



Helyi termék kézikönyv



**Somogy Megyei
Vállalkozó Központ Közalapítvány**



DARÁNYI IGNÁC TERV

Kiadó:

Somogy Megyei Vállalkozói Központ
Közalapítvány
7400 Kaposvár, Ond vezér u. 1.
Telefon: + 36 82 527-790
Fax: +36 82 527-799
E-mail: info@somogy-hvk.hu
Web: www.somogy-hvk.hu

Készült:

A LEADER térségek közötti együttműködési programok keretében benyújtott „Dél-somogyi helyi termékek piacra jutásának segítése” című projekt keretében, az Európai Unió támogatásával.

Szerkesztette:

ICG Ex Ante Tanácsadó Iroda
1023 Budapest, Bécsi út 3-5.
Telefon: +36 1 321-1773
Fax: +36 1 321-1772
E-mail: info@icg-exante.hu
Web: www.icg-exante.hu

Fényképek:

www.sxc.hu (címlap, 4., 8., 10., 30., 31., 33., 38., 41., 47., 53., 58., 61. oldal)
www.foodiesfeed.com (24., 69., 80. oldal, B3)
www.lifeofpix.com (48. oldal)
BioSzentandrás archívuma (74. oldal)
www.liliomkert.lapunk.hu (76. oldal)
www.sintjozefhoeve.be/educatie (77. oldal)

Grafikai tervezés és tördelés: Bagu László**Nyomdai kivitelezés:** PrintPix Nyomda és Grafikai Stúdió**Minden jog fenntartva:**

Somogy Megyei Vállalkozói Központ
Közalapítvány

2014. november

Tartalom

Előszó	3
1. A helyi termék	5
1.1. Mi a helyi termék?	5
1.2. A legjellemzőbb helyi termékek	5
1.2.1. Mezőgazdasági termékek	5
1.2.2. Kézműves termékek	6
1.3. Miért szeretik a fogyasztók a helyi termékeket?	7
1.3.1. Mi az oka a helyi termékek népszerűségének?	7
1.4. A térség helyi termékeinek keresleti, kínálati viszonya	7
2. Ki állíthat elő, és ki értékesíthet helyi terméket?	9
2.1. Őstermelő	9
2.1.1. Mezőgazdasági őstermelői termékek és tevékenységek	9
2.2. Családi gazdaságok	11
2.3. Kistermelő	11
2.3.1. Mit és mennyit értékesíthet a kistermelő?	12
2.3.2. Milyen szolgáltatásokat végezhet a kistermelő?	13
2.4. Vállalkozások	15
2.5. Kézműves tevékenység	15
2.6. Mi a különbség a kistermelő és az őstermelő között?	15
2.7. Dokumentációs kötelezettségek	16
2.8. A kistermelő csomagolt és csomagolatlan élelmiszereinek jelölése	17
2.9. Milyen okmányokat kötelező, illetve ajánlott az árusítás helyszínén tárolni?	18
3. Kistermelőkre, helyi termék előállításra és értékesítésre vonatkozó jogszabályok	19
4. Jogsegély	22
5. A mezőgazdasági őstermelő magánszemélyek adózása	22
6. Piaci ismeretek	25
6.1. A siker tényezői	25
6.2. A vállalkozás környezetének elemzése	25
6.3. Az értékesítés sikerét befolyásoló tényezők	27
6.3.1. A gazdaság helye	27
6.3.2. Jogszabályok	27
6.3.3. Piacfeltárás	28
6.3.4. Marketing	28
6.4. Mitől függ, hogy mennyit tudunk eladni?	28
6.5. Fogyasztó	29
6.5.1. Trendek	29
6.5.2. Mit keres a fogyasztó?	29
6.5.3. A fogyasztó elvárásai	30
7. Mit, mennyiért, hogyan, kinek?	31
7.1. Termék-előállítás, termelés	31
7.1.1. A minőség	31
7.1.2. Tervezés	32
7.1.3. Csomagolás	32
7.1.4. Minőségbiztosítás	33
7.2. Árak	33
7.3. Értékesítés	34
7.3.1. Értékesítés közvetlenül a gazdaságából	34

7.3.2. Mozdóbolt és mozgóárusítás	35
7.3.3. Piac	35
7.3.4. Értékesítés nagyfogyasztóknak	37
7.3.5. Helyi kereskedelmi egységekben való megjelenés	37
7.3.6. Közösségi eladóhelyek	37
7.3.7. Kiállítások, vásárok, fesztiválok	38
7.3.8. Internetes értékesítés	39
7.3.9. Egyéb értékesítési lehetőségek	39
7.3.10. Logisztika szerepe és sajátosságai a helyi termékek értékesítésében	40
7.4. Marketingkommunikáció	40
7.4.1. Az ATL eszközök szerepe a helyi termékek forgalomba hozatalában	42
7.4.2. A BTL eszközök szerepe a helyi termékek forgalomba hozatalában	45
8. Helyi termékek a közétkeztetésben	48
9. Agroturizmus – falusi vendégasztal	49
10. Leggyakrabban előállított helyi termékek	52
10.1. Kistermelői tej és tejtermékek előállítása	52
10.2. Hidegen sajtolt olajok gyártása	53
10.3. Száraztészta előállítása	54
10.4. Aszalás, szárítás	54
10.5. Savanyítás	56
10.6. Méz készítés	57
10.7. Baromfi, nyúl és tojás kisüzemi feldolgozása	59
10.7.1. Baromfi feldolgozás	59
10.7.2. Tojás gyűjtése, feldolgozása, értékesítése	59
10.8. Húsfeldolgozás, húskészítmények kisüzemi előállítása	60
10.8.1. Termékgyártási technológiák	60
10.9. Házi pálinkafőzés	62
11. Helyi piac létrehozásának és működtetésének feltételei	63
11.1. Miért jó helyi piacon vásárolni?	63
11.2. Üzemeltető, üzemeltetés	63
11.3. Üzemelésre vonatkozó előírások	65
12. Hitel lehetőségek	66
13. Pályázati lehetőségek, a pályázatírás	67
13.1. Projekttervezés	67
13.1.1. A jó projekt a következő követelményeknek felel meg	67
13.1.2. A pályázat választ ad a következő kérdésekre	67
13.1.3. A pályázatírás lépései, menete	67
14. Somogy megyei, térségi szakmai szervezetek, tanácsadó szervezetek	68
Szakmai szervezetek, tanácsadó szervezetek	68
Érdekképviselések	68
Terméktanácsok	69
15. Somogy megye és a térség tipikus és a helyi adottságokhoz jól illeszkedő helyi termékei	71
16. Somogy megyei, térségi termelői körkép – helyi termelők bemutatása	73
17. Hazai és külföldi jó gyakorlatok	74
17.1. BioSzentandrás	74
17.2. „Liliomkert” – Termelői piac	75
17.3. Nyitott tejgazdaság Belgiumban	76
Zárszó	78
Felhasznált irodalom	79

Előszó

Gyermekkorom vakációit egész kicsi koromtól falun töltöttem a nagyszüleimnél. Belém ivódott a falu képe. A házak udvarán istálló, ólak, pajta, góré, pince, présház. A megművelt kertekben gyümölcsfák, és a zöldség minden fajtája, a „hátsó udvaron” csirkék kapirgáltak, kacsák szürcsölték a vizet, az ólban híztak a malacok, a tehenek reggel elmentek a legelőre és este jöttek haza. Az utcán csapatokban jártak a libák, lovak húzták a szekereket, s mi már a hangjuk alapján felismertük, hogy ki jár felénk. A nagyszüleim egész nap dolgoztak. Nagyapám ha „hivatalos” munkáját befejezte ment a szőlőbe vagy a földekre, hajnalban ellátta a nagyobb állatokat, gondoskodott téli-nyári takarmányról, nagyanyám pedig máig nem értem hogyan, de kertet gondozott, állatokat nevelt, sütött, főzött, mosott, vasalt, varrt, takarított és persze vigyázott ránk. Sosem értettem, honnan tudja, hogy mikor mit kell csinálni, és honnan van erre ideje, és ereje. Az viszont tény, hogy minden nap friss, kertben termett zöldségből készült az étel, saját maga nevelte a pörköltnek valót, a süteményt a nyáron eltett lekvárral ízesítette, melynek tésztájához a tojást mi kerestük meg a tojófészekben. Nagyapámnak takarosán összekészítette a sonkát, kolbászt, szalonnát és a házikenyeret, paprikát, paradicsomot, ha nem tudott hazajönni ebédre. Most is magam előtt látom a felfűzött, száradó fűszerpaprikát, a fonott fokhagymakoszorút. Emlékszem, ahogy „szelelte a babot”, szedte fel és szárította a vöröshagymát, hiszen „eljött Péter Pál hete, a hagymának ilyenkor a padláson a helye”, mondták. Aztán mákot tisztított, a diót hordta a padlásra, hogy téli estéken megtörje majd, hogy legyen a karácsonyi bejglibe. Ahogy értek a gyümölcsök, tette a napra aszalódni, készült a lekvár, a befőtt, a lehullott, de egészséges gyümölcs ment a cefrébe, a többi megették az állatok. A kamrában sorakoztak a savanyúságok, még a beérni nem tudó paprika sem ment veszendőbe, törköly közé került a hordóba, most is érzem az ízét. Persze a tehenek is adták a tejet, melyből túró készült, vaj és tejföl, a savót az állatok kapták. Nagyapám kaszált, rendben tartotta a portát, a „zöldnek” a disznók örültek. A pincében megvolt a helye a krumplinak, sárgarépnának, zöldségnek, a hordó készen állt a káposztasavanyításra, a boroshordók a szüretet várták. A búzát megőröltették a malomban, a liszt nagy ládába került, hogy nagyanyám abból gyúrja a kenyeret. Télen, mint a legtöbb háznál, nálunk is eljött a disznótor, házi „titkos” recept alapján készült a kolbász, szalámi, hurka, került bődönbe a zsír, pirult a töpörtyű, pácolódott a sonka. Nagyapám füstölte gyönyörű színűre és nézte büszkén és elégedetten a kamrában felakasztott „disznóságokat”. Nagyanyám zsírban „lesütötte” az oldalast és a pecsenyét, hiszen hűtőszekrénynek még hírért sem hallották. Ha valamiből sok termett vagy készült, akkor azt a „háztól” eladták. Soha nem tanultam annyit, mint akkor. Aztán felnőttem, ritkábban jutottam el oda, és nagyszüleim is megpihentek örökre...

A főiskola után állattenyésztőként dolgoztam, és bár falun laktam, de a harmadik emeleten. Aztán eljött a rendszerváltás, a TSZ-ek megszűntek, vele a munka is, a kocsik tetején hűtőládák utaztak, lovakat már csak hobbiból tartottak, a kertben kapálógépek, később egyre inkább fűnyírók szakították meg a csendet. Vagy csak csendben nőtt a gaz...

Aztán csatlakoztunk az Európai Unióhoz. A kereskedelembe megjelentek a „multicégek”, ömlött az áru a világ minden tájáról, és 24 órán keresztül költhettük a pénzünket az ismeretlen eredetű élelmiszerek hatalmas választékára. Az ott fellelhető olcsó tömegáruval a kis falusi boltok nem tudtak versenybe szállni, sorra zártak be. Az agrárjövendők csökkentek, a vidéki lakosság egy része elszegényedett, nehéz helyzetbe került. Nagyszüleim tudása feleslegessé vált, a munka nagy részét háztartási gépek végezték, az állatállomány egyre fogyott. A fiatalok – munka nem lévén – elköltöztek a vá-

rosba, a falvak kiürültek, a vidéki élet már nem volt vonzó. A boltok bezártak, zeneszóra érkezett a gáz, a posta, a szóda, a kenyér... Ugyanakkor Ausztriában, Németországban, Olaszországban járva gyönyörű parasztudvarokat, családi gazdaságokat, virágzó falusi életet, áruval teli helyi gazdaboltokat, vidéken nyaraló családokat láttunk, ahol helyben készített termékeit a gazda kínálta, és magas színvonalon meg is élt belőle. Áruikkal útmentén, vásárokon, piacokon, de még a plázákban is találkozhattunk. Amikor vásárlás közben rátaláltam egy régen kóstolt ízre, megéreztem egy illatot, hittem abban, hogy nálunk is megvalósul mindez, visszatérnek a virágzó falvak, érdemes lesz tanulás után hazamenni, a nők és fiatalok megtalálják számításukat, és újra lesz értéke az elvégzett munkának. Azt gondoltam, ez egyszerű lesz, hiszen az épületek még állnak, a tudás is megvan, és mindenki érdeke ezt kívánja. Mégis 2006-ig kellett várni az első rendeletre, amely a helyi termék előállítását és értékesítését szabályozta.

Ezt a könyvet azoknak ajánlom, akik vidéken élnek, sorsukat maguk szeretnék irányítani és úgy érzik, hogy szüleik, nagyszüleik tudását, saját energiájukat, a család összetartását és a fiatalok kreativitását „összegyúrva” tehetnek és tenni is akarnak saját boldogulásukért, településük fennmaradásáért és a vidéki élet megbecsüléséért.

Eszterhai Ildikó

szakértő



1. A helyi termék

1.1. Mi a helyi termék?

A helyi termék fogalma meglehetősen tágan értelmezhető, többféle meghatározással találkozhatunk.

A módosított és kiegészített 123/2009 FVM rendelet meghatározása szerint **„helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból hagyományosan, nem nagyüzemi vagy gyáripari technológiával, eljárással, illetve az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült, mikro- vagy kisvállalkozás által előállított termék.”**¹

Találhatunk azonban a rendeletben megfogalmazottnál bővebb definíciókat is. A Zala Termálvölgye Egyesület „Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében” című tanulmányában két irányból közelíti meg a helyi termékeket. „Egyrészt – a termék helyhez kötöttségét és tájjellegét hangsúlyozva – helyi terméknek tekintjük a helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból, helyben kialakult eljárások (receptek) alkalmazásával, többnyire kisüzemi keretek között előállított, esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó, ily módon a hely sajátosságait megjelenítő termékeket. Másrészt a helyi munkaerővel a helyi – kb. 50 km sugarú körön belüli – lakossági igényeket kielégítő termékek sorolhatók ebbe a körbe.”²

A kertrégió meghatározásában a helyi termékek „azok a termékek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. A helyi termékeket jellemzően a lakosság, valamint a mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás.”³

A helyi terméknek fontos és „jövőrendező” feladata van: alternatívát kínál azok számára, akik kiutat keresnek a környezetszennyezés, az egészségtelen élelmiszerek, a tömegcikk, a világot beutazó termékkavalkád, a nagyüzemi előállítás, a „mű” gyümölcsök és satnya zöldségek útvesztőiből.⁴

1.2. A legjellemzőbb helyi termékek

1.2.1. Mezőgazdasági termékek

Növényi eredetű termékek: gyümölcs, zöldség, erdei termékek, gabona, olajnövények, dió, gyógy- és fűszernövények;

¹ http://epa.oszk.hu/02000/02067/00016/pdf/EPA02067_AWETH2009575581.pdf (2014. 10. 03.) Troján Szabolcs, Varga Zsuzsanna, Kalmárné Hollósi Erika: Állati eredetű „helyi termékek” értékesítési lehetőségei, avagy termékpálya – röviden. 2009, 576–577.

² http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (2014. 10. 01.) Zala Termálvölgye Egyesület Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében. Dr. G. Fekete Éva, 2009, 5.

³ http://liliomkert.lapunk.hu/tarhely/liliomkert/dokumentumok/bene_eszter_szakdolgozat2012.pdf (2014. 10. 02.) Bene Eszter: A termelői piacok szerepe a Balaton régió fejlesztésében, a liliomkert példáján keresztül. 2012, 10.

⁴ <http://www.zoldbolt.hu/hirek/tudastar/mit-is-tud-a-helyi-termek> (2014. 10. 02.)

Állati eredetű termékek: tojás, tehén- és kecsketej, baromfi, hús, tőkehal;

Feldolgozott termékek:

- *Növényi eredetű:* gabona őrlemény, tésztafélék, pékáruk, sütemények, sajtolt vagy préselt olajok, savanyúság, konzervált gyümölcs (pl. lekvár), gyümölcsle, konzervált zöldség (pl. lecsó), aszalt zöldség, gyümölcs, fűszerek.
- *Állati eredetű:* húskészítmények (kolbász, sonka, szalámi, szalonna, tepertő), tejtermékek (sajt, vaj, túró, író), méz.
- *Készétel különlegességek:* langalló, mézeskalács, rétes.
- Borok, pálinkák.
- Ásványvíz, szikvíz.

Egyéb mezőgazdasági termények: virág, kertészeti termékek

1.2.1.1. Helyi biotermékek⁵

Az élelmiszerek között is kiemelt szerepe van, az úgynevezett biotermékeknek. A helyben termelt, ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból származó élelmiszerben ötvöződik a helyi és a biotermékek előnyös tulajdonsága.

Bioélelmiszerek nevezik az ellenőrzött ökológiai gazdálkodás szabályainak megfelelően, szintetikus műtrágyák, növényvédő és rovarirtó szerek, hormonok, növekedésszabályozók, takarmánykiegészítők és genetikailag módosított szervezetek felhasználása nélkül előállított terméket. Az ilyen áruban színezőanyag, ízfokozó, mesterséges vagy természet azonos aromának, stabilizátornak és mesterséges édesítőnek helye nincs. A fentieknek megfelelő terméknek a Biokontroll Hungaria Kht. vagy a Hungaria Ökogarancia Kft. állíthat ki tanúsítványt. A valódi biotermékek csomagolásán a következő feliratokat látható: „Ellenőrzött ökológiai gazdálkodásból”.

A biotermékek több forrásból is egyszerűen beszerezhetőek:

1. *Közvetlenül a biotermelőtől* – Azok a helyi termék előállítók, akik minősített gazdálkodóként tanúsítvánnyal rendelkeznek.
2. *Biotermék-vásárlói közösségben* – Baráti társaságok közösen szervezett élelmiszer-beszerzése nagyban segítheti a helyi gazdától származó élelmiszerek helyi fogyasztását, egyben a vásárlói kör egészségét és a termelők megélhetését. Mindkét fél számára egyfajta biztonságot jelent, ha a vásárlók előleg fizetésével előre megrendelik a termést a gazdától.
3. *Ök vásárban* – Egyelőre Veszprémben van ilyen, de reméljük, hogy előbb-utóbb Somogy megyében is lesz.

1.2.2. Kézműves termékek

Fából készült termékek: hordók, faedények, kisbútorok, fakanalak;

Kőből készült termékek: kemence, kőedények;

Vasból készült termékek: öntött és kovácsoltvasból, gyertyatartók, bográcsok;

Kerámia és üvegtermékek: korsók, kerámiaedények, üvegfestmények;

Textilipari termékek: szőttés, csipke, hímzés, horgolás, gobelin, viseletek, selyemfestés;

Fonott termékek: csuhé, vesszőfonat, kosarak;

Egyéb termékek: koszorú, ikebana, viaszgyertya, szappan, festett tojás.

⁵ <http://csalan.hu/sites/default/files/docs/az-egeszseg-fuzete.pdf> (2014. 10. 06.) Az egészség füzete. Csalán Környezet-és Természetvédő Egyesület, 2008. 1–2.

1.3. Miért szeretik a fogyasztók a helyi termékeket?

Biztosan mindenkinek van saját tapasztalata arról, hogy mekkora különbség van a télen nagyáruházban vásárolt, és a kertben leszakított napsütötte paradicsom íze között. A helyben előállított termék frissebb, hiszen nem kellett félig éretten több száz vagy ezer km-ről ide szállítani, ezáltal jelentősen csökkenti a környezet terhelését is. A helyben termelt zöldségeket és gyümölcsöket abban az évszakban fogyaszthatjuk, amikor a legérettebbek, legfinomabbak, legnagyobb mennyiségben kaphatóak és a legolcsóbbak.

A helyben termelt termékek vásárlásával és fogyasztásával támogatjuk a régi fajták fennmaradását, régi családi recepteket, feldolgozási módokat, a termelővel való közvetlen kapcsolat során településeket, és hozzájuk kapcsolódó történeteket ismerhetünk meg. Ha turisztikai szolgáltatás igénybevétele közben találkozunk a helyi termékekkel, a termelés, a termékek feldolgozása, és kóstolása is maradandó élményt jelenthet.

Ha helyi terméket vásárolunk, segítjük a vidéki foglalkoztatást, hozzájárulunk környezetünk gazdasági fejlődéséhez, és sokat teszünk a vidék népességmegtartó erejének növeléséért, az élhető, fenntartható vidéki életért.

1.3.1. Mi az oka a helyi termékek népszerűségének?

A kistermelők száma évről-évre nő, és a fogyasztók száma is egyre emelkedik. A helyi termék népszerű a termelők és vásárlók körében is, de tulajdonképpen mindenki számára előnyt jelent, hiszen változik a vidéki élet megítélése, a porták, a település szépül, az adók helyben kerülnek felhasználásra, csökken a különböző támogatások (segélyek) iránti igény, újra előkerülnek régi feldolgozási módok, receptek, eszközök, mesterségek. A helyi termékek előállítása és értékesítése erősíti a térség turisztikai vonzerejét, bővíti a turisták számára ajánlható programkínálatot (pl. megnézhetik a termék előállítását, részt vehetnek kóstolókon, megsimogathatják az állatokat), ezáltal javítja a turisztikai szolgáltatás versenyképességét.

A kistermelői termék-előállítás a termelők számára csekély beruházással munkahelyet teremt, nincs ingázás, utazgatás. A családtagok, nők és fiatalok számára is megélhetést jelent, növeli a vidék megtartóerejét. A kistermelő a „maga ura”, tevékenysége sokrétű és kreatív, bevétele elsősorban a saját befektetett munkájától függ.

A gazda termel, feldolgoz, értékesít. Közvetlen kapcsolatban van a vásárlóval, ami azonnali visszajelzést tesz lehetővé. Emberekkel foglalkozik. Szüksége van szervezőkészségre, ötletekre, egy kis kereskedői vénára, munkabíráásra, odafigyelésre. Idejét és rendelkezésre álló tőkét önállóan osztja be. Ha rendelkezik a fenti tulajdonságokkal, szerteágazó, érdekes munkával megélhetést biztosíthat a maga és családja számára. A tevékenység társadalmilag hasznos és egyben legális, társadalombiztosítási jogviszonnyal járó munkát biztosít az alacsonyabb iskolai végzettségűeknek is

A fogyasztók számára a kistermelők által előállított termék minőséget, frissességet és különlegességet, a turizmus szolgáltatás keretében élményt jelent. Kielégíti a környezettudatosság, lokálpatriotizmus és egészségtudatosság igényét is. Mivel a vásárló ismeri a termék előállító személyét, az előállítás körülményeit, nő a fogyasztói bizalom.

