

A rövid ellátási láncok szerepe és lehetőségei – különös tekintettel a Hajdú-Bihar megyei szerveződésekre

The role and opportunities of short supply chains - with a focus on the organizations of Hajdú-Bihar county

KOVÁCS E.

**Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Alkalmazott Informatika és Logisztika Intézet,
evelin.kovacs@econ.unideb.hu
Debreceni Egyetem**

Absztrakt

Az új vidékfejlesztési gyakorlatok kialakulásának fontos alapja az ellátási láncok újra alkotása. A SFSC-k (Short Food Supply Chain) arra is alkalmasak, hogy megtörjék a hosszú, összetett ipari láncok rendszerét. Az SFSC-k esetében a termelői fogyasztói kapcsolatok „lerövidülnek” és újra definiálódnak. A szakirodalmi feltárást követően arra a következtetésre jutottam, hogy a rövid ellátási láncok napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapnak, hazánkban is egyre több működési forma jelenik meg. A helyi termékek népszerűsítését számos program segítette az utóbbi években. Azt tapasztaltam, hogy a nemzetközi szakirodalom esettanulmány jelleggel mutatja be a REL-ek működését. A tanulmány elsődleges célja az volt, hogy olyan nemzetközi példákat kutassak fel, amelyek összehasonlítási alapot képezhetnek a hazánkban működő, különös tekintettel a Hajdú-Bihar megyei szerveződéseknek. Ezt követően pedig konkrét Hajdú-Bihar megyében működő hálózatokat mutattam be, négy hálózatot sikerült azonosítanom. Végezetül pedig a REL tagok közötti kérdőíves felmérés eredményét taglaltam. Összegezve a válaszadók 80%-a hisz a REL-ek életképességében, gazdaságos működtetésében. A legtöbben az információs technológia fejlesztését jelölték meg, mint fejlesztendő működési terület. A gazdálkodók hajlandóak lennének a termék-előállítás gazdaságossága érdekében erősíteni a közvetlen értékesítést. A termelők 88%-a értékesít helyi, termelői piacokon. Ők alapvetően elégedettek a termelői piac működésével, emellett úgy vélik gazdasági szempontból kielégítő a termelői piacon történő árusítás.

Kulcsszavak: rövid ellátási lánc, rövid élelmiszer lánc, helyi élelmiszer, helyi termék, termelői piac

JEL Kód: Q13

Abstract

An important basis for the development of new rural development practices is the re-creation of supply chains. SFSCs (Short Food Supply Chain) are also capable of breaking the system of long, complex industrial chains. In the case of SFSCs, producer-consumer relations are “shortened” and redefined. After exploring the literature, I came to the conclusion that short supply chains are receiving more and more attention nowadays, and more and more forms of operation are appearing in Hungary as well. The promotion of local products has been helped by a number of programs in recent years. I have found that the international literature presents the operation of RELs in the form of a case study. The primary aim of the study was to search for international examples that can form a basis of comparison for the organizations operating in Hungary, especially in Hajdú-Bihar County. After that, I presented specific networks operating in Hajdú-Bihar county, four networks were identified. Finally, I discussed the results of a questionnaire survey between REL members. In summary, 80% of the respondents believe in the viability and economical operation of RELs. Most identified the development of information technology as an area of operation to be developed. Farmers would be willing to strengthen direct sales in order to



make product production economical. 88% of producers sell in local, producer markets. They are basically satisfied with the functioning of the producer market and also consider it economically satisfactory to sell on the producer market.

Keywords: short supply chain, short food supply chain, local food, local product, producer market,

JEL Code: Q13

Bevezetés

Az elmúlt években tanúi lehettünk a mezőgazdasági áruk piacán történő dinamikus fellendülésnek, új formák megjelenésének. Az „új” vagy „alternatív” élelmiszer-ellátási láncok létrehozása, működtetése és fejlődése az új vidékfejlesztési minták egyik legfontosabb dimenziója. Az élelmiszerpiacok egyre differenciáltabbak a társadalmilag felépített élelmiszer-minőségi kritériumok alapján, ami új minőségi-élelmiszer-piacok megjelenését eredményezi. Az élelmiszerlánc-dimenzió kulcsfontosságú elemmé vált, amely lehetővé teszi számunkra a vidékfejlesztés új mintáinak megértését (Marsden et al. 2000), hogy az ezek befolyásolására tervezett jövőbeli politikák jelentős építő köve lehessen. A jövőre nézve az élelmiszer-ellátási láncok vidékfejlesztésben betöltött szerepének teljesebb megértéséhez rá kell világítanunk a kialakulóban lévő alternatív élelmiszer-hálózatok gyakorlatára, megvizsgálva, hogy ezek miként épülnek fel, formálódnak és reprodukálódnak (Renting H et al. 2003). Az alternatív élelmiszer-hálózatok (AFN) kifejezést tág fogalomként használjuk, ami kiterjed a termelők, a fogyasztók és az egyéb szereplők újonnan megjelenő hálózataira, melyek az élelmiszer-ellátás sztenderdizált ipari módjának új alternatíváit testesítik meg (Renting H et al. 2003). Az új élelmiszerláncok megjelenését úgy kell értelmezni, mint alapvető változások az agrár-élelmiszer ágazat különböző kapcsolódási pontjai mentén (Aguglia et al. 2009). Az élelmiszerlánc jövőbeni alakulása nagymértékben függ az élelmiszeráramlások kapacitásától (Cicia et al. 2011). Az agrár-élelmiszerlánc termelői oldaláról az új élelmiszer-ellátási láncok megjelenését a gazdálkodások jövedelmére gyakorolt folyamatos és fokozott nyomás fényében kell megvizsgálni. A mezőgazdaság korszerűsítésére tett törekvés sajátos gazdasági formát öltött, amely fenntartotta a gazdálkodások jövedelmét azáltal, hogy növeli a teljes termelési mennyiséget, és ezzel egyidejűleg növeli a termelés műszaki hatékonyságát. Számos okból kifolyólag ez a valaha olyan sikeres modell a 20. század végére elérte határait. A teljes termelési mennyiséget a továbbiakban nem lehetett növelni a piacok telítettsége, az élelmiszeripar nem mezőgazdasági alapanyagokból történő beszerzései lehetőségek bővülése és a feleslegek világpiaci „dömpingjével” szemben növekvő ellenállás miatt (Galli, 2013). Ugyanakkor a termelési költségek drámai módon megnövekedtek. Ez részben annak a nyomásnak köszönhető, hogy a gazdaságoknak folyamatosan új technológiákba kell fektetniük, hogy ne veszítsék el a versenyt a legalacsonyabb termelési költségekért cserébe.

Az új vidékfejlesztési gyakorlatok kialakulásának fontos alapja az ellátási láncok újra alkotása. A SFSC-k (Short Food Supply Chain) arra is alkalmasak lehetnek, hogy kitörjenek a hosszú, összetett ipari láncok rendszeréből és ne ipari üzemmódban működjenek. Az SFSC-k esetében a termelői fogyasztói kapcsolatok „lerövidülnek” és újra definiálódnak. Az SFSC-k fontos szereplők az élelmiszer-termelés és a helyi termelés közötti kapcsolatok lerövidítésében, ezáltal elősegítve a gazdálkodásnak a környezetvédelmi szempontból fenntarthatóbb termelési módokhoz való visszatérését. Az Európai Bizottság definíciója értelmében a helyben előállított élelmiszer megvásárlása határozottan támogatja a fenntarthatóságot azzal, ahogyan csökkenti a szállítási költséget a termelő részéről, úgy csökkenti a széndioxid kibocsátást, mérsékeli a vidéki utak elhasználódását, a forgalmi torlódásokat és a közúti baleseteket (Agrishort). Az SFSC váratlan megjelenése azt mutatja, hogy sürgősen szükség van a piacok társadalmi felépítésének jobb megfogalmazására. A neoklasszikus közgazdaságtanban a piac a társadalmi kívülálló dolognak tűnik, és úgy tartják, hogy kimenetele szigorú logika vagy egy ún. „láthatatlan kéz” alapján alakul. Az új élelmiszerpiacok megjelenése azt jelzi, hogy az SFSC-k nem valamiféle külső, megfoghatatlan „szabad piac” eredményei. Ezek a piacok az agrár-élelmiszerlánc különböző szereplőinek, például a mezőgazdasági termelőknek, az élelmiszer-feldolgozóknak, a nagykereskedőknek, a kiskereskedőknek és a fogyasztóknak az aktív hálózatai. Az élelmiszerpiacok fejlődésének megértéséhez szükséges feltárni az agrár-élelmiszerlánc különböző szereplői közötti

társadalmi interakciók mintáit, és elemezni, hogy az ellátási láncok hogyan épülnek fel, mint ezeknek a szereplők egymásra épülő működésének eredménye.

