományát is el kell sajátítania.

2.3. Helyi termék Európában

Az Európai Unió egyik legfőbb célja, hogy ne szoruljon élelmiszerimportra, és e célra hatalmas összegeket költ (főként az Európai Regionális Fejlesztési Alapokból). A célrendszeren belül megjelenik a mezőgazdasági termelés intenzitásának és fenntarthatóságának növelése éppúgy, mint a helyi közösségekre alapozott élelmiszertermelés, annak érdekében, hogy csökkentsük az élelmiszer-ellátási láncok hosszát, és a helyben elfogyasztott élelmiszer lehetőség szerint a környékről származzon. Erre vonatkozóan a jelen költségvetési ciklusban is rengeteg potenciálisan kiaknázható támogatási forrás állt a kisgazdálkodók, kistermelők rendelkezésére (legyen szó akár mezőgazdasági, akár kézműves termékekről). Az Európai Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Alapból nyújtandó vidékfejlesztési támogatás alapján a mezőgazdasági termékek, élelmiszerek minőségrendszerei támogatásának feltétele, hogy a termelők csatlakozzanak az uniós minőségi rendszerekhez, (vagy a tagállam által elismert nemzeti minőségrendszerhez). Az Európai Unió ezért hangsúlyosan támogatja a minőségrendszerek működtetését, illetve a termelők minőségrendszerekhez való csatlakozását. Természetesen az ezekhez való hozzáférés adminisztratív szempontból nem egyszerű, sok esetben szükség van a gazdák külső támogatására annak érdekében, hogy sikerrel induljanak tendereken.

A helyi közösségek építése legszorosabban és legrégebb óta – több mint két évtizede – a vidékfejlesztéssel állnak összefüggésben az Európai Unióban. A LEADER programok hazánkban is a várakozásokat felülmúló népszerűségnek örvendenek, a LEADER projektek száma az EU korábbi költségvetési ciklusának végén (2013-ban) meghaladta a 2300-as értéket. A teljes EMVA költségvetés 6%-a, 1600 milliárd forintnak megfelelő összeg jutott e projektek támogatására. Az innovációknak köszönhetően a program számos munkahelyet teremtett egy-egy közösség számára, fejlesztette a helyi gazdasági termékek hozzáadott értékét, nagy eredményeket ért el az informatikai és kommunikációs technológiák fejlesztésének terén, hozzájárult a vidéki települések életminőségének javításához és a közösségek összekovácsolódásához. Mindezek miatt az Európai Unió nagyobb figyelmet szentel a helyi közösségeknek, amely megjelenik a magasabb részfinanszírozási összegekben, a helyi akciócsoportoknak nyújtott szabadabb mozgástér biztosításában, a városi-vidéki együttműködésre illetve – az ESZA segítségével – a hátrányos helyzetűekre való fokozottabb koncentrációban és odafigyelésben.

A helyi fizikai-társadalmi-gazdasági környezetben rengeteg olyan kiaknázatlan alapanyag, erőforrás, lehetőség szunnyadhat, amely kívül esik egy esetleges felülről irányított fejlesztési irányvonal vagy projekt látóteréből. Az Európai Unió célja, hogy a helyi közösség, felfigyelve ezekre a kiaknázatlan lehetőségekre, azokat saját javára fordítsa. A koncepció ezért növelik a vállalkozói kedvet, a vállalkozásra való képességet, az új erőforrások kiaknázásának köszönhetően fejleszti a közösségi kapacitásokat és termelékenységet, és végeredményben ösztönzik az innovációt. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara 2016-ban az alábbiak szerint fogalmaz az Európai Unió helyi termékekhez való hozzáállásával kapcsolatban: *„A helyi termékek előállítását és értékesítését számtalan Európai Uniós és hazai jogszabály ösztönzi. Az uniós minőségrendszerek célja, hogy a fogyasztók számára egyértelműen megkülönböztethetők legyenek azok a termékek, amelyek különleges tulajdonságai egy meghatározott földrajzi területhez köthetők, vagy hagyományos tulajdonságaik különböztetik meg őket más termékektől.”*

Minezek érdekében, az Európai Unió vonatkozásában a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara 2016-os kiadványa alapján alapvetően négyféle eszköz áll a helyi gazdák, kézművesek és szolgáltatók számára, ha szeretnének a helyi gazdaságra, a helyi környezetre jellemző termékcsoportot kialakítani és reklámozni.

1. **Közösségi védjegy**: A védjegyoltalom alapján a védjegy jogosultjának kizárólagos használati joga van a védjegyre. A kizárólagos használati jog alapján a védjegy jogosultja bárkivel szemben felléphet, aki gazdasági tevékenysége körében a védjeggyel azonos, vagy azzal összetéveszthető megjelölést használ. A védjegyoltalomból eredő jogok a védjegy teljes árujegyzékére, vagy annak egy részére vonatkozóan is átruházhatók.
2. **Európai Oltalom Alatt Álló Eredetmegjelölés**: Oltalom alatt álló Eredetmegjelölés: olyan terméket jelöl, amely egy meghatározott helyről, régióból, vagy országból származik. Egy szigorúbb kapcsolat: földrajzi környezet, valamint természeti és emberi tényezők együttese jellemzi, az előállítás minden egyes lépésének a meghatározott területen kell történnie.
3. **Európai Oltalom Alatt Álló Földrajzi Jelzés**: Olyan terméket jelöl, amely jellemzője egy adott földrajzi helyről származik. Adott földrajzi helyen termelt, feldolgozott, vagy előállított termék, amelynek különleges minősége, hírneve ennek a földrajzi származásnak tulajdonítható. Elegendő, ha a termék előállításának egyetlen lépése történik az adott földrajzi területen, az alapanyagok származását fel kell tüntetni.
4. **Hagyományos Különleges Termékek Elismerése**: Olyan terméket jelöl, amely az adott termékre jellemző hagyományos előállítási, vagy feldolgozási módszerrel, vagy hagyományos összetétellel készül, mely nem védjegy, vagy földrajzi árujelző. A termék akkor tekinthető hagyományosnak, ha a hazai piacon bizonyítottan legalább 30 éve jelen van.

Az EU-s oltalmak bejelentésének külön eljárásrendjei vannak, amely hosszú folyamat, és mindenképp az eljárásra vonatkozó megalapozott jogi és adminisztrációs ismeretekre van szükség, összességében tehát elmondható, hogy magántermelők vagy szolgáltatók tipikusan nem képesek egy ilyen folyamat lefolytatására, mindenképp támogatásra szorulnak. Amennyiben azonban az oltalom bejelentése sikeres, az marketingszempontból és a várható forgalomnövekedés vonatkozásában rendkívül pozitívnak tekinthető. Az elnyert oltalom és minőségbiztosítási rendszer fenntartása mellett újabb termelők csatlakozhatnak az adott „brandhez”, legyen szó akár egy terület különféle mezőgazdasági-kézműves termékeiről, vagy egy bizonyos, meghatározott termékről.

2.4. Magyarországi intézményi-szabályozási környezet

A helyi termékek fogalma csak tágan definiált, azonban többféle magyar törvényi szabályozás kapcsolatba hozható a fogalommal. A szervezeti környezet főként a termékek vagy szolgáltatások értékesítése felől ragadható meg, hiszen ez az, amit a jog kiemelt figyelemmel kezel. Így beszélhetünk az értékesítés 1) alanyait (magát az értékesítőt 2) formáját (helyszíneit) és 3) tárgyait (a terméket) érintő szabályozásokról.

1. **Az értékesítés alanya** (az értékesítő személye): Helyi termék értékesítése elképzelhető különféle jogi keretek között. Ennek talán legegyszerűbb formája az őstermelés – őstermelői igazolvány kiváltásával. Az őstermelőt a 228/1996. (XII. 26.) Kormányrendelet alapján kedvező adózási szabályok (adómentesség) érintik, amíg az értékesített termék nem haladja meg a törvényileg meghatározott szintet. Őstermelői tevékenységnek számít a saját gazdaságban történő növénytermesztés, ültetvénytelepítés, állattenyésztés, termékfeldolgozás és bizonyos körülmények között a gyűjtés, ha az a saját gazdaságban előállított alapanyag felhasználásával történik, és a rendelet által meghatározott tevékenységi körbe (különféle állattenyésztési, növénytermesztési, kertészeti alaptermék készítése és feldolgozása) tartozik. Fontos korlátozás azonban, hogy a kistermelőnek nem számító őstermelő a piacon csak

növényi alaptermékeket és gombákat árusíthat. Szélesebb körű piaci tevékenységet csak kistermelőként szabad végezni, amely az őstermelői kategóriánál szűkebb, tulajdonképpeni egyéni vállalkozóként történő vállalkozásűzést jelent. Kistermelőnek számít az a természetes személy, aki az általa kis mennyiségben termelt, betakarított, összegyűjtött és előállított élelmiszereket közvetlenül a végső fogyasztóknak és a kiskereskedelmi, vendéglátó, valamint közétkeztetési intézményeknek értékesíti. Az értékesítés éves összege nem haladhatja meg a 8 millió forintot, a termékek heti vagy éves maximális értékesítési mennyiségét pedig minisztériumi rendelet szabályozza (52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet), az értékesítés területi helyszíne és lehetséges célszemélyei szintén szabályozottak. Kézműves termékek készítése esetén hasonló korlátozások nincsenek, hiszen e tevékenységek eredménye nem élelmiszerjellegű. A kézművességgel foglalkozók számára ugyanolyan adókedvezmény-lehetőségek, egyszerűsített kisadózási lehetőségek állnak rendelkezésükre, mint a más tevékenységekkel foglalkozó egyéni vállalkozók számára. A helyi termékek készítése és értékesítése természetesen társas vállalkozási formákban is történhet, ilyenkor az adókedvezmények már nem érvényesek, e szervezetekre a más területen működő társas vállalkozásokra is érvényes jogszabályok érvényesek. A helyi termékek vonatkozásában fontos említést tenni a családi gazdaságokról, amely a gazdálkodó család tagjai közötti szerződéssel jön létre és előnye, hogy elővásárlási és elő-haszonbérleti joggal rendelkezik helyi földterületekre, így ez a jogi forma kifejezetten a helyi termelést, a helyi termékek előállítását támogatja. A családi gazdaságot a családi gazdálkodó vezeti, ő az, aki jogokat és kötelezettségeket szerez a családi gazdaság nevében, azonban nem együttesen, hanem külön-külön alanyai az adófizetésnek.

2. **Az értékesítés helyszíne**: A helyszíneket három kategóriába soroljuk aszerint, hogy a termelő és fogyasztó hogyan találkozik egymással. Ez alapján az értékesítés történhet 1) közvetlenül 2) kereskedelmi egység közvetítésével vagy 3) online. Azon helyek száma, ahol a mezőgazdasági kistermelők a termékeiket értékesíthetik, korlátozott. Összességében azonban számos helyszín-lehetőség van, ahol a helyi termékek eladhatók-vehetők. A helyi termékek értékesítésének legegyszerűbb helyszíne a gazdaság területe, amelyen belül akár saját boltban, vagy attól függetlenül, a portán is eladhatók a termékek. A falusi turizmus szempontjából jelenthet kényelmet az a körülmény, hogy a feldolgozott állati élelmiszerek, illetve főtt ételek a megfelelő előírások betartásával a gazdaság területén is értékesíthetők (helyben fogyasztásra), míg a külső területen történő forgalmazásuk erősen korlátozott. Szintén a falusi turizmust erősíti, hogy korlátok között házi sertésvágás folytatható, a helyben feldolgozott alaptermékek értékesíthetők, míg más körülmények között (fesztiválokat, rendezvényeket leszámítva) a gazda maga nem végezhet ilyen tevékenységeket. Az értékesítés természetesen mind magánvásárlók, mind viszonteladók számára történhet, utóbbi esetben azonban a gazda termékét nem közvetlenül a fogyasztó, végfelhasználó számára értékesíti. A gazdaság területén történő értékesítés – és egyszersmind a falusi turizmus egyik válfajaként is értelmezhető – speciális formáját jelentik az úgynevezett „szedd magad akciók”, ahol a fogyasztók maguk gyűjthetik be a különböző kertészeti termékeket a gazda területéről – majd általában természetesen ennek megfelelően alacsonyabb áron vásárolhatják meg azt. Az értékesítés történhet piacokon is, amelynek egyik speciális formáját azok a helyi termelői piacok jelentik, amelyek csak a helyiség vagy vonzáskörzete, régiója területén előállított javakat forgalmazhatják a termelők. Hasonló értékesítési forma alakul ki különféle vásárok, fesztiválok során. A különféle, magánszemély, vállalkozás vagy közösségi keretek között működtetett üzlethelyiségekben, boltokban való értékesítés az eladások másik nagy típusát jelentik, hiszen itt általában megszűnik a közvetlen kapcsolat termelő és fogyasztó között, a két fél összekapcsolását egy közbeeső kereskedelmi egység

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

teremti meg. Az értékesítés helyszínének harmadik típusát az online közvetlen értékesítés jelenti, amely során a termelő és fogyasztó internetes felületen lép kapcsolatba, „találkozik" egymással. A webshopok lehetőséget teremtenek arra, hogy a termelő maximálja vevőköre méretét, és fizikai kapcsolat nélkül értékesíthesse közvetlenül portékáját – igény szerint és a vonatkozó szabályok betartásával – házhozszállítással.

3. **Az értékesítés tárgya: élelmiszerek és kézműves termékek**.
   Védjegyek: Az élelmiszerekre és kézműves termékekre különféle, nemcsak Európai Uniós, de főleg hazai oltalom és védelem szerezhető. A védjegyoltalom célja valamely termék, vagy szolgáltatás megkülönböztetése mások áruitól, szolgáltatásaitól. A lajstromozott védjegy alapján az oltalom jogosultjának kizárólagos joga van a védjegy használatára, miután arra vonatkozó igényét a Szellemi Tulajdon Nemzeti hivatalához benyújtotta, és pozitív elbírálásban részesült. Kiemelendők a különböző minősítőrendszerhez igazodó védjegyek, amelyeknek hála, az élelmiszerláncba olyan elsődleges termelők is megjelenhetnek, akik egyébként a kis volumenű termékelőállításuk miatt nem igényelnének védjegyet. Ilyen minőségrendszer Magyarországon például a Kiváló Magyar Élelmiszer minősítés, amely minősítés elnyeréséhez a termelőnek elegendő a Földművelésügyi Minisztériumba pályázatot benyújtania. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara 2016-os kiadványa alapján a bírálók az alábbiakat veszik figyelembe: 1) A termék megjelenése, design-ja. Elvárás az esztétikus, igényes, ízléses megjelenés.2) Csomagolás, termékvédelem. Kiemelt jelentősége van annak, hogy a termék csomagolása milyen mértékben felel meg az élelmiszerbiztonsági feltételeknek, mennyire környezetkímélő és fogyasztóbarát. 3) Fogyasztóbarát eljárások, összetétel, tápérték. Előnyt élveznek a vegyszerek felhasználásától tartózkodó, biológiai, fizikai módszerek, természetes eredetű anyagok és eljárások, illetve az olyan összetétellel rendelkező termékek, amelyekben az átlagosnál nagyobb a magasabb értékű alapanyagok aránya. 4) Érzékszervi tulajdonságok. Az értékelés során ezen jellemzők (íz, illat, állag stb.) számítanak a leghangsúlyosabban. Kedvező megítélést jelentenek a hagyományosnak, helyi termelői szokásoknak megfelelő érzékszervi tulajdonságokkal rendelkező termékek, az átlagos tömegtermékektől eltérő, különleges ízvilágot megvalósító készítmények, a fogyasztói tovább-felhasználást segítő érzékszervi tulajdonságok.
   Élelmiszerjelölések: Fontos szempont az élelmiszerek vonatkozásában, hogy a fogyasztók pontosan tisztában legyenek a vásárolt termék tulajdonságait illetően. Attól függően, hogy a termék csomagolatlan (például gazdasági vagy piaci árusítás esetén), vagy csomagolt, részletes szabályozások határozzák meg a feltüntetendő információk tartalmát (legyen szó az előállító kistermelővel kapcsolatos vagy a termék különböző értelemben vett összetevőivel, származásával, használati utasításával kapcsolatos információkról)
4. **Az értékesítés tárgya: falusi turizmus és más szolgáltatások**. Azóta, hogy megnőtt a piaci érdeklődés a különféle tradicionális falusi termelési-fogyasztási szokásokkal és életvitellel kapcsolatban, számos községben élő kezdett el – főként mellékfoglalkozásként – falusi turizmussal foglalkozni. Fontos hangsúlyozni, hogy ez a típusú vendéglátás egyáltalán nem előzmény nélküli, az utóbbi évtizedekben főleg a vendégek érdeklődésének konkrét tárgya változott meg: szívesen vesznek részt a helyiek mindennapi életében, ideértve az étkezéseket, munkát és szórakozási módokat is. Fontos különbség az is, hogy jobbára a tradicionális, és nem a kortárs tevékenységi körök érdeklik a fogyasztókat, vagyis a vendéglátónak szintén fel kell elevenítenie a régi tradíciókat. Ennek kapcsán sok vonatkozásban – ami a szabályozást illeti – nem beszélhetünk megkülönböztetett tevékenységről a más helyen működtetett hasonló vállalkozásokhoz képest, legyen szó turizmusról, vendéglátásról, egészségügyi vagy

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

bármilyen más szolgáltatásról (ugyanolyan szabályok vonatkoznak a „helyi" vendéglátásra, vagyis egy meghatározott kultúrkörhöz, régióhoz vagy településhez kötődő vendéglátásra, mint általában ilyen tradíciókhoz nem köthető vendéglátásra). Ez alól magyar vonatkozásban egyetlen kivételként az úgynevezett „falusi vendégasztal" szolgáltatás nevezhető meg. Az ezzel foglalkozó kistermelők mentesülnek néhány adminisztratív tehertől (pl. adatlap vezetése), és lehetősége nyílik vendégei számára feldolgozott termékeiből helyi fogyasztásra árusítani, állatvágást végrehajtani, vagy épp főtt ételt készíteni, természetesen nem korlátlan mennyiségben és kizárólag helyben fogyasztásra.