1.4. A térség helyi termékeinek keresleti, kínálati viszonya

A Rinya-Dráva és a Zselici Lámpások Leader Egyesület területén is vannak már olyan helyi termék előállítók, akik a fenti csoportosítás szerinti jellemző termékeket állítanak elő. Fellelhető a térségben sok méztermelő, többen árulnak kürtöskalácsot és kenyérlángost. Tejtermékeket, sajtokat tehén-, il-

letve kecsketejből is készítenek. A gyümölcsök megjelennek lekvár, szörp, befőtt és pálinka formájában is. Ennek bio-változata is megvásárolható. Zöldséget nem csak termelnek, de fel is dolgoznak, így készül a csatni és a pesto. Nagy hagyománya van a bogoyógyümölcsöknek is, így ínycségek készülnek bodzából, áfonyából, kerticsipkéből is. Az édesszájúak kézműves édességekkel gazdagodhatnak, a háziasszonyok beszerezhetik a szárasztétát is helyi termelőktől. A térségre jellemző gesztenyekészítmények és gyógynövények is megjelennek a kínálatban. Fácán-, sertés-, és marhatartás, sertés, borjú, juh és bárány feldolgozása folyik.

A kézművesek is széles választékot kínálnak. Kerámiát, agyagedényeket, kályhacsempét, dísz- és ajándéktárgyakat, textiljátékot, bőrdíszműves, szőttés, kézimunka termékeket, madáretetőt, virágállványt, parkettát, parkbútorokat, játszóbútorokat, ékszereket egyaránt kínálnak. A kínálat tehát széles, bár baromfi- és tojástermelők, halfeldolgozók, illetve a szárított vagy egyéb módon feldolgozott gomba is „elférne” a palettán.

A kereslet is növekszik, ezt a különböző rendezvényeken a helyi termelők standjánál állók hosszú sora bizonyítja.



2. Ki állíthat elő, és ki értékesíthet helyi terméket?

Helyi terméket **őstermelők, kistermelők, családi gazdaságok, kézművesek**, egyéni vállalkozók, vállalkozások, szervezetek állíthatnak elő és értékesíthetnek.

2.1. Őstermelő

Az őstermelő adójogi fogalom. Adóalanyi mentesség, illetve adómérték és adókedvezmények társulnak a fogalomhoz, mely bevételtől függő. A jogszerűen, őstermelőként végezhető tevékenységeket a 228/1996. (XII. 26.) a mezőgazdasági őstermelői igazolványról szóló Korm. rendelet rögzíti. Az 1995. évi CXVII. törvény a személyi jövedelemadóról, annak 6. melléklete a mezőgazdasági őstermelői tevékenységekről szól.

Mezőgazdasági őstermelői tevékenység⁶ a saját gazdaságban történő növénytermesztés, ültetvénytelepítés, állattenyésztés, termékfeldolgozás, ha az a saját gazdaságban előállított alapanyag felhasználásával történik, a saját gazdaságban egyes mezőgazdasági termékek jogszabályba nem ütköző gyűjtése, akkor, ha az előállított termék vagy a tevékenység az e melléklet II. pontjában felsoroltak valamelyikébe beletartozik.

a) A mezőgazdasági termékek gyűjtése esetén saját gazdaság alatt a terület felett rendelkezési jogot gyakorlónak legalább a szóbeli hozzájárulását és a gyűjtést folytató magánszemélynek a gyűjtés eredményének felhasználása feletti rendelkezési jogosultságát kell érteni.

b) A saját gazdaságban termelt szőlőből saját gazdaságban készített szőlőmust, sűrített szőlőmust, szőlőbor értékesítése akkor számít őstermelői tevékenység bevételének, ha a magánszemély ezeket a termékeket az adott évben 0,5 litert elérő kiszerelésben (kifizetőnek, és/vagy termelői borkimérésben végső fogyasztó részére) értékesíti, és az értékesítésükből származó bevétel együttevve az évi 7 millió forintot nem haladja meg.

2.1.1. Mezőgazdasági őstermelői termékek és tevékenységek

2.1.1.1. Állat, állati termék

- Élő állat, ideértve a méhcsaládot, a méhanyát, a méhbábot, a méhrajt is (kivéve: a sportlót, a versenylót, a kutya, a macska, a laboratóriumi állat, a vírus- és szérum-állat, a dísz- és állatkerti állat, a vadon élő, a vadsparkban és a vadaskertben élő fajok, a természetvédelmi oltalom alatt álló, gyűjtési tilalom alá eső állatfajok).
- Tej és tejipari termék.
- Madártojás héjában (kivéve: a gyógyászati tenyésztőtojás, a vadon élő madár tojása).
- Természetes méz, ideértve a lépes-, a termelői és az egyéb természetes mézet is.

⁶ 228/1996. (XII. 26.) Kormányrendelet.

- Állati eredetű termék: nyers állati szőr nem textilipari célra, nyers toll legfeljebb tisztítva, nyers gyapjú, nyers finom vagy durva állati szőr.
- Nyers méhviasz és feldolgozási maradék termék, propolisz (méhszurok), továbbá méhpempő, nyers virágpó, méhméreg, máshova nem sorolt méhészeti termék.

2.1.1.2. Növény, növényi termék

- Élő növény, kivéve: a hínár, az alga.
- Díszítés vagy csokorkészítés céljára szolgáló vágott virág, bimbó, lombzat, ág és más növényi rész, kivéve: a moha, a zuzmó, a tűlevelű ág.
- Zöldségfélék, étkezésre alkalmas gyökerek és gumók frissen, hűtve, fagyasztva, ideiglenesen tartósítva vagy szárítva, továbbá tisztított, koptatott, hámozott, darabolt, csumázott zöldség, burgonya.
- Gyümölcs és dió, valamint citrus- és dinnyefélék héja étkezésre alkalmas állapotban, frissen, hűtve, fagyasztva, ideiglenesen tartósítva vagy szárítva, továbbá tisztított, hámozott, negyedelt, felezett gyümölcs.
- Fűszernövények és fűszerek.
- Gabonafélék szemtermése, búza, kétszeres rozs, árpa, zab, kukorica, rizs, cirokmag, hajdina, köles, kanárimag, triticale és más hibrid, kivéve: a malomiparban megmunkáltakat.
- Olajos magvak és olajtartalmú gyümölcsök: szójabab, földimogyoró, lenmag, repce, napraforgó, ricinus, mustármag, sáfránymag, mákszem, kendermag.
- Vetőmag, gyümölcs vagy spóra vetési célra.
- Ipari növények.
- Takarmánynövény: karórépa, marharépa, takarmányrépa, takarmánygyökér, széna, lucerna, lóhere, baltacim, takarmánykáposzta, csillagfűrt, bükköny.
- Növényi eredetű nyersanyag fonásra, illetve seprű vagy ecset készítésére: nád, sás, fűzfavessző.
- Feldolgozott (végrelegesen tartósított vagy konzervált, illetve közvetlenül fogyasztható) zöldség, gyümölcs és dió.
- Szőlőbor.



- Szőlőmust.
- Állatok etetésére szolgáló növényi eredetű termék: makk, vadgesztenye, kukoricacsutka, -szár, -csuhé, -levél, répafej, zöldségfélék héja, gyümölcshulladék stb.
- Nyers dohány, szárítva is, de nem pácolva vagy fermentálva, dohányhulladék.
- Szerves trágya.
- Szőlővenyige.
- Fából kizárólag hasítással készített karó, cölöp, cövek, pózna, bot stb.
- Len és valódi kender.
- Karácsonyfa.
- Borseprő, borkő.
- Szőlőtörköly.

2.1.1.3. Tevékenységek

- Erdőgazdálkodás és e tevékenység termékei;
- Ültetvénytelepítés, amely tevékenység eredményeként a telepített növények legalább egy évnél hosszabb ideig talajhoz, helyhez kötötten a természet alapját képezik;
- A külön jogszabályban meghatározott kistermelői élelmiszer-termelés, előállítás és értékesítés.

2.2. Családi gazdaságok

A mező- és erdőgazdasági földek forgalmáról szóló 2013. évi CXXII. törvény 5. § 4. pontja szerint családi gazdaságnak minősül a mezőgazdasági igazgatási szervnél családi gazdasággként nyilvántartásba vett mezőgazdasági üzem.

E törvény alkalmazásában:

- **mező-, erdőgazdasági tevékenység:** növénytermesztés, kertészet, állattartás, a méhanya nevelés, halászat, haltenyésztés, szaporítóanyag-termesztés, vadgazdálkodás, erdőgazdálkodás, kiegészítő tevékenységgel vegyes gazdálkodás;
- **kiegészítő tevékenység:** falusi és agroturizmus, kézművesipari tevékenység, fűrészáru-feldolgozás, takarmány-előállítás, mezőgazdasági termékből élelmiszer előállítása, dohányfeldolgozás, bioüzemanyag-előállítás a mező-, erdőgazdasági tevékenység során keletkezett melléktermékek, növényi és állati eredetű hulladék hasznosítása, nem élelmiszercélú feldolgozása, valamint az ezekből a termékekből keletkezett termékek közvetlen termelői értékesítése, mezőgazdasági szolgáltatás, valamint a mezőgazdasági üzemhez tartozó termelési tényezők hasznosítása, értékesítése;
- **gazdálkodó család tagjának minősül:** a családi gazdálkodó, továbbá annak házastársa, élettársa, kiskorú gyermeke, unokája, valamint a gazdálkodó család tagjaként bejelentkezett nagykorú gyermeke, szülője, nagyszülője, testvére; a gyermek az örökbe fogadott és a nevelt gyermeket is érteni kell.

2.3. Kistermelő

Kistermelő 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.

⁷ A mező- és erdőgazdasági földek forgalmáról szóló 2013. évi CXXII. törvény.

2.3.1. Mit és mennyit értékesíthet a kistermelő?

1. táblázat: A kis mennyiségű alaptermékeket az alábbi táblázat mutatja⁸

	Termék vagy alaptermék, és a hozzá kapcsolódó tevékenység megnevezése	Heti* maximális mennyiség	Éves maximális mennyiség**
1.	Kifejlett vagy növendék sertés vagy juh vagy kecske vagy strucc vagy emu levágása és húsának értékesítése	6 db	72 db
2.	50 kg alatti malac vagy 15 kg alatti bárány, gida levágása és húsának értékesítése***	10 db	120 db
3.	Kifejlett vagy növendék szarvasmarha levágása és húsának értékesítése	2 db	24 db
4.	100 kg alatti borjú levágása és húsának értékesítése***	2 db	24 db
5.	Házi tyúkféle levágása és húsának értékesítése	200 db	
6.	Víziszárnyas vagy pulyka levágása és húsának értékesítése	100 db	
7.	Nyúlféle levágása és húsának értékesítése	50 db	
8.	Húskészítmény előállítása és értékesítése	70 kg	2600 kg
9.	Tej értékesítése	200 liter	
10.	Tejtermék előállítása és értékesítése	40 kg	
11.	Méz és méhészeti termék értékesítése		Együttesen 5000 kg
12.	Tojás értékesítése	500 db	20 000 db
13.	Hal értékesítése		6000 kg
14.	Növényi eredetű alaptermék értékesítése		20 000 kg
15.	Savanyúság	150 kg	5200 kg
16.	Növényi eredetű, hőkezeléssel feldolgozott termék értékesítése	150 kg	5200 kg
17.	Egyéb feldolgozott növényi eredetű termék értékesítése	50 kg	
18.	Vadon termő betakarított, összegyűjtött termék értékesítése	50 kg	
19.	Termesztett gomba értékesítése	100 kg	
20.	A jövedéki adóról és a jövedéki termékek forgalmazásának különös szabályairól szóló 2003. évi CXXVII. törvény 67. § (2) bekezdés b) pontja szerinti bérfőzött, illetve a 67/A. § (4) bekezdés b) pontja szerinti magánfőzésből származó párlat értékesítése	2 hl tiszta szesznek megfelelő párlat	
21.	Egyéb élelmiszer értékesítése	50 kg	

* Tej, tejtermék esetében a napi maximális mennyiség.

** Az adott termékre vagy alaptermékre vonatkozó napi, heti vagy havi maximális mennyiség betartásával.

*** Élősúlyban.

⁸ 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet.

Az **alaptermék** az élelmiszer előállításának elsődleges folyamata révén létrehozott élelmiszer. Ez a természetnél a termék betakarításának folyamatáig, a tenyésztésnél a fejésig, illetve az állatok levágásáig tart. Ide tartoznak a vadászatból és a halászatból, és a vadon élő termékek betakarításából nyert élelmiszerek is. Alaptermék például a gabona, a gyümölcs zöldség, az élő állat, a méz vagy a tojás. Vadon termő alaptermék például az erdei gyümölcs és a gyógynövény. A jogszerűen elejtett vad is alaptermék.

Feldolgozatlan terméknek számítanak azok az alaptermékek is, amelyek valamilyen műveleten átesnek, de a termék eredeti tulajdonságait lényegesen nem változtatták meg. Ezek a műveletek lehetnek a tisztítás, a darálás, az őrlés, a nyúzás, a fagyasztás. Ilyen termék például a darált hús, a nyers hús, és a tisztított hal.

A **feldolgozott termékek** esetében az alaptermékek olyan folyamatokon esnek át, amelyek révén az eredeti termék tulajdonságai lényegesen megváltoznak. Ezek a folyamatok a melegítés, a füstölés és pácolás, az érlelés és a szárítás. Ilyen termék például a sajt, túró, lekvár, szalámi.

2.3.2. Milyen szolgáltatásokat végezhet a kistermelő?

2. táblázat: A kistermelő végezhet különböző szolgáltatásokat is⁹

	A szolgáltatás megnevezése	A szolgáltatás nyújtásának helye
1	Füstölés	a szolgáltatást végző kistermelő gazdaságának helye
2	Aszalás, szárítás, őrlés	a szolgáltatást végző kistermelő gazdaságának helye
3	Állat vágása és húsának feldolgozása	megfelelően kialakított hely a falusi vendégszta helyén vagy rendezvény helyén
4	Ételkészítés (beleértve kenyér, tészta, befőtt, lekvár, pogácsa)	megfelelően kialakított hely a falusi vendégszta helyén vagy rendezvény helyén
5	Terménytisztítás	a szolgáltatást igénybe vevő kistermelő gazdaságának helye
6	Olajos magvak (olajütés) és gyümölcsök, zöldségek préselése, pasztörizálása	a szolgáltatást igénybe vevő kistermelő gazdaságának helye

Az előállítási folyamat bizonyos elemeivel (kivéve: állat vágása és húsának feldolgozása) megbízhat más élelmiszer-vállalkozásokat is, vagy a rendeletben meghatározott szolgáltatásokat akár ő is elvégezheti más kistermelők vagy magánszemélyek részére.

⁹ 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet.

2.3.3. Hol és kinek értékesítheti helyi termékeit a kistermelő?

3. táblázat: A kistermelő a végső fogyasztónak¹⁰

Mit	Hol és kinek
Saját, nem állati eredetű alaptermékeket, mézet, méhészeti terméket és élő halat.	<ul style="list-style-type: none"> saját gazdaságának helyén, Magyarország területén működő valamennyi piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva a Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő, kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet.
Egyéb állati eredetű alaptermékeket, általa levágott baromfit és nyulat, általa kifogott halat, általa megtermelt alaptermékből előállított egyéb élelmiszert (sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu húsának kivételével).	<ul style="list-style-type: none"> saját gazdaságának helyén, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva a Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságon belüli piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet.
Saját gazdaságában nevelt és közfogyasztás céljára engedélyezett vágóhídon levágott sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu húsát.	<ul style="list-style-type: none"> saját gazdaságának helyén a végső fogyasztónak, illetve a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva a Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő, kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesítheti.

A **kistermelők feldolgozott termékei** – a sajtok, lekvárok, pékáruk, savanyúságok, kolbászok – ott lehetnek a **boltokban és az éttermekben, sőt a közétkeztetésben is**. A gazdák nyers húst is forgalmazhatnak. Így például a bölcsődék, az óvodák, az iskolák, a hivatalok és az egészségügyi intézmények közvetlenül vásárolhatják meg a nyers húst, a zöldséget, a gyümölcsöt, a tejet és tejterméket, mézet, tojást és gabonát a kistermelőktől.

Kistermelői élelmiszer értékesítését a kistermelőn kívül, a vele egy háztartásban élő személy, valamint a kistermelő házastársa, bejegyzett élettársi kapcsolatban élő élettársa, nagykorú gyermeke, testvére, szülője, nagyszülője is végezheti.

Egy családban elég egy regisztrált kistermelő, és enyhültek a **házhozzállításra** vonatkozó szabályok is.

A kistermelő a vevő kérésére a régió belül vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva a Magyarország területén legfeljebb 40 km távolságon belül **házhozzállítással** is értékesítheti élelmiszereit, a piaci értékesítésre vonatkozó területi szabályok betartásával.¹¹

¹⁰ Saját szerkesztés az 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet alapján.

¹¹ <http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/3/7e/50000/Kistermel%C5%91i%20t%C3%A1j%C3%A9koztat%C3%B3%202013.pdf> (2014. 09. 26.) Tájékoztató a kistermelők élelmiszer-előállítással kapcsolatos lehetőségeiről. Vidékfejlesztési Minisztérium, Budapest, 2013, 2. kiadás alapján.

2.4. Vállalkozások

A fenti mennyiségi korlátok (1. táblázat) csak a kistermelőkre vonatkoznak, de a különböző (pl. adó, járulék stb.) könnyítések is csak őket érintik. Természetesen helyi terméket vállalkozások (bt, kft, rt, szövetkezet) is előállíthatnak, és értékesíthetnek, ha betartják a helyi termékre vonatkozó távolsági megkötéseket és feldolgozástechnológiai előírásokat. Rájuk viszont a PTK gazdasági társaságokról szóló 2013. évi V. törvény¹² vonatkozik, adó illetve járulékfizetési kötelezettségeik vannak, és oda kell figyelniük a pénztárgép használati előírásokra illetve az ÁFA fizetési kötelezettségre is.

„A személyi jövedelemadó törvény hatálya alá tartozó egyéni vállalkozók jövedelmének meghatározására és járulékfizetésére vonatkozó alapvető szabályok a 2014. évben”¹³ és „A társasvállalkozások, társasvállalkozók, gazdasági társaságok vezető tsztségviselői járulék-, és egészségügyi hozzájárulás, valamint szociális hozzájárulási adó fizetésének alapvető szabályai 2014”¹⁴ a NAV honlapján érhető el.

2.5. Kézműves tevékenység

A kézműves termék előállítás, értékesítése, a tevékenység bemutatása, oktatása történhet egyéni és szervezeti szinten is.

A tevékenység folytatása elvileg történhet falusi agroturisztikai szolgáltatóként, egyéni vállalkozóként, 7-es adószámmal, vagy vállalkozási formában. Adójogilag mégsem életszerű a jelen szabályozási lehetőségek adta kiegészítő tevékenységként végzett kézművesség. Erről bővebb információ az alábbi linken található:

<http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf>¹⁵

2.6. Mi a különbség a kistermelő és az őstermelő között?

Beszélgetésekben, előadásokban stb. gyakran használjuk a kistermelő, őstermelő fogalmakat, de nem mindenki számára világos, hogy a kettő ugyanaz, vagy van különbség közöttük.

Egyszerűen azt mondhatjuk, hogy tulajdonképpen minden kistermelő őstermelő, de nem minden őstermelő kistermelő.

Mezőgazdasági őstermelőnek számít az a személy, aki betöltötte a 16. életévét, és **jövedelme részben vagy egészben saját gazdaságában zajló termelői tevékenységből származik**. Őstermelő piacon csak növényi alapterméket és gombát értékesíthet. Állati és feldolgozott terméket csak kistermelőként, vállalkozóként értékesíthet.

Mezőgazdasági kistermelő az a mezőgazdasági őstermelő, akinek **az e tevékenységből az adóévben megszerzett bevétele a 8 millió forintot nem haladja meg**.¹⁶

¹² PTK. 2013. évi V. törvény harmadik rész X. cím.

¹³ http://www.nav.gov.hu//data/cms319828/3._sz._fuzet_Egyeni_vallalkozo_20140620_2014.06.20_10_40.pdf (2014. 11. 02.)

¹⁴ http://www.nav.gov.hu//data/cms319920/12._sz._fuzet_Tarsas_vallalkozasok__tarsas_vallalkozok_jarulekfizetesi_kotelezettsege.pdf (2014. 11. 02.)

¹⁵ Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft. „Adj Helyet a Helyinek” Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 70. (2014. 11. 02.)

¹⁶ http://www.nav.gov.hu//data/cms319871/6._sz._fuzet_Mezogazdasagi_ostermelok_20140402.pdf (2014. 09. 22.) Mezőgazdasági őstermelő magánszemély adózásának alapvető szabályai. 2014.

2.7. Dokumentációs kötelezettségek

A kistermelői tevékenység végzéséhez a következő okmányokra van szükség:¹⁷

- a) bejelentési kötelezettség,
- b) adatlap,
- c) hatósági állatorvosi bizonyítvány,
- d) hússzállítási igazolás,
- e) nyilvántartás vezetése.

a) bejelentési kötelezettség

A kistermelő köteles tevékenysége megkezdését, tevékenységének lényeges megváltozását, szüneteltetését és megszűnését **írásban** benyújtani a gazdaság helye szerint illetékes **Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatal (MgSzH) kerületi hivatalához**.

Az írásban benyújtott bejelentésen az alábbi információkat szükséges feltüntetni: a kistermelő neve, a gazdaság vagy az élelmiszer-előállítás helye, az értékesíteni kívánt élelmiszerek megnevezése.

A bejelentést követően a járási hivatal a kistermelőt **nyilvántartásba veszi**, és **regisztrációs számmal** látja el.

A kistermelő nem köteles bejelenteni a kis mennyiségű nem állati eredetű alaptermék termelését, valamint vadon termő alaptermékek összegyűjtését és betakarítását, azonban a forgalomba hozatalukat már igen!¹⁸

b) adatlap¹⁹

Az adatlap egy olyan dokumentum, amelyet a kistermelő az alaptermékéből előállított minden fajta élelmiszerről köteles elkészíteni és feltüntetni rajta a következő információkat: a kistermelő neve, címe, az élelmiszer-előállítás helye, az élelmiszer megnevezése, az összetevők csökkenő sorrendben való felsorolása, fogyaszthatósági időtartam, illetve minőség megőrzési időtartam, tárolási hőmérséklet.

A falusi vendégszta szolgáltatás keretében előállított élelmiszerekről nem kell adatlapot vezetni.

c) hatósági állatorvosi bizonyítvány²⁰

A kistermelő **állati eredetű alap- és feldolgozott terméket** (tej, sajt, kolbász stb.) csak akkor hozhat forgalomba, ha azt az állatállományt, amelyből e termékek származnak a hatósági állatorvos átvizsgálta és a hatósági állatorvosi bizonyítványt kiállította. A bizonyítvány igazolja, hogy az állomány részt vett a kötelező mentesítési programokban, illetve mentes gümőkortól és brucellózistól. A bizonyítványt az állatorvos a kistermelő kérelmére állítja ki.