1. A REL működtetése hazánkban

1.1 Az elmúlt évek törekvései

A magyar agrárium jövőjét tekintve különösen fontos, hogy a Vidékfejlesztési Program forrásai minél hatékonyabban kerüljenek felhasználásra. A Vidékfejlesztési Program (2014-2020) 2015-ben megjelent kiadványa alapján a prioritásokat szem előtt tartva számos lehetőséget biztosított az agrártársadalom szereplői, valamint a vidéki térségben működő szervezetek és az ott élők számára. Külön tematikus alprogram került kidolgozásra a REL együttműködések számára. A Program a következőképpen definiálta a rövid ellátási láncokat: „A rövid ellátási lánc egy olyan együttműködés, amely mezőgazdasági termelők együtt működésében olyan új, vagy továbbfejlesztett, maximum egy közvetítőt beiktató értékesítési formát dolgoz ki és működtet, amely a tagok rendszeres értékesítési formájává válik.” A Vidékfejlesztési Program többlépcsős támogatási rendszert alakított ki. Az első lépcső a közvetlen piacra jutás érdekében, vagy már meglévő közös értékesítési csatornák fejlesztése céljából került kidolgozásra. A második lépcső a már kidolgozásra került üzleti terv szerinti megvalósítás céljából. Támogatásban részesült a projekt kidolgozásáért, megvalósításáért felelős csoport, vállalkozások tagjai, akik részt vettek a projektterv végrehajtásához kapcsolódó tevékenységekben, a szükséges új vagy használt berendezések gépek, védjegyek, infokommunikációs eszközök beszerzésében. A pályázat feltétele volt továbbá, hogy új, még el nem indult projekt legyen, valamint a termelők és a fogyasztók között maximum egy közvetítő szereplő lehet. A vissza nem térítendő támogatással piacszervezői gyakorlatra tehetek szert a vállalkozók, továbbá a projekt által a termelők jövedelmezősége, költséghatékonysága az elvárt (Vidékfejlesztési Program, 2015).

1.2 Milyen források várhatóak a jövőben?

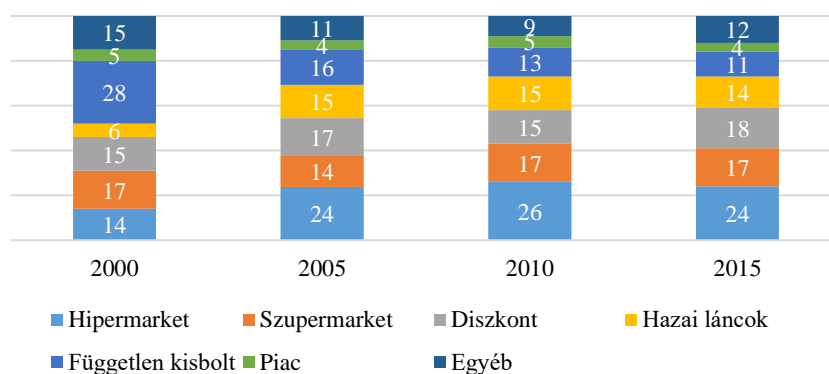
A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara összefoglalója alapján az előttünk álló évtized történelmi jelentőségű lehet az agráriumot illetően. A Közös Agrárpolitika (KAP) vidékfejlesztési pillérén keresztül, mintegy 4 265 milliárd forintot fordít majd a kormány a magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar fejlesztésére. A következő évtized egyik legfontosabb feladata a vidéki térségek fejlesztése és az ott élők életminőségének javítása, hogy a fiatalok számára is vonzó legyen a vidéki élet és a vidéken elérhető munkahelyek. Nagyságrendileg a korábbi időszak (2014-2020) uniós vidékfejlesztési források mindegy háromszorosa áll majd rendelkezésre a Vidékfejlesztési Program keretösszegét tekintve. Jelentősen növekedést mutat a nemzeti társfinanszírozás mértéke a vidékfejlesztési pilléren belül. Emellett a jövedelempótló támogatások is segítik a hazai mezőgazdasági ágazat szereplőit mintegy 3 272 milliárd forintnyi 100 százalékban uniós forrásból, így összesen 7 537 milliárd forint támogatás érkezik a magyar vidék fejlesztésére (Parlament, 2018). Az elmúlt tíz év a magyar föld és a magyar vidék megerősítéséről szólt, elindult a Magyar Falu program, megjelent a falusi családi otthonteremtési kedvezmény. A következő években viszont a jelentős forrásnövekedésnek köszönhetően folytatódik a vidék, a falvak és kisvárosok infrastruktúrájának megújítása valamint a közösségekre épülő Magyarország építése (NAK, 2021).

1.3 Az SFSC-k dimenziói

Az első dimenzió szerint a fogyasztók közvetlenül a gyártótól vagy a feldolgozótól vásárolnak termékeket, és a hitelesség és a bizalom a személyes interakció által alakul ki. Ez a kategória nagyjából egybeesik a közvetlen értékesítés szűk meghatározásával, mint például az út menti értékesítés, „szedd magad”, termelői piacok vagy termelői üzletek. A marketingkonceptiók, például a ládában kiszállítás, a postai küldemények és a házhozszállítások némi lehetőségeket kínálnak az SFSC ezen formájának kiterjesztésére, de ezek általában az egyes gazdálkodásokra korlátozódnak. Az SFSC második kategóriája kiterjed a személyes interakción túlra, és a tágabb környezetünkben meglévő kapcsolatokra épül. Egyértelmű, hogy az időn és téren átnyúló SFSC-k esetében, sokkal komplexebb egységes

megállapodás szükséges. A leggyakoribb az együttműködés a termelők között, akik a gazdaságok boltjain keresztül cserélnék terméket, így szélesítve a termék palettájukat. Ezek a kapcsolatok nagyrészt a térbeli közelségen alapulnak, ahol az előállított termékek az előállítás helyén kerülnek eladásra, és ezzel a fogyasztók is tisztában vannak, hogy az adott kiskereskedelmi helyen helyi termelők termékeit tudja megvásárolni. A közvetlen SFSC-k gyakran tartalmaznak élelmiszerellátási lánc közvetítőket, akik átveszik a szerepet, a termékek hitelességének biztosításában. Például: a helyi boltok, éttermek, de olyan specializálódott viszonteladók is, akik teljes kiőrlésű vagy diétás termékeket értékesítenek, ők nagy szerepet játszanak a biotermékek marketingjében. A globalizált kereskedelem és piaci koncentráció eredménye, hogy a legnagyobb piaci részesedéssel a modern kiskereskedelmi egységek rendelkeznek (1. ábra) – hipermarketek, szupermarketek, diszkontok - melyek jellemzően globális ellátási láncokhoz kapcsolódnak (GfK, 2016).