2.5. Helyi termékek piaca

Az intézményi-jogi körülményektől a tényleges állapotok felé haladva megállapíthatjuk, hogy a helyi termékek piaca Közép-Európában, ezen belül Magyarországon, és Magyarország határterületein is egyre intenzívebb, de terjedésüket több tényező akadályozza. A népszerűséget bizonyítja, hogy a helyi termelői piacok száma az elmúlt 6 évben majd' megháromszorozódott, az őstermelők és mezőgazdasági kistermelők száma (nagyságrendileg 450 ezer fő) Magyarországon meghaladja az összes, nem őstermelő vagy kistermelő egyéni vállalkozó számát (a KSH 2016-os adatai alapján). Ebből az őstermelők száma mintegy negyedmillió fő Magyarországon, amely az összes létező, bejelentett magyarországi vállalkozás (kb. 1.700.000 db) 15%-át jelenti 2017-ben. A számok növekedése a helyi termékekre irányuló kereslet növekedését is jól példázza. Ezek a számok ugyanakkor nem jelentik azt, hogy a helyi termékeladások biztos és stabil jövedelmet is jelentenének a kistermelők, őstermelők számára. Míg Európa más országaiban a kistermelők főtevékenységként, stabil megélhetési forrásként tekinthetnek a „háztáji" gazdálkodásra, addig Magyarországon legfeljebb keresetkiegészítésként gondolhatunk a tevékenységre. Ezt jól példázza az az adat is, hogy a mezőgazdasággal főtevékenységként foglalkozók aránya az összes foglalkoztatott között nem lépi át az 5%-ot és a 140.000 főt (míg tehát a kistermelők aránya az összes vállalkozás között ennél jóval magasabb). Amíg a vidékies térségben élők nem képesek a mezőgazdaságból megélni, addig az őstermelői tevékenységre csak ideig-óráig tartó keresetkiegészítésnek tekinthető, az ezen való változtatáshoz a gazdák segítséget igényelnek, több szempontból is. A helyi termékek piacára jellemző tendenciákat, a lehetőségeket és problémaforrásokat a fentiek alapján, azokat kiegészítve az alábbiak szerint foglalhatjuk össze.

- **Egyre meghatározóbb kereslet, fogyasztói tudatosság**: A helyi termékek iránt Európa-szerte, de a fejlett világ valamennyi országában nő az érdeklődés. Egy amerikai kutatásban helyi piacokon vásárlók körében készítettek kérdőíves adatfelvételt, amely során 321 személy válaszolt a vásárlással kapcsolatos attitűdjeikkel kapcsolatban[1]. A kutatás egyik kérdése az volt, hogy milyen szempontok miatt döntenek a megkérdezettek amellett, hogy helyi piacokon vásároljanak ahelyett, hogy például a nagy amerikai bevásárlóláncokban (Walmart) költenék pénzüket. A válaszadók ötfokú Likert-skálán jelölhették az állításokkal való egyetértésük mértékét (az 5-ös érték jelezte az adott állítással kapcsolatos teljes egyetértést) A válaszokból kiderül, hogy alapvetően környezetvédelmi és a helyi gazdaság támogatásának szempontjait vették figyelembe a döntés meghozatalánál (4,3-4,4-es átlagértékek). A termék minősége szintén fontos szempontnak számított (frissesség, idénytermékek, vegyszermentesség, hormonmentesség, 4,1-4,2-es átlagértékek), míg az élelmiszer

[1] James R. Farmer et al., "Agrileisure: Farmers' Markets, CSAs, and the Privilege in Eating Local," Journal of Leisure Research 46 no. 3 (2014): 320.

feldolgozottságának és árának szempontjai csak közepes fontosságúak voltak számukra (3,0-3,9-es értékek). Ezek az eredmények azt mutatják, hogy a vásárlók (legalábbis amerikában, de ez a mentalitás Közép-Európában is érezhetően kezd kialakulni az utóbbi évtizedben) alapvetően érzékennyé váltak arra, hogy támogassák a helyi gazdaságot, nem önmagában a termék minőségét veszik csak figyelembe, és hajlandók ennek érdekében kicsit magasabb árat is fizetni, mint amennyit a hipermarketekben fizetnének hasonló (de természetesen korántsem azonos) termékért.

- **Fejlesztési támogatások**: A helyi termékekre számos támogatási lehetőség létezik a magyar termelők számára, és a határmenti régiók népessége számára is. A mezőgazdasági kisüzemek fejlesztésére vonatkozó támogatások célja a meglévő termékszerkezet stabilizálása és az igények szerinti továbbfejlesztése, magasabb hozzáadott érték előállítása, vagy a jövedelem és a foglalkoztatás bővítése. A termelőnek lehetősége nyílik saját termékét feldolgozni és ezáltal saját maga közvetlenül értékesíteni is. A nem mezőgazdasági tevékenységek elindítására és továbbfejlesztésére vonatkozó támogatások a vidéki gazdaság diverzifikációját támogatja, helyi kézműves vagy szolgáltató mikrovállalkozások indításának támogatásán keresztül, így járulva hozzá a helyi gazdaság több lábon állásához. Emellett célja a helyi erőforrások kiaknázása, a gazdasági alapok többrétű kihasználását, a vidéki térségekben hiányzó termékek és szolgáltatások biztosítását, nem beszélve a szociális és foglalkoztatás-politikai vonzatairól. A fejlesztési támogatások olyan tényezőnek számítanak, amely abszolút a helyi gazdaságok, a helyi termékek előállítását szolgálhatják, a kisgazdálkodók azonban mindenképp külső segítségre szorulnak a pályázatokon való sikeres szerepléshez.
- **A politikai döntéshozók felismerték a helyi termékben rejlő gazdasági lehetőséget**: A helyi termékek forgalmazásának alapvető feltétele a facilitáció, amelyet a helyi és regionális politikai döntéshozók nagy hatékonysággal tudnak végezni. A kereskedelem keretrendszerének kialakításával, szakmai tanácsadással és a rendelkezésükre álló humánerő bevetésével hatékony segítséget képesek nyújtani a helyi termelőknek. A kereskedelmi keretrendszer kialakítása alatt érthetünk úgy helyi piacok kialakítását, mint helyi termékmárkákkal kapcsolatos ügyintézést, a védett helyi termékek márkájának létrehozását. A helyi gazdaságból az önkormányzatok közvetlenül is profitálhatnak (például az iparűzési adó kapcsán), de közvetetten is, a helyi életminőség javításán keresztül. Az olyan gazdasági tevékenységek, amelyek kapcsolatot teremtenek más településeken vagy akár más országban lakók között (piaci adás-vétel, online értékesítés, helybe érkező turisták, vendégek) összességében intenzíven becsatornázzák a helyi településeket a nemzetközi gazdaság vérkeringésébe.
- **A politikai döntéshozók felismerték a helyi termékben rejlő szociális lehetőséget**: A helyi termékekkel való foglalkozás szociális szempontból is előnyös egy település népessége számára, amennyiben hozzájárul a foglalkoztatottak számának növekedéséhez, az országos és helyi szociális ellátórendszerre szorulók számának csökkenéséhez. Legyen szó akár mezőgazdasági kistermelői, őstermelői, kézműves vagy szolgáltató munkáról, a helyi termelők és szolgáltatók nemcsak, hogy visszatalálnak a munka világába, s ezzel növelik életminőségüket, hanem jellemzően önállóként, saját „hobbijukként” kezdhetnek el gondolni munkájukra, s ezzel életminőségük mellett jóllétüket is javítják, egészséges helyi társadalmat hozva létre, amelyből a helyi politikai vezetés, a helyi civil társadalom és összességében a helyi közösség is sokat profitál.
- **A politikai döntéshozók felismerték a helyi termékben rejlő közösségteremtő lehetőséget**: A helyi társadalmi kapcsolatok megerősítésével, és a helyi termékek, a

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

helyi márka egy másik hatásával, nevezetesen az identitásteremtő-képességével megerősödnek a helyi közösségek. Nem véletlenül, az önkormányzatok helyi márkakialakítási tevékenység kapcsán épp a helyi közösségfejlesztést célozzák meg annak érdekében, hogy intenzív társadalmi élet alakulhasson ki, és növeljék a lakók helyhez való érzelmi kötődést. A helyi termékek, illetve a hely, mint márka kialakulásának társadalmi szempontból rendkívül kedvező következménye a helyi identitáskonstrukció, amelyből a helyi élet valamennyi szereplője profitál, hiszen a közösségi érzés mellett a helyi termékek iránti további keresletnövekedést eredményezhet, továbbá a helyi lakókra pszichológiai értelemben is kedvező hatást gyakorol a közösséghez tartozás érzésének következtében.

- **Infrastrukturális problémák – információs ellátottság**: Amellett, hogy az őstermelők és mezőgazdasági kistermelők egyszerűsített adminisztrációs környezetben jöhetnek létre és működhetnek, az információhiány sok esetben lehet jelentős, különösképp, ami épp az adminisztrációt, valamint a helyes vállalkozási forma megválasztását illeti. A tág értelemben vett egyéni vállalkozók, amellett, hogy tevékenységeik a társas vállalkozásokéhoz képest egyszerűbbnek tekinthető, nem rendelkeznek adminisztrációs, tanácsadói segítséggel, ami miatt jellemzően külső segítséghez kell fordulniuk. Ha ez számukra nem egyszerűen elérhető, akkor számos tevékenységet illető probléma jelentkezhet rövid távon, s ez a helyi gazdaságok fejlődése ellen hat. Ezek a problémák sok esetben a helyi politikai-társadalmi életben tapasztalható humántőke-hiányosságok miatt is jelentkezhetnek. Fontos, hogy legyen a helyi gazdák számára általuk kedvezményesen vagy ingyenesen és formálisan is igénybe vehető olyan szolgáltatás, amelyhez bármikor fordulhatnak aktuális problémáikkal kapcsolatban, akár jogi, akár adminisztrációs, akár üzemeltetési vagy piaci ismereteknek és információknak vannak híján.
- **Infrastrukturális problémák – helyi piacok és gazdasági beágyazottság**: Az adminisztrációs, jogi ismeretek mellett a megfelelő üzleti tevékenységhez a legfontosabbak a létező és jól működő gazdasági-üzleti kapcsolatok, a helyi piacok beágyazottság a nemzetközi kereskedelembe. Noha a helyi piacok száma egyre szaporodik, ezek beágyazottsága még nem tekinthető megfelelőnek. A helyi termékek értékesítésének ideális módja a termelő és fogyasztó közvetlen összeköttetése, amelyhez intenzív gazdasági infrastruktúraépítés szükséges, főként vidék-város viszonylatban. Noha erre számos kreatív és jól működő példa hozható fel az utóbbi évekből (városban megjelenő termelői piacok, városi közösségi kertek, intra- és interregionális vásárok, piacok), ezek mennyiségén és sok esetben minőségén javítva nagyságrendekkel növelhető a helyi termékek forgalmazásának volumene a jövőben.
- **Humántőke-hiányosságok** (marketing, menedzsmentismeretek, értékesítés, online jelenlét): Amennyiben adminisztrációs problémák elhárultak, a helyi termelők és szolgáltatók megkapják a segítséget vállalkozásuk létrehozásához és adminisztrációs-jogi értelemben vett fenntartásához, továbbá léteznek azok a fizikális fórumok, ahol termelő és vevő találkozhat egymással, még mindig maradnak leküzdendő akadályok. Az eddigi tapasztalatok alapján nagy hiányosságok mutatkoznak a termékmenedzsmenttel, termékmarketinggel kapcsolatban, továbbá a felvevői piac növelésére alkalmas intenzív és online jelenlétre, online marketingtevékenységre. A mezőgazdasági kistermelők, de kézműves termékek előállítóinak számára is adott a lehetőség webshopot üzemeltetni, online közösségi csoportokat létrehozni, online hirdetni, ám az ilyen tevékenységek eléggé ritkának számítanak a körükben, amin mindenképpen változtatni érdemes. A hiányzó ismeretek könnyen pótolhatók, s a termelők – tekintve, hogy gyors gazdasági előnyök származnak belőlük szinte nulla befektetés mellett – könnyen meggyőzhetők lennének az online és egyéb marketingeszközök használatában. A közös helyi márka részeként természetesen

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

ezek az előnyök tovább növelhetők, illetve az online hirdetés és közösségépítés feladata a közös márkát menedzselő munkatársak felé továbbítható.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

3. Kérdésfelvetés

Helyi márkával, védjeggyel ellátott mezőgazdasági, kézműves termék vagy szolgáltatás kialakítására számos példát ismerünk itthon és a Kárpát-medencében. Ezek számos előnnyel szolgálnak a helyi közösségnek: a sikeres helyi márka segít eladni a helyi termékeket; turisztikai vonzerőt teremt, sőt, akár egy turisztikai szolgáltatás is válhat emblematikus helyi termékké; a helyi termékek az identitás részévé válva erősítik a helyi közösséget, alapjai a közösségfejlesztésnek. A helyi termékek pozitív hatásai diffúzióval terjednek, az első mintaadók példáját alakítva veszi át a többi termelő, és így végül igazi közösségi alkotás áll elő. Magyarországon számos jogi, szabályozási ismereteket közvetítő kézikönyv vagy leírás létezik, amelyek célja az információszolgáltatás a gazdák, kistermelők, őstermelők, illetve zárójelesen, de azért megjelenő módon a szolgáltatók és kézművesek számára. A kutatás során azt a célt tűztük ki, hogy azokat a konkrét beavatkozási irányokat jelöljük ki, amellyel a helyi politikai döntéshozó és civil társadalom hozzá tud járulni a helyi termékek, a helyi védjegyek kialakítása mellett azok menedzsmentjéhez, marketingjéhez, és ezen keresztül a helyi termékek és szolgáltatások minél szélesebb körben történő terjesztéséhez. Természetesen nem célunk a konkrét offline vagy online marketinglehetőségek eljárásainak részletes bemutatása, sokkal inkább annak vizsgálata, hogy milyen, eddig rejtett vagy fel nem használt humán és infrastrukturális erőforrások kiaknázása, és milyen formában történő kiaknázása lendíthet a helyi termékek népszerűségén és elterjedtségén.

Kutatási kérdésünket így az alábbiak szerint fogalmazhatjuk meg: *Milyen rejtett vagy korábban nem kiaknázott humán, társadalmi és üzleti lehetőségek állnak a helyi politikai döntéshozók és civil szereplők számára rendelkezésére, amellyel növelhető a helyi termékek és szolgáltatások előállításának volumene, piaci terjesztése, ezen keresztül pedig a helyi gazdaság fejlesztése?*

A kutatás fókuszában tehát hazai és Kárpát-medencei közösségfejlesztők állnak, akik állami, járási, de főként helyi (nem-oktatási) humán intézményeken (önkormányzati, civil, egyházi) belül fejtik ki tevékenységüket. Rajtuk keresztül a projekt közvetetten az alábbi célcsoportok lehetőségeit méri fel, és problémáinak megoldása érdekében fejti ki tevékenységét:

- Helyi népesség: Programunk legfontosabb elsődleges célcsoportját azok a helyi közösségek képezik, amelyeken belül egyes szereplők aktuálisan vagy potenciálisan tradicionális vagy új helyi termékek előállításával és forgalmazásával foglalkoznak vagy kísérleteznek. Programunk az ilyen közösségek, (illetve egyes mesteremberek) tevékenységeinek megismerésével, az ilyen közösségek (illetve egyes mesteremberek) érdekében fejt ki kutatási tevékenységet a helyi közösségek megőrzésének és felzárkóztatásának érdekében.
- Helyi termékekkel, helyi termékek védelmével, érdekképviseletével foglalkozó civil és gazdasági szervezetek: A helyi közösségeken belüli szereplők feltérképzésével, a helyi közösségen belüli társaságok (facilitátori, közösségszervezői) munkájának megismerésével programunk célja, hogy tapasztalatokat gyűjtsön az általuk alkalmazott jó megodásokról, illetve középtávon a körükban terjessze is ezeket a megismert tevékenységi megoldásokat, a felmerülő problémákra ajánlott lehetséges megoldási javaslatokkal egyetemben.
- Helyi termékeket előállító, értékesítő termelők és vállalkozások (kézművesség, agrártermelés, turizmus): A helyi lakosság, és helyi facilitátor szervezetek mellett természetesen programunk elsődleges célcsoportját maguk a helyi mezőgzadasági-ipari termékeket vagy szolgáltatásokat előállítók jelentik. Célunk a felmerülő problémák és arra nyújtott megoldások feltérképezése, és ezzel az ehhez hasonló létező vagy potenciálisan létező tevékenységek támogatása.