A hatósági állatorvosi bizonyítvány a kiállításától számított 1 évig hatályos, a kistermelő kérelmére évente meghosszabbítható.

¹⁷ <http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/3/7e/50000/Kistermel%C5%91i%20t%C3%A1j%C3%A9koztat%C3%B3%202013.pdf> (2014. 09. 25.) 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet – VM Budapest Tájékoztató a kistermelők élelmiszer-előállítással kapcsolatos lehetőségeiről. 2013, 2. kiadás alapján.

¹⁸ 210/2009. (IX. 29.) Korm. rendelet szerint (a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről).

¹⁹ A gazdasági érdekeltség (vállalkozás stb.) illetve az őstermelői adatlapokat az igénylés kitöltése során a rendszer generálja, formanyomtatványként nem található meg.

²⁰ 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet 2. melléklet http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000052.FVM (2014. 10. 20.)

A hatósági állatorvosi bizonyítványt vagy annak a hatósági vagy jogosult állatorvos által hitelesített másolatát az élelmiszerek végső fogyasztó felé való értékesítésének minden egyes helyszínén (beleértve a kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítményt is) **az árusítás helyén kell tárolni.**

d) húszállítási igazolás²¹

A kistermelő **a gazdaságában nevelt és tulajdonában lévő baromfit és nyúlfélét a tartás helyén levághatja.** A vágás előtti állomány szintű, valamint a vágás utáni húsvizsgálatot a hatósági vagy az erre jogosult állatorvos végzi el és állítja ki a forgalomba hozatalhoz szükséges **húszállítási igazolást.** Kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítmény részére csak és kizárólag az előírt húsvizsgálaton átesett és erről igazolással rendelkező baromfi- és nyúlhús értékesíthető.

A kistermelő a gazdaságában nevelt, tulajdonában lévő sertést, juhot, kecskét, szarvasmarhát, struccot és emut engedélyezett vágóhídon vághatja le. Ilyenkor az állatorvos a helyszínen végzi el a húsvizsgálatot és állítja ki a húszállítási igazolást.

A kistermelő köteles a húsvizsgálatot igazoló húszállítási igazolásokat 2 éven keresztül megőrizni.

Baromfi és nyúlfélék esetében, amennyiben a heti vágási szám nem haladja meg az *1. táblázatban* szereplő maximum heti mennyiségek 25%-át és a kistermelő a gazdaság helye szerinti településen közvetlenül értékesít a végső fogyasztó részére, nem kötelező húsvizsgálatot végeztetnie. Ebben az esetben is szükséges azonban a hatósági vagy jogosult állatorvost a vágás időpontjáról tájékoztatnia. A levágott állatok húsának vizsgálata ebben az esetben az értékesítés helyszínén történik.

e) nyilvántartás vezetése

A kistermelőnek nyilvántartást kell vezetnie az általa előállított termékek mennyiségéről, az előállítás idejéről, az értékesített mennyiségről és az értékesítés helyéről, idejéről. A nyilvántartást vagy annak másolatát a kistermelőnek az árusítás helyén kell tartania.

A kistermelőnek tudnia kell, hogy felelős az általa forgalomba hozott élelmiszer biztonságáért, minőségéért, a nyomon követhetőség biztosításáért és dokumentálásáért.

A kistermelők ellenőrzése alkalmával a nyilvántartást, a hatósági állatorvosi bizonyítványt, a húszállítási igazolást, mennyiséget, minőséget, a felhasznált alapanyagok nyomon követhetőségét, a termékek jelölését, a higiéniai előírások betartását, a kistermelő egészségügyi alkalmasságát ellenőrizhetik.

Amennyiben a kistermelőknél az ellenőrző hatóság hiányosságot, hibát tapasztal az ellenőrzés során, azt annak mértékével arányosan szankcionálja figyelmeztetéssel, írásbeli felszólítással a mulasztás pótlására, a hiányosság kijavítására. Súlyos, egészséget veszélyeztető élelmiszer-biztonsági hiba esetén a tevékenység végzésének korlátozására, felfüggesztésre, a hatósági állatorvosi bizonyítvány visszavonására, a nyilvántartásból való törlésre, 3 éves eltiltásra kerülhet sor.

Bírság kiszabása esetén kormányrendelet határozza meg a bírságösszeg számításának menetét, megadva a különböző bírságok alapértékét, a súlyosbító tényezők alkalmazásának feltételeit, az esetenként alkalmazható szorzókat, továbbá a különböző okok miatt az egyes meghatározott gazdasági szereplőkre minimálisan és maximálisan kiszabható bírságok összegét.

2.8. A kistermelő csomagolt és csomagolatlan élelmiszereinek jelölése

Az értékesítés módja szerint megkülönböztetünk **csomagolt és csomagolatlan élelmiszereket.**

²¹ 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet, 3. melléklet, http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000052.FVM (2014. 10. 20.)

1. A gazdasága helyén, piacon, vásáron, rendezvényen, ideiglenes árusító helyen és házhozszállítás útján történő **csomagolt termékek értékesítése esetén, a terméken fel kell tüntetni:**

- a kistermelő nevét,
- címét vagy a gazdaság helyének címét,
- a termék nevét,
- a fogyaszthatósági vagy a minőségmegőrzési időtartamát,
- amennyiben értelmezhető a szükséges tárolási hőmérsékletet, valamint
- a termék tömegét (kivéve, ha a csomagolt terméket a kistermelő a vevő jelenlétében méri le).

2. A gazdasága helyén, piacon, vásáron, rendezvényen, ideiglenes árusító helyen és házhozszállítás útján történő **csomagolatlan termékek értékesítése esetén a kihelyezett termék előtt fel kell tüntetni:**

- a kistermelő nevét,
- címét vagy a gazdaság helyének címét és
- a termék nevét.

3. A **kiskereskedelmi és vendéglátó** létesítmények számára értékesített **csomagolt termékeken:**

- az élelmiszerek jelöléséről szóló rendeletben meghatározott jelölést kell alkalmazni,
- a csomagoláson, a termék megnevezése előtt fel kell tüntetni a „**kistermelői**”, vagy **méz esetében a „termelői”** jelzót.

4. **Kiskereskedelmi és vendéglátó** létesítmények számára a **csomagolatlan** termékek – beleértve az alapterméket is – értékesítése esetén:

- a kiskereskedelmi létesítménynek az árusítás helyén fel kell tüntetni a **kistermelő, illetve a termék nevét,**
- a termék megnevezése előtt fel kell tüntetni a „**kistermelői**” vagy **méz esetében a „termelői”** jelzót.

A kistermelő dokumentált módon köteles tájékoztatni a kereskedőt az élelmiszer fogyaszthatósági vagy a minőség megőrzési időtartamáról és a szükséges tárolási hőmérsékletről.

2.9. Milyen okmányokat kötelező, illetve ajánlott az árusítás helyszínén tárolni?

Kötelező az árusítás helyszínén tartani (eredetiben vagy másolatban):

- a termék előállításáról és az értékesítéséről vezetett nyilvántartást,
- az állati eredetű termékek értékesítéséhez a hatósági állatorvosi bizonyítványt, vagy annak a hatósági vagy jogosult állatorvos által hitelesített másolatát,
- vágott állat értékesítése esetén a húszállítási igazolást.

Ajánlott az árusítás helyszínén tartani:

- a jegyzőtől, illetve a járási hivataltól érkezett igazolást a nyilvántartásba vételről és a regisztrációs számról,
- az orvos által kiadott egészségügyi nyilatkozatot is, ugyanis az élelmiszer előállításával és forgalmazásával csak olyan személy foglalkozhat, aki orvosi igazolással bizonyítani tudja megfelelő egészségi állapotát (ez az orvosi igazolás nem egyenlő az egészségügyi kiskönyvvel).²²

²² 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet.

3. Kistermelőkre, helyi termék előállításra és értékesítésre vonatkozó jogszabályok²³

A kimondottan házi, kisüzemi, kistermelői termékek előállítására és forgalmazására nagyon sok jogszabály vonatkozik. A termelőnek természetesen minden olyan követelményt teljesítenie kell, amely a törvények alapján rá vonatkozik. Más-más előírások vonatkoznak a termelésre, az értékesítésre, de a különböző értékesítési módokra is. Ezek itt részletesen a terjedelmüknél fogva nem kerülhetnek ismertetésre.

Felsoroljuk a legfontosabb törvényeket, rendeleteket, amelyeket a tevékenység megkezdése előtt mindenképpen érdemes áttanulmányozni, illetve a kistermelőkre vonatkozó VM rendeletből egy kivonatot adunk, mely a leglényegesebb tudnivalókat öleli fel. A későbbiekben pedig, egyes fejezeteknél pár mondatban ismertetjük az arra vonatkozó legfontosabb jogi előírásokat. Ajánljuk, hogy a tevékenység megkezdése előtt konzultáljanak szakemberekkel, – agrárkamara, NÉBIH, NAV, hogy felkészülten kezdhessék meg a munkát.

Az alábbi rendeleteket érdemes mindenképpen áttanulmányozni a kistermelői tevékenység megkezdése előtt:

- A kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló **14/2006. (II. 16.) FVM-EüM-ICsSzEM együttes rendelet**,
- a 14/2006. (II. 16.) FVM-EüM-ICsSzEM együttes rendelet módosításáról szóló **52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet**,
- 2010. július 5-én lépett hatályba a **4/2010. (VII. 5.) VM jelű rendelet**, amely újra módosította a kistermelői élelmiszer előállításra és kereskedelemre vonatkozó előírásokat. A jogszabály olyan civil javaslatokat is tartalmaz, amelyek a korábbi rendeletmódosításba nem kerülhettek bele.

A 4/2010 VM által módosított 52/2010 kistermelői rendelet főbb tartalmi változásai:

- A kistermelő az állati alaptermékeket (tej, tojás, nyers hús stb.) és a feldolgozott kistermelői termékeket (sajt, lekvár, kolbász stb.) az előállítás szerinti megyében és Budapesten (régiónban), vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva az ország területén legfeljebb 40 km távolságon belül végső fogyasztó részére, valamint boltokba és vendéglátó egységekbe, így a közvetítésbe is értékesítheti.
- A növényi alaptermékek, méhészeti termékek, élő hal végső fogyasztónak változatlanul értékesíthetők országosan is.
- Régióon belül értékesíthető a kistermelői nyers hús, fogyasztók részére háztól, illetve házhozzállítással, és kiskereskedelmi, vendéglátó egységek számára is.
- Kistermelői élelmiszer értékesítését nem csak a kistermelő, hanem a vele egy háztartásban élő személy valamint a kistermelő házastársa, bejegyzett élettársi kapcsolatban élő élettársa, nagykorú gyermeke, testvére, szülője, nagyszülője is végezheti.

²³ http://www.fatosz.eu/ftp/jogszabalyok/uj_kistermeloi-osszegzo_tartalmi_kivonat_docpdf.pdf (2014. 10. 05.)

- A kistermelőknek adatlapot kell vezetniük. Ez alól mentesülnek a vendégasztal szolgáltatók.²⁴
- A kistermelő élelmiszerének előállítása során az alaptermékből feldolgozatlan terméket eredményező előállítási részfolyamatot más élelmiszer-vállalkozással is elvégeztetheti, a nyomon követhetőség biztosításával. (Pl. hús füstöltetés, zöldség-, gyümölcsaszítás, -őrlés stb.)
- A kistermelő is végezhet szolgáltatásokat más magánszemély, kistermelő részére élelmiszerének előállítása során (pl. hús füstöltetés, terménytisztítás, zöldség-, gyümölcs-, olajosmag-szárítás, -őrlés, -préselés). Az állat vágása és húsanak feldolgozása és ételkészítés szolgáltatási tevékenység más kistermelővel nem végezhető.
- Ellenőrzött állományból származó baromfi és nyúlféle házi vágása esetében legfeljebb heti 50 db házi tyúkféle, 25 db víziszárnyas vagy pulyka, 13 db nyúlféle vágása esetén a településen, végső fogyasztó számára történő értékesítésnél nem kell a vágásnál a hatósági húsvizsgálatot elvégezteni. Kiskereskedelmi és vendéglátó egységek részére csak hatósági igazolással értékesíthető a szárnyasok és nyúlfélék húsa is.
- Kistermelő is végezhet falusi vendégasztal szolgáltatói tevékenységet az általa megtermelt vagy előállított, és kiegészítő alapanyagként vásárolt élelmiszer felhasználásával.
- A falusi vendégasztal szolgáltatás, és a rendezvények keretében lehetőség nyílik a hatóságnak bejelentve az ellenőrzött állományokból, helyi/házi vágás elvégzésére a hús helyben való elkészítésére, értékesítésére helyben fogyasztás céljára.
- Az ökörsütés, birkapörkölt, házi disznótor a falusi vendéglátónál és a rendezvényeken is engedélyezett. A sertés hús felhasználása esetén trichinella vizsgálatot is kell elvégezteni, s a kedvező eredmény esetén az állat húsa a falusi vendégasztal szolgáltató számára lefagyasztható és a vendégek számára más alkalommal készítendő ételekhez is felhasználható.
- Falusi vendégasztal vagy a gazdaság helye szerinti településen rendezvény keretében, a kistermelő által levágott, az 5. § (4) bekezdésben foglaltaknak megfelelő állományból származó, sertés, 30 hónaposnál nem idősebb szarvasmarha, illetve 18 hónaposnál nem idősebb birka vagy kecske húsból elkészített étel felkínálhatja helyben fogyasztásra. A kistermelő ilyen módon – az 1. melléklet A. részében meghatározott kis mennyiségeken belül – évente 12 saját sertést, 24 juhot, 24 kecskét, és 2 szarvasmarhát vághat le és dolgozhat fel. A vágást és ételkészítési programot az állatvágás előtt 48 órával, írásban be kell jelenteni az illetékes járási állategészségügyi és élelmiszer-ellenőrző hivatalnak.²⁵
- A kistermelő felelős az általa forgalomba hozott élelmiszer biztonságáért, minőségéért. A Hatóság, ha rendellenességet tapasztal az ellenőrzés során, jogosult írásbeli felszólítással kötelezni a hiányosság kijavítására vagy a mulasztás pótlására. A hiányosság vagy mulasztás további fennállása és nagy veszélyeztetés esetén tehet további lépéseket a hatóság.
- Növekedtek a kistermelők által előállítható, értékesíthető mennyiségek felső határai.²⁶

Állattartással kapcsolatos szabályok:

- 2008. évi XLVI tv. 6. § (5) bekezdés szerint állat tartását csak állat-egészségügyi, közegészségügyi, állatjóléti, környezetvédelmi, illetve természetvédelmi indokkal lehet korlátozni.
- A 2012. október 1-jén hatályba lépett új 6. § (6) bekezdése, amely szerint mezőgazdasági haszonállat tartása önkormányzati rendeletben nem korlátozható. Az új rendelkezés értelmében ön-

²⁴ **Falusi vendégasztal:** falusias, tanyasias vagy vidéki környezetben a házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása, és az elkészített élelmiszerek felkínálása **helyben fogyasztásra** a gazdaság helyén (lásd bővebben a 9. fejezetben).

²⁵ 5262010 (iv. 30.) FVM rendelet.

²⁶ http://www.fatosz.eu/ftp/jogszabalyok/uj_kistermeloi-osszegzo_tartalmi_kivonat_docpdf.pdf (2014. 09. 18.)

kormányzati rendelet tehát sem a tartás körülményeire, sem egyedszámra vonatkozóan nem korlátozhatja mezőgazdasági haszonállatok tartását.

A fent hivatkozott szabályok azonban nem jelentik azt, hogy a haszonállatok tartásának lehetősége teljesen korlátlan lenne, a vonatkozó jogszabályokat továbbra is figyelembe kell venni.

A helyi piac kialakításának törvényi feltételei, a vonatkozó jogszabályok:

- A 2005. CLXIV. törvény a Kereskedelemről; és a 2011. évi CXXXV. törvény a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény módosításáról;
- A 55/2009. (III. 13.) Kormányrendelet a vásárokról és a piacokról és a 260/2011 (XII. 7.) módosítások;
- A 2011. CLXXXIX. tv. Magyarország helyi önkormányzatairól;
- Az 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről;
- A 2008. évi XLVII. törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról főként az étkezésekhez, gyermekekhez kapcsolódó kézműves termékekre ír elő KERMI engedélyezési, ill. tanúsítási kötelezettségeket, valamint megszabja a forgalmazás során a fogyasztók tájékoztatása érdekében követendő feladatokat.

További kapcsolódó jogszabályok:

- 62/2011. (VI. 30.) VM rendelet a vendéglátó-ipari termékek előállításának és forgalomba hozatalának élelmiszerbiztonsági feltételeiről;
- 37/2014. (IV. 30.) EMMI rendelete a közétkeztetésre vonatkozó táplálkozás-egészségügyi előírásokról;
- 19/2004 (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet az élelmiszerek jelöléséről;
- 2003. évi LXXXII. törvény az élelmiszerekről.

A közbeszerzési törvény módosítása

2010. évi LXXXVIII. törvény a közbeszerzésekről szóló 2003. évi CXXIX. törvény módosításáról. A közbeszerzési kényszer és a lánckereskedelem kiiktatásával összekapcsolják egymással a helyi élelmiszer-előállítás, -feldolgozás és -értékesítés rendszereit, valamint a helyi intézmények (bölcsődék, óvodák, iskolák, hivatalok, helyi egészségügyi intézmények) közétkeztetési rendszereit.

A kézműves termékek előállításához és értékesítéséhez kapcsolódó jogszabályok közül meghatározók lehetnek az alábbiak:

- **Adótörvények (SZJA Tv., ÁFA Tv.) adószámmal rendelkező természetes személyekre vonatkozó rendelkezései,**
- valamint a **termékek zsűrizésére és minősítésére vonatkozó 12/2004. (V. 21.) NKÖM rendelet** a népi iparművészettel kapcsolatos állami feladatok végrehajtásáról, amely biztosítja a zsűrizett kézműves termékek tárgyi áfa-mentességét.
- A **Nemzeti Kulturális Alapról szóló 1993. évi XXIII. törvény módosítása** rendelkezik a kulturális járulék megfizetésének kötelezettségéről.

4. Jogsegély

A helyi termékek előállításával és értékesítésével kapcsolatos jogsegély a <http://www.elotisza.hu/> jogsegely honlapon érhető el. Ezen a honlapon esettanulmányok, hatósági állásfoglalások, jogi útmutatók, jogszabályok, módosítási kezdeményezések és véleményezhető jogszabály módosítások is olvashatóak.

5. A mezőgazdasági őstermelő magánszemélyek adózása²⁷

Mindannyian tudjuk, hogy az adózási szabályok nem állandóak, akár évről-évre is változhatnak. Ahogy a jogszabályoknál is ajánlottuk, itt is érdemes a tevékenység megkezdése előtt a NAV munkatársaihoz fordulni információért. A következőkben röviden a jelen pillanatban érvényes szabályokat foglaljuk össze.

Jövedelem meghatározása

A mezőgazdasági őstermelő jövedelmét az önálló tevékenységből származó jövedelem meghatározására vonatkozó szabályok alapján állapítja meg. Költségei elszámolására tételes elszámolást vagy a 10 százalékos költséghányad alkalmazását választhatja.

A **mezőgazdasági kistermelő** az átalányadózást is választhatja a tevékenysége és az adóév egészére az őstermelésből származó jövedelme megállapítására. A tevékenység megkezdésének évében az átalányadózás választásáról az őstermelői igazolvány kiváltásakor, vagy a családi gazdaság nyilvántartásba vételekor lehet nyilatkozni. Átalányadózás esetén a kistermelésből származó bevétel 15 százaléka számít jövedelemnek, illetőleg a bevételnek azon részéből, amely élő állat és állati termékek értékesítéséből származik, 6 százalékot kell jövedelemnek tekinteni.

Az átalányadóra vonatkozó szabályok szerint adózónak a bevétel megszerzése érdekében felmerült kiadásairól szóló számlákat és más bizonylatokat az adó utólagos megállapításához való jog elévüléséig meg kell őriznie.

Az átalányban megállapított jövedelem is az összevont adóalap része.

A mezőgazdasági kistermelőnek – a választott adózási módtól függetlenül – mindaddig nem kell adóelőleget fizetnie, amíg az adóévben elszámolt jogszabály alapján kapott támogatások összegével csökkentett őstermelői tevékenységből származó bevétele a 4 millió forintot nem haladja meg.²⁸

²⁷ http://www.nav.gov.hu//data/cms319871/6._sz._fuzet_Mezogazdasagi_ostermelok_20140402.pdf alapján (2014. 09. 21.).

²⁸ Szja tv. 47 § (4) bek.

Az összevont adóalap csökkenthető:

- a családi kedvezmény összegével (a fennmaradó összeg után az adó mértéke 16 százalék);
- ez tovább csökkenthető az őstermelői adókedvezmény összegével, amennyiben jövedelmét az őstermelő nem az átalányadózókra vonatkozó szabályok alapján állapítja meg;
- tovább csökkenthető a személyi kedvezmény összegével is, amely havonta az adóév első napján érvényes minimálbér 5 százaléka. Az így megállapított összegből le kell vonni az adóév során már befizetett előleget, és a különbözetet kell az adott negyedévre, a negyedévet követő hónap 12-ig befizetni.
- Az adóelőleget a magánszemélynek mindaddig nem kell megfizetnie, amíg a fizetendő összeg nem haladja meg a 10 ezer forintot.
- Ha a mezőgazdasági őstermelőnek a támogatások összegével csökkentett őstermelői tevékenységből származó éves bevétele nem haladja a 600 ezer forintot, akkor nem kell jövedelmet számolnia és ezt a bevételét nem is kell bevallania.²⁹

A mezőgazdasági őstermelők járulékfizetése³⁰

Társadalombiztosítási szempontból az a személy minősül mezőgazdasági őstermelőnek:

- aki nem egyéni vállalkozó, a 16. életévét betöltötte, és a saját gazdaságában mezőgazdasági termékek előállítására irányuló tevékenységet folytat, melynek igazolására őstermelői igazolvánnyal rendelkezik;
- akit az Európai Unió Közös Agrárpolitikája magyarországi végrehajtásában, illetve a nemzeti agrártámogatási rendszerben érintett ügyfelekkel összefüggő ügyfélregiszter létrehozásáról és az ezzel kapcsolatos nyilvántartásba vételről szóló kormányrendelet szerint nyilvántartásba vettek (regisztrált mezőgazdasági termelő);
- aki a termőföldről szóló törvény szerint családi gazdálkodónak minősül és a családi gazdálkodónak a családi gazdaságban nem foglalkoztatottként közreműködő családtagja a mezőgazdasági termékek előállítására irányuló tevékenységük tekintetében.

Az új szabályok azonban nem minden mezőgazdasági őstermelőkre vonatkoznak, a törvény kivételeket állapít meg.