A kereskedelmi csatornák részesedése a napi fogyasztási cikkek forgalmazott értékéből (2000-2015)



1. ábra: A kereskedelmi csatornák részesedése a napi fogyasztási cikkek forgalmazott értékéből (2000-2015)

Figure 1: The share of commercial channels in the marketed value of daily consumer goods

Forrás: Saját szerkesztés GfK (2016) alapján, 2021

A harmadik kategória tovább bővíti az SFSC-k elérési lehetőségét a kiterjesztett kapcsolattal, mind időben mind téren keresztül. Itt már a termékek a régió kívüli vevőknek kerülnek eladásra, akiknek talán nincs személyes tapasztalatuk a helyi kultúrával. Sok esetben a termékeket exportálják a régióból a nemzetközi piacra, de számos kiterjesztett SFSC akár az egész bolygót átívelheti. Ezekre jó példa erre egy regionális termék, mint például a bor. Ezek esetében kiemelten fontos a termékek címkéje, ami fontos információkat tartalmaz az előállítás helyéről, ezzel differenciálva magát más (EU Rural review 2012). Számos szervezeti szempont van, ami nagyobb figyelmet igényel azáltal, hogy bővül az SFSC-k köre. A növekedés sokak számára jelent kihívást. Több összetettebb és kiterjesztett SFSC-k különböző értékesítési csatornákkal nagyobb számú fogyasztó jelzi a növekedés folyamatán keresztül, hogy erőfeszítésekre van szükség a kommunikációban. Törekedni kell az egyes SFSC-k optimális méretének megtalálására, amely még mindig gazdaságos, emellett fenntartja a társadalmi közelséget a fogyasztókkal. Gyakran ezt a méretet a rendelkezésre álló pénzügyi források vagy az emberi erőforrások is meghatározzák. Ez azt mutatja, hogy az SFSC vállalkozások további növekedése nem egyszerű lineáris folyamat. Néhány SFSC úgy döntött, hogy tovább növekszik, több értékesítési csatornával (beleértve a közbeszerzéseket is), amelyet a nagyobb kommunikáció támogat. Míg más SFSC-k úgy döntöttek, hogy nem növekednek tovább, vagy csak a minőségre helyezik a fókuszot. Nagyobb mennyiség és több vásárló helyett a termelés diverzifikálása vagy a gazdaság feldolgozása révén fognak nagyobb hozzáadott értéket előállítani. Gyakran keresik és fokozzák az együttműködést más helyi gazdálkodókkal, ami jobb specializálódást és az ellátás diverzifikálását teszi lehetővé más termékekkel (Foodlinks, 2015).

1.4 A REL működési formái hazánkban

A rövid ellátási láncok működésének legismertebb formáit a 2. ábra szemlélteti. Magyarországon jelenleg a hagyományos formák a legelterjedtebbek, a modern, újszerű formák esetében azt lehet mondani jelentősen elmaradott a lehetőségekhez mérten. Az 1. REL típus a közvetítőn keresztül értékesítést fed le, vagyis a Termelőtől a termék egyenesen a feldolgozóhoz kerül, ilyen lehet például egy tejfeldolgozó vállalkozás, aki a környező kistermelőktől vásárolja fel a nyers tejet, majd a saját kisboltjában adja el a terméket. Ennek modern formája, ha a közvetítő szerepet valamilyen vendéglátó egység, közintézmény vagy valamely kiskereskedő látja el. Egyre több kistermelő terméke jelenik meg a kisboltok pocain. A vidékfejlesztés szempontjából kiemelkedően fontos a helyi termelők bevonása a közétkeztetésbe vagy a vendéglátásba. Hazánkban is például a Balaton környékén termelők nagyon fontos beszállítói az környéken működő éttermeknek (Balaton, 2021). A második csoport a házhoz történő értékesítés. A szó szerint vett házaló értékesítés már kevésbé jellemző hazánkban, helyette megjelentek az úgynevezett mozgó boltok. A mozgó boltok lényege, hogy a jármű heti rendszerességgel értékcsillapítja a környező települések valamelyikén, vagyis csak bizonyos napokon elérhető az adott településen. A zöldség- és gyümölcsfélék mellett tej, tejtermékek, pék termékek házhoz szállítása is komoly lehetőséget és a vásárló számára kényelmes megoldást jelent. Újszerű formája a házhozszállítás, ami a mai világban megkerülhetetlen, illetve ezen belül is az egyik lehetőség a doboz rendszer, ami abban különbözik a közösség által támogatott mezőgazdaságtól, hogy a vásárlók a terméket fix áron kapják, meghatározott időközönként (Pearson, 2011). A harmadik REL típus az úgynevezett nyitott gazdaság. A gazda udvaráról való vásárlás az egyik legáltalánosabb formája, viszont egyre népszerűbbek az úgynevezett „Szedd magad!” akciók. Az ország számos pontján találkozhatunk akciókkal, a www.szeddlemagad.hu weboldalon tudunk tájékozódni az egyes fajtákat illetően, mikor hol lehet szedni, a fajták pontos leírása mellett a termelők pontos elérhetőségét is megtaláljuk. Több szempontból is előnyös ez a vásárlási forma. A gazda a saját területén fogadja a vásárlókat, ahol maguk szüretelhetik le a friss gyümölcsöt, zöldséget. A termelő oldaláról nézve munkaerőt spórol meg valamint betakarítási, szárítási, szállítási költségek alól mentesül, a vásárló szemszögéből is számos előnnyel járhat, egy élménnyel lehet gazdagabb, láthatják, hogy milyen környezetből kerül a termék az asztalukra, emellett általában olcsóbban jutnak a termékekhez, mint ha áruházban vásárolták volna meg és személyes interakció is megvalósulhat a termelő és a fogyasztó között. A közösség által támogatott mezőgazdaság Európa számos országában működik, Magyarországon ugyan még nem kiforrott a rendszer, de működnek ilyen közösség által támogatott rendszerek (community-supported agriculture, CSA) hazánkban is (CSA, 2021). A termelők és fogyasztók hosszú távú együttműködését, partnerségét jelenti. A vásárlókat szerződés köti, hogy előre meghatározott időpontban, vagy időközönként a befizetett összeg ellenében úgynevezett egységcsomagot kapnak a termelőtől (Luda, 2012). Ez a kapcsolat termelő és fogyasztó között nagyfokú bizalmat eredményez. A negyedik REL típus az értékesítési pontokon történő értékesítést foglalja magába. A helyi piacok és termelői piacok az egyik legjobb megoldást jelentik a közvetlen értékesítésre. A piacok esetében a termelő egy adott helyszínre adott napon ütemezi az árusítást, a vásárló pedig egy azon helyen megtalálja a számára szükséges termékeket. A termelői piacok ma már közösségi térként is funkcionálnak, nagyon fontos szerepe van abban, hogy a fogyasztók és termelők között személyes ismeretség alakuljon ki, ami a bizalom kiépítésének az első lépcsője. A termelői boltok abban különböznek a kisboltoktól, hogy itt csak és kizárólag a helyben megtermelt és előállított élelmiszerek kerülhetnek forgalmazásra. Több termelő összefogásával alakulnak meg azok a közösségek, akik az eladás, értékesítés fejlesztése gyanánt hajlandóak kereskedelmi egységek kialakításába fektetni. Ezzel időt spórolnak maguknak és a vevő számára is mivel így többféle terméket is be tud szerezni egy helyen. Fontos megjegyezni, hogy a helyi termékeket árusító boltokban, nem csak mezőgazdasági termékek kaphatóak, hanem kézműves, kisipari termékeket is forgalmaznak. Térségünkben Debrecen városában működő Nánási portékabolt tökéletes példa, ahol a környékbeli termelők, köztük 15 hajdúnánási termelő kézműves és minőségi terméke kaphatók. Külföldön már elterjedt az élelmiszerautomaták felállítása, hazánkban még csak szórványosan találhatóak ilyen automaták. Az automata egyrészt a munkaerőhiányt hivatott pótolni, továbbá a nyitvatartási idők sem befolyásolják a vásárlást, ugyanis éjjel-nappal nyitva vannak, ezáltal a csúcsidekban történő vásárlás is sokkal rugalmasabb lehet (Vidékefejlesztési kézikönyv, 2015).