- Helyi turisztikai szolgáltatók: Projektünk célja, hogy a helyi turizmussal foglalkozók helyi lehetőségeket kiaknázó tevékenységeivel kapcsolatos megoldási lehetőségeket feltárjuk, illetve ilyen tevékenységek végzéséhez ezekkel hozzájáruljunk.
- Helyi termelői és értékesítési szövetkezetek, társulások: Projektünk turisztikai aktorok melletti másik célcsoportja maguk a helyi kézműves-ipari, vagy mezőgazdasági termékeket előállítókból álló társulások, az ő tevékenységük felmérése, illetve további tevékenységekhez való hozzájárulás projektünk célját képezi.
- Települési önkormányzatok, kistérségi társulások: Azokat a helyi politikai és civil társulások képezik projektünk célcsoportját, amelyek valamilyen helyi termék előállítását facilitálják vagy támogatják.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

4. Módszertan

A kutatás során kevert kutatási módszert alkalmaztunk, vagyis többféle kutatási megközelítés szerint értelmeztük a problémákat és kerestünk adekvát válaszokat e problémákra. A többféle megközelítés célja, hogy a kutatás fókuszában álló kérdéskörökre megbízható, érvényes és általánosítható válaszokat kapjunk, amely alapján egy globális kép bontakozhat ki róluk. Az egyetlen módszeren alapuló felmérések ugyanis mindenképp hiányos képpel szolgálnak. A pusztán kérdőíves adatfelvételen alapuló kutatás, noha képes egy alapsokaságra vonatkoztatva általánosan jellemző eredményekkel szolgálni amiatt, hogy az leegyszerűsített és számszerűsített adatokra kérdez rá, nem képes arra, hogy egy problémát folyamatában ábrázoljon, illetve részleteiben megértsük az ok-okozati összefüggéseket. Az úgynevezett „kvalitatív", vagyis minőségi adatfelvételre lehetőséget adó módszerek (úgymint az antropológiai megfigyelés, résztvevő megfigyelés, továbbá a különböző interjútechnikák) pedig arra alkalmasak, hogy egy kérdéskör komplex belső összefüggésrendszerét tárjuk fel, azonban eredményeink csak az adott felmérésben részt vettek körében, keresztmetszeti, és adott időpontra vonatkoztatottan teszi csak lehetővé következtetések levonását. Amennyiben a két típusú megközelítést párhuzamosan alkalmazzuk, lehetővé válik, hogy kutatásunk valamennyi elvárásnak egyszerre tegyen eleget. A két módszernek azonban vannak közös metszetei, illetve olyan további alternatív kutatási irányvonalak, amelyekkel ki tudjuk terjeszteni kutatásunk érvényességét, és alternatív oldalakról is bemutathatjuk a vizsgált problémakört. Ilyen típusú módszernek számít az úgynevezett „mentális térképezés" módszere, a rugalmas kérdőívezés, a különböző társadalomtudományi kísérletek vagy a kapcsolatháló-elemzés. A kutatás során arra törekedtünk, hogy ezeket az innovatív módszereket is lehetőség szerint beépítsük a vizsgálatokba. Ennek menetéről kutatási módszer szerinti bontásban az alábbiakban számolunk be.

4.1. Alkalmazott módszerek

- Szekunder elemzés. A korábbi kutatások szekunder, vagy másodlagos elemzése olyan kutatáselem, amely miden felmérés első és legfontosabb feladata. Az elemzés során összegyűjtjük azokat a kutatásokat, amelyek a mi témakörünkben nemzetközi szakmai körökben, a régió országaiban, és hazai, esetleg helyi szinteken születtek, és e szintek vizsgálatára vállalkoztak. E lépés két célt szolgál: 1) kapaszkodót ad a tervezett kutatás relevanciájával kapcsolatban: extrém esetben, amennyiben nemrég hasonló témában, kérdésfelvetéssel és hasonló módszerek bevetésével készült már kutatás, az lehetőséget ad arra, hogy saját primer kutatás nélkül is releváns információkhoz jussunk a vizsgált témakörben. S mivel erre – főleg a gazdaság- és társadalomtudományok szakmai berkeiben a témák, kérdések és módszerek gazdagsága miatt meglehetősen kicsi az esély – az is elképzelhető, hogy a kutatás egyes részei, vagy bizonyos módszerek elhagyását teszi csak lehetővé, ha előzetesen részletesen áttekintjük a releváns szakmai témakört. 2) A kutatás relevanciáját a szekunder adatelemzés olyan szempontból is meg tudja adni, hogy betekintést nyújt a szakterület állapotáról (a szakirodalom ezt „state of the art"-nak nevezi), és felvilágosítást tud adni a szakterület fontosabb téma- és kérdésköreiről. A vizsgálódásunkat tehát szekunder elemzéssel kezdtük.
- Szakértői interjúkészítés. Az interjúkészítés, mint kvalitatív, minőségi információkat nem általánosítható módon szolgáltató kutatási módszer, alapvetően két fontos célt szolgálhat. 1) elsőként alkalmat ad a survey adatfelvétel pontos megtervezésére a szakmai hibák elkerülése érdekében, 2) másfelől pedig segít értelmezni a kapott eredményeket. A szakértői interjúk készítése a kutatás során az első célt szolgálták.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Ezek segítségével saját tapasztalatainkat kiegészítendő, korábban ismeretlen informátorokkal nyílt lehetőség beszélgetni, amelyek során megnyílt a lehetőség arra, hogy a problémával kapcsolatos új típusú kérdéseink születhessenek, és korábban nem ismert aspektusait tárhassuk fel a vizsgált jelenségnek. A kutató célja ezzel az, hogy megalapozottan, több perspektíva egyidejű alkalmazásával kezdhesse el a későbbi munkafázisokat. A szakértői interjúk kapcsán olyan informátorokat kerestünk meg, és kértük közreműködésüket, akik a szakterületen maguk is számottevő tapasztalattal rendelkeznek, legyenek az intézményi struktúra bármelyik szintjének szereplői: vezetők, beosztottak, vagy a civil társadalom tapasztalattal rendelkező tagjai.

- Survey adatfelvétel: A kérdőíves adatfelvétel lehetőséget ad a probléma viszonylag nagy alapsokaságra kiterjedő, egységesített vizsgálatára, amely az elképzelés szerint általános érvényű állítások megfogalmazását teszi lehetővé, illetve a kérdéskört a maga teljes struktúrájában, az alapvető töréspontok mentés is képes láttatni. Ehhez természetesen szükség van a minta megfelelő kiválasztására, amellyel a cél, hogy a teljes alapsokaságra általánosíthassuk eredményeinket. Ez azonban a jelen kutatás keretei – a kérdésfelvetés és az alapsokaság meghatározásából kifolyólag csak korlátozásokkal lehetséges. Kutatásunk fókuszában ugyanis az adott térség szervezetei állnak, amely specialitásukból kifolyólag csak korlátozott számban állnak rendelkezésünkre. Emiatt pedig nem lehetséges akár többezres mintát venni a csoportból. Kutatóként célunk ilyenkor kettős lehet: 1) valamennyi érintett szervezet megszólításának megcélzása 2) jellemző csoportok meghatározása, ezt követően hasonló számú minta kiválasztása mindegyik csoportból, szem előtt tartva ennek várható általánosíthatósági korlátait. Bármelyik utat választjuk is, mindenképpen szükséges az alapsokaság lehatárolása, az ide tartozók pontos meghatározása. Első lépésként tehát mi is ezt tettük. Így az alapsokaság alatt a magyarországi és nemzetközi, olyan állami, önkormányzati, egyházi és civil szervezetek értünk, amelyek átfogó rálátással vannak a vizsgált problémakörrel kapcsolatos társadalmi problémákra, és lehetséges megoldási irányvonalaira.
- Mélyinterjúk készítése: A kérdőíves adatfelvétel arra alkalmas, hogy átfogó képet adhassunk a vizsgált kérdés társadalmi-gazdasági, intézményes környezetéről és helyzetéről; ahhoz azonban, hogy a problémakör mélyebb összefüggésrendszerére, működési mechanizmusaira folyamataiban rálássunk, fontos volt az eredmények ismeretében, ezeket magyarázó céllal mélyinterjúkat készíteni olyan szereplőkkel, akik maguk is foglalkoznak a vizsgált kérdéssel. E mélyinterjúkat ezért egyes, korábban feltérképezett szervezetek szakembereivel készítettük, olyanokkal, akik aktív szereplői a helyi állami-piaci-civil-egyházi társadalmi életnek és látják a felmerülő problémákat. Az így nyert információk arra adtak lehetőséget, hogy jelen elemzés készítésekor az összefüggéseket magyarázni legyünk képesek. A survey adatfelvétel bemutatása kapcsán felmerülő magyarázatok így nem puszta jelenségek feltárására szorítkoznak, hanem megalapozottan, a belső működésbeni összefüggésekre is rávilágítanak.
- Rugalmas kérdőívezés: A rugalmas kérdőívezés a klasszikus survey felmérések olyan formája, amely a kérdőívezés folyamatát terepmunkának tekinti, és a válaszadók részéről elhangzó kvalitatív információkat is összegyűjti és elemzi, továbbá növeli a kérdőíves kutatások belső érvényességét azáltal, hogy segít a válaszadó szocio-kulturális helyzetéhez szabni a megadott kérdéseket (így például a válaszadó visszakérdezéseikre választ kaphatnak, a kérdezőbiztosok lehetőséget kapnak a kérdés újrafogalmazására, a válaszadók válaszaikhoz fűzött kommentjeit pedig rögzítik). A személyes kérdőívezés során így ezt a módszert alkalmaztuk, a beérkezett információk így meglátásunk szerint alaposabb képet nyújt a tanulmányozott problémakörről.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

- Mentális térképzés: A mentális térképezés módszere arra ad lehetőséget, hogy szubjektív földrajzi környezetben elemezhessük a vizsgált problémájat: Arra a kérdésre kereshetjük ezzel a módszerrel a választ, hogy miként strukturálódik a válaszadók szubjektív földrajzi-fizikai környezete, hogyan élik meg és interpretálják válaszadóink az őket körülvevő fizikai világot. A kérdés jelen problémakörrel kapcsolatban ott jelenik meg, hogy a földrajzilag differenciált problémák kezelése is csak a szubjektív földrajzi környezetre való reflexióként lehetséges.

4.2. A kutatás menete

Az kvantitatív, kérdőíves survey adatfelvételre, illetve a kvalitatív kutatás-elemekre (interjúk, fókuszcsoportok, mentális térképezés) 2018. május-júniusában került sor - ennek során összesen több, mint ötszáz, a helyi társadalmi életre rálátó informátorral (önkormányzati dolgozók és helyi civil szervezetek munkatársai) készült kérdőíves interjú online és nyomtatott formában is. A válaszadók Magyarországról, illetve egyenlő arányban Romániából, Szlovákiából és Szerbiából származtak; a lekérdezés során figyelembe vettük a reprezentativitás egyes szempontjait. Noha a minta nem reprezentálja sem Magyarország, sem a felsorolt országok helyi szintű aktorait, hiszen ezek teljes köre ismeretének hiányában erre statisztikailag nem adott a lehetőség, figyeltünk arra, hogy életkor és nem tekintetében a mintamegoszlás arányban legyen a vizsgálat helyszíneinek alapmegoszlásaival. A válaszadók tehát a helyi életben valamilyen fontos társadalmi funkcióval rendelkező személyek. Az ő megszólításukra azért van szükség, mert a kérdőív célja épp annak feltérképezése - amellett, hogy a vizsgált témában milyen helyi problémák, kérdések merülnek föl - hogy ezek megoldására milyen helyi humánerő áll rendelkezésre (kik alkotják ezt a társadalmi csoportot, s ami még fontosak, milyen súlyosnak értékelik a vonatkozó problémákat, továbbá, hogy mennyire mobilizálhatók e problémák megoldására).

A kérdezés egyrészt partnerszervezeteken keresztül online formában, továbbá személyes megkérdezéssel, papíralapon történt a négy országban. A papíralapon beérkezett kérdőívek - mivel tartalmukban megegyeztek az online kérdőívekkel - egyesítésre kerültek azokkal egy közös adatbázisban. Az elemzés az IBM Statistical Package for Social Sciences 19-es verziószámú szoftverét és MS Excel szoftverek segítségével történt. A különböző országokban a lekérdezés ugyanazzal a kérdőívvel, ugyanabban az időpontban történt. Ez a körülmény a várakozásaink szerint lehetőséget ad arra, hogy országközi összehasonlításokat tegyünk. A kérdőívezés értelme, hogy azt vizsgáljuk: a helyi viszonylatban hogyan jelennek a helyi termékkel kapcsolatos problémakörök egyes aspektusai helyi szinten és milyen helyi humánerőforrások mobilizálhatók e kérdés vonatkozásában. Ezzel kapcsolatban, a nemzetközi összehasonlítás azért is nagyon fontos, mert alkalmas arra, hogy rámutasson: van-e, és mekkora a nemzetközi közös metszet a különböző társadalmi problémák vonatkozásában - amennyiben közös metszet nincs, úgy a nemzetközi együttműködés lehetőségei is korlátozottak. Amellett, hogy létezik-e, felismerik-e ezeket a problémákat helyben, az is fontos kérdés volt a kérdőívben, hogy mennyire mobilizálhatók a helyi, főként társadalmi erőforrások ebben az irányban - ennek nemzetközi vizsgálata szintén a kooperáció várható intenzitása miatt érdekes elsősorban.