A mezőgazdasági őstermelő biztosítási kötelezettségének kezdő időpontja:

- az őstermelői igazolványban feltüntetett időpont,
- gazdálkodó család tagja esetében a családi gazdaság nyilvántartásba vételének napja,
- regisztrált mezőgazdasági termelő esetében a nyilvántartásba vétel napja, illetőleg
- az őstermelői biztosítást kizáró körülmény (pl. munkaviszony) megszűnését követő nap.

A mezőgazdasági őstermelő biztosítási kötelezettségének befejező időpontja:

- az őstermelői igazolvány visszaadásának napja,
- gazdálkodó család tagja és regisztrált mezőgazdasági termelő esetében a nyilvántartásból való törlés napja, illetőleg
- a biztosítást kizáró körülmény bekövetkezésének napja (pl. a munkaviszony létesítésének vagy a nyugdíj megállapításának napja).

²⁹ Szja tv. 23 §.

³⁰ http://m.adozona.hu/tb_jarulekok_nyugdij/Ostermelok_figyelem_ltt_a_fogozdo_milyen_ja_8A6RZS.aspx (2014. 09. 22.)

Biztosítás és járulékfizetés³¹

A **1997. évi LXXX. törvény** (a továbbiakban: Tbj.) több paragrafusa is foglalkozik a mezőgazdasági őstermelőkkel. A mezőgazdasági őstermelő akkor biztosított,³² ha a reá irányadó nyugdíjkorhatárig hátralévő idő és a már megszerzett szolgálati idő együttesen legalább 20 év, és egyéb jogcímen nem biztosított. Azt, hogy a biztosított mezőgazdasági őstermelő hogyan köteles a járulékfizetésre, a **Tbj. 30/A §-a** szabályozza. A mezőgazdasági őstermelő – ideértve a tevékenységét a tárgyévben kezdő mezőgazdasági őstermelőt is – a minimálbérnek³³ megfelelő összeg után fizeti meg a 7% egészségbiztosítási járulékot, melyből 4% a természetbeni, és 3% a pénzügyi egészségbiztosítási járulék, valamint a 10% nyugdíjjárulékot.

Ettől eltérően, az a mezőgazdasági őstermelő, akinek az e tevékenységéből származó, tárgyévet megelőző évben elért bevétele nem haladja meg a 8 millió forintot, az őstermelői tevékenységéből származó, tárgyévet megelőző évi bevételenek 20 százaléka után 4 százalékos természetbeni egészségbiztosítási járulékot és 10 százalékos nyugdíjjárulékot fizet. A 8 millió forintos bevételi összeghatár számításánál figyelmen kívül kell hagyni a jogszabály vagy nemzetközi szerződés rendelkezése alapján folyósított, egyébként bevételnek számító támogatást.

A mezőgazdasági őstermelő magánszemélyek 2014-re vonatkozó alapvető szabályai részletesen itt elérhetők:

http://www.nav.gov.hu//data/cms319871/6._sz._fuzet_Mezogazdasagi_ostermelok_20140402.pdf

³¹ http://www.nav.gov.hu//data/cms319871/6._sz._fuzet_Mezogazdasagi_ostermelok_20140402.pdf (2014. 09. 26.) 26–27.

³² 1997. évi LXXX. törvény. 5. §- (1) bek. i)

³³ 2014. január 1-től havi 101 500 Ft.



6. Piaci ismeretek

6.1. A siker tényezői³⁴

Ha valakinek – legyen bármilyen vállalkozásról vagy tevékenységről szó – nincsenek céljai, valamint elképzelései arról, hogy azokat a lehető legkisebb ráfordítással hogyan érheti el, nem tud egy szintről továbblépni, így túl sokat dolgozik, túl keveset keres és túl sok időt veszteget el.

Érdemes elkészíteni a vállalkozás **üzleti tervét**, mely megfogalmazza a vállalkozás jövőképét, tartalmazza a tevékenységre vonatkozó elképzeléseket, ötleteket, elgondolásokat, és bizonyítja, hogy azokat meg is lehet valósítani. Az üzleti terv része a **marketing terv** is, mely azt mutatja meg, hogy a vállalkozás miként kívánja kiaknázni piaci lehetőségeit. A marketing terv kitér a termékre, az árakra, az értékesítésre és a marketingkommunikáció területére is, vagyis meghatározza, hogy a célpiaci elképzeléseket milyen marketingeszközökkel kívánjuk megvalósítani.

Elemezni kell továbbá a vállalkozás környezetét, helyzetét, lehetőségeit és a lehetséges kockázatokat.

Célkitűzéseink kijelölik az értékesítés mennyiségét, a piaci részesedést és a nyereség tervcéljait.

A **stratégia** megválasztása mindig az elérendő céloktól függ. A stratégiai segít abban, hogy:

- megtaláljuk a célok eléréséhez szükséges feltételek megteremtésének módját;
- ne kelljen megelégednünk azokkal a piaci lehetőségekkel, amelyeket a versenytársaink számunkra hagynak, hanem meghatározó szereplői lehessünk a piaci versenynek;
- olyan tevékenységi kört válasszunk, ahol versenylőnyeinkre építve és a környezeti lehetőségeket kihasználva hosszútávon sikeresek lehetünk.

A stratégiaalkotást a **cselekvési programok** követik, amelyek a *ki, mikor, mit vegyen és ez mennyibe fog kerülni* kérdésekre adnak választ.

Ezután össze kell foglalnunk a terv várható **pénzügyi hatásait**, vagyis a várható nyereséget illetve veszteséget.

Természetesen az elméletet **meg is kell valósítani**, és az **ellenőrzés** sem maradhat el.

Ha a fenti lépéseket betartjuk, vállalkozásunk sikeres lesz.

6.2. A vállalkozás környezetének elemzése

Mielőtt bármilyen vállalkozásba kezdünk, feltétlenül elemeznünk kell, annak környezetét, hiszen tevékenységünk sikerét nagyban befolyásolja. Ennek legismertebb módszere az úgynevezett SWOT analízis, mely nevét az erősségek, gyengeségek, lehetőségek, veszélyek angol szavainak kezdőbetűiről kap-

³⁴ P. Pottebaum – A. Bullerdiok: Az őstermelői értékesítés kézikönyve. Licenckiadás, Budapest, 2000 alapján.

ta. Az erősségek olyan belső erőforrásokat jelentenek, amelyekben versenyelőny rejlik, a gyengeségek pedig azok a belső erőforrások, amelyekben versenyhátrány van. A lehetőségek azok a külső tényezők, amelyekre építve kihasználhatjuk erősségeinket, míg a veszélyek tevékenységünk várható kockázataira hívják fel a figyelmet.

Ha példaként a barcsi kistérség SWOT elemzését végezzük el, kiderül, hogy ami gyengeség, az más szempontból erősség is lehet, pl. gyengeség a munkanélküliség magas aránya, de erősség, hogy továbbképzésre nagyszámú munkaerő áll rendelkezésre.

4. táblázat: A Barcsi kistérség gazdasági-társadalmi szintű SWOT analízise³⁵

Erősségek	Gyengeségek
<ul style="list-style-type: none"> Jó mezőgazdasági adottságok. A magas színvonalú állattenyésztésnek és növénytermesztésnek egyaránt hagyományai vannak. A kistérség jelentős hányada része a Duna-Dráva Nemzeti Parknak. Az érintett természeti értékek és a térségben található gyógy- és termálfürdők komoly turisztikai vonzerőt jelentenek. Pécs és Kaposvár közelsége. Közúti határátkelőhely. Határmentiség, működő horvát vállalkozói kapcsolatok. A jelentő munkanélküliség miatt a munkaerőpiacra visszavezethető álláskeresők száma is magas. Továbbképzésre alkalmas nagyszámú munkaerő. A vállalkozások között jelentős számú a több mint egy évtizedes múlttal és stabil piaci háttérrel rendelkező kisvállalkozás. Vállalkozói összefogás igénye. Kedvező lakossági korösszetétel. Erős lokálpatriotizmus, helyi identitás-tudat. 	<ul style="list-style-type: none"> Magas munkanélküliség. Alacsony iskolai végzettség a munkanélkülieknél. Képzett fiatalok nagyszámú elvándorlása Öregedő társadalom. A korszerűtlen iparszerkezet. Alacsony vállalkozói hajlandóság. Fejletlen közúthálózat. Kedvezőtlen településszerkezet. Mezőgazdasági termékek minősége. Nem egyenletes, időjárás függő. Megszűnt horvát bevásárló turizmus. Nagyvállalat hiánya. Tőkehiány a mikro- és kisvállalkozó-soknál. Jelentős a kényszervállalkozók aránya a KKV szektorban, alacsonyak a jövedelmek. Gyenge innovációs képesség a mikrovállalkozásoknál. Kiterjedt piaci kapcsolatok hiánya. Információ hiánya. Szakképzett munkaerő szűkössége. Települések összefogásának hiánya. Gyenge marketing/kommunikáció.
Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> Az ökoturizmus fejlesztési lehetőségeinek kihasználása. Az aktív természet-turizmus lehetőségeinek fejlesztése. Bietermelés kultúrájának terjesztése, piacának bővítése. Kertészet/biokertészet/melegházak. létrehozása, zöldség-gyümölcs termesztés élénkítése. Termálvízen alapuló növénytermesztés, és biotermesztés. 	<ul style="list-style-type: none"> Térség gazdasági lemaradása, a meglévő vállalkozások piacának beszűkülése. Elvándorlás fokozódása, a kistérség lakosság megtartó képességének csökkenése. Munkanélküliség helyzetének további romlása. A leszakadó társadalmi csoportok létszámának növekedése. Elmaradott infrastruktúra következtében izoláció, leszakadás veszélye nő. Élesedő piaci verseny a turizmus területén, a termál- és gyógyturizmus regionális túlkínálata.

³⁵ A barcsi kistérség gazdasági-társadalmi szintű SWOT analízise. HOZAM 2001 Kft. 2011, 36–39. alapján.

Lehetőségek	Veszélyek
<ul style="list-style-type: none"> • EU-s fejlesztési források kihasználása. • Állattenyésztés és a hozzá kapcsolódó feldolgozó ipar fejlesztése. • Új mezőgazdasági növénykultúra honosítása. • Helyi termék előállítás, helyi piacok létrehozása – önfoglalkoztatás elősegítése – termelők bevonása. • Helyi termékek és a falusi vendéglátók kapcsolatának erősítése. • Közösségi árusítóhelyek kialakítása a helyi termék értékesítés érdekében. • Közös marketingkommunikáció kidolgozása és alkalmazása a helyi termékek eladásnövelése érdekében (védjegy, minőségbiztosítás). • Határon átnyúló közös vásárok, együttműködés, visszatérő rendezvények, események, rendezvények kistérségi szinten összehangolt szervezése és marketingje. • Piacképes termékprofil kialakítása. • A vállalkozói képzettségi szint növelése. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nemzeti park területének túlzott védelme. • A munkanélküliség növekedése együtt jár a fizetőképes kereslet csökkenésével. • Erdőállomány csökkenése, a fiatal erdőkből nincsenek nagy vadak, a meglévő vadászturizmus vissza-szorulása. • Hagyományos önellátó szemlélet kihalása, földtől való elszakadás, gyökértelessé válás.

A fenti táblázatból is kiderül, hogy a Barcsi Kistérség egyik legnagyobb lehetősége az erősségek kihasználására a **helyi termék előállítás és értékesítés**, hiszen munkahelyet teremt, kihasználhatóak a természeti adottságok, és a megtermelt termékek nagy felvevőpiaca lehet a turizmus.

A Rinya-Dráva és a Zselici Lámpások Leader Egyesület településinek elemzése hasonló eredményt hozna, hiszen egész Somogy megyére jellemzőek a fenti elemzés megállapításai.

6.3. Az értékesítés sikerét befolyásoló tényezők

Az értékesítés sikerét **négy tényező** befolyásolja: a **gazdasági-**, a **jogi feltételek**, a **piacfeltárási lehetőségek** és a **marketing**. A gazdaság helye alapvetően meghatározza, hogy mely termékre milyen értékesítési mód alkalmas.

6.3.1. A gazdaság helye

Ha olyan termékünk van, amit a fogyasztók frissen és gyakran vásárolnak, mint a tojás, tej, zöldség, gyümölcs, azt akkor érdemes közvetlenül a gazdaságból árusítani, feltéve, ha az közel van a fogyasztóhoz. Ha távolabb van a gazdaságunk, más módszert kell keresni. Ha a termékünkben a fogyasztó rendszertelenül vásárol, de nagyobb mennyiségben, azt akár a távolabb lévő gazdaságban is érdemes lehet árusítani. Gondoljunk például a télre vett burgonyára, a lekvárnak való gyümölcsre, vagy a húsról, amelyet majd otthon fagyasztanak le. A nagyon ritka, speciális termékekért pedig egészen messziről is elutazik a fogyasztó.

6.3.2. Jogszabályok

Nagyon sok a vonatkozó jogszabály és szerteágazó. Ismerni kell a termelésre, higiéniára, állattartásra, csomagolásra, a bolti nyitvatartásra és a különböző dokumentumok megszerzésére vonatkozó szabályokat.

6.3.3. Piacfeltárás

Aki nem ismeri saját piacát, az nem tud jó termelési és értékesítési tervet készíteni. Fontos tudni, hogy kik a vásárlók, mennyien vannak a környéken, mennyit vásárolnak, milyen gyakran, és, hogy van-e a közelben másik termelő, aki a versenytársunk lehet.

6.3.4. Marketing

A marketing azt jelenti, hogy a gondolkodásunk középpontjába a fogyasztót állítjuk, hiszen az ő szükségleteit, igényeit akarjuk kielégíteni, illetve az elvárásainak megfelelni. Nagyon fontos, hogy megkülönböztessük magunkat a többi kistermelőtől, hogy jó képet (imázst) alakítsunk ki magunkról, és mindig megoldjuk a vevő problémáit.³⁶

6.4. Mitől függ, hogy mennyit tudunk eladni?

Hogy termékeinkből mennyit tudunk eladni, azt mindig a **piaci helyzet** – a keresleti kínálati viszonyok – dönti el. A marketing középpontjában a vállalkozás **értékesítési piaci** állnak. A piac, folyamatosan változó értékesítési lehetőséget jelent. A piac marketing szempontból vevőkből áll. A piac mérete így azok számától függ, akik szükségleteik kielégítése érdekében hajlandók és képesek vásárolni.

A piac jellemzésére három mutatót alkalmaznak.

- A **piaci potenciál** azt jelenti, hogy egy termékből elméletileg mennyit lehet eladni.
- A **piaci volumen** azt a termékmennyiséget jelenti, amit meghatározott területen összesen eladtak.
- A **piaci részesedés** pedig a piaci részarányt jelenti, vagyis hogy a saját eladás hányad része az összes eladásnak.

Mitől függ a gazdaságosság?

A gazdaságosság a költségek és bevételek arányától függ. Ehhez ismernünk kell:

- a **tőkeigényt** – pl. építés, technológia, gépek, berendezések költsége. Azt is meg kell néznünk, hogy ezt miből tudjuk finanszírozni, vagyis elég-e a saját tőkénk, mennyi idegen tőkét kell bevonni, és ennek milyen költségei vannak (pl. kamat);
- a **költségeket** – meg kell határoznunk az úgynevezett állandó költségeket, melyeket mindig fizetnünk kell, bármennyit is termelünk (pl. kamat, amortizáció, biztosítás), és a változó költségeket, melyek a termelt mennyiségtől függően változnak (pl. anyag-, rezszi-, csomagolás-, munkabér költség). A kettő összege adja az összes költséget;
- a **bevételeket** – amit a termékünkért vagy szolgáltatásunkért kapunk.

A nyereség a vállalkozás árbevétele és az összes költség közötti különbség. A különböző helyi termékek előállítói akkor tudják eredményüket maximalizálni, ha **egymással is együttműködnek** az alapanyagok biztosításában, a feldolgozó kapacitások kiaknázásában, a termék szettek, több mesterséget érintő termékek összeállításában, a csomagolásban, a minősítési eljárásokban és az értékesítésben.³⁷

³⁶ Paul Pottebaum – Annette Bullrdiek: Az őstermelői értékesítés kézikönyve. Budapest, 2000. Licenckiadás alapján.

³⁷ http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (2014. 10. 01.) Zala Termálvolgye Egyesület: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvolgyében. Dr. G. Fekete Éva, 2009, 10.

6.5. Fogyasztó

Ha megismertük a piacot, meg kell ismernünk a **fogyasztót** is, hiszen az ő szükségleteit kell kielégítenünk, lehetőleg jobban, mint ahogy azt versenytársaink tennék. Sokan rengeteget dolgoznak, csodálatos termékeket állítanak elő, nem is drágán, mégsem jutnak egyről a kettőre. Ennek legfőbb oka az, hogy elfelejtették tanulmányozni, hogy mit is keres a fogyasztó.

Ahhoz, hogy meg tudjuk határozni, hogy kit akarunk fogyasztónak megnyerni, tudnunk kell, hogy kik ők, hol vásárolnak szívesen, milyen termékeket keresnek, miért vásárolnának kistermelőnél, mennyit lennének hajlandók fizetni, illetve hogyan győzhetőek meg arról, hogy tőlünk vásároljanak.

Egy régi spanyol mondás szerint „*Egy jó torreádornak bele kell bújnia a bika bőrébe*” – vagyis ahhoz, hogy megnyerjük a vásárlót, meg kell ismernünk őt, a szokásait, motivációját, elvárásait, igényeit.

6.5.1. Trendek

A fogyasztó folyamatosan változik, cselekedeteit különböző divatok, helyzetek, **trendek** befolyásolják. Ezekre a trendekre a siker érdekében figyelniük kell.

Napjainkban többek között a következő trendek figyelhetők meg:

- Előtérbe kerül az **egészséges** étkezés, többet fizetünk a **minőségi** ételért;
- Fontossá váltak a **környezetvédelmi** megfontolások és a társadalmi tudatosság – a felelősségteljes fogyasztó előnyben részesíti a helyi termelőktől származó és különleges minősítéssel rendelkező termékeket;
- Több fogyasztó vágyik **luxustermékekre**, mint korábban. Érdekes trend azonban, hogy egyre több vásárló egyre kevesebb pénzért szeretne prémiumkategóriás termékekhez jutni;
- A fogyasztó a vásárlással a termék mellé **élményeket** is akar;
- A fogyasztó információigénye hihetetlen mértékben megnőtt – érdekli, mit gondol a többi fogyasztó, és a digitális technikák információhoz is juttatják;
- Szeretjük az **interneten megmutatni**, mit ettünk, vettünk, és megosztani a tapasztalatainkat is!

6.5.2. Mit keres a fogyasztó?

Biztonságosan fogyasztható, egészséges, igazolt eredetű, hagyományos, tájjellegű, esetenként bio- vagy organikus terméket, mely megfelel a környezetvédelem és az állatjólét szempontjainak is.

A fogyasztó nincs könnyű helyzetben, hiszen rengeteg a termék, mindenki a fogyasztó kegyeiért és pénzéért küzd, és reklámok tömkelege zúdul rá. Ugyanakkor nőnek az árak, csökkennek a reáljövedelmek, ellentmondásos információk jelennek meg, melyek elbizonytalanítják, ezért a fogyasztó nem tudja, hogy mi a jó megoldás. Olcsón vegyen sokat, vagy az ár/érték arányra figyeljen? Érzi, hogy nőtt a kínálat, de azt is, hogy a fizetőképessége korlátozott. Így nem mindig tudja megítélni, hogy mit vett olcsón és mit drágán.³⁸

A kistermelő számára a legjobb lehetőség a **fogyasztó megfigyelése és a vele való beszélgetés**. Érdeemes beszélgetni arról, hogy hogyan találta meg a gazdaságot, ajánlotta-e valaki, miért termelőtől vásárol, mi a kedvence, elégedett-e az árakkal, rendszeresen szeretne-e vásárolni, miért egyedül jött, elhozná-e a családját, érdekli-e a termelés, illetve a feldolgozás. Figyeljük meg, hogy mennyire válogat, mit és mennyit vásárol, milyen gyakran jön, szívesen beszélget-e, mennyi időt tölt a gazdaságban. Nagyon sok információt kaphatunk így, ami segíthet a hatékonyabb értékesítésben, a kapcsolatok erősítésében.

³⁸ http://www.netaktiv.hu/magyarfogyaszto/prezentaciok/feiner_peter_prezi.pdf (2014. 09. 14.) Feiner Péter: A választás szabadsága és nehézsége – fogyasztói szokások változása a rendszerváltástól napjainkig alapján.

6.5.3. A fogyasztó elvárásai

5. táblázat: Melyek a fogyasztó legfontosabb elvárásai, és hogyan felelhetünk meg azoknak?³⁹

Elvárások	Megfelelés
Biztonság	segíthetjük megerősíteni tisztasággal, pontossággal, megbízhatósággal, személyes barátsággal, minőségi termékekkel, referenciákkal, az előállítás bemutatásával
Változatosság	széles választék, termékek bemutatása-kóstoltatás, felhasználási javaslatok, receptek, szabadidős tevékenységek lehetőségének ajánlása
Önigazolás	egyéni kiszolgálás, sok időráfordítás, figyelmesség, dicséret
Elismerés	fontosságának éreztetése, törzsvásárlók elismerése, figyelmességek, ajándékok, külön kívánságok teljesítése
Hasznosság	kedvező vásárlási lehetőségek, áru összekészítése, igény szerinti feldolgozása, tanácsadás a felhasználáshoz

Ha ezeknek az elvárásoknak megfelelnünk, fogyasztóink elégedettek lesznek, hiszen az elégedettség nem más, mint az elvárásoknak való megfelelés. **Egy vállalkozás sikerének kulcsa a vásárló elégedettsége!**



³⁹ Saját szerkesztés P. Pottebaum – A. Bullerdiel: Az őstermelői értékesítés kézikönyve. Licenckiadás, Budapest, 2000. alapján.

7. Mit, mennyiért, hogyan, kinek?

7.1. Termék-előállítás, termelés

Termék mindaz, ami a piacon szükségletek és igények kielégítésére felkínálható (Kotler, 2002). Tehát termék a kenyér, a tej, a hús, a gyümölcs. Ha a terméket más szempontból akarjuk meghatározni, akkor azt mondhatjuk, hogy a fogyasztó számára minden termék valamilyen előnyt, megoldást, szolgáltatást, élményt jelent. Például friss, ízletes, a kiszolgálás udvarias, közel van, a gyerekek közben állatokkal is találkozhatnak. Az élelmiszereket a vevő azért vásárolja meg, mert szeretne élvezetesen és egészségesen táplálkozni, vagyis minőséget keres.

Nyilvánvalóan a fogyasztó akkor vásárol meg valamit, ha az neki hasznos, és mindig annyit ér számára a termék, amennyire az az elvárásainak megfelel. Ezért fontos a minőség.

7.1.1. A minőség

Élelmiszerek esetében a minőség bonyolult, összetett fogalom, amely magában foglalja a termék higiéniai, táplálkozás-értékbeli, érzékszervi és külső megjelenésével kapcsolatos tulajdonságait.