2. ábra: A REL működési formái

Figure 2: Forms of Short Supply Chain operation

Forrás: Saját szerkesztés Vidékfejlesztési Program 2014-2020 alapján, 2021

2. Anyag és módszer

Az tanulmány célja, hogy alapvetően feltérképezze a rövid ellátási láncok működését, képet adjon az alternatív hazai rendszerek jelenéről és jövőjéről. A hazai és nemzetközi szakirodalom feltárása megerősített abban, hogy a rövid ellátási láncok egyre nagyobb figyelmet kapnak napjainkban. Bár a hazai szakirodalomban viszonylag korlátozott számban találunk releváns forrást, inkább nemzetközi cikkekre, tanulmányokra hivatkozok. Az elsődleges céloom tehát, hogy olyan nemzetközi példákat kutassak fel, amelyek összehasonlítási alapot képeznek a Hajdú-Bihar megyei szerveződések vizsgálatához. A tanulmányt a következők szerint építettem fel. Először röviden a rövid élelmiszerláncok megjelenését, jövőbeni szerepét, fenntarthatóságát taglalom. Néhány sor erejéig taglalom, melyek voltak az elmúlt évek törekvései és milyen lehetőségek, források állnak rendelkezésre a jövőben a rövid ellátási láncokat illetően. Ezt követően ismertetem az eredményeket. Először a nemzetközi esettanulmányokat, majd a Hajdú-Bihar megyében működő rövid ellátási lánc hálózatokat mutatom be, végezetül pedig a kérdőíves felmérés alapján vonom le következtetéseimet.

A primer kutatás egy kérdőíves vizsgálaton alapul, amelyet a négy város (Debrecen-Józsa, Hajdúszoboszló, Hajdúnánás, Hajdúböszörmény) termelői piacán árusítók töltöttek ki. A kutatást 2020 őszén végeztem. Mivel a pandémia időszakában végeztem a felmérést, így a helyzetre tekintettel elkészítettem a kérdőív elektronikus változatát, ha valakit nem érek el személyesen, online felületen is legyen lehetőség a kérdőív kitöltésére. A piacok kiválasztása során a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara oldalán található „Helyi termelői piac” (NAK) keresőt használtam. A kérdőív alapjául nemzetközi vizsgálatok és tanulmányok szolgáltak. A személyes megkeresésnek köszönhetően a válaszadási hajlandóság 100% volt, így összesen 24 szakértői vélemény alapján készítettem el az adatbázist, melyet egyszerű statisztikai módszerekkel, valamint SPSS statisztikai program segítségével értékeltem.

3. Eredmények

A szakirodalmi feltárást követően arra következtetésre jutottam, hogy a rövid ellátási láncok napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapnak, hazánkban is egyre több működési forma jelenik meg. A helyi termékek népszerűsítését számos program segítette az utóbbi években, melynek a Rövid ellátási láncok adtak keretet. Azt tapasztaltam, hogy REL-ek földrajzi lehatárolása nem egyértelmű, a nemzetközi szakirodalom is esettanulmány jelleggel mutatja be az egyes REL-ek működését. A tanulmány elsődleges célja, hogy olyan nemzetközi példákat kutassak fel, amelyek összehasonlítási alapot jelenthetnek a hazánkban működő hálózatoknak, különös tekintettel a Hajdú-Bihar megyei szerveződéseknek. Ezt követően a hazai példák, konkrét Hajdú-Bihar megyei hálózatok bemutatása következik.

3.1 Nemzetközi példák

Az oroszországi Szentpéterváron működik egy online termelői bolt, ahol mezőgazdasági termelők árulják portékáikat. A LavkaLavka oldal fő szlogenje „Támogassa a helyi gazdát!”. A weboldal fő küldetése tehát, hogy a mezőgazdasági termelőktől felvásárolja a termékeket, és mint közvetítő eljuttassa a szentpétervári fogyasztókhoz. Mára már Moszkvában, Kalinyingrádban és Kijevben is működtetnek üzletet. De az online értékesítés mellett számos más projekttel is foglalkoznak, például a szentpétervári központban 2011-től saját veteményeskertet működtetnek, ahol árusító bódékat állítottak fel, ahol közvetlenül vásárolhatnak a fogyasztók, továbbá a termelők összefogásban gyorséttermet, Snack-bárt is működtetnek, ahol a szezonális termékekből készítik a fogásokat. Az éttermek továbbá mesterkurzusoknak, magánrendezvényeknek is otthont ad. A LavkaLavka saját biotermékeket is fejleszt. A termelők munkáját szigorúan ellenőrizve tartja fent a minőséget, szigorúan látogatják a gazdaságokat, ellenőrzik a termékek minőségét. Az elmúlt évek során megduplázódott a csatlakozó gazdaságok száma (LavkaLavka; Foodlinks, 2015). Hollandiában 22 mezőgazdasági termelő alkotja az „Oregional” termelői szövetkezetet. A 22 termelőn túl 5 igazgatósági taggal, menedzserrel, marketing-, kommunikációs szakemberrel, termék- és piacfejlesztővel, sofőrrel és logisztikai menedzserrel dolgoznak együtt. Nijmegen városának 50 kilométeres körzetét ölelik fel a termelők. Az Oregional tagjainak termékeit közvetlenül a régió vendéglátóhelyeinek, gondozási intézeteinek, éttermeinek és üzleteinek adja el. 2012-ben elindították a webshopot, ahol gyümölcs- és gyümölcsládákat, valamint regionális termékek széles választékát tartalmazó dobozokat árulnak. A termékeket az adott termelési régióban értékesítik, ezzel is tudatosítják a fogyasztókban a termék „helyi” jellegét. Körülbelül 9 étterembe és 4 intézménybe szállítanak. A zöldség, gyümölcs mellett tejtermékeket (vajtej, joghurt, puding, tej, sajt), baromfi-, borjú-, sertés- és marhahúst is beszállítanak (Foodlinks, 2015). Franciaországban a Brin d’Herbe egy 20 termelőből álló egyesület, akik biotermékeiket értékesítik Rennes külvárosának kettő üzletében is. A fő termékek: a hús (több mint 60%), gyümölcs és zöldség, péksütemények, tejtermékek, sajtok, tojás, méz, almabor. Üzleteik forgalma meghaladja az 1 000 vásárlót úgy, hogy a hét minden napján nyitva tart. Egyesületként működnek, ami lehetővé teszi számukra az identitásuk megőrzését és a fogyasztókkal szembeni autonómiát és egyúttal meghatározni a koordinációit is közösségen belül. Általában egy termelő mindig jelen van az üzletben, mindegyikük egy hét egy napját a boltban szenteli, ezzel is erősítve a bizalmat a fogyasztókban. A termékek vonalkódjából kiolvasható a termelő, így a blokkon vagy a számlán is minden felsorolt termék mellett van egy kód, amely a termelőt jelöli. Vannak termelők, akik termékeik 90%-át értékesítik az üzletben. A termékek az üzletek polcain nem a Brin d’Herbe tulajdonát képezik, hanem a termelők tulajdonát. Minden egyes termelő maga felelős azért, hogy a saját termékeit az üzletbe szállítsa. További 50 társult gazdaságból származó árut értékesítenek, de azokat csak kiskereskedelmi célból, ám azoknak a termelőknek is meg kell felelni a szigorú minőségi előírásoknak. Úgy döntöttek, hogy nem terjeszkednek tovább, bár van növekedési potenciál. Úgy gondolják, hogy 20 gazdaság megfelelő méretű az együttműködéshez (Foodlinks, 2015). Svájcban Zürichtől mintegy 20 km-re található Uster város határában működik egy innovatív tejtermelő farm. A Birkenhof tejüzemet egy úttörő innovatív gazdacsalád üzemelteti. Ők és még másik kettő közeli szomszédságban működő nem ökológiai szintén tejtermelő gazdaság működnek szövetkezetként. A Birkenhof tejüzemben naponta körülbelül 1 200 liter tejet dolgoznak föl, ami a saját gazdaságból és még három szomszédos gazdaságból származik. A fő