Az adatfelvétel során használt kérdőív során - annak rugalmasságát biztosítva - egyrészt azt kértük a kérdezőbiztosoktól, hogy szükség szerint a kérdőív standardizált voltát nem megbontva saját szavaikkal fogalmazzák át a kérdéseket, továbbá, hogy az elhangzó megjegyzéseket, kiegészítéseket fűzzék hozzá a kérdőívhez, amennyiben annak szükségét érzik. Az online kérdőívben némiképpen korlátozottan, de szintén lehetőség volt a kérdőívhez vagy annak témájához megjegyzéseket fűzni. E válaszok aztán szintén elemzésre kerültek,

és bár nem változtattak az kvantitatív adatok értelmezésén, a kérdezés körülményeire visszacsatolást adtak: egy örömteli, és egy kevésbé örömteli körülmény derült ki. Utóbbi vonatkozásban a kérdőív hosszára, arra panaszkodtak a válaszadók, hogy az alaposan átgondolt válaszadás esetén kissé hosszadalmas a kitöltése, illetve egy-két válaszlehetőség kapcsán esetleg a különböző kulturális felkészültséggel rendelkező válaszadók különböző értelmezéssel élhetnek. Örömteli körülmény azonban, hogy számos pozitív visszacsatolást kaptunk, a kérdőívezés témájával, azzal kapcsolatban, hogy foglalkozunk ezzel a témával és érdekel a lakosság vonatkozó véleménye. Ez önmagában is arra sarkallt minket, hogy a releváns adatokra fókuszálva, alaposan és célra törően igyekezzünk kiemelni a valóban fontos eredményeket.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

5. Eredmények

5.1. Kvalitatív munkarészek

A kérdőíves kutatást megelőzően, illetve követően kvalitatív interjús adatfelvételt végeztünk a helyi gazdaság témakörében jártas olyan szakemberekkel, akik maguk is részt vettek korábbak helyi termékek előállításával, népszerűsítésével és forgalmazásával kapcsolatos programok megvalósításával. Az interjús adatfelvétel célja az volt, hogy segítséget kapjunk a jellemző kérdéskörök megragadásában, survey adatfelvételünk összeállításában, illetve mélyebb megközelítésben értsük meg a kvantitatív adatfelvételünk eredményeit. Az interjús adatfelvételek tanulságait az alábbiak szerint foglalhatjuk össze:

1. A helyi termékek előállításához a humántőke nem feltétlenül adott: A megkérdezettek gyakran ütköztek abba a problémába, hogy magától értetődőnek vették, hogy a helyi termékek előállításába és forgalmazásába belefogni szándékozó személyek vagy közösségek egyáltalán nem voltak semmilyen kézműves vagy kertészeti ismeret birtokában, még kisebb településeken sem. A helyi népesség már évtizedekkel ezelőtt elfelejtkezett a kertészeti-kézműves fogásokról, s már rég nem él kultúrájukban a tradicionális gazdálkodás és kézműves tevékenységek kultúrája. Ez azonban, még ha nem várt is, egyáltalán nem meglepő, hiszen a környező országokban már lassan egy évszázada megszűnt úgy a paraszti, mint a kisiparos kultúra, nem csak kis, de nagytelepüléseken is. Ezért a képzéseknek, felkészítési folyamatoknak mindenképp az alapoktól kell elkezdeniük.
2. A helyi tradíciókra való építés adekvát, nem szükséges szempont: Nagyon sok helyen létezik bizonyos helyi tradíció, helyi identitásalkotó elem, amely gyakran a történelmi múltból táplálkozik. Más helyeken azonban nem lehet ilyesmit felmutatni, vagy legalábbis nem átfogó és meghatározható formában. Sem a helyi kertészeti, sem a helyi kézműves tevékenységnek nem kell a tradíciókra építeni, ez ugyanis nem szükséges ereje sem a közösség-, sem a helyi gazdaságformálásnak. Nagyon sok esetben kifejezetten újszerű, vagy modern tevékenységekre tudnak sokszínű, vagy akár egyetlen terméktípusra koncentráló helyi gazdaságot építeni a helyiek. Nem csak tyúkot, de emut is lehet tartani, nem csak kalapot, de telefontokot is lehet nemezelni, s ezek éppoly hatékony, ha nem még hatékonyabb helyi gazdaságélénkítő hatással bírhatnak.
3. A segítő munkának az előállítás mellett a forgalmazásra és az online forgalmazásra is figyelnie kell: A legkardinálisabb kérdés azonban még a kulturális hiányosságok mellett sem magával a termékelőállítással, hanem annak forgalmazásával kapcsolatos. A helyi termelőknek nagyon nehéz megtalálni a piacukat, és ennek nem a képességek vagy a képzettség hiánya, hanem az erőforráshiány a fő oka. Akikről beszélünk, azok magántermelők vagy családi vállalkozások, akiknek távolról sincs meg a globális vagy akár országos cégeknek meglévő kereskedői kapcsolathálója. Így a forgalmazás a helyi termékelőállítás valódi szűk keresztmetszete. Azonban az internet hatalmas előnyt jelenthet ebben a versenyben, hiszen közvetlenül lehet összekötni termelőt és fogyasztót, amennyiben a bizalom valamilyen formában (visszacsatolások, minőségbiztosítási rendszer, stb.) beépítésre kerül a rendszerbe.
4. Ebben az esetben a piackutatás nélkülözhetetlen, mert a hiba kijavítására sokszor nincs lehetőség: A vállalkozások azért számítanak általában gazdaságélénkítő innovátoroknak, mert a vállalkozók a nagy nyereség reményében kockázatokat vállalnak. A kockázatvállalás az esetek egy részében (sokszor nagyrészben) kudarccal végződnek, ám a vállalkozóknak lehetőségük van tanulni hibájukból és másként újrapróbálkozni. A jellemzően hátrányos helyzetű régiókban ez a lehetőség, az újrázás lehetősége az erőforrások hiányában sokszor nem adott: ha egy mégoly apró beruházás meg is történt a

termelő részéről, veszteség esetén nem biztos, hogy maradnak további erőforrásai az újrakezdésre. Épp ezért egy jó támogatórendszer nem engedheti meg magának a hibákat, azt minimalizálnia kell. Erre egy jó módszer lehet egy előzetes piackutatás, igényfelmérés végzése, amely nagyobb garanciát tud nyújtani a sikerességre a termelők számára a kudarc minimalizálása érdekében.

A kutatási témában - főként közös rendezvények, workshopok során - mentális térképeket készíttettünk a megjelenő személyekkel. Ennek értelmét az az elgondolás adta, hogy, minthogy „helyi gazdaságról" beszélünk, tudnunk kell, hogy megkérdezetteink mit gondolnak a „hely" fogalmáról - lévén a fogalom földrajzilag korlátozott területre vonatkozik. A kutatás eredményeit az alábbiak szerint foglalhatjuk össze:

1. A tájékozódási pontokat intézmények és közösségi terek alkotják: Amikor arra kértük válaszadóinkat, rajzolják le lakóhelyük környékét, a legtöbb esetben utcákban és egy-két fontosabb tájékozódási pontban gondolkoztak. Feltűnő azonban, hogy a fő tájékozódási pontok minden esetben előtérbe kerültek az utcaszerkezethez képest. E tájékozódási pontok többnyire közintézmények (iskola, hivatal, bolt, templom), és jelen kutatás szempontjából még fontosabb: közterek és parkok. Látható, hogy a közösségi terek a helyi környezetben meghatározó pontként, agóra-szerűen működnek, még akkor is, ha a konkrét fizikai tér nem feltétlenül működik hatékony közösségi térként (pl. alulparkosított terek, parkolók, stb.). Ez a felfedezés azért releváns, mert azt mutatja, hogy ezek a terek és parkok a helyi gazdaságszervezés során kitüntetett szerephez juthatnak, hiszen olyan viszonyítási pontként működnek, amelyek centrális helyeket foglalnak el a megkérdezettek mentális térképein.
2. A közterekhez pozitív érzések társulnak: Válaszadóinkat biztattuk rá, egy-két ikonszerű ábrával jelezzék is, melyik helyen milyen tevékenységek folytathatók - jelezzék a térképeken, milyen tér milyen funkcióval rendelkezik. Azt figyeltük meg, hogy míg a közintézményekhez, utcához élettelen tárgyak, addig a közterekhez, parkokhoz általában embereket, jórészt mosolygó, szórakozó embereket, mozgó emberikonokat vagy mosolygó fejeket rajzolnak. A közintézményekhez jóval inkább az intézménytípushoz általában rendelt, szinte KRESZ-tábla szerű rajzokat, élettelen tárgyakat rajzoltak válaszadóink (pl. bolthoz bevásárlókosarat, utcára autókat, buszokat, vagy épp gyógyszertárra keresztet, iskolára könyvet). Ami ezzel kapcsolatban érdekesebb, hogy a nyílt piacokra, ahol ez a kérdés egyáltalán felmerült, szintén megjelentek a vásárlók vagy kofák ikonjai. Így azt mondhatjuk, hogy a helyi gazdaság a helyi társadalommal összefügg, a helyi vásárok egyben a helyi közélet agórájaként működhetnek, míg a bevásárlóhelyek személytelenebbek.
3. A környék fogalma és mérete településspecifikus: A környék alatt - várakozásainkkal ellentétben - kistelepülésen nem csak az utcát vagy a települést, hanem sok esetben a környező településeket is felrajzolták. Ezzel ellentétben a városi környezetben végzett felmérés földrajzi értelemben kisebb területeket eredményezett. Ez az eredmény arra a felismerésre vezet, hogy városi környezetben a közösségek is kisebb területen értelmezhetők a helyi lakók szemében, amivel párhuzamosan ugyanakkor a vidéki területeken a „helyi" gazdaság határvonalai potenciálisan még a településhatárokon is átnyúlhatnak. Tekintve, hogy az erősen földrajzi fókuszú mentális térképezés, arra vonatkozóan nincsnek információk, hogy vajon a társadalmi-közösségi méretek mennyire számíthatnak egy-egy helyi földrajzi tér behatárolásakor. Evidens ugyanis, hogy a népsűrűség-különbségek miatt egy adott földrajzi tér egészen más társadalmi méreteket jelent kisebb, mint nagyobb településeken. Ez alapján az is elképzelhető, hogy amikor egy válaszadó körülhatárolja a „környéket" jelképező földrajzi területet, valójában társadalmi, és nem földrajzi méretekben gondolkozik, vagyis egy adott, válaszadó által behatárolt területegység többé-kevésbé mindig azonos társadalmi méreteket jelent. A mentális

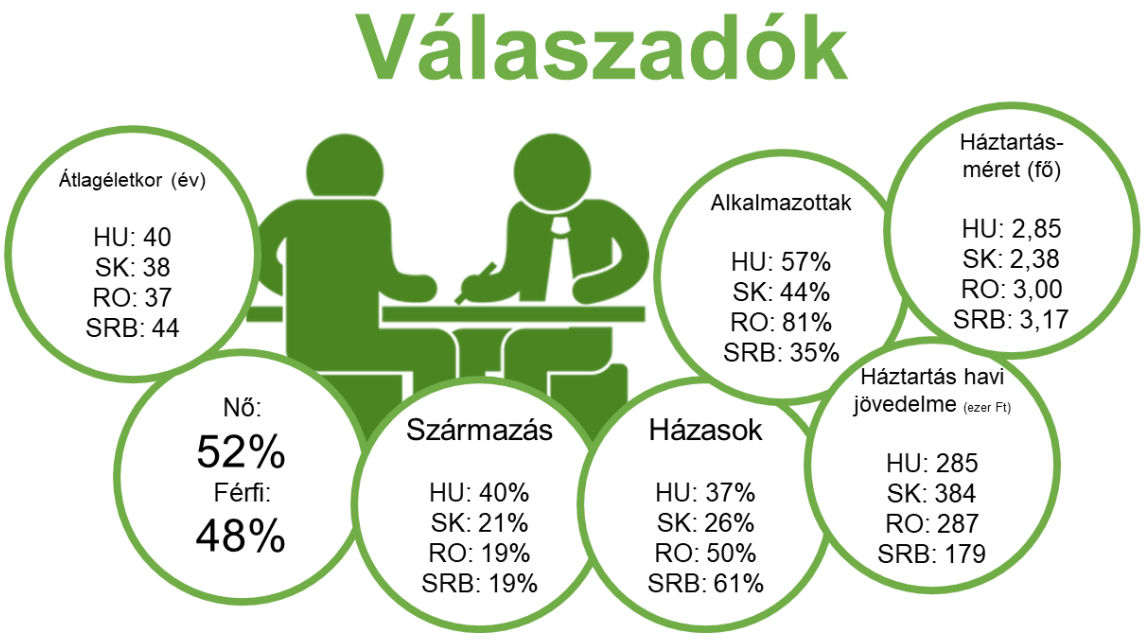
térképeken ez nehezen behatárolható, a módszer alapján kevéssé egyszerű ennek behatárolása, azonban további, ideális esetben a projektmegvalósítás során végrehajtott kutatás alapja lehet egy olyan felmérés, amelyben fix térképeken kell a válaszadónak körbehatárolni, mely területre gondol, ha a „helyi” vagy „környék” fogalmait hallja. Egy valós földrajzi térképen alapuló felmérés során ugyanis közelítőleg meghatározható, hogy mekkora népesség esik a különböző településtípusokon behatárolt földrajzi térre.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

5.2. A survey válaszadók összetétele

Annak ellenére, hogy a kutatást a speciális válaszadói kör miatt nem lehetett reprezentatív mintavételre alapozni, a survey kutatás eredményeként kapott adatbázis mintamegoszlása pontosan követi az alapsokaságban mérhető nemi arányokat minden adatfelvételi ország vonatkozásában. A férfiak aránya 48, a nőké 51 százalék körüli (voltak természetesen e kérdés kapcsán is válaszmegtagadók). Ez összességében azt mutatja, hogy a kérdőívezés eredményei jól általánosíthatók, vagyis eredményeinket bizonyos megkötésekkel vonatkoztathatjuk az adott ország helyi térben, a helyi társadalmi életben valamilyen szempontból aktív, politikai pozíciót vagy társadalmi-közösségi funkciót betöltő személyek (civilek, helyi politikusok, igazgatásban dolgozók) teljes sokaságára. Ugyanez igaz az életkort tekintve is: a teljes minta átlagéletkora 41 év, ami pontosan megfeleltethető az aktív munkaerőpiaci helyzettel rendelkezők átlagéletkorának. Meg kell azonban jegyezni, hogy itt azért látható némi ingadozás a különböző országok mintáit tekintve: a romániai kitöltők átlagéletkora csupán 37 év, míg átlagosan a szerbek voltak a legidősebbek: az ő átlagéletkoruk meghaladja a 44 évet. A szlovákiai válaszadók átlagosan 38, míg a magyarok 40 évesek. A mediánéletkorokat tekintve összehasonlíthatjuk az értékeket a teljes alapsokasággal, hiszen ez az adat (a 2017-es évre vonatkoztatva) ismert, és nemzetközi összehasonlításban közölt. A mediánéletkor számítása az átlagnál, ha a teljes alapsokaságot tekintjük, azért adekvátabb, mert az átlag nagyon érzékeny a kiugró értékekre (ebből a szempontból a nagyon idősek torzíthatják a mintát), a medián viszont a népesség összetételéről, életkor szerinti megoszlásról (fiatalok aránya) is sok következtetés levonására alkalmas. Magyarországon ez az érték 42 év (a mintában 39), Szlovákiában 40 (a mintában 35), Romániában 41 (a mintában 36), míg Szerbiában 43 (a mintában 44). A különbségek abból fakadnak, hogy, bár a mintánkban idősek is képviseltetik magukat, főleg civil szervezeti tagságuk miatt (a minta közel 3%-a legalább 70 éves, míg a legidősebb kitöltőnk 96 éves volt!), a fiatalok - amiatt, hogy elsősorban az önkormányzatok adminisztratív személyzete, és a civilszervezetek többsége is fiatalabbakból áll - magasabb arányban szerepeltek a mintánkban (a válaszadók 3%-át alkotják a 18-20 évesek).

1. ábra: A válaszadók egyes társadalomstatisztikai adatai



SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

A nemzetközi felmérés során kvótát alkalmaztunk: a minta 40%-át magyarországi lakosok, 60%-át pedig külföldiek alkotják. Utóbbi csoporton belül arányosan harmadoltuk a megkérdezettek körét a három ország között, vagyis végül a teljes mintában 20-20-20%-kal szerepelnek a szlovákiai, romániai, illetve szerbiai lakók. A megkérdezés több nyelven történt, de a válaszadók köre magyar anyanyelvű, így a szlovákiai, romániai és szerbiai minta a helyi magyar nemzeti kisebbséget reprezentálja. A nemzetközi összehasonlítás természetesen a vizsgált téma kapcsán felmerülő eltéréseket hivatott szolgálni, ebből a szempontból volt kiemelkedően fontos, hogy valamennyi nemzetiség esetén rendelkezésre álljon kellő nagyságú mintaelemszám. Így az 500-as minta körülbelül 200 magyarországi és 100-100 szlovákiai, romániai és szerbiai kitöltőt tartalmaz (a pontos számuk rendre 210, 110, 100 és 101 fő, 2 személy lakóhelye pedig ismeretlen), így a mintaelemszám összességében n=523, az ismert lakóhelyű válaszadók száma ennél tehát 2-vel kevesebb, 521 fő.

Ha a családi állapot szerint bontva vizsgáljuk a különböző ország lakóinak összetételét, elmondhatjuk, hogy a mintánk e tekintetben is követi az országok átlagértékeit. Az európai összehasonlításban 2013-as évből rendelkezésre álló házassági mutatószámok szerint az EU28 lakóinak nem sokkal több, mint 40%-a él házasságban. Ez a kutatásunkban vizsgált országok esetén úgy alakul, hogy Magyarország az átlag alatti, a többi ország (Szlovákia és Románia - Szerbiára vonatkozó adatok az EU-n kívüli országként nem áll rendelkezésre az EU-s nemzetközi összehasonlító statisztikában) pedig a házasságban élők európai átlag fölötti arányával írhatók le. Magyarországon a házasságban élők aránya ugyanis 37% körüli, Szlovákiában majdnem 10%-kal magasabb, Románia esetén pedig arányuk meghaladja az 50%-ot, 53% körüli értéket mérhetünk. A mintákban ugyanezek az arányok Magyarország vonatkozásában pontosan 37, Szlovákia esetén 26, Románia esetén pedig 50% (illetve Szerbiában 61%) Látható tehát, hogy mind Magyarország, mind Románia esetén nagyon pontosan mért a survey, vagyis a minta jól reprezentálja családi állapot - házasságban élők aránya tekintetében - az országos alapsokaságot, Szlovákia esetén azonban némileg eltérő képet kaphatunk: a szlovák mintában Magyarországon mérthez képest nagyobb arányban szerepeltek a fiatal korosztályok, és az elváltak is nagyobb arányban képviseltetik magukat a mintában, mint más országok esetén. Ez magyarázható strukturális okokkal is (a helyi életben aktív társadalmi szereplők fiatalabbak Szlovákiában, vagy körükben alacsonyabb a házasodási kedv, mint országuk átlagos népessége körében), magyarázható nemzetiségi viselkedéssel is - a magyar nemzeti kisebbség más társadalmi viszonyrendszerrel írható le ebben az országban, mint a többségi társadalom - de azzal is, hogy az alapsokaság pontos meghatározhatósága híján a különféle társadalmi háttérváltozók mentén reprezentatív adatfelvétel megvalósítása nem volt lehetséges.