A minőséget meghatározó összetevők a következők: a **biztonsági** (vagy másként műszaki /technológiai), a **használati**, az **élvezeti**, a **táplálkozási**, valamint a **szimbolikus** termékösszetevők. Mindezek



együttesen alkotják a funkcionális minőséget, mely megnevezés az élelmiszerminőséget alkotó tulajdonság-csoportok funkcióra utal.⁴⁰

Tehát ha egy élelmiszer minőségét vizsgáljuk, annak táplálónak, egészségesnek, finomnak, vonzónak, hasznosnak kell lennie, és lehetőleg okozzon a fogyasztása örömet.

Kézműves termékek esetében a minőséget a zsúrizés garantálja. Minősített (zsúrizett) népi iparművészeti alkotásnak az az alkotás, termék (a továbbiakban: alkotás) nevezhető, amelyet a Hagyományok Háza főigazgatója „A” vagy „B” kategóriába besorolt, valamint jelölés nélküli zsúrizszámmal ellátott népi iparművészeti alkotásnak minősít. A népi iparművészeti tárgyak minősítésének feltételei: a tárgy tartalma – néprajzi hagyománya és esztétikai értékei –, egykori és jelenlegi funkciója, valamint az alkalmazott technika és a kivitel minősége.⁴¹

7.1.2. Tervezés⁴²

Amikor termék előállításában és értékesítésében gondolkodunk, érdemes végiggondolni, megtervezni ennek folyamatát.

A termelést, feldolgozást a **termelési tervünk** foglalja össze. Ebben végig kell gondolnunk, hogy milyen és mennyi terméket kívánunk előállítani, milyen szolgáltatást akarunk nyújtani, ehhez milyen munkaerőre van szükség. Le kell írni a termelés és feldolgozás folyamatát, meg kell határozni az anyag- és eszköz igényt, az árubeszerzés lehetőségeit, a készletgazdálkodást.

Az **értékesítési tervben** a kinek, hol, hogyan, mikor, mennyit kérdésekre adjuk meg a választ. Ehhez érdemes végiggondolni a helyi lehetőségeinket gazdaságon belül, illetve a településen, megismerni a környező heti piacokat, informálódni a különböző rendezvényekről. Csak ezek ismeretében tudjuk megtervezni, hogy hova tudunk eljutni, milyen engedélyekre lesz szükségünk, ki tudja felvállalni a helyszíni értékesítést, stb.

Ha azt akarjuk, hogy a fogyasztó szemében a helyi termék előállítótól, kistermelőtől való vásárlás az élelmiszerüzletek vagy bevásárlóközpontok napi alternatívájaként jelenjen meg, akkor a gazdaságnak **megfelelő termékekről és választékről** kell gondoskodnia

Fontos eldönteni, hogy specializálódjunk egy vagy néhány termékre, vagy nyújtsunk széles választékot. Mindegyiknek van előnye és hátránya is.

A specializálódás előnyei, hogy kevésbé munkaigényes, kevesebb termékre jobban oda tudunk figyelni, így magasabb minőséget érhetünk el, és – mivel gyakran csak idénymunkáról van szó –, mellette más munkát is végezhetünk. Hátránya lehet, hogy csak akkor érhetünk el eredményt, ha minden tekintetben jobbak vagyunk a konkurenciánál, mert a vevők inkább odamennek, ahol többféle terméket is megtalálnak.

A széles választék előnye, hogy több vevőt vonzhat, növekedhet a vásárlás gyakorisága, így várhatóan kisebb a siker kockázata. Hátránya viszont, hogy sokkal nagyobb a munkaterhelés, fennáll az elaprózódás veszélye, sokféle tudást igényel és a választék utólagos szűkítése a vevők elvesztésével járhat.

7.1.3. Csomagolás

A kistermelő sok terméket ömlesztve is szállíthat, ez a legegyszerűbb. Gyakran azonban be kell azt csomagolni higiéniai, esztétikai, védelmi, vagy szállíthatósági okból. A csomagolásnak biztosítania kell a termék védelmét, a praktikus szállítás és tárolás lehetőségét, de természetesen a tájékoztatást, és

⁴⁰ <http://journal.ke.hu/etm/index.php/etm/article/viewFile/9/9> (2014. 09. 30.) Berke Szilárd: A táplálkozási előnyök szerepe a fogyasztók élelmiszerválasztásában. 2003, 6.

⁴¹ http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (2014. 09. 27.) Zala Termálvölgye Egyesület Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében 2009. Dr. G. Fekete Éva, 2009, 11.

⁴² P. Pottebaum – A. Bullerdiek: Az őstermelői értékesítés kézikönyve alapján. Licenckiadás, Budapest, 2000.

a reklámot is. A kötelező, jelölésre vonatkozó előírásokat már ismertettük. A környezettudatos gazda ösztönözheti a vásárlóit arra, hogy hozzanak magukkal tárolóedényeket, szállítóeszközöket úgy, hogy például a zsákot, műanyagládát visszaváltja.

7.1.4. Minőségbiztosítás

A helyi termékek értékesítési lehetőségeit nagymértékben meghatározzák speciális mivoltuk, illetve az ebből adódó minőségi és mennyiségi jellemzőik.

Így például – ellentétben a tömegtermékekkel – ezeket a termékeket a különlegességük miatt keresik, ezért nagyon fontos az **állandó minőség** biztosítása. A megfelelő minőség eléréséhez egy kialakított és ellenőrzött minőségbiztosítási eljárás vagy egy minőségbiztosítási rendszer alkalmazása szükséges.

7.2. Árak

Az ár a termék vagy szolgáltatás pénzben kifejezett értékét jelenti. Alapvetően a kereslet és kínálat egyensúlya határozza meg. Amikor megállapítjuk az árakat, két dolog biztos: magasabbnak kell lennie a költségeinknél, de nem lehet magasabb annál, mint amennyit a fogyasztó hajlandó érte kifizetni. E két szélsőség között nagyon sok minden befolyásolhatja, hogy végül hol állunk meg, leginkább a versenytársak árai, a költségeink, a beruházásunk elvárt megtérülési ideje, stb.

A fogyasztók megnyerése vagy megtartása érdekében alkalmazhatunk különböző árendedményeket is. Például ha a vevő törzsvásárló, vagy előre rendel, esetleg ha többet vásárol. Hirdethetünk akciókat is, például ha nagyon sok termelt az általunk kínált termékből, esetleg az időjárás miatt (pl. sok eső) rövidebb ideig eltartható, vagy valamilyen okból kell a hely.

Sok fogyasztó azért nem vásárol helyi terméket, mert indokolatlanul drágának találja. Néha van ebben igazság, hiszen a helyben termelt áru nem utazik több száz vagy ezer kilométert, nem rakódik rá szállítási költség. Mivel közvetlenül a termelőtől kerül a fogyasztóhoz, a különböző kereskedelmi juttalékok, polcpénz stb. sem terhelik, mégis néha drágább, mint a hasonló termék a bevásárlóközpontban. Ez a fogyasztó szemében visszásnak tűnhet.

Mindig tartsuk szem előtt, hogy a **legfelső ár az, amit a fogyasztó hajlandó a termékért kifizetni!**



7.3. Értékesítés⁴³

A helyi termékek felvevőpiacai – háztartások, közétkeztetés, vendéglátás, falusi turizmus.

Speciális alapanyagoknak köszönhetően, valamint a feldolgozó technikák miatt a helyi termékek mennyiségi tulajdonságai eltérnek a nagyipari termékektől, mivel kisebb mennyiségben kerülnek előállításra. Ennek megfelelően a kiszerezés is kisebb.

A helyi termék **identitással bír**, így alkalmas arra is, hogy a térséget népszerűsítse. Az adott régió kívüli értékesítés pedig gazdasági bevételt is hoz a térségnek, ezért célszerű néhány termék előállítását olyan szintre fejleszteni, hogy abból jusson a térségen kívüli piacra is. A termékek zöme esetében azonban az értékesítés is lokális (50 km sugarú körön belül) szinten történik.

A helyi termék értékesítés azért is olyan népszerű, mert az eladásnak nagyon sok formája, és különböző lehetőségei vannak, így mindenki megtalálhatja azt, amely leginkább megfelel a lehetőségeinek. Történhet az udvarról, mozgóboltos utcai árusítással, heti piacon, kiskereskedelmi boltoknak, de a közétkeztetést végző konyháknak is Nem egyszerű azonban az előállított termék legmegfelelőbb értékesítési formáját megtalálni.

7.3.1. Értékesítés közvetlenül a gazdaságából

Ez a helyi termékek vásárlásának jelenleg leginkább elfogadott és legjellemzőbb módja, melynek az alábbi megvalósulási formái lehetnek:

- **„Szedd magad” akció:** ilyenkor a vásárló elmegy a helyszínre és saját kezűleg szedi le a gyümölcsöt. Ez szervezést és reklámozást is igényel. Tudatni kell a fogyasztóval a lehetőséget, és azt is, hogyan jut el a helyszínre, ugyanakkor biztosítani kell, hogy a termék olcsóbb legyen, mint máshol, a saját szedés érje meg a fáradságot, a vásárló közben ehessen a gyümölcsből, ezáltal élmennyel is gazdagodjon, valamint biztosítani kell a szedéshez, elszállításához szükséges eszközöket is. A térségben ez a módszer a városokhoz (Kaposvár, Nagyatád, Barcs, Kadarkút,) közeli településeken eredményes lehet.
- **Termőföld szélén történő árusítás:** itt a termelő szedi le az árut kézzel vagy géppel, de a fogyasztó kényelmesen beszerezheti, elviheti. Magasabb lehet az ár, a fogyasztó nem töri meg a fákat, bokrokat. Kisebb mennyiségnél (málna, áfonya stb.) jól alkalmazható, elsősorban főútak mentén.
- **Rendelésre** akkor érdemes dolgozni, ha kicsi az átmenő forgalom, ezért kevesebb a vevő, ha a kínált mennyiség behatárolt, vagy a termék olyan, hogy meghatározott időben keresik (pl. húsvéti sonka). Alkalmas a módszer törzsközönség kialakítására.
- **Stand a gazda udvarán:** ennél a módszernél nagyon oda kell figyelni a rendre, tisztaságra, esetleg a termék bemutatására. Vonzó lehet valamilyen élmény (kiegészítő szolgáltatás) biztosítására is – például a gyerekek megnézhetik vagy megsimogathatják az állatokat, rész vehetnek az etetésben, stb. Idényjellegű termékek értékesítésére kiválóan alkalmas.
- **Gazdaság boltjában:** fontos, hogy csak akkor éri meg boltot üzemeltetni, ha bő választékkal rendelkezünk és egész évben nyitva tudjuk tartani. Érdemes tartani egy alapválasztékot, melyekért a fogyasztók rendszeresen eljönnek. Ilyen például a tojás, zöldség, ami később kiegészíthető burgonyával, gyümölccsel, lekvárral, mézzel, aszalvánnyal, savanyúságokkal, hússáruval. A választék szélesíthető nem élelmiszer termékekkel is, mint például virág, szárazvirág vagy kidolgozott bőr. Érdemes odafigyelni az árakra. Az egyedi, különleges termékeket lehet drágábban adni, ahol viszont kifejezetten az árra figyel a fogyasztó (pl. hússáru), azt egy kicsit olcsóbban, mint ahogy az üzletek kínálják. Áraink ne ingadozzanak, legyenek kiszámíthatóak.

⁴³ Paul Pottebaum – Annette Bullerdiel: Az őstermelői értékesítés kézikönyve. Budapest, 2000. alapján.

Az üzlet kialakításának költsége attól függ, hogy milyen helyiség áll rendelkezésre, illetve, hogyan rendezzük be (pl. hűtőpultokra szükség van-e). Természetesen itt a munkaerőnek is van költsége. Akkor érdemes belevágni, ha meg tudunk szerezni, vagy már rendelkezünk annyi törzsvásárlóval, akikkel gazdaságosan működtethető a bolt. Nem szabad arról sem megfeledkezni, hogy újabb jogi szabályozásokat kell megismernünk, előírásokat és szabályokat betartanunk. Érdemes előre beszélni a hatóságokkal, pontosan tájékozódni és utána belekezdeni, így sok utánajárástól, csalódástól, kidobott pénztől kímélhetjük meg magunkat.

A telephelyen történő értékesítés minden termék esetében lehetséges, de a **nagy tömegű, friss áruk (gyümölcs, zöldség), valamint az egyedi kézműves termékek esetén ez lehet a legoptimálisabb értékesítési forma**. Fontos az útbagazítás, a cégtábla, a nyitva tartás feltüntetése és annak prospektusokban, szórólapokon való megjelenítése.

7.3.2. Mozgóbolt és mozgóárusítás⁴⁴

Különbséget kell tenni a kettő között. A mozgóbolt önjáró vagy gépjárművel vontatott, az üzlet feltételeinek megfelelő árusító hely, a mozgóárusítás pedig az, ha a kereskedő vagy megbízottja olyan eszköz segítségével viszi magával az eladásra kínált árut, amely nem minősül mozgóboltnak (pl. kosár, tricikli, fagylaltos kocsi).

Élelmiszer, illetve vendéglátásban előállított termék mozgóárusításához, a működési engedélyen felül, az árusítás helye szerint illetékes ÁNTSZ intézetének szakhatósági hozzájárulása és az árusítás helye szerint illetékes Állategészségügyi és Élelmiszer Ellenőrző Állomás szakvéleménye is szükséges. Célszerű a hatóságot személyesen felkeresni, tanácsot kérni és az elfogadott alaprajz szerint kialakítani a mozgó járművet. Az engedélyek jó előre történő beszerzése a működtetőnek is megéri. Rengeteg időt és pénzt spórolhatunk ugyanis azzal, hogy nem ruházunk be fölöslegesen olyan eszközbe, amit később lebontat vagy átalakíttat az ellenőrzést végző hatóság.

Ez a módszer elsősorban tojás, péksütemény, tej-, sajt, húсару értékesítésénél népszerű. Az árusító-kocsik ma már jó felszereltségűek és speciálisan az értékesítendő termékhez igazíthatók – árusítópult, polcok. Gondos költségkalkulációt (kocsi, üzemeltetés, munkabér), és vevőelemzést igényel. Hatékonyan tervezni kell az útvonalat! Figyelni kell a piacnapokra, a konkurenciára, a jármű megjelenésére.

7.3.3. Piac

A jól működő piacot egyik értékesítési forma sem múlja fölül. Viszonylag alacsony költséggel, a standokon jól bemutatható áru több fogyasztónak teszi lehetővé az értékesítést, mint a saját gazdaságból történő eladás. Napjainkban egyre több nagy- és kisvárosban, de kisebb településeken is létesülnek termelői piacok.

Az eladható mennyiség függ a látogatók számától, és az időjárástól is. Érdemes látogatóként elmenni oda, ahol árusítani szeretnénk és megfigyelni a standoknál vásárlókat, így kalkulálhatjuk a várható forgalmunkat.

Vannak általános (heti, városi) piacok, illetve helyi termelői piacok. A helyi termelői piac olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében vagy a piac 40 km-es körzetében (vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol) működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti.

A helyi termelői piac célja, hogy a gazdák előállított termékeiket helyben értékesítsék. Rendszeresen meghatározott időben tartják, és csak a régió vagy a környék termékeit (helyi termékeket) kínálják. Minden termék gazdáját meg tudják nevezni. Személyes kapcsolatba kerülhet az eladó a vevővel, aki esetleg el is látogathat a gazdaságba. A fogyasztónak élményt nyújt a vásárlás, ami a szabadban tör-

⁴⁴ http://www.piacprofit.hu/kkv_cegblog/mozgobolt-mennyi-ido-alatt-kaphatunk-mukodesi-engedelyt/ (2014. 10. 02.)

ténik, a háziasszonyokkal recepteket, felhasználási módokat, fortélyokat oszthatunk meg. A tetszetősen kialakított stand vonzó lehet. Az ilyen piac közös döntés alapján jön létre, mindenkinek az érdeke, hogy sikeres legyen. Siker csak akkor várható, ha mindenki megtesz mindent érte.

Kistermelői piacot létrehozhat önkormányzat, vagy valamilyen civil szervezet is. A piac szervezésénél fontos, hogy minden termékcsoportra legyen árus, hiszen a fogyasztónak csak akkor éri meg ide eljönni, ha mindent megkap, amire szüksége van. Eredményt hozhat, ha a piacnapokra valamilyen akciót vagy eseményt szerveznek – bemutató, kóstoltatás, valamilyen előadás stb. – jó, ha a vásárló tudja, hogy az ilyen piacon mindig történik valami. De a legjobb reklám maga az áru, hiszen a fogyasztó a szemével is vásárol, tehát a tetszetős standok, a szép, egyedi csomagolás, a tiszta, rendezett környezet, a közvetlen, nyitott, barátságos, kommunikatív eladó fokozza a vásárlási kedvet.

6. táblázat: Somogy megye piacai⁴⁵

Név	Típus	Megye	Település
Napi élelmiszerpiac	piac	Somogy	Balatonboglár
Állat- és kirakodóvásár	vásár	Somogy	Balatonboglár
Élelmiszerpiac	piac	Somogy	Balatonlelle
Őstermelői piac	termelői piac	Somogy	Balatonmárfiafürdő
Vásárcsarnok, Helyi kirakodóvásár	termelői piac	Somogy	Barcs
Petörke Portéka	termelői piac	Somogy	Bárdudvarnok
Piaccsarnok, vásár	piac és vásárcsarnok	Somogy	Fonyód
Őstermelői piac	termelői piac	Somogy	Kaposmérő
Élelmiszerpiac és vásárcsarnok	piac	Somogy	Kaposvár
Élelmiszerpiac	piac	Somogy	Kaposvár
Állandó heti vásár	vásár	Somogy	Kaposvár
Kaposvári Nagypiac	piac és vásárcsarnok	Somogy	Kaposvár
Piac	piac	Somogy	Karád
Országos kirakodó vásár	vásár	Somogy	Karád
Élelmiszerpiac, vásár	piac	Somogy	Marcali
Piaccsarnok	piac és vásárcsarnok	Somogy	Marcali
Élelmiszerpiac és Kirakodóvásár	piac	Somogy	Nagyatád
Piactér, vásárcsarnok	piac és vásárcsarnok	Somogy	Nagyatád
Állat- és kirakodóvásár	vásár	Somogy	Ötvöskőnyi
Élelmiszerpiac és Kirakodóvásár	piac	Somogy	Ságvár
Havi vásár, kirakodóvásár	vásár	Somogy	Ságvár
Siófoki Vásárcsarnok	vásárcsarnok	Somogy	Siófok
Siófoki Bioudvar	biopiac	Somogy	Siófok
Piac	piac	Somogy	Tab
Állat- és kirakodóvásár	vásár	Somogy	Tab
Piac	piac	Somogy	Zamárdi

⁴⁵ www.elotisza.hu/uploads/dokumentumtar/piacokweboldalra0119-1.xls alapján – saját szerkesztés.

7.3.4. Értékesítés nagyfogyasztóknak

A helyi termékek eladhatók közétkeztetést ellátó intézményeknek, kórházaknak, iskoláknak, vendéglátó-ipari létesítményeknek. Ezek a lehetőségek 8. fejezetben kerülnek bemutatásra.

7.3.5. Helyi kereskedelmi egységekben való megjelenés

Elvileg a térség bármely kiskereskedelmi boltja szóba jöhet a helyi termékek értékesítésére, de a regionális üzletláncok, bioboltok, egészséges élelmiszereket árusító kereskedők is partnerek lehetnek. Az élelmiszerek – amennyiben rendelkeznek a bolti értékesítéshez szükséges engedélyekkel és tanúsítványokkal – nagyobb eséllyel tudnak bekerülni, mert a kézműves termékek sajnos a tömegtermékek árával nem tudnak versenyezni. Így azok helyettesítő termékként nem jöhetnek szóba, csak a speciális helyi termékpolc beállítása marad lehetőségként, ám azt a helyi kiskereskedők nem kedvelik, mert attól félnek, fölöslegesen köti le polckapacitásaikat.

A kiskereskedelmi boltokban a helyi termékek részarányának növelése a fogyasztókra és az értékesítőkre egyaránt kiterjedő szemléletformáló kampányokkal, valamint a szállítói szerződések formuláinak a termelők és a bolt érdekeit is figyelembe vevő kidolgozásával segíthető.⁴⁶

Kialakíthatunk **terméksarkokat** meglévő boltokban. Mivel önálló bolt létrehozása jelentős tőkét igényel és a várható kis forgalom miatt kockázatos, ezért bevált gyakorlat, hogy már meglévő kereskedelmi egységekben teremtenek helyet a helyi termékeknek. **Önálló polcon, jól megkülönböztethető arculattal** kell elhelyezni az árukat. Létrehozhatunk terméksarkokat szállodákban, éttermekben, vendéglátóhelyeken is. A különleges minőségű, egyedi, adott tájra jellemző élelmiszerekkel, kézműves termékekkel, ajándékokkal a turisták vásárlásra ösztönözhető.

7.3.6. Közösségi eladóhelyek

Jó ötlet lehet az értékesítésre egy **közösen üzemeltetett termelői bolt** létrehozása olyan kistermelőknek, akik kevés termékre specializálódtak, de közösen széles választékot tudnak biztosítani. Egyre több ilyen bolt nyílik a városokban, hiszen így a termelők még közelebb kerülnek a fogyasztóhoz. Előny lehet, hogy több termelő osztozik a beruházás és üzemeltetés költségein. **Közösen viselik a kockázatot**, és persze elosztják a nyereséget is. Jobban beosztható a munka, vagy közösen alkalmazhatnak idegen munkaerőt. Fontos, hogy a partnerek bízzanak egymásban, összhang legyen közöttük. A régi ismeretségi előnyt jelenthet.

Nagyon fontos, hogy jól válasszuk meg a partnereket, hogy pontosan nyilvántartásra kerüljenek a költségek, és a megállapodások **szerződésben** rögzítésre kerüljenek. Fontos a jogi forma megválasztása, érdemes szakértő vagy jogász tanácsát kérni. Mivel közös tulajdon lesz a bolt, szerződésben kell minden kérdést- pénzügy, beszállítói feladatok, határidők, feladat megosztás, nyereségelosztás- előre szabályozni.

Szintén nagyon fontos a **megfelelő helyszín** kiválasztása, amelynél szempont a jó megközelíthetőség, a parkolási lehetőségek, esetleg orvosi rendelők, élelmiszerboltok közelsége.

Az áruösszetételnél fontos, hogy a gyakran vásárolt termékeket mindig megtalálja a vásárló. Mindig fel kell tüntetni, hogy melyik termék kitől származik. Olyan terméket, melynek forgalmazását nem tudjuk biztosítani érdemes a „minden csütörtökön friss csirke”, vagy „minden pénteken friss parasztkenyér” hirdetéssel tudatosítani. Egész héten, hosszú nyitvatartási idővel érdemes számolni.

A **közös reklámtervezés** azért fontos, mert a bolt csak akkor lesz fenntartható, ha gyorsan biztos törzsvevőkört tud kiépíteni. A marketingkommunikáció eszközeiről és a reklámról a 7.4. fejezetben lesz szó.