termékek a gazdaságban készülnek: friss sajtok, joghurtok (sima és gyümölcsös), tejszín és pasztörözött friss tej. A Birkenhof farm kevés saját járművel rendelkezik, ezért előfordul, hogy magánszemélyeknek is részt vesznek a szállításban, szaküzletek, szociális intézmények, éttermek, idős emberek számára. Az alapítók fő célja a gazdaságokban és a helyi régióban a magas hozzáadott érték fenntartása volt. Az elsődleges cél tehát a közeli régió ügyfeleinek kiszolgálása is. A Birkenhof szoros kapcsolatban áll a termelőkkel és a fogyasztókkal egyaránt. Megpróbálnak tisztességes árat meghatározni mind az üzletek mind pedig a fogyasztók számára. Valójában a kezdeményezés erőssége a hitelesség, hogy a helyi orientációval is széles választékot kínálnak, ezért is olyan magas a törzsvásárlók aránya. A tejtermékek széles választéka mellett más termékeket is szállítanak, egyes intézmények és üzletek igényei szerint. Ma már online felületen is értékesítik termékeiket. A vendéglátóhelyek, intézmények, étkezdék és üzletek megrendeléseit heti rendszerességgel érkeznek. A közvetlenül a fogyasztóknak történő értékesítés aránya kevesebb, mint 10%. Működtetnek továbbá egy farmboltot, amely heti kettő nap tart nyitva. A Birkenhof tejüzem nagyon innovatív a termékfejlesztés és a szolgáltatások terén, pl. speciális fondü keverékek vagy új típusú lágy sajtok készítésével. A termékek az „Uster plus” helyi élelmiszer-kezdeményezés logóját is viselik. A Uster plus egyesület már 20 éves múltra tekint vissza. Az egyesületet néhány termelő és fogyasztó alapította. Alapvető céljuk az volt, hogy a honlapon megtalálható termelők, a kereskedők és a fogyasztók összefogását, valamint a helyi termékek és speciális szolgáltatások előállítását, feldolgozásának és marketingjének elősegítsék (Birkenhof; Foodlinks, 2015). Spanyolországban 2007-ben indult el az Ugalur gazdaszövetségek által megalakult kezdeményezés Alava tartományban. Az Ugalur azzal a céllal jött létre, hogy új piacot kínáljon azoknak az állattartó telepeknek, amelyek saját termékeiket akarják forgalmazni, ezzel lerövidítve a marketingcsatornákat, elkerülve a közvetítőket, és törekedve a termelő és a fogyasztó közvetlen kapcsolatára. Ennek a kezdeményezésnek az a célja, hogy felkeltse a helyi gazdálkodók érdeklődését az SFSC iránt. Az Ugalur csak az UAGA szakszervezethez tartozó gazdaságokból áll. Az Ugalur tagjai egy boltot keresztül adják el a termékeiket közvetlenül a fogyasztóknak, emellett van egy webshop is. Számos rendezvényen részt vesznek és a környező városokban, falvakban megrendezett szabadtéri helyi piacokon is árusítanak. Részt vettek egy közbeszerzési programban és elkezdtek együttműködni néhány kis élelmiszer-üzlettel, bárral és étteremmel, hogy bemutassák a helyi termékeket. A weboldal szerint mára már mintegy 1 700 kapcsolt gazdasága van, többnyire kis és közepes családi gazdaságok. Az értékesített termékek típusa: szezonális zöldségek és gyümölcsök, burgonya, hüvelyesek, hús (marhahús, bárány és ló), tejtermékek, bor, olívaolaj. (Ugalur; Foodlinks, 2015).

3.2 Hajdú-Bihar megyei szerveződések

Ahhoz, hogy le tudjam határolni a Hajdú-Bihar megyében működő Rövid ellátási lánc hálózatokat, a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara oldalán található „Helyi termelői piac” (NAK) keresőt használtam, ugyanis az általam megkérdezettek több mint 80%-a értékesít valamely termelői piacon. Így végezetül a Debrecen-Józsán, Hajdúszoboszlón, Hajdúnánáson és Hajdúböszörményben működő termelői piacokat vettem górcső alá.

A Debrecen-Józsán 2012 nyarán indított termelői piac rövid időn belül kinőtte magát, és már a szezonban bővítették egy fedett piaccsarnokkal, ami télen fűtött, nyáron klimatizált. Mind az eladók, mind pedig a vásárlók kultúrált környezetben árusíthatnak, vásárolhatnak. A piaccsarnok elsősorban östermelői minőségi magyar termékeket kínál, amelyek addig nem voltak elérhetőek a Józsapark piacán. Felsorakoztatott termékek köre: Aszalványok, baromfi (szabadtartásban), csípős paprika, dióbél, füstölt húskészítmények, fűszerek, fűszerkeverékek, gyümölcsök, kekszek, lekvárok, őszibarack, paprika, paradicsom, szörpök, tojás, uborka, zöldségfélék. A tervek szerint egy héten egyszer, szombat délelőtti nyitvatartással működött volna a piac, a gyakorlatban viszont vannak olyan termelők, akik a hét minden napján értékesítik portékáikat a piacon. A hálózathoz csatlakozott termelők száma a százat is meghaladja, nagy számban vannak jelen kizárólag szezonális terméket kínáló, így a tapasztalatok alapján a téli hónapokban alacsonyabb létszámmal vannak jelen a termelők a piacon. A Termelői piaccal járó menedzsment feladatok egy kézben összpontosulnak, tehát egy személy tartja kézben a piac működését és végzi a termelők koordinálását (Józsanet.).

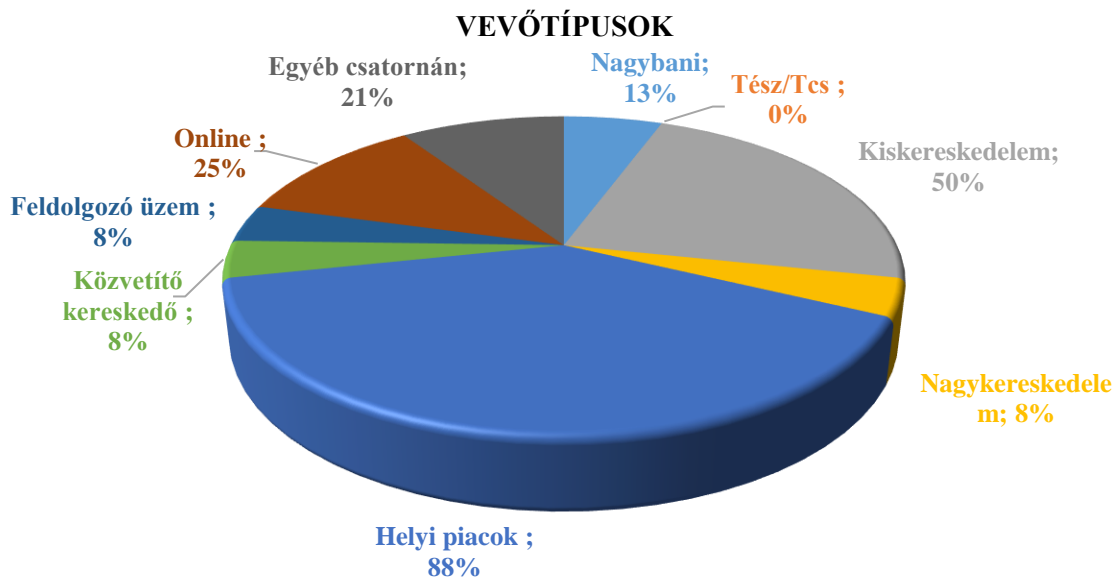
Hajdúszoboszló városi piacán működő Termelői piac péntek délutánonként nyitja meg kapuit. A helyi és környékbeli kistermelők minőségi termékekkel várják vásárlóikat (Hajdúszoboszló). 2012 júniusában megnyílt piacon sok-sok termék közül válogathatnak. A Termelői piac kínálatában minőségi élelmiszerek szerepelnek. A kínálatban szerepelnek füstölt húsok, sajtok, mézek, kiváló ízű gyümölcsök, házi készítésű sütemények, és kézműves termékek ékszerek, fonott kosarak stb. (Együnk helyit). Fontos célja továbbá a piacnak a tehetséges kézművesek, alkotók felfedezése, portékáik népszerűsítése, értékesítése. Olyan magas színvonalú, egyedi módszerekkel előállított élelmiszerek és termékek árusítása. A Termelői piac üzemeltetője kettő magánszemélyt bízott meg az irányítással, koordinálással (Hajdúszoboszló-Termelői piac).