2. ábra: A válaszadók végzettségei gyakoriság szerinti méretezéssel (nyílt kérdésekre adott válaszok, tisztított adatok)



Munkaerő-piaci helyzet vonatkozásában több irányból is van adatunk. Egyfelől, megkérdeztük a válaszadók képzettségeit, végzettségeit (az anonimitás követelménye miatt pontos foglalkozásukról nem kérdeztük őket, hiszen ennek és munkájuk helyszínének összevetésével jelentősen szűkíthető lett volna a válaszadó személye, különösképp kistelepülések esetén). Ezekből az információkból jól meghatározható, hogy az adott személy milyen funkciót tölt be egy település társadalmában, illetve természetesen azzal kapcsolatban is képet kapunk, hogy milyen társadalmi háttérrel rendelkeznek megkérdezetteink, milyen pozícióval rendelkeznek a társadalmi struktúrában. A társadalmi struktúrakutatók egy jelentős része ugyanis az elmúlt évtizedekben a foglalkozás alapján sorolja be a személyeket társadalmi csoportokba. Másfelől, a válaszadók végzettségei mellett rendelkezésünkre áll a munkaviszonyukról képet adó változó is. E kérdés vonatkozásában a Központi Statisztikai Hivatal hivatalos rendszerét alkalmaztuk: alkalmazottakat, önállóakat, alkalmi munkásokat, munkanélkülieket, nyugdíjasokat, GYES-en lévőket, háztartásbelieket és tanulókat különböztettünk meg, amit kiegészítettünk a közmunkás kategóriával is. Összességében azt mondhatjuk, hogy a válaszadók valamivel több, mint fele alkalmazott és körülbelül hatoda vállalkozó. A munkanélküliek, közmunkások és alkalmi megbízatásból élők összesítve nagy arányát, közel szintén a hatodát teszik ki a teljes mintának. Az inaktív munkaerő-piaci helyzettel leírható válaszadók (valamilyen nyugdíjban vagy gyermeknevelési támogatásban részesülők és háztartásbeliek, illetve az egyéb munkaerő-piaci helyzetűek) összesen a minta 13%-át teszik ki. Láthatók azonban a különböző országok mintái között eltérések. Az alkalmazottak aránya a magyarok körében az átlaghoz közeli, de Románia esetén átlag feletti, míg Szerbia és Szlovákia esetén átlag alatti az arányuk. Ez annak tudható be, hogy a romániai mintában átlag alatti, míg Szlovákia és Szerbia esetében átlagon felüli a megkérdezett vállalkozók aránya. Tekintve, hogy a közmunkaprogram Magyarország-specifikus, az nem meglepő, hogy míg a közmunkások aránya a magyar minta esetén 9%-os, addig Románia és Szlovákia esetében 1, illetve 2 fő jelölte csak, hogy közmunkás, ami betudható a kérdés félreértelmezésének is. A munkanélküliek és alkalmi megbízásokat vállalók aránya közel azonos minden ország mintája esetén, de ezek közül a szerbiaiak kitűnnek, az ő körükben ez az arány meghaladja a 20%-ot. Ehhez hozzá kell tenni, hogy ha Magyarország esetén a munkanélküliek közé soroljuk a közmunkásokat is, szintén Szerbiához hasonló, 20% körüli arányt kapunk.

A demográfiai helyzet leírására vonatkozó utolsó kérdésblokk a háztartások helyzetére, összetételére vonatkozik. Az átlagos háztartásméret tekintetében a mintaátlag körülbelül a

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

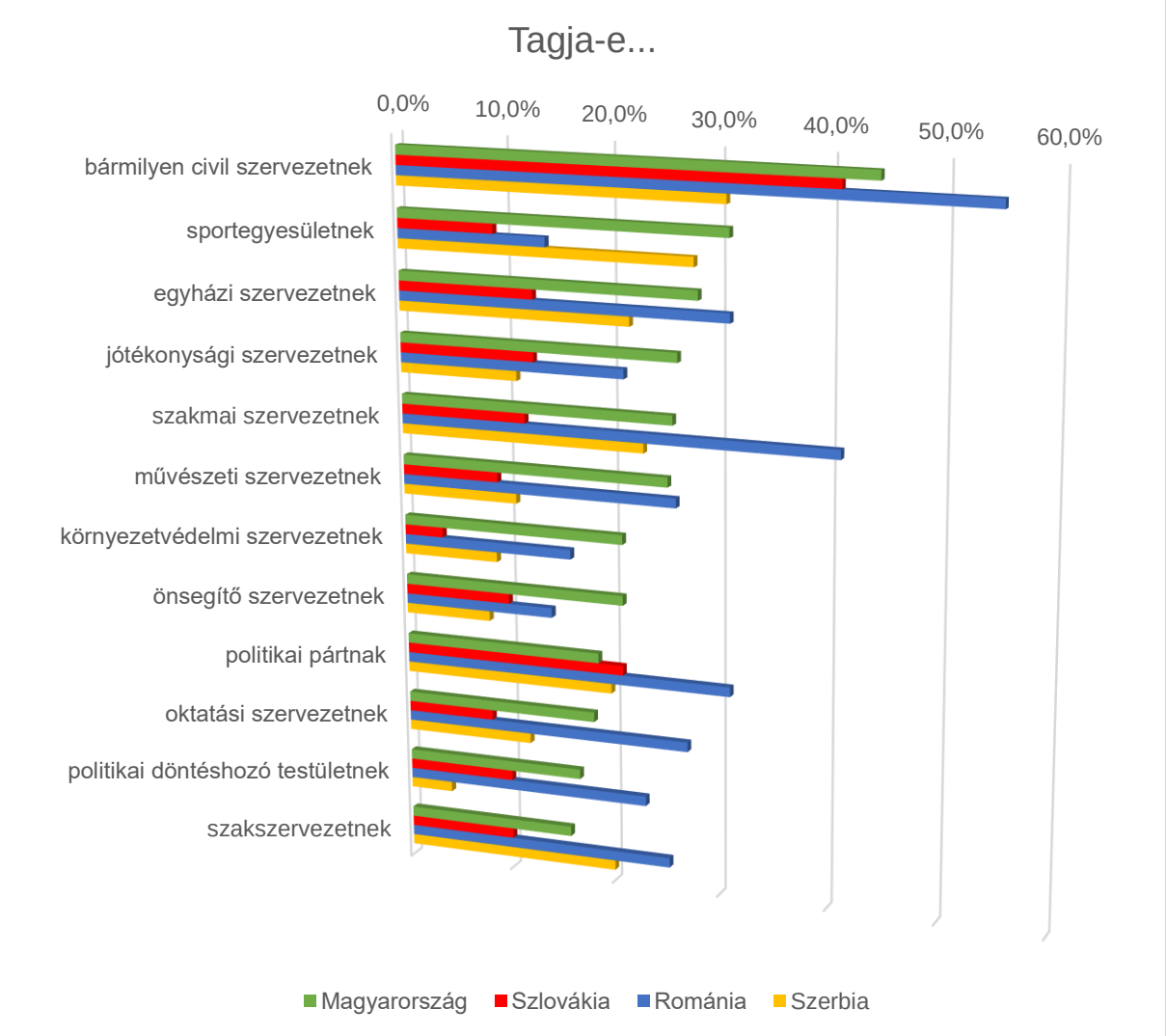
társadalmi összetétel szerint alakul, a mediánérték 3, az átlagérték 2,83 fő/háztartás, az átlagos válaszadónak egy gyermeke van (az átlagérték 1,12 fő), felük esetén él a gyermekük velük egy háztartásban (a háztartásokban élő saját gyerekek átlagértéke 0,7 fő). A háztartások összesített havi nettó bevétele a teljes, 523 fős mintában és forintra számítva átlagosan 272.566 Ft. Ehhez hozzá kell tenni ugyanakkor, hogy az érték rendkívül torzított, ugyanis rendkívül érzékeny kérdésről van szó, amelyre még az anonimitás ismételt biztosítása mellett is csak a megkérdezettek 60%-a, 316 fő válaszolt, noha ez az arány hasonló kutatások eredményeivel összehasonlítva még így is nagyon magasnak számít a pénzügyi kérdés kapcsán. A válaszadási hajlandóság is eltéréseket mutatott nemzetközi összehasonlításban a pénzügyi kérdés kapcsán. A magyarok 68%-a, a szlovákoknak csupán 42%-a, a románok 47%-a, a szerbeknek viszont 79%-a válaszolt erre a kérdésre. Az eredmények alapján úgy vélhetjük, hogy inkább a kevésbé tehetősek tartózkodnak megadni a bevételüket, hiszen a szlovák mintában, ahol a válaszadók kis aránya szavazott, a legmagasabb a bevallott jövedelem, mintegy 384.000 Ft, míg a szerb mintában, ahol nagyon sokan válaszoltak, az érték jóval alacsonyabb az átlagnál, 179.000 Ft. A román és magyar mintában hasonló eredmény, rendre 285.000-es illetve 287.000-es érték született. A nemzetek közötti eltérések egyik magyarázata tehát a válaszmegtagadások eltérő mértéke, másik magyarázata pedig a tényleges strukturális különbségek lehet.

Az átlagos háztartásméret és a megkérdezettnek lévő, illetve a megkérdezett háztartásában élő gyermekek számával kapcsolatban szintén találhatunk eltéréseket nemzetközi összehasonlításban. Ilyen szempontból a legnagyobb háztartások a szerbiai válaszadók körében jellemzőek. Az átlagértéket 0,3 fővel meghaladja a szerbiai válaszadók értéke, míg a legkisebb háztartásokkal a szlovák válaszadók körében találkozhatunk, ők jobbára csak másodmagukkal laknak egy háztartásban, az átlagérték 2,38 fő. Magyarország az összesített átlag körül, Románia pedig bő egytizeddel fölötte teljesít. Ezt a megoszlást követi a gyermekek számával kapcsolatos adat is, bár itt a románok hátrébb helyezkednek el a rangsorban, mint az előbbi kérdés kapcsán, a magyar válaszatók pedig majdnem behozták a szerbeket. A romániai válaszadóinknak átlagosan 1 gyermekük van; ezt az értéket a szerbiai válaszadók nem érik el (0,72 fős átlag), a magyarok és szerbek pedig rendre 1,28 fővel, illetve 1,33 fővel épp ugyanannyival haladják meg, mint a román válaszadók eredményei a szerbiaiakét.

Egy következő kérdésben megkérdeztük válaszadóinkat arról is, hogy milyen szervezeteknek tagjai, így például részt vesznek-e politikai vagy civil szervezet munkájában, rendes tagként (valamennyi megkérdezett részt vesz valamilyen formában, hiszen e szervezetek körében történt a lekérdezés annak érdekében, hogy a helyi ügyek iránt elkötelezett helyi szereplők alkossák az adatbázisunk alapját, ugyanakkor a tényleges tagsággal rendelkezés ennél eggyel szűkebb kategória). A válaszadók 27%-a ennek megfelelően nem jelölte egyik szervezet-típust sem (ugyanakkor ők lehetnek puszta válaszmegtagadók is). 46%-uk 1-3 szervezettípusnak tagjai, a többiek ennél sokkal aktívabbaknak számítanak: a válaszadók negyede 4, vagy annál több szervezettípusnak is tagja, a maximumérték 12 db szervezet, hét válaszadó ilyen sok szervezettípus tagjának vallotta magát. A konkrét szervezettípusokat országok közötti bontásban vizsgálva azt tapasztalhatjuk, hogy a civil szervezeti tagság kiemelkedik valamennyi ország vonatkozásában, igaz, ez részben tartalmazhat egy-két, a továbbiakban felsorolt kategóriát, hiszen ez tulajdonképpen egy összesítő kategória. Mindenesetre elmondható, hogy országonként a válaszadók harmada-fele tagja valamilyen civil szervezetnek. Arányuk Románia esetén a legmagasabb és Szerbia esetén a legalacsonyabb, Magyarország és Szlovákia 40% körüli értékekkel rendelkezik. A civilszervezet melletti, a projekt szempontjából másik fontos kategóriát a helyi politikai aktivitás jelenti: politikai pártnak válaszadóink 20-20, Románia esetében 30%-a tagja, politikai döntéshozó testületnek pedig 10-20% vallotta magát tagjának. Magyarország esetén viszonylag népszerű szervezetnek mutatkoznak a különböző sportegyesületek, egyházi és

jótékonysági szervezetek is - ezeket a mintázatokat követik a szerbiai adatok is. A romániai esetben a szakmai szervezetek tagjaival átlagon felüli arányban találkozhatunk (40%-uk tagja ilyen szervezetnek), de az oktatási- és szakszervezeteket is a népszerűbbek közé sorolhatjuk. A szlovákiai válaszadóknál a civil szervezek melletti népszerű kategória a politikai párt volt, de ez az értékük nem emelkedik ki a többi ország válaszadóinak arányszáma köréből, csupán annak betudható, hogy a szervezeti aktivitás a körükben a többi szervezet vonatkozásában nem éri el a teljes minta átlagértékét: a szlovákiai válaszadóink csak 10-10%-a tagja egyik-másik, a civil és politikai szervezeteken túli szervezettípusoknak. Összességében elmondható, hogy a mintánkra az átlagon jóval felüli társadalmi aktivitás jellemző, amely megteremti az adatbázisunk elemezhetőségét, illetve az ezekből születő eredmények magas érvényességét, hiszen a célunk épp a helyi kontextusban aktív társadalmi élettel, társadalmi aktivitással leírható személyek körének vizsgálata volt.

3. ábra: Társadalmi aktivitás a megkérdezettek körében



SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

5.3. A survey eredményei

A válaszadók társadalmi összetételét vizsgáló demográfiai-társadalomstatisztikai eredmények azt mutatják, hogy potenciálisan aktív személyek körével találkozunk, akik ugyanakkor foglalkozásukat, végzettségüket, életkorukat, helyzetüket tekintve nagyon sokszínűek mind a négy, vizsgált országban. A válaszadók végzettségeit, képzettségeit vizsgálva azt is megállapíthatjuk, hogy, noha egy számottevő részüket rurális térségben élők teszik ki, nagyon kevesen, pár megkérdezettet leszámítva szinte senki nincs mezőgazdasági végzettsége, noha számos kézműves foglalkozást űzővel találkozhatunk. Ez természetesen a kutatási kérdésünk megválaszolásához nem számít problémának, hiszen nem azok körében végeztük a kutatást, akik maguk kézműves vagy mezőgazdasági jellegű helyi termék előállításával és értékesítésével foglalkoznak (hiszen őket jól ismerhetjük). A kutatási kérdésünk az volt, hogy a helyi társadalmakban, közösségekben milyen mértékben találkozhatunk olyanokkal, akik lelkesek lennének a helyi termékek népszerűsítése és a vonatkozó segítségnyújtás kapcsán. Láthattuk, hogy a civil és helyi aktivitásban a válaszadóink, akik maguk tehát helyi, tág értelemben vett politikai és civil szereplők, rendkívüli módon jeleskednek, tehát potenciálisan valamennyi ország kapcsán számíthatunk a helyi társadalmi szereplők bevonódására hasonló témakörben. Itt azonban még nem állhatunk meg. A kérdőívünk fő kérdésblokkjában különböző lehetséges helyi problémákat soroltunk fel, ami kapcsán megkérdeztük: mennyire értékelik nagy problémának azokat, illetve egy másik kérdésblokkban azt: mennyi időt szánnának szabadidejükből megoldására, amennyiben segítségükkel az megoldható lenne.