⁴⁶ http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (2014. 09. 26.) Zala Termálvolgye Egyesület: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvolgyében, 2009. Dr. G. Fekete Éva, 2009, 59.

Közösen nem csak boltot, de piacon standot, mozgóboltot is lehet üzemeltetni. Az üzemeltető lehet akár szövetkezet vagy non-profit egyesület. A 17. fejezetben bemutatunk néhány hazai és nemzetközi jó gyakorlatot a kistermelői tevékenység közösségi megvalósulására.

Ahhoz, hogy a termékek távolabbi térségek helyi termék boltjaiba is eljuthassanak, érdemes lehet egy olyan szervezetet létrehozni, vagy szervezethez csatlakozni, aki ezt meg tudja oldani. Példa lehet a Pannon Helyi Termék Klaszter. Erről bővebben: <http://www.pannonproduct.hu/>. A 14. fejezetben megtalálhatók továbbá azoknak a szervezeteknek az elérhetőségei, akik segíthetnek a termelőknek.

7.3.7. Kiállítások, vásárok, fesztiválok

Szintén alkalmasak a turisták megszólítására a különböző **vásárok, fesztiválok, kiállítások**, és egyéb rendezvények. A helyi termékek bevezetésének és megismertetésének hatékony formái. Ezek a rendezvények szerveződhetnek a helyi termékek népszerűsítésére, illetve árusítására, de esetenként érdemes kitelepülni más célból szervezett rendezvényekre is.

Nem biztos, hogy a vásár alkalmával sok árut lehet eladni, de **nagy a reklámértéke**, a termelő és termék megmutathatja magát, azonnali kipróbálási, összehasonlítási lehetőség adódik, lehetőség van a tapasztalatcserére, a fogyasztói igények felmérésére és formálására, valamint személyes kapcsolatok kialakítására is.

A térségben ilyen lehetőséget biztosíthat például a Barcsi Nemzetközi Vásár, a Kaposvári Miénk Fesztivál, a Kaposvári Méz Fesztivál, de akár a Balatonparti nyári fesztiválok, Bornapok, Szüreti Fesztiválok, Gasztronómiai rendezvények is.



7.3.8. Internetes értékesítés

Az internetes értékesítés kevésbé terjedt el a térségben a helyi termék előállítók körében, egyelőre inkább csak tájékoztatásra és figyelemfelkeltésre szolgál. Természetesen már vannak példák e módszerre is.

7.3.8.1. Webáruház

Általában kereshető, képekkel illusztrált adatbázisból lehet kiválasztani a kívánt terméket, amit virtuális kosarakba rakhatunk, ezzel on-line lebonyolítva a vásárlást. Például a www.magyartermekkereskedohaz.hu/.

7.3.8.2. Helyitermék-adatbázis

A webáruháztól eltérően, egy másfajta irányt jelentenek az ún. adatbázisok. Működésük lényege az, hogy egy adatbázisban összegyűjtik a helyi termelőket és termékeiket, de az internetes felületen keresztül nem történik megrendelés és értékesítés,⁴⁷ például: www.termelotol.hu, <http://szatyorbolt.hu>.

7.3.9. Egyéb értékesítési lehetőségek

Értékesíthetünk házhozszállítással:⁴⁸ A termelő létrehozza a logisztikai hátteret, aminek keretében vagy közvetlenül házhoz szállítja a fogyasztóknak a megrendelt termékeket, vagy leteszi egy elosztási pontra, ahova a fogyasztó elmegy az áruért. A megrendelés telefonon, faxon, levélben, interneten vagy személyes kapcsolatok útján történhet. Ez a rendszer nagyobb városok vonzáskörzetében, **jelen-tős felvevőpiac mellett** képes működni.

Állandó vásárlók rendszere:⁴⁹ A termelők és a fogyasztók **értékesítési szövetséget** hoznak létre, amelyben a termelő megbecsüli, hogy mikor és milyen termékeket tud szállítani, míg a vásárlók kötelezettséget vállalnak arra, hogy amennyire lehet, rendszeresen vásárolnak. A termelő az évszaknak megfelelően termelt növényi és állati termékekből állít össze egy csomagot, amiért a vevő hetente, a csomag kiszállításakor fizet. Az előfizetés és a csomag összeállításának elve változatos lehet. Ezen az elven működik például a gödöllői Nyitott Kert Alapítvány (NYKA, <http://www.nyitottkert.hu/>), vagy a Szatyor Bevásárló Közösség. Ilyen közösségekről itt olvashat bővebben: <http://kornyezettudatosolet.hu/minden-ami-bio/bevasarlo-kozossegek>.

Dobozrendszerek és közösség által támogatott gazdaságok:⁵⁰ A sok országban meghonosodott dobozrendszerek leginkább egyes termelők által kínált házhozszállítási szolgáltatások. Lényegében ilyenkor is közvetlen értékesítés valósul meg, azonban ez már túlmutat önmagán, tartós kapcsolatot hoz létre termelők, elosztók és fogyasztók között. Sok dobozrendszerrel ugyanis elosztó-közvetítő köti össze a termelőket és a fogyasztókat. A nagyobb választék és mennyiség érdekében több termelő bevonására van szükség, velük az elosztó (aki lehet az egyik termelő is) köt szerződést, míg a fogyasztók a rendelkezésre álló kapacitás erejéig csatlakozhatnak. A fogyasztók sok esetben részben-egészben előfinanszírozzák szezonális fogyasztásukat. Az ilyen rendszert hívják *közösségileg támogatott mezőgazdaságnak*. Ez a modell Japánból és az Egyesült Államokból indult, s mára számos országban meghonosodott, elterjedt. Az előre meghatározott és befizetett összegért cserébe előre meghatározott értékű, ám aszezonától és a terméstől függő tartalmú élelmiszer-csomagokat (dobozokat) kapnak.

⁴⁷ <http://www.vidéklogisztika.hu/vidlog19.pdf> (2014. 10. 06.) 18. o.

⁴⁸ <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf> (2014. 10. 03.) 16. o. Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft.: „Adj Helyet a Helyinek” Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 2013.

⁴⁹ <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf> (2014. 10. 03.), 16. Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft.: „Adj Helyet a Helyinek” Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 2013.

⁵⁰ <http://tudatosvasarlo.hu/attachment/file/99/Kozvetlenül.pdf> (2014. 10. 20.)

Mindez persze alázatot, megértést, bizalmat és elköteleződést igényel a vásárlótól, hisz sokszor nem biztos, hogy teljes mértékben az lesz a dobozban, amit épp enni szeretnénk. Sokak számára ez még vonzó is lehet: ami jön, abból főznek, nem kell előre tervezni. A rendszerbe bevont, előre szerződött termelők ilyen módon kevésbé vannak kiszolgáltatva a termés alakulásának, termékeiket hetente tudják piacra dobni, s nem kell félniük attól, hogy még áron alul sem tudják azt eladni.

Részarányos gazdálkodás:⁵¹ A termelő és a vásárló legszorosabb elkötelezettségét, kapcsolatát igényli. A termelő az év elején becslést készít a termelésről, megbecsüli a költségeket és a szükséges jövedelmet, azokat pedig a szerződött vásárlók között arányosan felosztják. A befizetett összegért cserébe a fogyasztó rendszeresen megkapja a termés arányos részét. Így a mezőgazdasági termelés kockázata megosztható. Ezt a gyakorlatot alkalmazzák például a Nyitott Kert Alapítványnál (www.nyitottkert.hu/).

Meleg- és hidegkonyhák ellátása alapanyaggal: Termelői beszállítás a kiemelkedő minőséget, egyedi alapanyagokat igénylő éttermek, szállodák, vendéglátóhelyek számára.

Kiemelten fontos értékesítési helyszínek lehetnek még a **falusi vendéglátóhelyek**, tájházak, fürdők és egyéb turisták által látogatott helyszínek is.

A helyi termékek jól beilleszthetők különböző **turisztikai programcsomagokba**⁵² is. Ez a termékek eladását, a turisták programlehetőségeinek növekedését, ezáltal tartózkodási idejük meghosszabbítását is szolgálhatja. Fürdők környékén, üdülőterületeken fakultatív programokként ajánlható a **gazdaságlátogatás, kóstoltatás**, de akár **tanulmányútként** is szervezhető. A lényeg, hogy lehetőleg egyedi, különböző profilú gazdaságok, eltérő kóstoltatandó termékek kerüljenek a programba. Amennyiben tanulmányútra érkezőket fogadunk, szakmailag felkészült, kommunikatív gazda kell, hogy várja a vendégeket. Fontos, hogy a kóstoltatott termékeket meg tudják helyben vásárolni, és az ott töltött idő személyes élményt nyújtson. Az egész szervezéshez szükséges egy, a vendégforgalmat és a szolgáltatókat egyaránt koordináló menedzsment működése.

Értékesíthetünk postai úton csomagküldéssel, ajándékosarokat állíthatunk össze, parti-szolgálatot vállalhatunk, összeállíthatunk termékeinkből katalógust, szervezhetünk átvevőpontokat, összefoghatunk a vendéglátóhelyekkel, ahová kitesszük a termékeinket.

7.3.10. Logisztika szerepe és sajátosságai a helyi termékek értékesítésében

A kistermelők, családi gazdaságok, kisebb cégek számára szinte megoldhatatlan feladatot jelent, hogy a termelés, feldolgozás mellett a piacra jutáshoz szükséges marketinget, szállítást és eladást is maguk oldják meg. A szövetkezéshez, együttműködéshez szükséges bizalom nincsen meg. A jó színvonalú és megfizethető logisztika hiánya a helyi termékek piacra jutásának egyik legfőbb akadálya. A kistermelők a hatályos jogszabályok szerint csak maguk szállíthatnak be csak az eladási pontra, ahonnan a végső fogyasztónak történik az értékesítés. Cégekre ez nem vonatkozik.

7.4. Marketingkommunikáció

A marketingkommunikáció a vállalkozói marketingtevékenység szerves része. Fogalma szerint „A marketingkommunikáció olyan tervezett cselekvéssorozat, amely a vállalat marketingrendszerébe illeszkedik, célja a termék (szolgáltatás) márka vagy vállalat (intézmény) megismertetése, népszerűsítése,

⁵¹ <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf>, 16. (2014. 10. 03.) Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft.: „Adj Helyet a Helyinek”. Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 2013.

⁵² http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (2014. 10. 03.) Zala Termálvölgye Egyesület: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében, 2009. Dr. G. Fekete Éva, 2009. november alapján.

a fogyasztó figyelmének felkeltése, vásárlásra ösztönzése, illetve érdeklődésének megtartása kommunikáció segítségével.”⁵³

A marketingkommunikáció klasszikus (P. Kotler által rendszerezett) területei (reklám, értékesítés-ösztönzés, személyes eladás, public relations, röviden PR) helyett a mai korszerű marketingkommunikáció vonal feletti (ATL), vonal alatti (BTL) és egyre inkább elterjedő vonalak közötti átfelölő területekről beszél (TTL).

A vonal feletti (ATL – above the line) marketingkommunikációs csoportba a következő eszközök sorolhatók:

- nyomtatott sajtó
- szabadtéri eszközök
- rádió
- televízió
- mozi
- internet

A vonal alatti (BTL – below the line) marketingkommunikációs eszközök a következők:

- direkt marketing
- vásárlásösztönzés
- vásárláshelyi reklám
- eseménymarketing, rendezvények
- vásárok, kiállítások
- szponzorálás
- személyes eladás
- Public Relations (PR)
- nyomtatványok

⁵³ Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid: Marketingkommunikáció. Szókratész Külgazdasági Akadémia, 2000.



Az elmúlt évtizedben egyre nagyobb hangsúlyt kap, a mindkét területen értelmezhető vonalon átívelő következő eszköz (TTL – through the line):

- internet

Az érintett gazdasági területeknek megfelelően a különböző marketingkommunikációs eszközök súlya és szerepe eltérő.

Bármelyik reklámeszköz használatakor figyelembe kell venni a reklámmélet terén ismert „MIKIHOHOME” elvet, azaz MI a reklám üzenete, KI a reklám célcsoportja (azaz kinek szól a reklám), HOL fog megjelenni a reklám (melyik médiában), HOGYAN tervezik a reklámkampányt és MENNYI költséget terveznek rá).

7.4.1. Az ATL eszközök szerepe a helyi termékek forgalomba hozatalában

7.4.1.1. Nyomtatott sajtó

A helyi termékek jellegéből adódóan a termékek célpiaca általában földrajzilag behatárolható, nem túl nagy terület (többnyire 50 km-es körön belüli). A sajtótermékek megválasztásánál törekedni kell, az ún. holtszórás minimalizálására azaz, hogy a sajtóreklám kevés számú célpiacba nem tartozó olvasót érjen el.

Célszerű a nyomtatott sajtótermékek közül a **helyi vagy a megyei sajtó** igénybevétele. Az érintett területeken a napilapok kategóriájában a Somogyi Hírlap tűnik a legcélszerűbbnek. Ez a sajtótermék ismert a megye vidéki és városi lakossága számára egyaránt. Somogy megyében az országos napilapokat is beszámítva a *Somogyi Hírlap* rendelkezik a legnagyobb olvasottsággal. A megye 15 évnél idősebb lakosai közül több mint 40% olvassa (sonline.hu, 2012. 03. 09.). A lap alkalmas a reklámozásra és hatékony reklámeszköz lehet. A közölt üzenet aktualitása elengedhetetlen kritérium. Megfontolandó a napilapokon kívül **egyes életmód magazinokban** vagy kimondottan **kézműves termékekkel foglalkozó szaklapok**, valamint a kistérségekben megjelenő **lakossági hirdetőújságok** igénybevétele reklám céljából.

A sajtóhirdetések típusait, méretét a termék, a közlésre szánt információ típusa és mennyisége, valamint a rendelkezésre álló költségkeret határozza meg. Lehet méret szerint egy oldalas („1/1”), féloldalás („1/2”), negyedoldalás („1/4”) stb., lehet apróhirdetés, szalaghirdetés, monokli (címsor feletti kiemelés). A figyelemfelkeltés fokozható az egyedi betűtípussal, eltérő betűmérettel, színekkel, fotókkal, illetve a sajtómegjelenés gyakoriságával.

7.4.1.2. Szabadtéri eszközök

A szabadtéri eszközök közé tartoznak a kis- és óriásplakátok, a járműreklámok, a festett felületek, a világító berendezések, az utcabútorok és a légi reklámok. Legtöbbjük helyhez kötött reklámeszköz. Ezek közös jellemzője, hogy a mozgásban levő emberekre próbálnak hatni. Amennyiben a helyi termék és szabadtéri reklámeszköz viszonylag közel van egymáshoz, ott az eszköz rendkívül hatékony lehet. A folyamatos kínálattal rendelkező termék előállító a költségesebb eszközöket is választhatja (világító reklámok, óriás plakátok, festett felületek), míg az időszakos kínálattal rendelkező termék előállító számára a megcélzott időszakra vonatkozó alacsonyabb költségvetésű eszköz javasolt.

A szabadtéri eszközök használatakor – és nem csak ott – célszerű önálló arculati elemeket használni. Ezek a következők lehetnek: saját logó, színvilág, betűtípus, betűméret, szlogen. Megkönnyítik a vevő tájékozódását, segítik az eligazodást, a terméket, a termékeket beazonosítja és megkülönbözteti a versenytársak termékeitől.

7.4.1.3. Rádióreklám

Az egyéb, elsősorban az audiovizuális reklámeszközök elterjedése miatt a rádióreklám szerepe jelentősen visszaesett. Rádiózási szokásaink megváltozása (háttérrádiózás) következtében a rádióreklámok hatékonysága tovább romlott. A reklám terén, a helyi rádióknál valamelyest jobb a helyzet, hiszen itt

a helyi események, történések, hírek mellett a helyi reklámokra is fogékonyabb a hallgatóság. Nem elhanyagolható az sem, hogy a helyi rádiókban többnyire a településen ismert helyi műsorvezető jelenléte tovább növeli a hatékonyságot. Így a helyi rádiókban sugárzott reklámok hatékonyan segíthetik a helyi termékek ismertségét és eladhatóságát. Az országos kereskedelmi és közszolgálati rádiók igénybevétele a helyi termelők számára csak az eseményreklámoknál javasolt (pl.: nagyobb vásárok, kézműves vásárok, gazdanapok, bornapok, gasztronómiai rendezvények stb.).

A rádióreklám tartalma „ütős”, kell, hogy legyen, hiszen a figyelemfelkeltés e nélkül szinte lehetetlen. A rádió által sugárzott információk korlátozottak, alkalmatlan például az eszköz a telefonszámok, e-mail címek, címek, nagy mennyiségű egyéb adatok hatékony továbbítására. Növeli a hatékonyságot, ha a rádióreklám felkonferálja helyileg vagy országosan ismert személyiség. A befogadói szituáció, befogadási környezet is befolyásolja a hatékonyságot. Néhány jól elhatárolható célcsoport számára (fiatalok, autósok, nyaralók stb.) célzott rádióreklámok is sikeresek lehetnek. A rádióreklámok költsége függ azok hosszától (15, 20, 25, 30 másodperc vagy esetenként több), a választott médium hatósugarától, hallgatói számától, a sugárzás idejétől (napszakok), a médium reklámpolitikájától valamint a sugárzások számától, gyakoriságától.

A rádióreklámokhoz hasonlóan az auditív reklámeszközök közé tartozik a hangosbemondó. A hangszórókat általában gépjárművekre szerelik és az autóról történő értékesítés esetén ezeken keresztül lehet tájékoztatni a potenciális vásárlókat. A hangszóró kiváló lehetőséget teremt arra, hogy egy kiválasztott állandó zeneszám sugárzásával tudósítsa a termelő az érkezését az adott településen, utcában. Amennyiben az értékesítés rendszeresen ilyen módon történik, lehetőség szerint a termelő törekedjen arra, hogy a látogatásai mindig ugyanabban az időpontban történjenek az adott településen, az adott utcában és mindig ugyanazon az értékesítési ponton.

7.4.1.4. Televízió reklám

A televízió, mint reklámhordozó a legcsábítóbb a vállalkozások számára, a presztízse elvitathatatlan. Hiába bővül folyamatosan a marketingkommunikációs eszközök tárháza, a reklámtorta legnagyobb szelete ma is a televízióé. A televíziók közül az országos közszolgálati és kereskedelmi televíziók nézettsége stabil, kiszámítható, a reklámközeg alapján tervezhető. A helyi termelők számára költséges, nem biztos, hogy megtérülő lehetőség a reklámfilmek (többnyire max. 30 másodperces, úgynevezett reklámspotok) gyártása és sugárzása. Az országos televíziók hatóköre országos (sőt néha határon túli is). A helyi termelő piaci érdekeltsége pedig jobbra egy 50 km-es körön belüli (kivételesen lehet egyes termelők interneten keresztüli értékesítése).

A tematikus csatornákat lényegesen kevesebben nézik, viszont a csatornák „holtszórása” ebből a szempontból minimális (azaz csak azok nézik hosszasan, akiket az adott téma érdekel). A helyi csatornák, amelyek többnyire helyi kábelrendszeren keresztül sugároznak, a helyi rádióhoz hasonlóan jórészt helyi eseményekről, történésekről tudósítanak és kiemelten helyi híreket adnak. Főképp a már rendszeressé váló helyi TV-s képzősorozatok, valamint a helyi stáb által gyártott reklámfilmek segíthetik a helyi termelők értékesítését.

A televízió reklám szinergiahatással bír, azaz az összehatása erősebb, mint az audio és vizuális hatása együttesen. Jól megfigyelhető, hogy a felidézési arány a médiumok közül a televíziónál az egyik leg-erősebb. A televízió reklám sugárzási költsége rendkívül nagy szórást mutat. Függ a médium nézettségétől, a sugárzási napszaktól, a reklámfilm hosszától. A televízió, mint reklámeszköz igénybevétele előtt mindenképpen meg kell vizsgálni, hogy arányban áll-e a tőle várható árbevétel növekedés a költségekkel. Költsége a rádióreklámokéhoz hasonlóan nagy eltéréseket mutat.

7.4.1.5. Mozi reklám

A mozi csak egyes esetekben alkalmas helyi termék reklámozására. A nagyobb, folyamatos árualappal rendelkező termelők számára gazdaságos a mozi reklám elkészítése és sugárzása, és kizárólag a termelés helyétől max. 50 km sugarú körben levő városokban.

7.4.1.6. Internetreklám

Az internet a jelen és még inkább a jövő reklámeszköze a helyi termelők számára is. Az online reklám legfőbb előnye a folyamatos elérhetőség és a célpiac bővítésének lehetősége (web áruház, facebook stb.). Jellegzetessége (talán hátránya) még a tartalom folyamatos frissítésének a kényszere.

a) Önálló honlap

A termelők egy része már rendelkezik önálló honlappal. A honlap mindig a fogyasztónak készül, így azt a fogyasztók, mint célpiac szemszögéből kell elkészíteni. A honlapon az alapinformációk (cím, elérhetőség, térképrészlet, megközelíthetőség, termékek ára stb.) mellett a vásárlási döntéseket befolyásoló fényképeket is meg kell jelentetni. A honlapon biztosítani kell a vevő és a termelő közötti kétirányú kommunikációs kapcsolat lehetőségét. A honlap minősége erőteljesen befolyásolja az értékesítést. A vállalkozásnak célszerű önálló logót szerkeszteni, saját színvilágot, esetleg kötött, állandó betűtípust, betűméretet, saját szlogen alkalmazni, és az egyéb marketingkommunikációs eszközein is ezeket használni. Mindezeket a megkülönböztetés és a beazonosíthatóság érdekében. Megfontolandó a termék védjegy bevezetése is.

b) Közösségi honlap

Több, általában egy földrajzi térség termelőit fogja össze, közös design, közös logó, gyakran közös védjegy alatt. A fogyasztó (vevő) számára a megbízhatóságot, a minőséget sugallja és a terméknel a térségi kínálatot mutatja be. Az ilyen honlapok napi látogatásszáma általában magasabb, mint az egyes termelőké. A közösségi honlap egyszerre a piaci verseny színtere is. A termelők számára a magasabb látogatásszám kompenzálhatja a versenytársak jelenlétét a honlapon. A közösségi honlap folyamatos megújulásra, innovációra ösztönzi a termelőt, hogy az ott szintén megmutatkozó versenytársaktól ne maradjon le.

c) E-mail

Az e-mail szolgáltatás keretében a termelő célzott üzeneteket továbbíthat az általa ismert, többnyire a vevőitől kapott e-mail címlistára. Figyelni kell azonban arra, hogy a címzett számára az üzenet ne keveredjen, az un. levélszeméttel („spam”-mal). A címlistát tartalmazó adatbázist folyamatosan bővíteni és aktualizálni kell, a változások átvezetésével.

d) Webáruház

A honlapokra (elsősorban a közösségi honlapokra) alapozott, annak fejlettebb változata keretében a vevő a honlapon saját maga kiválaszthatja a kívánt árukat, a termelők összeállítják a csomagot, majd eljuttatják a vevőhöz, vagy egy a vevőhöz közel levő, – lehetőség szerint állandó – helyszínen biztosítják adott időszakban az átvétel lehetőségét. Erről a vevőt email üzenetben tájékoztatják. Így a fogyasztók az általuk megszokott, vagy megismerni kívánt minőségű terméket kapják az általuk kiválasztott termelőtől. A helyi termékértékesítés egyik lehetséges és kívánt – a termelő és a fogyasztók érdekeit is figyelembe vevő – módja a WEB áruházakon keresztül történő értékesítés.

e) Banner, azaz szalaghirdetés

Egyre népszerűbb, megjelenését tekintve téglalap alakú keretes hirdetés az internetes honlapokon. A hirdetés „hatszórásának” csökkentése érdekében csak a témába illő honlapokhoz javasolt kötni. Megkülönböztetünk állandó bannert, mozgó bannert és interaktív bannert.