A 2012 évi Tanyafejlesztési Programnak köszönhetően Hajdúnánáson is lehetőség nyílt a Nánási termelők számára egyegységben, hálózatként működve egy Termelői piac keretében értékesíteni termékeiket. A városi piac területén egy 500 négyzetméter nagyságú felújított területen, fedett pavilonokban árulhatják a hajdúnánási termelők a portékáikat. Hetente kétszer szerdán és szombaton foglalhatják el standjaikat a termelők. A megkülönböztetett zónában kizárólag a Nánási Portéka védjegy használói értékesíthetnek, vagyis ha rendelkeznek Nánási Portéka Levéllel és az arculati kézikönyvnek megfelelő módon feltüntetik a saját termékeiken a védjegyet. A városmarketing egyik kiemelkedő eszköze a helyi termék vagy egy helyi márka. Hajdúnánás életében ez a Nánási Portékában testesül meg. A védjegy használata egységes arculatban jeleníti meg a város értékeit, előmozdítja a városlakók és a város érdekében munkálkodó cégek, intézmények érdekeit, összekovácsol és együttműködésre ösztönöz, emellett megvédi és megkülönbözteti a gazdák által előállított termékeket. A védjegy nemcsak egy reklámeszköz, segíti a vásárlót a tájékozódásban, információval látja el a vásárlót, minőséget tanúsít és kapcsolatot teremt az áruval és annak előállítójával. Pontosan mit is jelent a Nánási Portéka? „NÁNÁSI PORTEKA: Hajdúnánáson állandó lakcímmel rendelkező termelő által Hajdúnánás közigazgatási határán belül megtermelt feldolgozatlan és/vagy feldolgozott élelmiszer, mezőgazdasági termék, élő állat. Feldolgozott termékek közül az minősül NÁNÁSI PORTEKÁNAK, amelynek alapanyagát legalább 50% mértékben Hajdúnánás közigazgatási határán belül állították elő.” A közösséget több mint 40 termelő alkotja. Hajdúnánás esetében is elmondhatjuk, hogy a termelők mintegy fele szezonális árusító a Termelői piacon, a nyári hónapokban teljes létszámmal vannak jelen a termelők. A Városi piac vezetősége egy személyt bízott meg a Termelői vezetésével, tehát a menedzseri feladatokat ő látja el (Nánási Portéka). A Hollandiában működő Oregional termelői közösséggel és a Svájcban található Birkenhof farm működésével is találtam közös pontokat.

Hajdúböszörményben 2015 márciusában nyitotta meg kapuit a Termelői és kézműves piac, a Városi piac felújított épületében, ami tulajdonképpen egy vásárcsarnok. Havi egy alkalommal várják a termelők, kézműves és helyi portékáikkal az érdeklődőket a mintegy 600 négyzetméteres árusítóhelyen, ahol 80 stand és 18 üzlet került kialakításra. A város 20 kilométeres körzetéből érkezők abban az esetben, ha rendelkeznek termelői igazolvánnyal térítésmentesen kínálhatják termékeiket. A piacvezetés Hajdúböszörményben is egy főt bízott meg a piac menedzseri feladatkörével (Hajdúböszörmény).

3.3 A kérdőíves felmérés eredményei

A továbbiakban a rövid ellátási lánc tagok kérdőíves felmérésének és a piacvezetőkkel folytatott interjúk elemzése következik. 24 szakértői vélemény alapján készítettem el az elemzést. A válaszadók átlagéletkora 50 év, a nemek közötti megoszlás pedig 50-50%. A válaszadók 60%-a nyilatkozta, hogy ismeri terméke további útját. Egy táblázatot kitöltve határozták meg a termelők, hogy mely értékesítési csatornákon (vevőtípusokon) keresztül értékesítik termékeiket (3. ábra). A megkérdezettek 88%-a értékesít helyi-, termelői piacokon, 50%-a kiskereskedelembe is szállít és 28%-a pedig online térben is árusít. Jelen vannak valóban az online térben is a termelők, viszont csekély mennyiségről számoltak be. Az a tapasztalata a termelőknek, hogy a friss helyi termékeket inkább személyesen szerzik be az emberek, szeretnek meggyőződni a frissességéről, épségéről a terméknek.



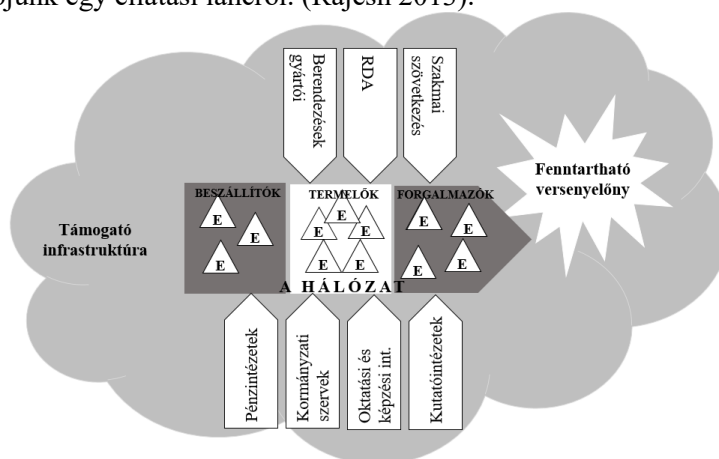
3. ábra: Vevőtípusok

Figure 3: Customer types

Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 1-től 5-ig terjedő Likert skálán értékelték, hogy mennyire hisznek a REL-ek életképességében és gazdaságos működtetésében. A REL tagok 80%-a hisz a REL-ek életképességében. A rövid ellátási lánc működését tekintve a további öt tényezőt vizsgáltam. Szintén 1-től 5-ig terjedő Likert skálán értékelték az egyes tényezőket. A válaszadók 71%-a elégedett a REL szervezeti felépítésével, viszont 62%-a úgy véli, hogy nincsenek elegenden a hálózatban. Alapvetően elégedettek szervezeti tagok közötti kommunikációval, a megrendelések feldolgozásával (67%), és a szállítás szervezettségével (71%) már kevésbé elégedettek.