4. ábra: Problémák a válaszadó településén összesítve (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel)

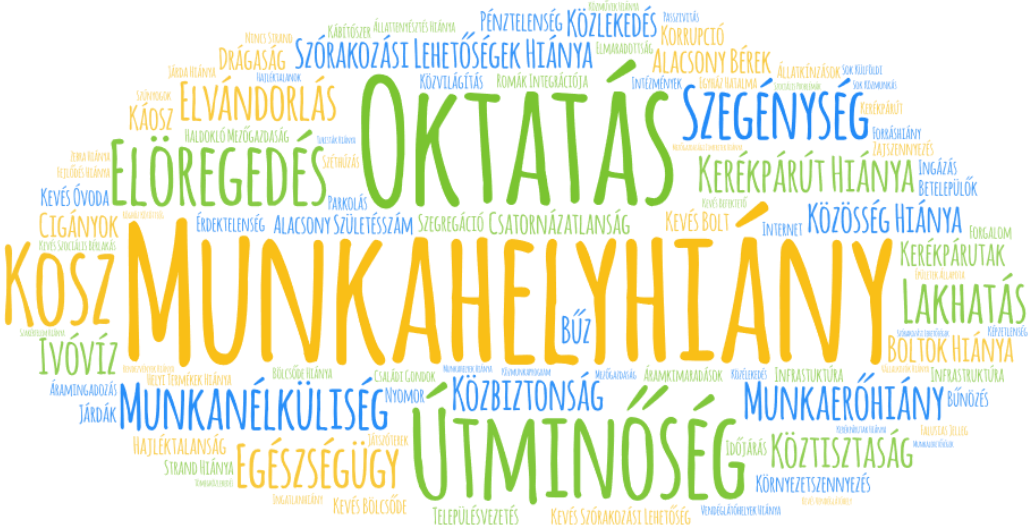


A kérdésblokk előtt, a rugalmas kérdőív kritériumrendszerének megfelelően a kérdőív elején, vagyis a válaszadókat nem befolyásoló módon megkérdeztük válaszadóinkat: helyi szinten mely problémákat tartják a legnagyobbnak. Összesen három választ adhattak meg, ezeket a kérdőívek beérkezése és az adatbázis összeállítását követően tisztítottuk, vagyis induktív módon kategorizáltuk jelentésük szerint, ügyelve arra, hogy az eredeti jelentéstartalmakat minden esetben megőrizzük. Egy kategóriába került például, ha valaki azt írta: „kevés a munkahely”; „nincs munka”; „nem lehet munkát találni a környéken”; „munkahelyhiány”; stb. A munkanélküliségre vonatkozó megfogalmazások azonban külön kategóriát alkottak annak ellenére, hogy szorosan kapcsolódik a munkahelyhiány problémaköréhez, hiszen ez más aspektusát ragadja meg és más társadalmi szintet érint, mint a megelőző kategória. Az adattisztítást követően a válaszokból szófelhőt készítettünk: a szófelhő arra alkalmas, hogy vizuálisan jól látható módon ábrázolja a jellemző választípusokat, azon ugyanis az

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

említésszámmal arányosan kerülnek méretezve az adott kifejezések. A szófelhőket elemezve kijelenthetjük, hogy összesítve a négy országban három fő kérdéskör: egy munkaerő-piaci, egy infrastrukturális és egy társadalmi kérdéskör köré csoportosítható, hogy mi aggasztja leginkább válaszadóinkat a saját településük problémái kapcsán. A közös e kérdésekben, hogy nagy, strukturális gazdasági-társadalmi problémákról van szó, ám fontos, hogy hasonló problémákat említettek a válaszadóink, mint amely problémákat a szakértők is gyakran hangsúlyoznak. Az infrastruktúra kérdése ennek kapcsán azonban szembeötlő, hiszen ez egy nem gyakran hangoztatott probléma a helyi településfejlesztési programok és fejlesztési tervezetek kapcsán. Mégis úgy tűnik, hogy a helyi lakók számára egy rendkívüli erősségű problémát jelent, épp akkorát, mint a munkahelyhiány, és összességében nagyobbat, mint az elöregedő helyi népesség, a fiatalok és idősebbek más településre vagy országba költözése. E három nagy probléma-kategóriát a helyi humánszolgáltatások hiánya és rossz minősége: az oktatás és az egészségügy, a közbiztonság fenntartásának a problémája követi a válaszadók spontán említéseit tekintve. A helyi közösség kérdései harmadrendűek ebben a sorban, ilyen például a helyi szórakozási lehetőség hiánya, az egyenlőtlenség, a szegregáció, vagy a helyi társadalom fragmentációja, a közösség hiánya. Érdekesség, hogy még a témánk szempontjából fontos helyi termékek kérdése is megjelenik néhány spontán említés kapcsán, mint közvetlen probléma, s nem csupán, mint a nagy strukturális eredetű helyi problémák megoldásának egyik lehetséges eszköze.

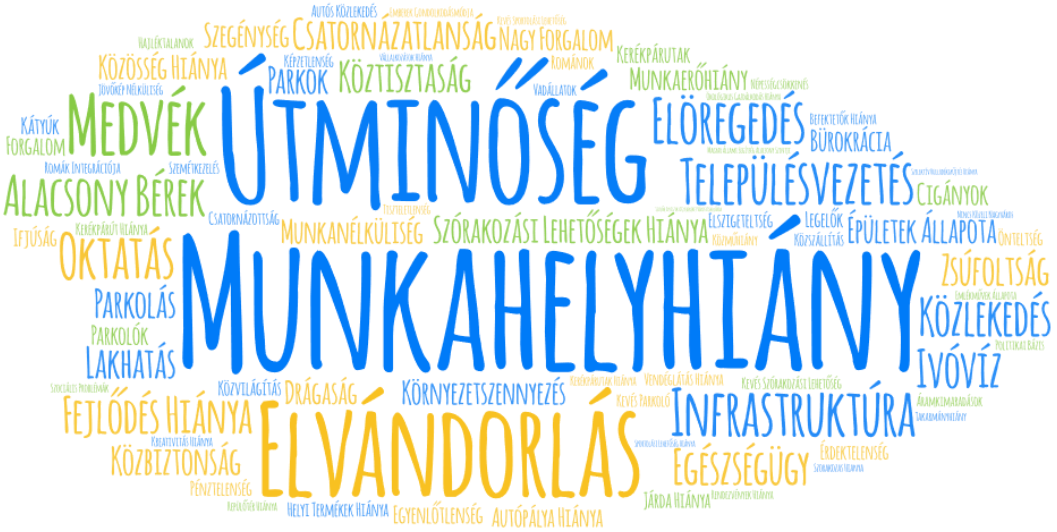
5. ábra: MAGYARORSZÁG: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel)



Nemzetközi összehasonlításban vizsgálva a kérdést, a sok hasonlóság mellett szembe tűnnek a különbözőségek is. Mert bár igaz, hogy az említett munkaerő-piaci, infrastrukturális és demográfiai problémák valamennyi vizsgált ország esetén hangsúlyosan megjelenik, jelentős eltolódásokat tapasztalhatunk az egyes országok között ilyen téren. Magyarország esetén az oktatás kérdése „elsővonalbeli" problémává lép elő, míg a demográfiai kérdések a munkahelyhiány és az útminőségre vonatkozó probléma mellett csak másodlagos problémaként jelennek meg (elöregedés, elvándorlás). A helyi közösségi kérdések (szórakozási lehetőség, közösség hiánya, szegénység) azonban hangsúlyosabban van jelen Magyarországon, mint a 4 országot együttesen vizsgálva. Ugyanígy, a szlovákiai válaszokat az egészségügyi ellátórendszer hiányosságai és a köztisztaság dominálja, a munkahelyhiány valamivel kisebb problémaként jelenik meg, mint Magyarországon. Szlovákiában az etnikai kisebbségekkel, különösen a romákkal szemben érzett ellenérzések is jobban kidomborodnak, mint a válaszok alapján jóval befogadóbb Magyarországon. Romániában a többi országhoz képest hangsúlyosabban jelenik meg a helyi politikai vezetéssel szembeni kritika és a

korrupció kérdése is, a szerb példa kapcsán pedig az eddigieknél is erőteljesebbek az infrastrukturális problémákra érkezett említések, amelyek e példa esetén az abszolút első helyet szerezték így meg.

6. ábra: ROMÁNIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel)



7. ábra: SZLOVÁKIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel)



A kérdőíves adatfelvétel központi kérdése az volt: milyen potenciális humánerőforrások állnak rendelkezésre a helyi szintű gazdaság támogatásához, a helyi kézműves és agrártermékek előállításának és forgalmazásának elősegítéséhez. Ehhez egy kérdéssort állítottunk össze, amely a különböző, helyi termékekkel kapcsolatos problémák megítélésére vonatkozott, illetve arra, hogy a válaszadók potenciálisan (arra az esetre vonatkoztatva, amelyben az adott probléma a válaszadó segítségével megoldható volna) mennyi időt áldoznának szabadidejükből hetente az adott probléma megoldására. Az e kérdésekre adott válaszok elemzésével azt kívánjuk megtudni: milyen, lelkesedésben mérhető és ténylegesen kvantifikálhatóan rendelkezésre álló munkaórával lehet számolni egyes helyi ügyek kapcsán a közösségi életben aktív szereplők (tág értelemben vett helyi politikusok, civilek, stb.) körében. Egyfelől tehát a válaszok elemzésével egyes problémák percepcióját és a megoldásuk kapcsán megjelenő civil lelkesedést mérjük, ugyanakkor az eredmények kiindulási alapul szolgálhatnak arra is, hogy empirikus és többé-kevésbé egzakt becslést

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

adjunk arra, hogy a különböző vizsgált országokban milyen civil, önkéntes munkaerő-bevonódásra lehet számítani. Fontos hangsúlyozni, hogy a válaszadók feladata nem az volt, hogy szabadidejüket megosszák a különböző problémák megoldása között, hanem arra kértük őket: valamennyi problémát egymástól függetlenül kezeljék.

8. ábra: SZERBIA: Problémák a válaszadó településén (nyitott válaszok, tisztítva, említésszám szerinti méretezéssel)

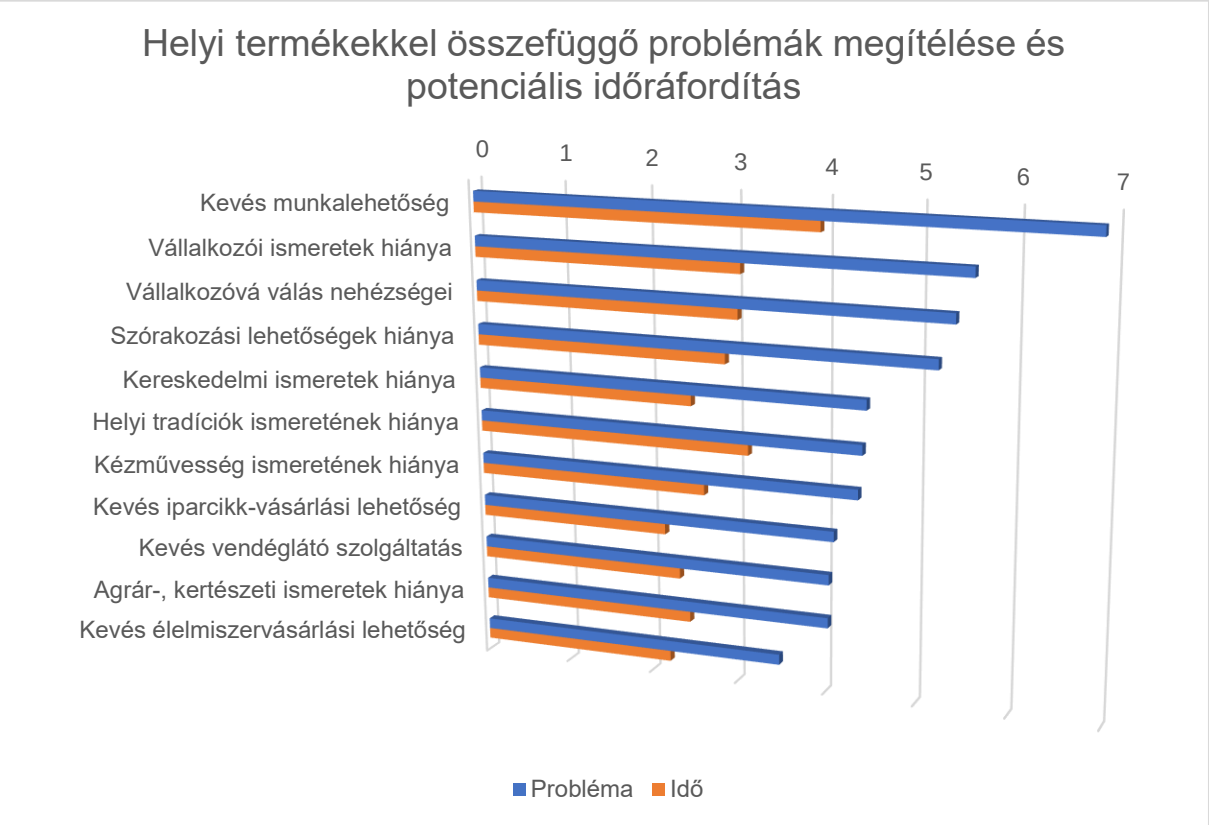


Az elemzés első fontos megállapítása, hogy összességében az „időfelajánlások" a várakozásokhoz képest magasak voltak, hiszen heti 2-4 óra között ingadozott az érték átlaga, vagyis azt mondhatjuk, a válaszadók havonta körülbelül egy-két teljes napjukat (amennyiben 8 órás munkanappal számolunk) szánnák önkéntes munkára szabadidejükből a közösség egyes problémáinak megoldására - ez meglehetősen magas értéknek számít, hiszen az ideje mindenkinek az egyik legértékesebb kincse. Ennek felajánlott mobilizálása a közösség érdekében mindenképp optimista előrejelzésekre adhat lehetőséget. Természetesen a „felajánlott" humánkapacitásokat meghatározza az is, hogy mennyire nagy problémának találják az egyes felsorolt helyi hiányosságokat. A kérdésblokkban a legnagyobb problémának a helyi munkalehetőségek korlátozottsága áll, amint azt a spontán válaszok kapcsán is láthattuk: közel 7-es átlagértéket kapott ez a kategória. Ezt a helyi vállalkozókkal szemben álló akadályokat mérő kategóriák, problémakörök követték: a vállalkozóvá válás (főleg bürokratikus) nehézségeit megelőzte a vállalkozói ismeretek hiányosságaira vonatkozó problémakör, ami arra utalhat, hogy a helyi szereplők felkészültségének hiányai előbbre való, nagyobb gondot jelentenek, mint a szabályozási környezet által állított akadályok. Mindkét problémakör meghaladja a közepes méretű, 5-ös problémaszintet. A közösségi élet lehetőségeire vonatkozó, szórakozási lehetőségek hiányát mérő változó, továbbá egy másik, a kereskedelmi ismeretek hiányára vonatkozó kérdés, a helyi tradíciók, továbbá a kézműves ismeretek hiánya szintén bőven a közepesen magas problémák közé sorolható a beérkezett válaszok alapján. Az ismeretek hiányai tehát meghatározó szerepet töltenek be a helyi problémák kapcsán. Ennek a projektünk kapcsán azért van kiemelt jelentősége, mert azt mutatja, hogy a korlátok nagyon sokszor humánerőforrás-eredetűek, vagyis olyan hiányosságokról van szó, amely megfelelő képzéssel pótolható. Különösen fontos, hogy ebben a kérdéskörben egyetértés mutatkozik megkérdezetteink és a szakma között. A fenti kategóriáknál alacsonyabbra értékelték válaszadóink a keresleti oldallal kapcsolatos problémaköröket: mindhárom nagy gazdasági ág termékei (mezőgazdasági, ipari termékek és vendéglátó szolgáltatások) többé-kevésbé elégséges mértékben jelen vannak a helyi környezetben a válaszadók alapján, bár ezek értékelése is megközelíti a 4-es, közepesen súlyos értéket. Mégis, összességében azt mondhatjuk, hogy a helyi környezetben többnyire

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

jelen vannak a különböző, hétköznapi élethez szükséges termékek, vagyis a kézműves és kisgazdaságokból, őstermelők részéről előállított termékekre nem elsősorban a gazdasági termékekkel való ellátottság miatt van szükség válaszadóink szerint, hanem főleg a munkahelyteremtő jellege miatt. A kézműves és agrártermékek előállításának és forgalmazásának támogatására a hiányos ismeretek pótlásával nyílik tehát lehetőség, méghozzá annak érdekében, hogy ezzel hozzájáruljunk a helyi munkahelyteremtéshez, beinduljon a helyi kereskedelem, megerősödjön a helyi gazdaság és piacképes konkurenciájává alakulhasson a helyi szinten azért többé-kevésbé megtalálható, nem-helyi gazdasági szereplőknek.