Az internet adta marketingkommunikációs eszközök folyamatosan bővülnek, ezért az internetet ma már az ATL eszközökön kívül gyakran a TTL eszközök közé sorolják.

7.4.2. A BTL eszközök szerepe a helyi termékek forgalomba hozatalában

7.4.2.1. Direkt marketing

A számtalan direkt marketing eszköz közül az ún. levélreklám (direkt mail) a leghasználhatóbb a helyi termelők számára a még máshol nem említett eszközök között. A levélreklám klasszikus esete a postán küldött reklámüzenet, amennyiben a megfelelő adatbázis (címlista) a termelő rendelkezésére áll. Ezt az eszközt a rövid szezonú, nagy tömegű termék (pl.: eper) értékesítésének felgyorsítása érdekében érdemes bevetni. A reklámlevél formájánál célszerű arculati elemeket használni (logó, szlogen, színvilág, betűtípus, betűméret). Tartalmában törekedni kell az üzenet rövid, de egyértelmű megfogalmazására, minden fontos információ megadása mellett. A hagyományos postai úton terjesztett levélreklám ma már munka- és költségigényesnek számít. A levélreklámhoz tartozik a fax, és ma már az e-mail és az SMS, valamint az MMS is.

7.4.2.2. Vásárlásösztönzés

A vásárlásösztönzés témérdek eszközét használhatják a helyi termelők. Ezek a következők:

- ingyenes termékminták
- kóstolók
- kiállítások, vásárok
- ajándékok
- nyeremények
- mennyiségi árengedmények
- akciók
- törzsvásárlói kedvezmények

Különböző eszközök, ugyanazon cél – értékesítés-ösztönzés, vásárlásösztönzés – érdekében. Mind-egyiknél megvalósulhat a vevővel való közvetlen kapcsolatfelvétel, ami erőteljesen segíti a márka (brand) építését, a vállalkozói image képzését. A helyi termék forgalmazásában a személyes kapcsolatok kiemelt fontosságúak.

7.4.2.3. Vásárláshelyi reklám

A helyi termék boltokban, vagy a nagyobb kereskedelmi egységekben levő helyi termék sarkokban elhelyezhető, vizuális hatást keltő reklámtábla, vagy display, vagy polci reklámanyag. A terméknek a versenytársak termékei közül kiemelése céljából is hasznos eszköz.

7.4.2.4. Eseménymarketing

Ritkán alkalmazott eszköz a helyi termelők számára a marketing célzatú esemény-szervezés. A helyi termékek magasabb szintű feldolgozottsági fokán azonban a termék és a vállalkozás ismertségének növelése céljából hasznos eszköz lehet.

7.4.2.5. Vásárok, kiállítások

A vásár, kiállítás koncentrált piac, ahol nagy számban megjelenik a kínálat és a kereslet. Közvetlen kapcsolat alakul ki a termelő és a fogyasztó között. A vásár, kiállítás közvetíti a véleményeket, a termelővel és a termékkel szembeni elvárásokat, a szükségletet. A vásár, a kiállítás informál a versenytársak pillanatnyi helyzetéről, esetleg fejlesztési irányairól. A vásár és a kiállítás egyszerre piac és egyszerre marketingkommunikációs eszköz is. A helyi termék előállítók számára elsősorban a regionális és helyi kiállítások, a mezőgazdasági, élelmiszeripari szakvásárok, a tematikus rendezvények (pl.: bornapok, gaszdanapok, gasztronómiai fesztiválok stb.) és a kézműves vásárok jelenthetnek segítséget termékeik fogyasztók általi megismeréséhez és az értékesítéséhez.

A helyi termelők leggyakrabban a következő eszközöket alkalmazzák a kiállításokon, vásárokon: egyé-
nileg berendezett stand, stand dekoráció, megállító táblák, szórólapok, kóstolók, árendedmények,
reklámajándékok, vásári katalógusban való megjelenés. A termelő a vásárt felhasználhatja piackuta-
tási célra is (pl.: vevői elégedettség vizsgálat, termékismerttség vizsgálat, kereslet-kínálat vizsgálat stb.),
illetve alkalmas a kiállítás, vásár, vevői vagy kínálati, versenytársi adatbázis összeállítására, aktua-
lizálására, bővítésére is.

7.4.2.6. Szponzorálás

A szponzorálás, esemény, rendezvény vagy szervezet támogatása ellenszolgáltatás (többnyire reklám
lehetőség) fejében. A helyi termelők számára ez általában a helyi események, rendezvények, szerve-
zetek helyi termékekkel történő támogatását jelenti, amiért a termelő reklámlehetőséghez jut. Ezen
felül erősíti a termelő társadalmi felelősségvállalását is, és ezen keresztül a vállalkozása hírnevére is jó
hatást gyakorol.

7.4.2.7. Személyes eladás

A személyes eladás az a marketingkommunikációs eszköz, amikor szóban, közvetlen kommunikációval
próbálja az eladó a vevőt rábeszélni a termék megvásárlására. A személyes eladás elengedhetetlen
szereplője maga a termék. A mennyiben a termék és az eladó megjelenése és stílusa elnyeri a vevő
tetszését, vagy már régebbi pozitív tapasztalatai vannak a termékkel kapcsolatban, úgy az értékesí-
tés nagy eséllyel létrejön. A személyes eladás a helyi termék előállítók számára leggyakrabban a kö-
vetkező helyeken történhet.

- eladó területén
- utcán
- autóból
- heti rendszeres vásárokon, piacokon
- egyéb vásárokon, kiállításokon

E tevékenység lényege a személyes meggyőzés, ezért az eladó által keltett benyomás nagymértékben
támogatja vagy akadályozza az értékesítést. Az eladó legyen kulturált megjelenésű, ápolat, alkalomhoz
illő és tiszta öltözetű. Szóbeli kommunikációja legyen összhangban a non verbális kommunikációjával.
Legyen empatikus, meggyőző, de ne legyen tovakodó. Legyen tisztában azzal, hogy sikere a termékén
és az ő vevői megítélésen egyaránt múlik.

7.4.2.8. Public Relations (PR)

A „Public Relations (kapcsolatszervezés) nem közvetlenül ösztönzi az értékesítést. Célja a vállalkozás
jó hírnevének kiépítése, erősítése.”

A PR célcsoportjai a következők:

- saját munkatársak
- sajtó
- hatóságok
- illetékes önkormányzatok
- bankok
- lakosság
- vevők
- szállítók

A PR, tervszerű, tartós és tudatos tevékenység. A jó PR révén a vállalkozás hírneve javul, kialakul a vállalkozással és a termékkel szemben a bizalmi tőke, ami jó hatással van az értékesítésre. A PR szlogenje: „Tégy jót és beszélj róla!”

7.4.2.9. Nyomtatványok

A főbb reklámanyomtatványok közül leginkább a szórólapok, a prospektusok segítik a helyi termelőket. A szórólap többnyire a pillanatnyi helyzethez kötődik (új termék bevezetése, értékesítési akciók stb.), míg a prospektus az állandó termékeket mutatja be. A szórólap lehet kevésbé igényes, de igénytelen nem. Egyértelműen és röviden fel kell tüntetni az üzenetet (pl.: akció), meg kell adni a pontos címet, elérhetőséget, az üzenet kezdő és záró napját, valamint minden fontos paramétert. Az üzenethez köthető fotó növeli a szórólap hatékonyságát. A szórólap lehet egyszínű. Terjeszthető személyesen, ügynökön, postán keresztül vagy kihelyezhető nagy forgalmú helyekre.

Amennyiben rendelkezik a vállalkozó arculati elemekkel, úgy a szórólap formája ennek megfelelő legyen. A szórólap mérete max. A/4 legyen, célszerű, ha csak egy oldalas.

A prospektus igényes, az arculati előírásoknak megfelelő legyen. Tartalmában időtálló információk és több fotó megjelenítésére alkalmas. A vállalkozónak a vevő számára elengedhetetlen információi legyenek részei a prospektusnak. Mérete maximum A/4 legyen, de a tartalomnak alárendelten általában több lapos is lehet. Növeli a hatékonyságot, ha a prospektus színes.



8. Helyi termékek a közétkeztetésben

A közétkeztetők olyan vendéglátó tevékenységet végzők, amelyek meghatározott fogyasztói csoportot látnak el vendéglátóipari termékekkel, többnyire előzetes megrendelés alapján a nap egy-egy meghatározott időszakában, meghatározott időtartamban. Ide sorolhatók az **oktatási, gyermek-, szociális, egészségügyi- és bentlakásos intézmények**, tábork, munkahelyek. A közétkeztetők, a vendéglátó létesítmények egy speciális, jellemzően érzékeny fogyasztói csoportját kiszolgáló kategória.⁵⁴

A közétkeztetés fontos piacot jelent, de speciális és szigorú szabályok vonatkoznak rá.

Az 52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet lehetővé teszi, hogy a kistermelő a termékeit a régió belül (saját megye és Budapest) vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva 40 km távolságon belül működő **kiskereskedelmi, vendéglátó és közétkeztetési létesítményeknek** is értékesítheti.

A közétkeztetés biztos és nagy piac, de érdemes végiggondolni, hogy rendelkezik-e a termelő **elég tárolókapacitással**, képes-e **állandó minőséget** biztosítani a szerződés időtartama alatt, és be tudja-e tartani a **szállítási határidőket**.

Tudni kell, hogy ezek a vásárlók igyekeznek leszorítani az árakat, de ragaszkodnak minőségi elvárásaikhoz. A versenytársak közül az áru előkészítésével, tisztításával, osztályozásával tűnhetünk ki. A nagyfogyasztók (pl. az iskolai és szociális étkeztetés) általában sokféle terméket igényelnek nagy mennyiségben (pl. tej, tojás, lekvár, gyümölcs, kenyér, tészta, zöldség, gomba, hús). Itt azonban erős konkurenciát jelent a nagykereskedelem, illetve az ipari beszállítók, főként a kistermelői termékek sokszor magasabb árai miatt.

A közszolgáltatásban a helyi kézműves termékek is megjelenhetnek, mint ajándéktárgyak. Az intézmények nőnapra, karácsonyra, vagy jutalomként, illetve az iskolák, művelődési és sportintézmények díjazásra is ajándékozhatnak ilyen tárgyakat.

⁵⁴ <http://www.kormanyhivatal.hu/hu/ugytipusok/erdo-es-mezogazdasaggal-noveny-es-talajvedelemmel-kapcsolatos-ugy/elemiszerlanc-biztonsaghoz-es-allategeszsegugyh> (2014. 10. 02.)



9. Agroturizmus – falusi vendégasztal

Mit is jelent a falusi vendégasztal?

Falusi vendégasztal: falusias, tanyasias vagy vidéki környezetben a házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása, és az elkészített élelmiszerek felkínálása **helyben fogyasztásra** a gazdaság helyén.

Gazdaság helye: az élelmiszer-termelő állat tartásával és az ételmezés céljára termesztett növények termesztésével összefüggő gazdasági udvar, illetve **a termék-előállítás helye.**

A falusi vendégasztal szolgáltatás keretein belül a kistermelő a gazdaságába látogató turistákat **házi élelmiszerekkel, családi és közvetlen környezetben** láthatja vendégül. Ezt az ételkészítési szolgáltatást a gazdaság helye szerinti településen helyi rendezvény keretében is végezheti a kistermelő. (52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet szerint).

A falusi vendégasztal keretében előállított élelmiszerekről adatlapot nem kell vezetni, de természetesen ez a tevékenység is **szigorúan szabályozott.**

A kistermelő az általa megtermelt vagy előállított, és – kiegészítő alapanyagként – vásárolt élelmiszer, valamint más kistermelőtől vásárolt késztermék felhasználásával falusi vendégasztalt üzemeltethet. A termelési, előállítási és értékesítési mennyiségek nem haladhatják meg az engedélyezett mennyiségeket (1. táblázat).

A kistermelő falusi vendégasztal keretében a hatósági állatorvosi igazolással rendelkező állományából származó sertés, 30 hónaposnál nem idősebb szarvasmarha, továbbá 18 hónaposnál nem idősebb birka vagy kecske húsból készített ételeket is felszolgálhat a saját gazdaságába ellátogató vendégeknek.

A falusi vendégasztal keretében végzett állatvágásra és az így levágott állat húsból készített ételekre vonatkozó alapvető szabályok:

- A kistermelőnek a vágást és az ételkészítési programot az állatvágás előtt 48 órával írásban be kell jelentenie az illetékes járási hivatalnak. A kötelező (Trichinella) vizsgálat eredményeinek rendelkezésre állásáig a húst tartalmazó ételek csak biztonságos hőkezeléssel elkészítve kínálhatóak fel. A vágásból származó, Trichinella vizsgálaton kedvező eredménnyel átesett sertéshús le is fagyasztható.
- A megmaradt, azaz el nem fogyasztott ételeket a kistermelő nem értékesítheti később, azokat vagy magánfogyasztásra használhatja fel, vagy megfelelő módon meg kell semmisítenie.
- A kistermelő falusi vendégasztal keretében évente legfeljebb 12 saját sertést, 24 juhot, 24 kecskét és 2 szarvasmarhát vághat le és dolgozhat fel.

Falusi vendégasztal keretében a helyszínen levágható a baromfi és a nyúl mellett (az egyéb esetben vágóhídon levágandó) sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu is feldolgozható. Az említett tevékenységek a gazdaság helye szerinti településen rendezvény keretében is végezhetőek (pl.: böllérfesztivál). Csak helyben történő fogyasztás lehetséges, elvitel nem jöhet szóba.

Nagy könnyítést jelent, hogy a kistermelői rendelet engedi a **párlat/pálinka értékesítését**. A jövedéki törvény is könnyítésekkel lehetővé tette a **termelői borkimérést**, és a pálinka értékesítését üzlet kö-

telem nélkül. Ugyanakkor a termelői borkimérés, és a pálinka értékesítés **könnyítések nem vonatkoznak** NAV hatósági állásfoglalás alapján a **falusi vendégasztal szolgáltatás keretében kimért poharas értékesítésre**.⁵⁵

A Nemzeti Adó- és Vámhivatal tájékoztatása szerint a **pálinka csak adózottan értékesíthető** abban az esetben, ha a bérfőzető vagy a magánfőző a kistermelői élelmiszertermelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló 52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet 1. § (1) bekezdés szerinti kistermelőnek minősül, **ha megfizette a jövedéki adót, a párlatot palackozta és a palackot párlat zárjeggyel látta el**. Ebben az esetben, helyben fogyasztásra, kóstolásra, illetve elvitelre történő, bontatlan palackos értékesítésre is lehetőség van.

Mi a helyzet a borral? A jövedéki szabályok rendelkezései szerint az adómentesen, adóraktári engedély nélkül előállított bor kizárólag az előállító személyes fogyasztását szolgálhatja, azt értékesíteni nem lehet. Falusi turizmus keretében kistermelői borértékesítésre nem biztosít lehetőséget a jogszabály, tehát **falusi vendégasztalon bor jelenleg nem szolgálható fel**. Abban az esetben van erre lehetőség, ha a borászatot is magában foglaló ingatlanra az értékesítést végző személy termelői borkimérés folytatására jogosító **egyszerűsített adóraktári engedéllyel** rendelkezik. Ez az értékesítési forma a jegyző felé közvetlen értékesítésként jelenthető be, illetve a vámhatóság felé is be kell jelenteni, hogy az egyszerűsített adóraktárban termelői borkimérést kíván folytatni az engedélyes. Termelői borkimérés keretében a szőlőbor helyben történő kóstolására vagy legfeljebb 10 literes edényzetbe, elvitelre kimérve történő értékesítésére van mód.⁵⁶ Kistermelő is kérhet és kaphat egyszerűsített adóraktári engedélyt. A pálinka, párlat és bor és falusi turizmus keretében történő értékesítéséről szóló részletes NAV tájékoztató itt olvasható: http://www.kisleptek.hu/ma_files/falusi_turizmus_bor%20palinka_nav.pdf

A térség turizmusának jellemzői

A **helyi termékek értékesítésének** egyik **fontos színtere a turizmus**. A turisztika kiemelt célterülete a Barcsi Kistérséggel kapcsolatos fejlesztési programoknak és tanulmányoknak. A kistérség a Dráva mentén helyezkedik el.

A Dráva **az ország legtisztább folyója**, flórája és faunája Európában egyedülálló. A Dráva folyón sétahajók üzemelnek, és tavasztól ősziig kenuutazás biztosítják a vízi turizmus kedvelői számára a vízi sport lehetőségét. A Dráván és holtágain a horgászturizmus is jelentős. Termálvizek tekintetében a térség rendkívül gazdag. Baracson gyógyvíz, Csokonyavisontán, Babócsán és Szulokban termálvíz található. Nagyatádon termál és gyógyfürdő, valamint strandfürdő is rendelkezésre áll. A gyógyvíz és a termálvizek folyamatos szálláshelyfejlesztést indukálnak. A térség **tipikus rurális térség**, a falvakban jelentős a **falusi turizmus**, és több helyen fellelhető az ökoturizmus is.

„Az **ökoturizmus** (más néven szelíd turizmus) a környezetért felelősséget vállaló utazás és látogatás a viszonylag zavartalan természeti területeken, azok természeti, valamint jelen és múltbeli kulturális értékeinek élvezete és értékelése céljából, úgy, hogy kíméli azokat a látogatás káros hatásainak mérésével, valamint a helyi népesség társadalmi, gazdasági előnyökhöz juttatásával.”⁵⁷

A Belső-Somogy déli részén a Rinyamente vidéke Nagyatád közelében a jobbnál jobb horgásztavak, halastavak, természetvédelmi területek, vadban gazdag erdők világa.⁵⁸ A Rinyamente erdőszülsége az

⁵⁵ <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf> (2014. 09. 23.–10. 05.) Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft. „Adj Helyet a Helyinek”. Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 2013, 69.

⁵⁶ http://www.nav.gov.hu/data/cms338357/falusi_turizmus_inform_2014.08.01.pdf alapján (2014. 10. 02) Pálinka, párlat és bor falusi turizmus keretében történő értékesítése.

⁵⁷ <http://www.georgikon.hu/tanszekek/agrargaz/Tananyagok/T%C3%B3th%20%C3%89va/%C3%96koturizmus%20menedzsment/3eloadas.pdf> (2014. 10. 22.) Az ökoturizmus fogalma, formái és feltételei. Tóth Éva, 2011, 8. dia.

⁵⁸ <http://www.szallaskiado.hu/cimke/rinyamente/> (2014. 10. 30.)

országos átlagot meghaladja, az egykori nagyatádi járásé 34% feletti.⁵⁹ Így a vadászturizmusnak is komoly hagyományai vannak. Az erdőből kitermelt fa hosszú időn keresztül egyedüli energiaforrás volt a lakások fűtéséhez, az ételek elkészítéséhez, a kézműves munkákhoz. A Duna-Dráva Nemzeti Park is számos lehetőséget biztosít a szelíd turizmus kedvelőinek. Az elmúlt évtizedben erőteljes fejlődést mutat a kistérségben a lovas turizmus is.⁶⁰

A Zselicség turizmusa egyre ismertebb, hiszen a Zselici Tájvédelmi Körzetben horgászat, barangolás, lovaglás, kocsikázás, ökotúrák, rendezvények, gyermekprogramok, vadászat, vagy *Csillagnéző túra a Zselici Csillagoségbolt-parkban* nyújtanak élményt. A falusi vendéglátás Szennában, Patcán régi múlt-ra tekint vissza.

A falusi turizmus és az agroturizmus

A falusi és az agroturizmus önmagát emésztene fel, ha nem vigyázna legfőbb értékére és vonzerejére, a környezet tisztaságára, mind a természet védelme, mind az odalátogató vendégek egészsége érdekében. Így kijelenthetjük, hogy a falusi turizmus és a biogazdálkodás, a biotermék kínálat ideológiailag is egységet alkot.

A **falusi turizmus** a falusi környezetben történő szállásadáson túl (a vendégfogadó saját portáján kialakított szálláshelyen fogadja vendégeit) kulturális kínálatot (helyi hagyományok, ünnepek, rendezvények, folklór), gasztronómiát (saját ételleivel, házi termelésű borral, pálinkával, szörppel kínálja vendégeit), borturizmust (saját pincéjében mutatja be a gazda borait); természetjárást (a természetvédelmi területek felkeresésével), gyógyturizmust (közeli gyógyfürdő, vagy speciális helyi klíma kihasználásával), lovas turizmust (helyi lovasudvart bevonva a kínálatba), valamint gyermektáborozást is jelenthet.

Már profiljában szűkített, specializált kínálat jellemző az **agroturizmusra**. Ebben az esetben a vidéki adottságok kosarából, a mezőgazdasághoz kötődőket alakítják idegenforgalmi kínálattá. Az agroturizmus magában foglalja az agrártérségekbe települő, a mezőgazdasági adottságok és termékek értékesítésére szerveződött turizmust. Az agroturizmus egy olyan konkrét terméktípust testesít meg a vidéki turizmuson belül, ahol a vidéki környezetben folyó vendégfogadás kereteit működő agrár (kis) üzem adja, a **vonzerők jelentős része is az agrárium tevékenységei és produktumai** közül kerül ki, ezeket a vendégek ellátásánál is felhasználják. A szállásadás kapcsolódó kínálat a helyi, házi agrártermékek mellett, de nem ez a legfontosabb része az agroturizmus terméknek.

A kínálat szakosított, a kiválasztott vendégcsoportoknak megfelelően specializált. Mezőgazdasági tevékenységhez kötődő sport- és hobbi-turizmust jelent, így pl. lovas-, horgász-, vadász- és borturizmust. Jelenti a mezőgazdasági tevékenységbe való bekapcsolódást; résztvételt a szüretben, a gyümölcsaszalásban, a mézpergetésben, ez lehet munka a biofarmon stb. Fontos attrakciója a mezőgazdasági termékek helyben fogyasztása és eladása (bor, sajt, zöldség, gyümölcs, füstöltárak stb.), valamint az aktív részvétel az agrártermékek feldolgozásában. Az agroturizmus külön előnye, hogy támogatja a helyi termékek közvetlen értékesítését, így segítve a mezőgazdaság piacszerzését.⁶¹

⁵⁹ http://www.somogy.hu/?cid=3172&vendegvaro_sub=11

⁶⁰ Barcsi Kistérség mikro- és kisvállalkozói fejlesztési programja. Somogy Megyei Vállalkozói Központ Kőzalapítvány, 2009, 20. (2014. 10. 14.)