A rövid ellátási láncok önmagukban összetett kollaboratív klaszternek is tekinthetők. A klaszter a vállalatok, ügyfelek és az összes releváns tényező hálózataként tekinthető. Beleértve az alapanyagokat, pénzügyeket. A klaszterek tehát egymástól függő termelők hálózataként írja le, amelyek egy értékteremtő termelési láncban kapcsolódnak egymáshoz (Benedek – Fertő 2011, Bitrici et al. 2004). Mindezek alapján kirajzolódnak a legfontosabb tényezők és jellemzők, amelyeket meg kell vizsgálni ahhoz, hogy képet kapjunk egy ellátási láncról. (Rajesh 2013).



4. ábra: REL mint klaszter

Figure 4: Short Supply Chain as a cluster

Forrás: Saját szerkesztés Rajesh (2013) alapján

Néhány támpontot adva a kérdőív kitöltőinek, megjelölték azokat a működési területeket, amelyekről úgy gondolják, hogy fejlesztésre szorul a jövőben. Az alapján, hogy melyik működési terület kapta a

legtöbb jelölést, felállítottam egy sorrendet. Az 1. számú táblázat mutatja az eredményt. A válaszadók fele nyilatkozott úgy, hogy fejlesztene az információs technológián. A személyes kérdőív kitöltés során kiderült, hogy itt tulajdonképpen valamely IKT technológia bevezetését tervezik, ugyanis még nem rendelkeznek semmilyen okos vagy csúcstechnológiás eszközökkel, viszont a gazdaságosságuk érdekében hajlandóak lennének beruházni. Második helyen áll a disztribúció, értékesítés. Ebben az esetben a nyilatkozatuk alapján leginkább saját korlátaikon szeretnének túllépni, úgy vélik, hogy jelenleg nem állnak készen az egyes vevőtípusok igényeinek kielégítésére. A harmadik helyen pedig az együttműködési hajlandóság szerepel. Visszacsatolva az előzőkhöz, 62 %-a a válaszadóknak úgy véli, hogy nincsenek elegenden a hálózatban. Ez a kettő szempont talán összecseng, hiszen az együttműködési hajlandóság kérdésénél, arra utaltak vissza, hogy csatlakozhatnának többen a hálózatukhoz, ezáltal szélesebb termékpalettát kínálva a fogyasztóknak.

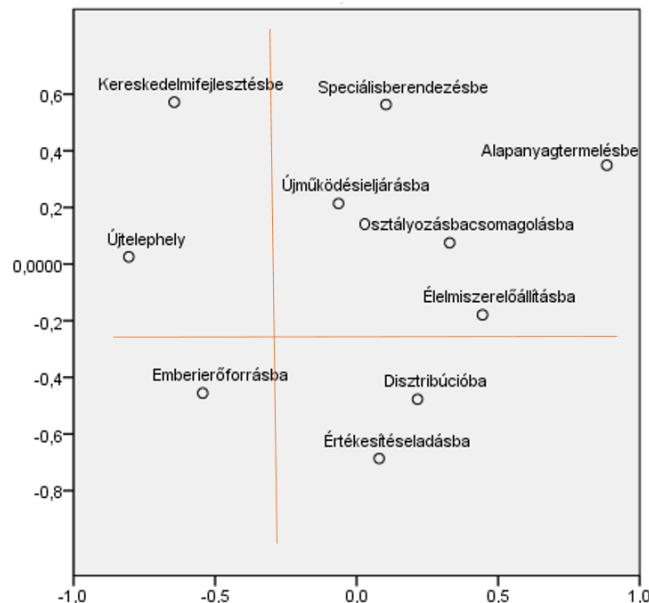
1. táblázat: Működési területek

Table 1: Areas of operation

1.	Információs technológia fejlesztése	50%
2.	Disztribúció, értékesítés	38%
3.	Együttműködési hajlandóság	33%
4.	Osztályzás, csomagolás	29%
5.	Alapanyagtermelés	21%
6.	Élelmiszer előállítás	21%
7.	Alkalmazottak továbbképzése	17%

Forrás: Saját szerkesztés az adatbázis alapján

A válaszadók értékelték, szintén 1-től 5-ig terjedő Likert-skálán, hogy mennyire értettek egyet az állításokkal. Az állítások arra vonatkoztak, hogy a REL érdekében mennyire voltak hajlandóak befektetéseket eszközölni. A válaszadók észleléseit és preferenciáit 11 szempontot figyelembe véve vizsgáltam, amit egy mátrixban foglaltam össze, ami az egyes csoportok átlagai közötti távolságot szemlélteti. Ezt mutatja az 5. számú ábra, ami a két dimenzió tükrében elhelyezkedő tényezők koordinátáit tartalmazza.



5. ábra: Dimenziók
Figure 5: Dimensions

Forrás: Saját szerkesztés SPSS program használatával

A termelők értékelték, hogy mennyire jellemzőek szemléletükre az alábbi állítások, illetve a tevékenységük gazdaságossága érdekében mennyire hajlandóak az alábbiakra (2. táblázat). A termelők

hajlandóak a közvetlen értékesítés erősítésére, leginkább telephelyről szolgálnának ki, de helyébe is vinnék a vásárlóknak, amire az elmúlt időszakban jelentősen meg is nőtt a kereslet, viszont kevésbé szeretnének szerepelni online termelői adatbázisban. A legtöbben kapacitáshiánnyal indokolnák a termelői piacokon való részvétel értékelését. A motiváció meg van, az alapanyagtermelés és a feldolgozott élelmiszer előállítás megfelelő színvonalon működik, viszont humán erőforrás területén nem szeretnének befektetést eszközölni, így viszont fizikálisan is lehetetlen, hogy egyszerre több piacon is jelen legyenek. A termelői boltokba való szállítás értékelése is szélsőséges volt. Az elmondottak alapján, azok a termelők, akik nagyobb befektetést tudnak eszközölni, számukra nem okoz gondot ha egy nagyobb beszállítás után esetlegesen később kapják meg a termékeik ellenértéket. A kisebb termelői kapacitással rendelkezők ezt nem tudják bevállalni, így egyáltalán nem vagy csak kis termékmennyiséggel szállítanak be termelői boltokba. A termék szavatossága is befolyásolta egyes termelők megítélését. Itt főként a hús-, húskészítményeket és tej-, tejtermékeket gyártók nyilatkozták azt, hogy ha nem az ő pultjukból értékesítik a termékeket, akkor nem tudják garantálni a termék minőségét és szavatosságát. Ugyanis, okozott már gondot számukra, hogy a kiskereskedelmi egységben, nem megfelelően tárolták a termékeiket, ami végett esetlegesen panasz érte őket.

2. táblázat: Működési területek
Table 2: Areas of operation

Leíró statisztika		
	N	Átlag
Hajlandó lenne: a közvetlenül a fogyasztónak történő értékesítés erősítésére	24	4,63
Hajlandó lenne: ha nem kell elszállítani, kiszolgálni a telephelyről	24	4,42
Hajlandó lenne: előre leadott rendelés alapján a telephelyről, udvarból termékkosarat árulni	24	4,42
Hajlandó lenne: a vásárlók helyébe is vinné, még ha sokfelé is kell szállítani	24	4,29
Hajlandó lenne: a gazdaságból eladni a saját fogyasztásra vásárlóknak	24	3,92
Hajlandó lenne: termelői piacon növelni a jelenlétet	24	3,88
Hajlandó lenne: termelői boltokba szállítani	24	3,50
Hajlandó lenne: rendelést követően elvinnék egy központi átvevőhelyre	24	3,38
Hajlandó lenne: online termelői adatbázisban szerepelni, hogy elérhető legyen	24	3,21
Valid N (listwise)	24	

Forrás: Saját szerkesztés

Azok akik értékesítenek termelői piacon úgy nyilatkoztak, hogy alapvetően elégedettek a termelői piac működésével, és gazdasági szempontból is elégedett a termelői piacon való árusítással. Az interjúk során arra az eredményre jutottam, hogy az általam vizsgált Termelői piacok szervezeti felépítése teljesen megegyező (6. ábra).