9. ábra: Problémák megítélése és időfelajánlás

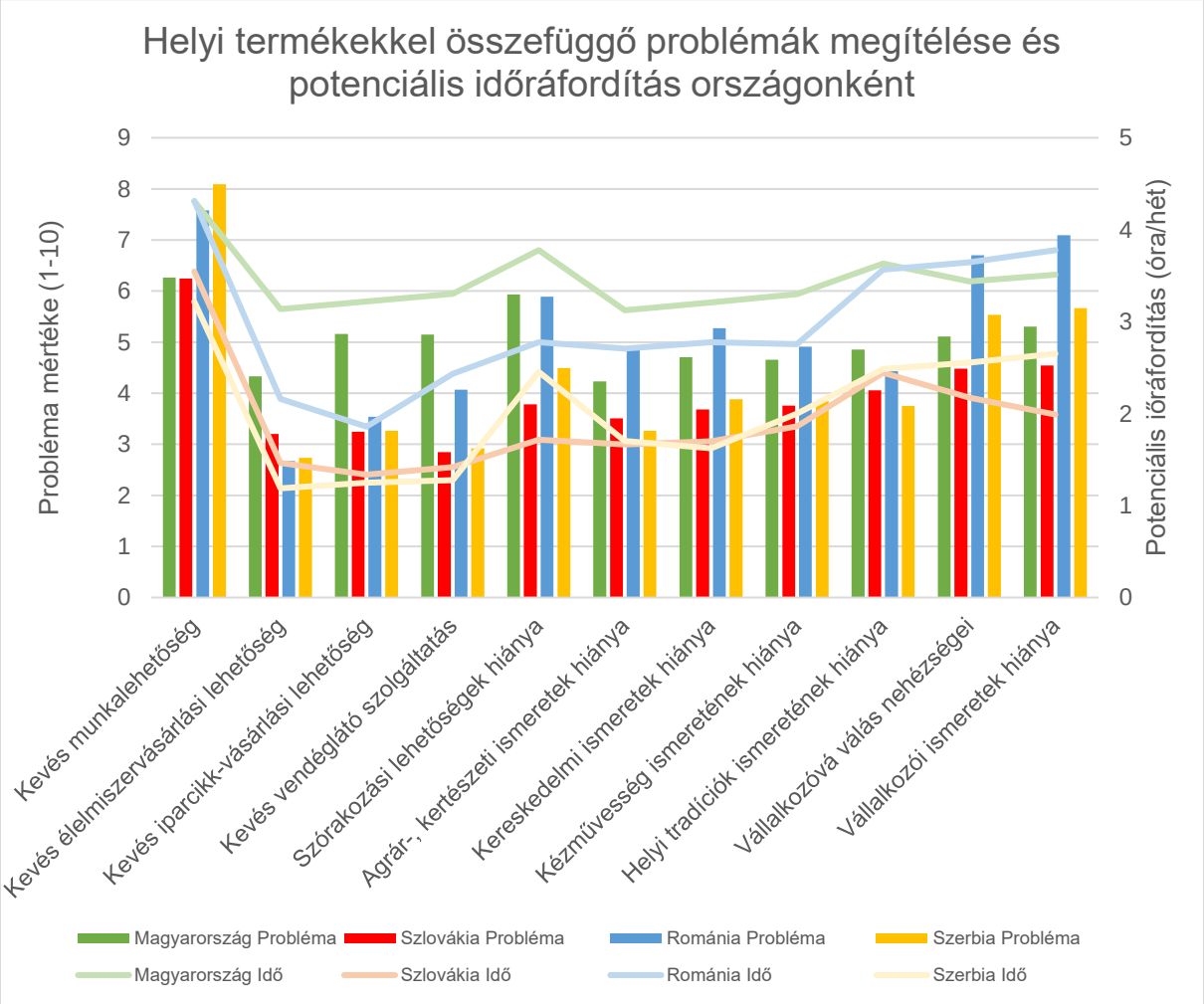


A potenciális időráfordítások összefüggésben állnak a probléma nagyságának percepciójával, ugyanakkor több esetben el is térnek attól: a válaszadók a kevés munkalehetőség megoldására fordítanák legtöbb szabadidejüket; átlagosan mintegy havi két napot - ez saját és közösségi részre történő közvetlen potenciális befektetésnek is vehető, hiszen a munkalehetőségek számának növelése kedvező hatást gyakorol a munkabérekre és a munkakörülményekre is - erre vonatkozóan egyéni individuális szinten is közvetlenül megérné befektetni. Válaszadóink ugyanakkor szívesen áldoznák idejüket arra is, hogy pótolják a helyben csak korlátozottan létező ismereteket: így a helyi tradíciók ismeretét, a vállalkozói és kézműves és kereskedelmi ismereteket: erre szabadidejükből havi szinten másfél napot áldoznának átlagosan, és ez már nem közvetlen individuális érdekből, hanem abszolút a közösség érdekében, a közösség más tagjai érdekében végzett önkéntes munka volna. Átlagosan körülbelül ennél kevesebb időt, havi egy napot (8 órát) szánnának szabadidejükből a helyi szolgáltatások (bevásárlási lehetőségek, vendéglátóipari lehetőségek) bővítésére, amely relatív értelemben alacsony potenciális időráfordítás összefüggésben áll a problémanagyság megítélésével. Látható azonban, hogy a problémanagyság és időráfordítás nem minden esetben áll szoros kapcsolatban egymással: noha a munkalehetőségek számával kapcsolatos probléma értékelése rendkívül magas, az felajánlott időráfordítás akkor is jóval

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

alacsonyabb ehhez képest, ha még ez is kapta a legtöbb óraszámot átlagosan. A helyi tradíciók ismeretének pótlása ezzel ellentétben nem számít akkora problémának, ugyanakkor ehhez képest relatíve nagy lelkesedéssel vonódnának be válaszadóink. A különbségek magyarázata a kompetencia oldaláról közelíthető meg: az olyan nagy strukturális problémák, mint a munkaerőpiaci gondok megoldásában válaszadóink vélhetőleg kevésbé érezhetik munkájukat hasznosnak, mint a helyi tradíciók és a helyi kultúra erősítésében. Hasonló a helyzet a helyi kézműves és vállalkozói ismeretekkel kapcsolatban, amelyek aránylag szintén magas „időfelajánlásokat" eredményeztek.

10. ábra: Problémák megítélése és időfelajánlás transznacionális perspektívában



Nemzetközi kontextusban vizsgálva a kérdést, jelentős, akár két skálapontos eltéréseket is láthatunk az egyes országokban élők értékelései között, akár a problémanagyságot, akár a megoldására fordítandó szabadidőt vesszük alapul. Bár elmondható, hogy a problémanagyságok sorrendje közel azonos a Magyarországon, Szlovákiában, Romániában és Szerbiában élők körében, ingadozások is előfordulnak. Így például a romániaiak jóval nagyobb problémának tartják a szórakozási lehetőségek hiányát, illetve a vállalkozás lehetőségeivel kapcsolatos gondokat, mint a más országban élő válaszadók, míg más kérdések kapcsán nagyjából hasonló értékeket adtak meg válaszul. A szerbiai válaszadók különböző problémák nagyságait megítélve hasonlóan vélekednek a romániaiakkal, noha a munkalehetőségek kategóriáját leszámítva általában alacsonyabb pontszámokat adtak válaszul. A szlovákiai válaszadók jobbára még ennél is kevésbé tartják nagynak a felsorolt lehetséges problémákat, szinte alig érték el az adott pontszámaik a 4-es, a közepes fontosságú problémakategória képzeletbeli határát, és csupán a vállalkozásokkal, a helyi

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

tradíciókkal és a szórakozási lehetőségekkel kapcsolatban közelítették meg ezt az értéket, illetve a munkalehetőségek kapcsán szárnyalták azt túl. Érdekes viszont a Magyarországon élő válaszadók eredményeit vizsgálni, mert ők egyfelől jóval kiegyenlítettebb módon értékelték valamennyi kategóriát, másfelől azonban hajlamosak voltak a problémákat az átlagosnál magasabbra értékelni. Úgy látszik, a munkalehetőségekkel ők kevésbé elégedetlenek, mint a romániai és szerbiai válaszadók, azonban az agrár-, kézműves, kereskedelmi lehetőségek kapcsán nagyobb hiányosságokat érzékelnek. Hasonlóképp, a helyben elérhető élelmiszervásárlási, iparcikk-vásárlási és vendéglátói szolgáltatási lehetőségeket jóval korlátosabbnak, jóval magasabb problémának érzékelik, mint bármelyik más ország válaszadói. A különbség sok esetben több, mint 2 skálapont, ami - átlagról lévén szó - hatalmas különbségnek számít. Ez azt jelezheti, hogy Magyarország esetében a keresleti oldalról lévő igény is megjelenik a helyi termékek és szolgáltatások iránt, nem csupán abból kifolyólag, hogy azzal munkahelyeket teremthetünk és ellensúlyozhatjuk a globális gazdasági dömpinget, annak minden pozitív gazdasági és környezeti hozadékával. A magyarok a lelkesedésükkel is listavezetők: míg a szlovákiai és szerbiai válaszadók passzívabbnak mutatkoznak a felmérések során, a románok átlagosan 1, a magyarok pedig átlagosan 3, de több esetben több, mint 4 órával többet „ajánlottak fel” szabadidejükből a felsorolt, helyi gazdasággal, helyi termékekkel kapcsolatos problémák megoldására. Ez azt jelenti, hogy a magyarországi válaszadók átlagosan havi 3 szabadnapjukat (háromszor nyolc órát) fordítanának a felsorolt problémák megoldására, ami egyes esetekben megközelíti a heti egy teljes napnyi időt. Ez alapján a Magyarországon élő helyi társadalmi szereplők (tág értelemben vett helyi politikusok és civilek) rendkívüli módon aktivizálhatónak és lelkesnek mutatkoznak a helyi közösségért, a helyi gazdaságért végzett munka kapcsán, amennyiben úgy látják, hogy munkájukkal érdemi változtatásokat érhetnek el az adott területeken.

11. ábra: Korrelációs együttjárások az egyes identitástípusok között

Correlations

		Világpolgárként tekintek magamra	A helyi közösség tagjaként tekintek magamra	Nemzetem tagjaként tekintek magamra	Európaiként tekintek magamra	Független, autonóm egyénként tekintek magamra
Világpolgárként tekintek magamra	Pearson	1	,138**	,200**	,505**	,345**
	Sig. (2-		,002	,000	,000	,000
	N	520	518	519	518	519
A helyi közösség tagjaként tekintek magamra	Pearson	,138**	1	,489**	,314**	,297**
	Sig. (2-	,002		,000	,000	,000
	N	518	519	518	517	518
Nemzetem tagjaként tekintek magamra	Pearson	,200**	,489**	1	,409**	,356**
	Sig. (2-	,000	,000		,000	,000
	N	519	518	520	518	519
Európaiként tekintek magamra	Pearson	,505**	,314**	,409**	1	,439**
	Sig. (2-	,000	,000	,000		,000
	N	518	517	518	519	518
Független, autonóm egyénként tekintek magamra	Pearson	,345**	,297**	,356**	,439**	1
	Sig. (2-	,000	,000	,000	,000	
	N	519	518	519	518	520

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

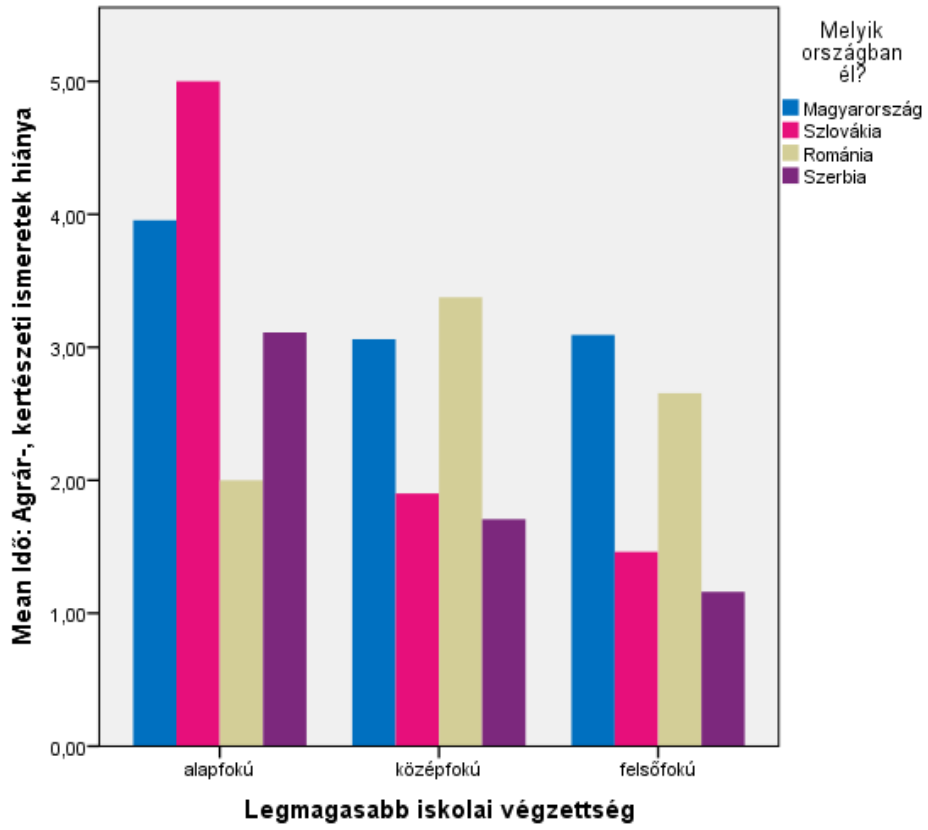
A kérdőív egy kérdésében azt vizsgáltuk, hogyan definiálják magukat a válaszadók közösséghez tartozás szerint, vagyis mennyire érzik magukat a helyi, a nemzeti, az európai és a világközösség tagjának. A kérdéssel azt akartuk vizsgálni, válaszadóink mennyire

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

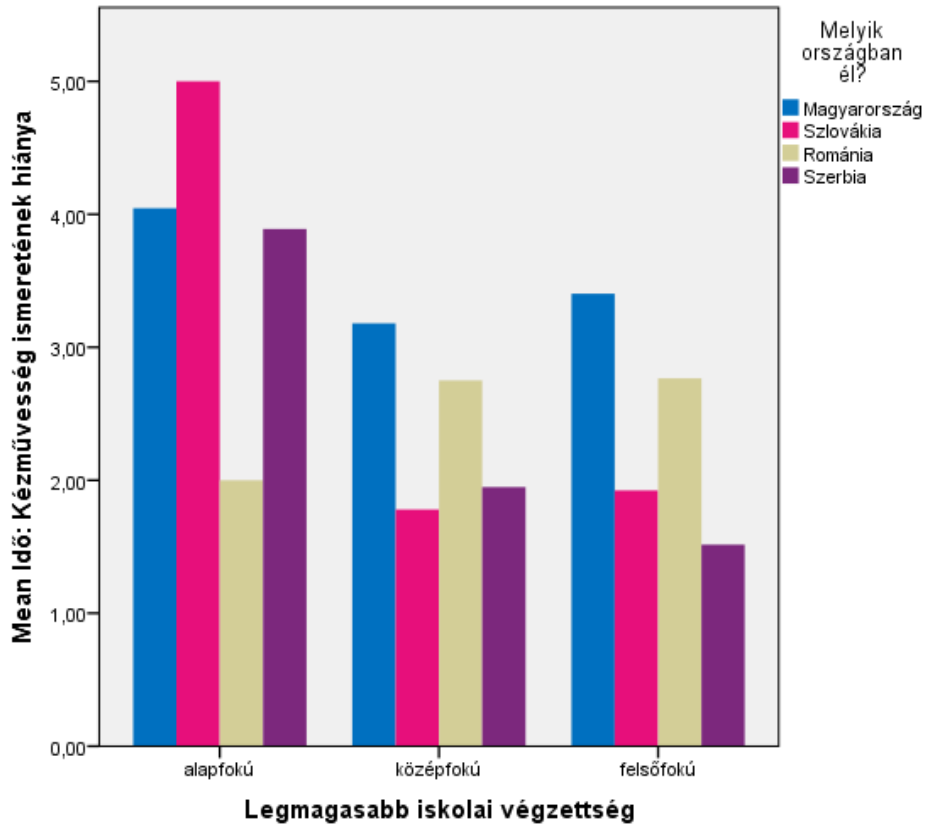
elkötelezettek egyfelől a helyi közösség iránt, másrészt, a különböző identitáselemek mennyire tekinthetők egymás konkurenseinek. A válasz a várakozásunknak és a korábbi vizsgálatoknak megfelelően az, hogy ezek az identitáselemek nem konkurensei egymásnak, inkább egymást erősítik: Nem lehet azt mondani, hogy minél magasabb valaki kötődése a nemzetéhez, annál kevésbé kötődne Európához - vagy épp a helyi közösséghez. Épp ellenkezőleg: minél erősebben kötődik valaki a helyi társadalomhoz, annál inkább mondható, hogy nemzeti érzelmű és európai lenne. Az erre az eredményre vezető korrelációszámítások alapján ugyanis az látszik, hogy valamennyi identitás-elem között szignifikáns és pozitív összefüggés van, sőt, az erős helyi, nemzeti, európai vagy világpolgári identitás azt sem zárja ki, sőt - noha a szignifikáns összefüggés ez esetben csak gyengének számít - még meg is erősíti, hogy valaki önálló, független egyénként tekintsen magára. Megállapíthatjuk azonban, hogy a helyi közösségi identitás legerősebben az erősebb nemzeti identitással függ össze. Ez kutatásunk szempontjából azért lehet érdekes eredmény, mert azt mutatja, hogy a helyi gazdaság, a helyi termékek népszerűsítésére fordított helyi közösségi aktivitás a helyi identitás-erősítésen keresztül a nemzeti identitás erősödését is eredményezi, és fordítva; a kettő tehát nem egymással ellentétesen alakul.

Annak érdekében, hogy társadalmi összetétel szerint is megvizsgáljuk a potenciális aktivitás mértékét a legfontosabb, helyi gazdasággal, helyi termékekkel összefüggő kérdések vonatkozásában, megvizsgáltuk, hogy a válaszadók iskolai végzettsége a különböző országokban milyen összefüggésben áll a szabadidejükből az adott problémák megoldására „felajánlott” időmennyiséggel. A feltételezés ugyanis az lehet, hogy a magas iskolai végzettségű, kedvezőbb társadalmi-kulturális helyzetben lévők azok inkább, akik szívükön viselik a közösség problémáit, és a legtöbb szabadidővel is rendelkeznek ahhoz, hogy hasonló programokat rájuk, mint humánerőre lehessen építeni. Az eredmények azonban nem csupán, hogy nem mutatják ezt a rosszmájúan feltételezett összefüggést, de sok esetben még ellentétes összefüggéseket is láthatunk. Általánosságban azt mondhatjuk: a középfokú végzettségűek számíthatnak a legkevésbé aktívnak, leszámítva Románia esetét, ahol épp ők ajánlották a legtöbb időt mind az agrár-, mind a kézműves, kereskedelmi és vállalkozói ismeretek terjesztése kapcsán. Az eredmények összességében arra utalnak, hogy megfelelő módszerekkel valamennyi társadalmi réteg és csoport aktivizálható a közös ügyek érdekében, és főként a helyi gazdaság megerősítése ügyében, a későbbi programok során tehát komplex módszerek alkalmazása és a közösségek minden tagjának bevonásával lehet elérni a legnagyobb eredményeket.

12. ábra: Agrárismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét)

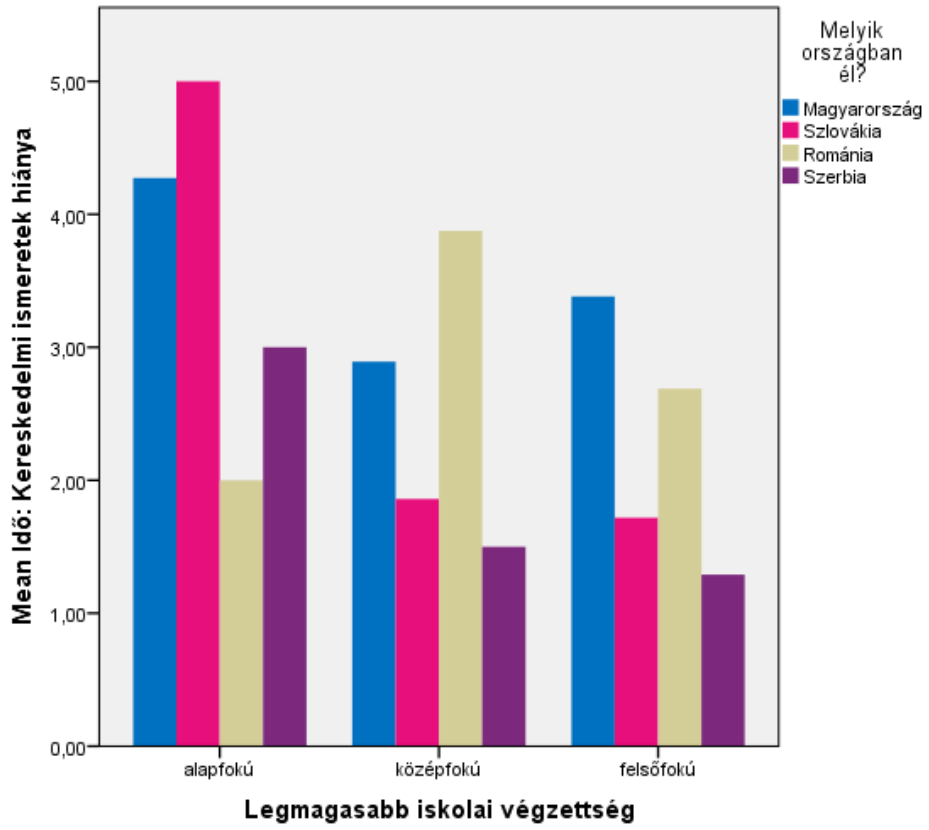


13. ábra: Kézműves ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét)

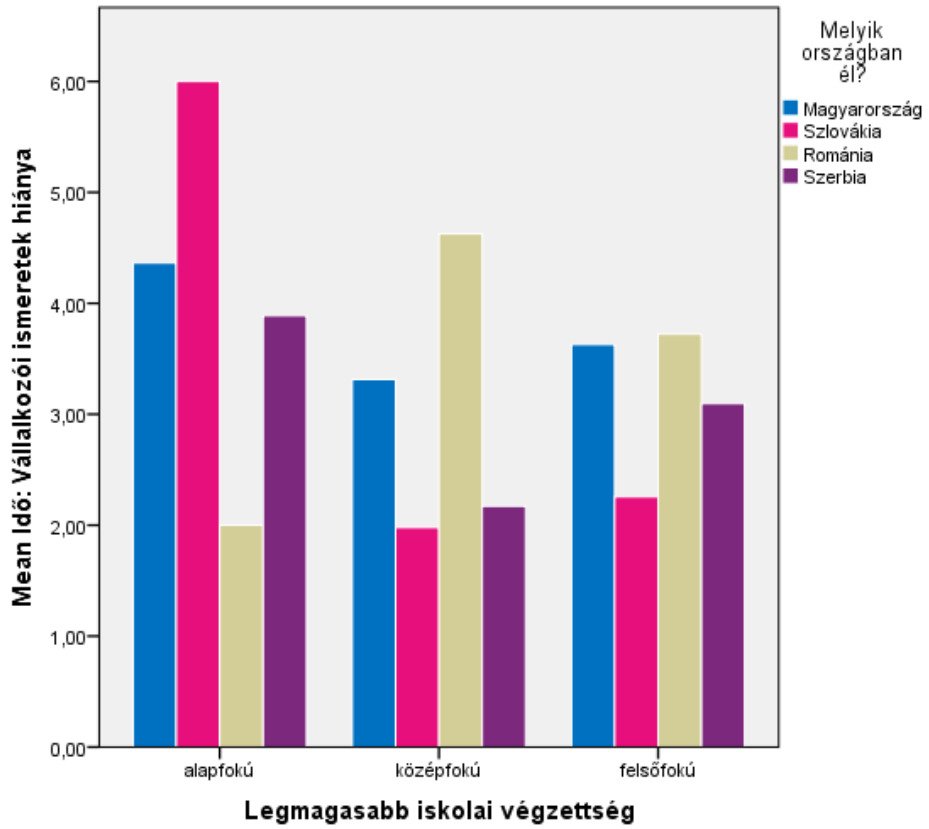


SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

14. ábra: Kereskedelmi ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét)



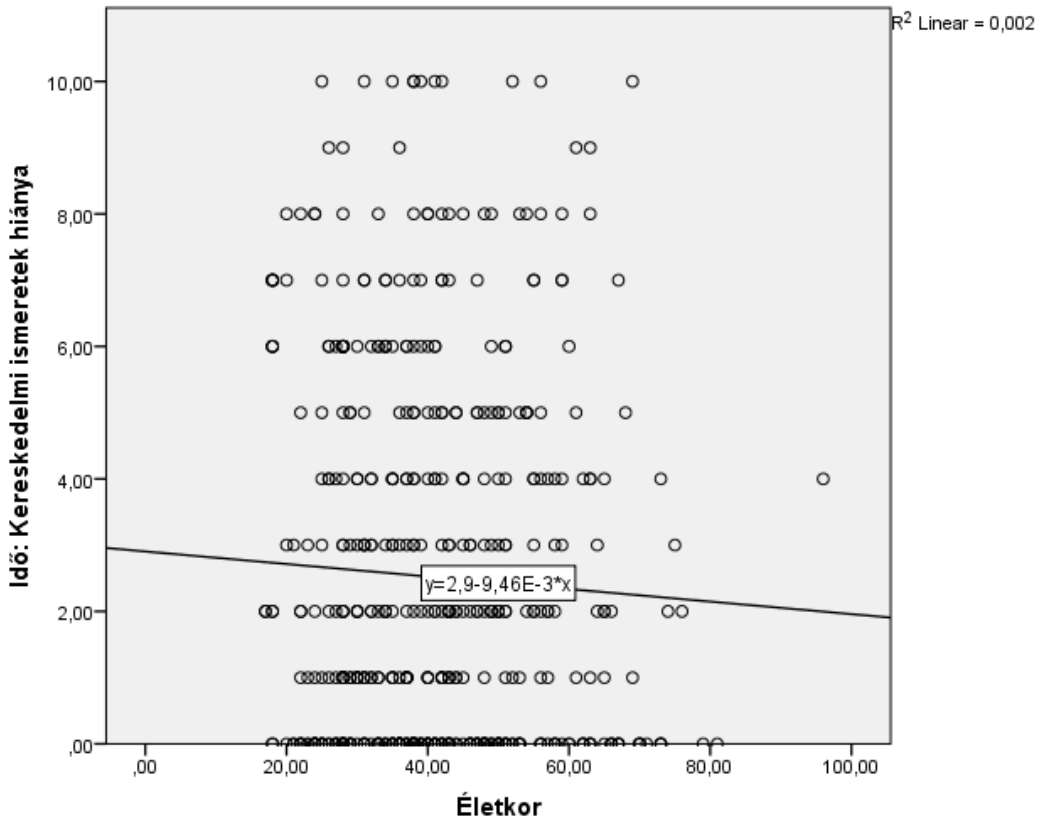
15. ábra: Vállalkozói ismeretek hiányára szánt idő végzettség és nemzetiség szerint (óra/hét)



SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Felmerülhet azonban, hogy az alacsony iskolai végzettségűek aktivitása azért emelkedik ki az átlagból, mert az idősebb korosztályokra jellemző az alacsonyabb iskolai végzettség, és ezzel párhuzamosan a magasabb civil aktivitás is, így az iskolai végzettség „hatása", a társadalmi helyzettől független lelkesedés a közös ügyek iránt inkább csak látszólagos. Nos, az adatok mást mutatnak: ha az életkor függvényében ábrázoljuk a felajánlott időmennyiséget, gyenge és épp ellentétes összefüggést találunk csak (illusztrációként a kereskedelmi ismereteket ábrázoljuk az idő függvényében, de a többi változó kapcsán is nagyon hasonlóak az összefüggések). Azt mondhatjuk tehát, hogy életkortól szinte független a felajánlott időmennyiség, sőt, az életkor növekedésével egyre kevésbé látszanak aktívnak a válaszadók: egy év öregedéssel körülbelül 9,5×10^-3 órával, vagyis fél perccel kevesebbet ajánlottak fel átlagosan a hetükből a válaszadók. Noha az összefüggés nem erős, azt mondhatjuk, hogy életkor tekintetében is érdemes egyenlősítésre törekedni, és mindenféle korcsoport képviselőit megszólítani a helyi termékekkel kapcsolatos fejlesztésekor, hiszen minden életkori csoportból hasonló lelkesedésre számíthatunk, eközben azonban az átlagon felül aktív fiatalokra kiemelt figyelemmel kell lenni.

16. ábra: Az életkor és a kereskedelmi ismeretek hiányára szánt idő összefügg



6. Összefoglalás

Jelen tanulmány egy, a helyi termékek előállításának és forgalmazásának támogatásáról szóló projekt előkészítő tanulmánya. A tanulmányban áttekintettük a helyi mezőgazdasági, kertészeti, valamint kézműves termékek előállításával kapcsolatos elméleti megközelítéseket, a helyi termékek előnyeit és a hazai szabályozási keretrendszert, vagyis a helyi termékekkel kapcsolatos gyakorlati mozgásteret és lehetőségeket. A feltáró jellegű szekunder adatelemzés hiányosságait saját primer empirikus kutatással egészítettük ki, amely kvalitatív és kvantitatív kutatási elemekből állt, s amellyel célunk az volt, hogy szintén feltáró jelleggel képet kapjunk arról, hogy a humánerőforrási oldalról milyen lehetőségek rejtőznek a helyi termékek népszerűsítésével kapcsolatban úgy Magyarországon, mint transznacionális perspektívában a környező országokban (Szlovákiában, Romániában és Szerbiában). Fő kérdésünk az volt, hogy adottnak tekintve, hogy a helyi termékekre megfelelő támogatással megfelelő igény mutatkozik mind termelői mind fogyasztói oldalról és összességében rendkívül előnyös a helyi közösségek és gazdaság számára, milyen helyi, eddig kiaknázatlan humánerőforrások állnak rendelkezésre a „megfelelő támogatás” biztosítására. A kutatás eredményeként az alábbi megállapításokat tettük:

- A helyi gazdaság fogalma sokszor nem kötődik közvetlenül egy adott településhez: A kvalitatív kutatási szakasz egyik megkerülhetetlen eredménye annak a felismerése, hogy a „helyi gazdaság” nem feltétlenül települési gazdaságot jelent, nagyobb települések határain nem nyúlik kívül, ehelyett néhány blokkra-utcára terjed ki, míg kistelepülések esetén túlcsordul a településhatárokon, és néhány falu együttese is alkothatja azt.
- A külső támogatás minden stációban elkerülhetetlen: Fontos megállapítás a kvalitatív munkarészek alapján az is, hogy a helyi gazdaság támogatása nem elképzelhető sem a termelés, sem a forgalmazás támogatása nélkül. Sok esetben nem állnak rendelkezésre helyben azok az ismeretanyagok, amely alapján akár a tradicionális, akár a modern kor igényeit kielégíteni képes termékek megfelelő minőségben volnának előállíthatók. Ugyanakkor az értékesítés hatékonysága még ennél is nagyobb kérdés, hiszen a termelők számára nem adottak azok a kapcsolatok, amelyek a hatékony értékesítéshez, és ezzel önmagában a rendszer gazdasági nyereségességéhez s így fenntarthatóságához nélkülözhetetlen. Az aktuális és potenciális termelők mindkét elemben támogatásra szorulnak.
- Nagy potenciális aktivitás a helyi gazdaságfejlesztés támogatása kapcsán: A survey adatfelvételünk célcsoportját társadalmilag aktív helyi szereplők, főként tág értelemben vett helyi politikusok és civilek képezték. Az ő aktivitásuk rendkívül magas volt, átlagosan akár havi két, sőt akár 3-4 munkanapnyi időt is rászentelnének szabadidejükből a helyi gazdaság egyes problémáinak megoldására. Ezt olyan erőforrásnak tartjuk, ami nagy hatékonysággal becsatornázható lehet a helyi termékekkel foglalkozók támogatására.
- A helyi gazdasággal kapcsolatos problémák csak másodlagosak: Ugyanakkor meg kell állapítani, hogy például a munkaerőpiaci helyzethez képest a helyi termékek erősítése csak másodlagos erősségű problémaként jelennek meg a válaszadók szemében. Azzal ugyanakkor, hogy a helyi gazdaság támogatása közvetetten és közvetlenül is hozzájárulhat a kedvezőtlen munkaerő-piaci helyzet javításához, már szintén egy kulcskérdésnél tartunk, és a helyi gazdaság támogatása a munkaerőpiaci helyzeten való változtatás eszközeként is előlép, nem csupán önmagában vett problémaként, vagy a kereslet problémáinak oldaláról.
- Az aktivitás társadalmi helyzettől független, életkorral enyhén csökken: Megállapítottuk, hogy az iskolázottsági és jövedelmi helyzet érdemben nem

befolyásolja azt, hogy ki mennyi időt szánna egyes problémák megoldására. Hasonló a helyzet az életkor vonatkozásában is, bár itt enyhe, alig releváns csökkenő tendenciát tapasztaltunk. Tanulságként azt szűrhetjük le, hogy valamennyi társadalmi csoport potenciálisan becsatornázható a helyi gazdaság támogatására.

- Nemzetközi különbségek felfedezhetők az aktivitást illetően: Kutatásunk transznacionális perspektívában történt: arra is kíváncsiak voltunk, mennyire egységes a különböző helyi problémák megítélésében, valamint az ezek megoldására szánt idő tekintetében a régió. Összességében azt találtuk mind a kvalitatív (rugalmas kérdezés), mind a kvantitatív munkarészekben (zárt survey), hogy a problémakörök nagyon hasonlóak, noha hangsúlyeltolódások léteznek. Összességében azt találtuk, hogy a Magyarországon élők valamivel még aktívabbnak mutatkoznak az átlagnál a helyi gazdaság támogatására szánt „felajánlott” idejük tekintetében.

SZÉCHENYI 2020
MAGYARORSZÁG KORMÁNYA
Európai Unió
Európai Szociális Alap
BEFEKTETÉS A JÖVŐBE