6. ábra: A termelői piacok szervezeti felépítése
Figure 6: Organizational structure of producer markets

Forrás: Saját szerkesztés

Összefoglalás

Az új vidékfejlesztési gyakorlatok kialakulásának fontos alapja az ellátási láncok újra alkotása. A SFSC-k (Short Food Supply Chain) arra is alkalmasak, hogy megtörjék a hosszú, összetett ipari láncok rendszerét. Az SFSC-k esetében a termelői fogyasztói kapcsolatok „lerövidülnek” és újra definiálódnak. Az SFSC-k fontos szereplők az élelmiszer-termelés és a helyi termelés közötti kapcsolatok lerövidítésében, ezáltal elősegítve a gazdálkodásnak a környezetvédelmi szempontból fenntarthatóbb termelési módokhoz való visszatérését. A Vidékfejlesztési Program (2014-2020) külön tematikus alprogramot dolgozott ki a REL együttműködések számára. Az elmúlt tíz év a magyar föld és a magyar vidék megerősítéséről szólt, elindult a Magyar Falu program, megjelent a falusi családi otthonteremtési kedvezmény. A Vidékfejlesztési Program többlépcsős támogatási rendszerének köszönhetően az újonnan induló, első lépcsős közvetlen piacra jutást és a már meglévő közös értékesítési csatornák fejlesztését is segítette.

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara összefoglalója alapján az előttünk álló évtized történelmi jelentőségű lehet az agráriumot illetően. A következő években viszont a jelentős forrásnövekedésnek köszönhetően folytatódik a vidék, a falvak és kisvárosok infrastruktúrájának megújítása.

A szakirodalmi feltárást követően arra következtetésre jutottam, hogy a rövid ellátási láncok napjainkban egyre nagyobb figyelmet kapnak, hazánkban is egyre több működési forma jelenik meg. A helyi termékek népszerűsítését számos program segítette az utóbbi években, melynek a Rövid ellátási láncok adtak keretet. Azt tapasztaltam, hogy a nemzetközi szakirodalom is esettanulmány jelleggel mutatja be az egyes REL-ek működését. A tanulmány elsődleges célja az volt, hogy olyan nemzetközi példákat kutassak fel, amelyek összehasonlítási alapot képezhetnek a hazánkban működő, különös tekintettel a Hajdú-Bihar megyei szerveződéseknek. Ezt követően pedig konkrét Hajdú-Bihar megyében működő hálózatokat mutattam be, végezetül pedig a kérdőíves felmérés eredményét taglaltam. Összefoglalva az eredményeimet, a válaszadók 80%-a hisz a REL-ek életképességében, és 71%-a elégedett a szervezeti felépítéssel. A legtöbben az információs technológia fejlesztését jelölték meg, mint fejlesztési terület. A gazdálkodók hajlandóak lennének a gazdaságosságuk érdekében erősíteni a közvetlen értékesítést. A termelők 88%-a értékesít helyi, termelői piacokon. Ők alapvetően elégedettek a termelői piac működésével, emellett gazdasági szempontból kielégítő a termelői piacon történő árusítás.

Irodalomjegyzék

Agrihort: <http://agrishort.eu/hu/mi-az-rovid-elelmiszerlanc-rel> 2020.11.20.

Aguglia, L., De Santis, F., Salvoni, C. (2009): *Direct Selling: a Marketing Strategy to Shorten Distances between Production and Consumption*. Paper Presented at the 113th EAAE Seminar „A resilient European food industry and food chain in a challenging world”, Chania, Crete, Greece, September 3-6, 13 p.

Balaton <https://eltetovedjegy.hu/vedjegyeseink/vendeglatas-szallashely-kereskedelem/> 2020.12.05.

Benedek Zs., Fertő I. (2011): *Miért választják a termelők a rövid ellátási láncokat?* Statisztikai Szemle, 93. évfolyam 6. szám. 580-597 pp.

Brkenhof: <https://hofmolkerei.ch/> 2020.12.05.

Bitrici U. S., Martinez V., Albores P., Parung J. (2004): *Creating and Managing value in Collaborative Networks*, International Journal of Physical Distribution and Logistics Management. Vol. 34, No. 3-4, pp.251-268.

Cicia G., Cembalo L., Del Giudice T. (2011): *Consumer preferences and customer satisfaction analysis: a new method proposal*. Journal of Food Products Marketing, Vol. 17 No. 1. pp. 79-90.

CSA 2021 <https://communitysupportedagriculture.org.uk/what-is-csa/> 2021.01.12.

Együnk helyit <https://egyunkhelyit.hu/termeloi-piacok/hajduszoboszloi-termeloi-piac/> 2020.12.05.

EU Rural review (2012): *Local Food and Short Supply Chains*. European Network for Rural Development, Vol. Summer 2012, No 12. p.72.

F.Galli, G. Brunori (eds.) (2013): *Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development. Evidence Document*. Document developed in the framework of the FP7 project FOODLINKS (GA No.265287). Laboratorio di studi rurali Sismondi, ISBN 978-88-90896-01-9

- Foodlinks (2015): http://www.foodlinkscommunity.net/fileadmin/documents_organicresearch/foodlinks/CoPs/evidence-document-sfsc-cop.pdf 2020.10.28.
- GFK (2016): <https://www.haztartaspanel.hu/HU/NewsReader.aspx?id=118> 2020.10.28.
- Hajdúböszörmény: <https://hajduboszormeny.hu/minden-ami-helyi-es-friss> 2020.12.05
- Hajdúszoboszló <https://hajduszoboszlo.hu/programok/termeloi-piac> 2020.12.05.
- Hajdúszoboszló-Termelői piac: <http://www.hsz-termeloipiac.hu/bemutakozas.html> 2020.12.05
- Józsánét: [http://jozsanet.hu/site.php?data\[function_id\]=7&data\[id\]=2001](http://jozsanet.hu/site.php?data[function_id]=7&data[id]=2001) 2020.12.05.
- LavkaLavka: <https://lavkalavka.com/> 2020.12.05.
- Luda, S., (2012). *Vidékfejlesztés integrált szemléletben. Agrárvállalkozói életutak és értékrendek. An integrated approach to rural development. Profiles and values of agricultural entrepreneurs.* Budapesti Corvinus Egyetem.
- Marsden T., Banks J., Bristow G. (2000): *Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development, Sociologia Ruralis*, Vol. 40 No. 4. pp.424-438. ISSN 0038-0199
- NAK <https://www.nak.hu/szakmai-infok/tagoknak/piac-kereso> 2020.12.05.
- NAK (2021): Nemzeti Agrárgazdasági Kamara <https://www.nak.hu/kamara/kamarai-hirek/orszagoshirek/102988-tobb-mint-7-ezer-milliard-forint-jut-a-magyar-agrarium-erositesere> 2021.01.12.
- Nánási Portéka: <http://www.nanasiporteka.hu/> 2020.12.05.
- Parlament (2018): *Országos Fejlesztési és Területfejlesztési Koncepció* <https://www.parlament.hu/irom41/04071/04071.pdf> 2020.10.28.
- Pearson, A., (2011): *Biozöltségek bioszállítóktól.* In: tudatoslet.hu; <http://www.tudatoslet.hu/index.php/gondolkodo/monoblog/676-biozoldsegekbioszallitoktol> 2020.11.22.
- Rajesh K. S. (2013): *Prioritizing the factors for coordinated supply chain using analytic hierarhy process (AHP).* Measuring Business Excellence, Vol. 17 No. 1. pp. 80-98.
- Renting H., Marsden K. T., Banks J. (2003): *Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development.* Environment and Planning Vol. 35 pp. 393-411.
- Uagalur: <http://www.uagalur.com/>2020.12.05.
- Vidékfejlesztési Program (2015): <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/133-videkfejlesztesi-program-kezikonyv-1/file> 2020.12.05.