⁶¹ <http://www.pannoniantourism.hu/htmls/tananyagok1.html?gID=183&ID=443> (2014. 10. 20.)

10. Leggyakrabban előállított helyi termékek⁶²

10.1. Kistermelői tej és tejtermékek előállítása

A kistermelő a megtermelt tejjel két dolgot tehet. Vagy fogyasztási tejet állít elő, vagy feldolgozza a tejet valamilyen tejtermékké, és azt forgalmazza. Bármelyiket is választja, a tevékenységet nagyon szigorú törvényi, hatósági és higiéniai előírások szabályozzák, így azokat feltétlenül ismernie kell.

Az 52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet szerint kistermelőként naponta **maximum 200 liter tej**, illetve naponta **maximum 40 kg tejtermék** állítható elő és értékesíthető. Tej, illetve tejtermék abban az esetben forgalmazható, ha az állatállomány a kötelező mentesítési programokban részt vett, igazoltan gümőkór- és brucellózis-mentes, és erről a hatósági állatorvos bizonyítványt állít ki. Ez egy évig hatályos és a kistermelő kérésére meghosszabbítható.

Jó minőségű tejet csak rendezett, higiénikus környezetben tartott, egészséges, ápolt, megfelelő mennyiségű és minőségű takarmánnyal etetett állománytól várhatunk. A fejés során a higiénia, a fejőberendezések tisztasága, a fejési műveletek sorrendjének betartása elengedhetetlen! A tejkezelés – gyűjtésre, szállításra, tárolásra – vonatkozó szabályainak betartásával, a jó gyártási és higiéniai gyakorlat alapelveinek alkalmazásával kifogástalan tejtermékek állíthatók elő.

Nyers tej, illetve nyers tej felhasználásával készült, **nem hőkezelt tejtermékek** értékesítése esetén az értékesítés helyén, jól látható módon fel kell tüntetni a „**nyers tej, forralás után fogyasztható**”, illetve a „**nyers tejből készült**” jelölést. A kistermelőnek a tejfeldolgozásról **nyilvántartást** kell vezetnie.

Házi körülmények között készíthető tejtermékek:

- *Fogyasztói tej*
- *Ízesített tejkészítmények:* Cukorral édesített, különböző adalékokkal készített termékek, pl. kakaós tej, tejeskávé, csokis tej. Ezek zsíros vagy sovány tejből, cukor, kakaópor, csokoládé illetve kávékivonat felhasználásával készülnek.
- *Savanyú tejkészítmények:* A savanyú tejkészítmények alapanyaga a pasztőrözött elegytej (tehén- tej, kecsketej). Fajtái: joghurt, kefir, aludttej, savanyú tejföl, vaj, friss túróféleségek, sajtok. Az előállításukhoz felhasznált tejjel szemben támasztott alapvető követelmény, hogy nem tartalmazhat antibiotikumokat és csíragátló anyagokat. A termékek készítése a pasztőrözött tej alvasztásával (mikrobakultúra segítségével) kezdődik, megfelelő hőmérsékleten. A savanyított tejtermékek előállításához tejalvasztó kultúrákat használnak, amelyek fő összetevői a tejsavbaktériumok. A savanyú tejkészítmények gyártási műveletei a következők: beoltás, savanyítás (alvasztás), hűtés, érlelés, speciális műveletek.⁶³

⁶² Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszerfeldolgozás. Budapest, 2011 felhasználásával.

⁶³ www.kanjiza.rs/dokumentumok/2013/ppt/savanyított_tejtermek.ppt (2014. 09. 20.) Dr. Könyves Tibor: A savanyított tejkészítmények előállítása.

10.2. Hidegen sajtolt olajok gyártása

Az étolajakat különböző magokból (Magyarországon ma is a legnépszerűbb a napraforgóolaj), diófélékből (pl. dió, mandula), magcsírákból (pl. kukoricaolaj) hideg sajtolással vagy magas hőfokon finomítás, tisztítás útján nyerik.⁶⁴ Az alapanyagokból tisztítás és bizonyos magvak esetén hajalás és aprítás után, mechanikus úton sajtolással állítják elő az olajat, hőkezelés nélkül. A hidegen sajtolt olaj kizárólag vizes mosással, ülepitéssel, szűréssel és centrifugálással tisztítható.

Olajat készíthetünk például:

- *Napraforgóból*: a legnagyobb mennyiségben készített és felhasznált olajféle, mely étolajként és salátaolajként is felhasználható; ma már többféle ízesítéssel is találkozhatunk (pl medvehagyma, fokhagyma, citrom, chili stb.).
- *Repceből*: a belőle készült olaj étolajként, a feldolgozás során keletkező mellékterméke takarmányként is használható; a repceolaj jelentős része nagyüzemi feldolgozás után biodízelként kerül felhasználásra.
- *Tökmagból*: elsősorban gyógyszeripari alapanyag, nagyon jó érzékszervi jellemzőkkel rendelkezik, és salátaolajként használják.
- *Lenmagból*: élelmiszerként salátákhoz használják, de mint száradó olaj – a telítetlen zsírsavak magas aránya miatt – a festészetben illetve a fakezelésben is használható.
- *Dióból*: rendkívül jellegzetes ízű, nagyon kedvelt, bár drága, elsősorban salátákhoz használt olaj.
- *Mandulából*: élelmiszerként salátákhoz használjuk, de a kozmetikai felhasználása is jelentős.
- *Szőlőmagból*: rendkívül egészséges, könnyen emészthető, semleges íze miatt salátákhoz kiváló.
- *Mákból*: magas vitamin és ásványi anyag tartalmú, elsősorban salátaolaj, magas foszfortartalma a kalcium hatékony beépülését biztosítja.

⁶⁴ www.mindmegette.hu/oliva-repce-szoja-tokmag-es-mindenfele-mas-olaj. (2014. 09. 20.)



10.3. Szárztészta előállítása

Szárztésztnak nevezzük a lisztből, vízből, tojás felhasználásával vagy a nélkül, lazítás nélkül készített, alacsony víztartalmú termékeket.

Főbb tulajdonságai: száraz, hűvös közegben hosszú ideig eltartható, magas szénhidrát-tartalmú energiaforrás, különböző összetétele és megjelenési formája miatt sokféleképpen felhasználható – lehet levesbetét, köret, vagy egyéb anyagokkal kiegészítve főétel vagy saláta is. Aránylag olcsó, jól tárolható, az előállításához szükséges nyersanyagok hazai forrása biztosított, gyártása egyszerű, kézi és kisüzemi vagy házi gépi előállítása is lehetséges.

A szárztésztaikat sokféleképpen csoportosíthatjuk:

- *Tojástartalom szerint* lehet tojásos (annyi tojásos, ahány darab 50 grammos tojás – vagy ennek megfelelő mennyiségű tojáskelesztmény – van 1 kg lisztben). Minél több a tojás, annál sárgább, több benne a fehérje, de több koleszterint tartalmaz; ha csak tojásfehérjével készül, akkor koleszterinmentes. Lehet tojás nélküli: koleszterinmentes, adalékanyagtól sárga színű.
- *Alak szerint* lehet szálastészta (pl. csőtészta, spagetti, cérnametélt) vagy apró tészta: (pl. csusza, betűtészta, szarvacska, kagylótészta, tarhonya).
- *Összetétel szerint* készülhet búzalisztből, durumlisztből (sárgább, több fehérjét tartalmaz, rugalmasabb, jobbak a főzési tulajdonságai), kukorica adalékkal dúsított (tetszetős sárga, kukoricaliszt hozzáadásával is készülhet), szójalisztből (magas fehérjetartalmú), rizsliszttel készült (üvegtészta, fehér, áttetsző), ízesített (színes, pl. spenótos – zöld).
- *Táplálkozási érték szerint* lehet csökkentett energiataartalmú (pl. búzakorpás), diabetikus (pl. szójaliszt tartalmú), gluténmentes (pl. rizsliszttel, kukoricaliszttel készült), koleszterinmentes (pl. tojás nélküli és tojásfehérjével) készült tészta.
- *Felhasználás szerint* lehet levesbetét (pl. cérnametélt, eperlevél) vagy köret (pl. csőtészta, orsó, spagetti)
- *Formázási mód szerint* beszélhetünk vágott, kiszúrt, préselt, csavart, fészkes vagy motringolt tésztákról.

Készítésükhöz felhasználható alapanyagok a gabonaörlemények, liszt (TL50, durumliszt), víz, só, tojás, színező- és ízesítő anyagok (pl. spenót, paradicsom, hagyma, fokhagyma), tápértéket növelő anyagok (pl. szója fehérje), eltarthatóságot, érzékszervi tulajdonságokat növelő anyagok.

Gyártás lépései: tésztakészítés, tömörítés (gyúrás), sajtolás, formázás, szárítás, csomagolás. Ehhez a munkafolyamatokhoz ma már beszerezhetők konyhai keverő és dagasztógépek, nyújtógépek, csigás prések, tésztanyújtó és -vágógépek, sajtológépek és szárítóberendezések.

Csomagolás: kartondobozba vagy átlátszó műanyagzacskóba történhet.

Minőségi követelmények: A jó tészta sárga vagy fehér színű, egyenletes árnyalatú a tésztára jellemző ízű és szagú (idegen íztől és szagtól mentes), szabályos, a formára jellemző alakú és sima felületű. Főzés közben rugalmas és sima marad, alakját megtartja, nem ragad össze, és térfogata legalább a duplájára duzzad. Törmelék tartalma legyen kevés (5%-15%), nedvesség tartalma megfelelő (13%).⁶⁵

10.4. Aszalás, szárítás

Szárítás során fűszereket, zöldséget és gyümölcsöt, természetes környezetben, levegőn, hővel megszáritanak. Élelmiszerek tartósításának ez a legrégebbi, legenergiatakarékosabb és legkíméletesebb

⁶⁵ Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszer-feldolgozás. Budapest, 2011. alapján.

módszere. **Aszalás** során fűszereket, zöldséget és gyümölcsöt valamilyen technikai berendezés igénybevételeivel szárítunk.

A gyümölcsök és a zöldségek egyszerű, kíméletes, természetes és legolcsóbb tartósítási módja a szárítás és aszalás, melyhez nem kell cukor vagy kémiai tartósítószer. Az aszalvány vitaminokban, ásványi sókban gazdag, tápláló és egészséges. Aszaláskor a gyümölcs elveszti víztartalmának akár felét, háromnegyedét is, értékes tápanyagai, vitaminjai azonban megmaradnak. Aszalt gyümölcshöz hasonlóan zöldségféléből is készülhet szárított finomság, például hagymából, gombából, sárgarépből, petrezselyemből.⁶⁶

Az aszalás, szárítás folyamata:

1. A nyersanyag kiválasztása

Aszalásra, szárításra alkalmas **gyümölcsfajták** az alma, körte, őszibarack, kajszibarack, szilva, cseresznye, meggy. Bogyós gyümölcsöket, fügét is lehet, de az nagyobb odafigyelést igényel. A **zöldségfajták** közül a sárgarépa, petrezselyem, pasztinák gyökér, vörös- és póréhagyma, zellergumó, sóska és a spenót aszalható jól. Aszalható, szárítható **fűszernövények** például a petrezselyem, kapor, lestyán, majoranna, citromfű. Csak kiváló minőségű, ép, egészséges, hibátlan, teljesen érett, szabályos alakú, a termésre jellemző színű alapanyag aszalható.

2. Tisztítás, mosás

A mosás mindig ivóvíz minőségű vízzel történjen két fázisban – mosás-áztatás és öblítés. Ez történhet kézzel, vagy használható ventilációs szalagos mosó, flotációs mosó, kefék mosógép.

3. Válogatás, előkészítés

A válogatás a romlott, hibás termények, idegen anyagok eltávolítása. A termények osztályozása történhet méret, érettség, szín szerint. Ezt kézzel vagy válogatószalagon végezhetjük, ami lehet gumihevederes vagy görgős. **Héjtalánításra** dörzshámozót vagy gőzhámozót használhatunk. A szárat kézzel vagy szárítalanítóval távolíthatjuk el. A **magtalánítás** is elvégezhető kézzel vagy magozógépek segítségével. Vannak olyan gyümölcsök, melyeket felezni is kell, például az őszibarack. Ilyenkor célszerű kombinált gépeket használni, ezek egyszerre elvégzik a magozás és felezés műveletét. **Kénezással, citromsavas kezeléssel** a tárolás és aszalás során, különböző külső hatásokra a gyümölcsökön bekövetkező barnulást vagy sárgulást akadályozhatjuk meg. Ez fokozott odafigyelést és ellenőrzést igényel.

4. Aszalás

Az aszalás **legősibb formája a napon történő szárítás**. A gondosan előkészített aszalnivalót **árnyékos, jól szellőző helyen** (a kertben) egy rétegben selyempapírra terítjük egy asztalon, és túll anyaggal letakarva – hogy megvédjük a legyektől, darazsaktól – száradni hagyjuk. Hátránya, hogy az aszalódás folyamata hosszabb ideig tart, hőmérséklettől függ, elég kiszámíthatatlan, hiszen csak verőfényes, kifejezetten meleg napokon zajlik megfelelően a folyamat. A gyümölcsöket aszalódás közben **érdemes forgatni**, és ha megoldható, éjszakára száraz, fedett helyre vinni, hogy a rovarok és a rágcsálók ne tehessenek kárt benne.

Nagy hagyományai vannak a **padláson** (és tornácon) történő aszalásnak is. A mai cserép- és palafedésű épületek ugyancsak kiváló lehetőséget teremtenek e célra, hiszen a beépítetlen padlástereken mind az alacsony páratartalom, mind az ingyen befogott hő adott. Arra kell csak odafigyelni, hogy a helyiség megfelelő szellőzése biztosított legyen, hogy elkerüljük a penészesedést.

Hagyományos fatüzeléses aszalókban (aszalókemence, kemencés aszalóházak) a tűz által felmelegített levegő végzi el az aszalást. Hátránya, hogy nehéz beállítani a hőmérsékletet, továbbá, hogy az égéskor keletkező korom és kátrány is tönkretelheti az aszalvány minőségét. Ezekben az építményekben a gyümölcs méretétől függően 1 naptól 1 hétig terjedő időszak alatt megy végbe a folyamat.

⁶⁶ <http://videkielet.hu/blog/videki-haz-es-kert/aszalasi-laz> (2014. 09. 24.) Simon: Aszalási láz, 2012.

Az **elektromos aszalógép** előnyei közé tartozik a praktikus használat; nem kell az időjárás viszonyaitól alkalmazkodni, vagyis megvárni, hogy süssön a Nap; könnyen beállítható az optimális hőmérséklet; és jobb a levegőellátás is a forgó tálcáknak köszönhetően. Összességében tehát nagyon jó minőségű aszalvány készíthető egy ilyen berendezéssel. Hátránya, hogy elektromos árammal működik, vagyis nem igazán környezetbarát megoldás, emellett pénzbe is kerül, ami nagymértékben megdrágítja az aszalási eljárást.

Gáz-, illetve villanytűzhely segítségével is lehet aszalványt készíteni. Mivel hosszabb időt, fél-, egy napot is igénybe vesz az ily módon történő tartósítás, ez nem költséghatékony megoldás.

Napkollektoros aszaló berendezésnél a levegőt a Nap energiája melegíti fel, és ezt hasznosítjuk az aszaláshoz-szárításhoz. Bár a kollektor beszerzése nem olcsó (főleg, ha vásároljuk), a napfény hasznosítása mindenképpen előnyös, mert ingyen áll rendelkezésünkre, ráadásul környezetbarát is. Gyakran és nagy mennyiségben aszalóknak mindenképpen érdemes beszerezni egy ilyen szerkezetet, vagy saját építésen gondolkodni.

5. Befejező műveletek

Aszalás után igény szerint szükséges lehet az aszalványt aprítani, granulálni, őrlni, esetleg valamilyen keveréket készíteni.

Az aszalványok **tárolása** mindig száraz, hűvös helyen, napfénytől védve történjen. **Csomagolásuk** zacskóba vagy dobozba is történhet.

10.5. Savanyítás⁶⁷

A savanyítás is egyike a legrégebbi tartósítóipari eljárásoknak. **Természetes vagy tejsavas erjesztéssel** állíthatunk elő káposztát, vagy savanyított tejtermékeket. **Mesterséges savanyítás** pedig ecet, borkósav hozzáadásával történik. A kémiai savanyítás az ipari ecetgyártással indult meg, nagyon sok különböző fűszerezett ecettel illetve gyümölcsccettel találkozhatunk. A savanyítás legfontosabb alapanyagai a zöldségek, de a szilva, a dinnye és az alma is alkalmas rá.

Három típusú savanyúságot különböztetünk meg.

1. Hőkezeléssel tartósított savanyúságok

A hőkezelés célja, hogy a mikrobákat illetve a baktériumokat hatástalanítsuk pasztörözéssel vagy sterilizációval. Így készül például a **csemegeuborka** vagy a **káposztával töltött paprika**. A megmosott uborkákat kiforrázott üvegekbe rakjuk, amelynek aljára különböző fűszereket helyezünk: babérlevél, kömény, koriander, mustármag, feketebors, kapor. Ezután ráöntjük a felöntőlevet, ami vízből (1 l), 20%-os ecetből (1-1,5 dl), sóból (3-4 teáskanál), cukorból (ízlés szerint 5-7 evőkanál) áll. Az ecet kivételével a levet felforraljuk, ha kihűlt hozzáadjuk az ecetet is, esetleg pici borkósavat is. Ezután erősen rácsavarjuk a tetőt. Az üvegeket fazékba állítjuk, majd felöntjük vízzel. Felforraljuk, a forrás után kis lángon kb 20-30 percig tartjuk. A fazékban hagyjuk kihűlni.

2. Kémiai savanyítással tartósított savanyúságok

Ez tartósítószerekkel történik, melyek feladata, hogy megvédjék a termékeket a mikroorganizmusok okozta romlási folyamatoktól. Ezeket az anyagokat E-számmal jelöljük. Ilyenek például a kén-dioxid E220, Nátrium-szulfit E221, Nátrium-hidrogén-szulfit E222, Kalcium-szulfit E225. Ezeket a termék csomagolásán fel kell tüntetni. Így készül például az **ecetes uborka, ecetes paprika, ecetes paradicsom, ecetes dinnye**. A munkafolyamatok: válogatás, mosás, üvegbe töltés, felöntő lé készítés, üvegbeszűrés, zárás és hűtés. A felöntő lé – a tartósítandó zöldségtől függően – víz, ecet, só, néhány esetben

⁶⁷ Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszer-feldolgozás. Budapest, 2011. alapján.

cukor és fűszerek (koriander, mustármag, feketebors, kapor, torma, babérlevél) összefőzésével készül. Az arányokat sokan családi titokként őrzik.

3. Tejsavas erjesztéssel előállított savanyúságok

Ebben az esetben a tejsavbaktériumokat szaporítjuk el. Ennek következtében mikroba gátló anyagok keletkeznek. Az élesztő gombák is kifejtene mikrobagátló hatást úgy, hogy etil-alkoholt termelnek. A tejsav baktériumok elszaporodását anaerob környezet⁶⁸ biztosításával segítjük elő. Ezzel a módszerrel készül a **savanyú káposzta** is. A munkafolyamatok: tisztítás, szeletelés (gyalulás), betöltés, sózás, fűszerezés (bors, kömény, babérlevél, nyáron kapor), taposás, lefedés, lenyomás. Ez utóbbi egyik célja, hogy megakadályozza a káposzta kinyomódását a képződő gázok által, a másik, hogy a lé a teljes erjedés ideje alatt ellepje a káposztát. Az erjedés ideje a hőmérséklettől függően 5-100 nap között változik. Az erjedésnek 3 szakasza van. Ideális, 0-20 °C között egy hétig tart kb. az előerjedés, 2-3 hét alatt zajlik le a főerjedés, az utóerjedés ideje pedig 1-2 hét.

Jó minőségű savanyúságot csak jó minőségű, érett, hibátlan, a terményre jellemző színű alapanyagból állíthatunk elő. Az előállítás során fokozottan ügyelni kell a tisztaságra. A zöldségeket minden esetben alaposan meg kell mosni, majd lecsöpögtetni. Az alkalmazott eszközöket, gépeket, berendezéseket mosás után forrázzuk ki, ezzel fertőtlenítiük őket. A kész savanyúságokat 0-10 °C között célzerű tárolni.

Kistermelőként hetente 150 kg, évente maximum 5200 kg savanyúság értékesíthető!

10.6. Mézkészítés

Az ember egyik legősibb tápláléka a méz. A Magyar Élelmiszerkönyv a 110/2001/EK irányelvek alapján is osztályozza a mézeket és meghatározza az alapvető elvárásokat. A Magyarországon termelt akác-, selyemkóró- és lépesméz Hungarikumnak számít. Ismert a repce-, hárs-, zsálya-, levendula-, napraforgó-, szelídgesztenye- és a vegyes virágméz. Olyan különlegességekkel is találkozhatunk, mint a mézontófű-, aranyvessző-, ezüstfa-, lóhere- vagy a pusztai kutyatejméz.

A növények virágaiból összegyűjtött nektár még nagyobb részben vizet tartalmaz. A méz készítésének egyik legfontosabb részét az képezi, hogy a kaptárban található belső munkásméhek az idősebb társaik által összegyűjtött nektárból elpárologtatják a felesleges vizet. A híg nektárt felszívják a mézgyomrukba, elszállítják egy másik sejthez, melyben szétterítik. A levegővel nagy felületen érintkező nektár víztartalma a meleg kaptárban folyamatosan csökken. A nektár és az érlelődő méz felszívása és mozgatása során a méhek garatmirigyéből olyan enzimek kerülnek bele, amelyek az összetett cukrokat egyszerű cukrokká bontják le. A nektár a besűrítéssel egy időben kémiai átalakuláson is keresztül megy. A méhek mézhólyagjában található „szelep” szűrő tevékenységet is végez. A nektárba került szilárd alakos elemeket, a virágpороkat, az esetleges baktérium- és gombaspórákat is képes eltávolítani. Az érlelés energiaigényes folyamat, a hozzá szükséges energiát a méhek a nektár elfogyasztásából nyerik. Ha a kaptártermék víztartalma 18% körüli és a méhek a levegőtől elzárva viaszfedéllel zárják le a mézes sejteket, **igazi mézről** beszélünk. Ebben a formában a méz hosszú időn keresztül minőségromlás nélkül eltartható, tartalék táplálékot jelent a méhcsalád számára az inséges időkre.

A méz szüretelése

Abban az esetben, amikor a méhcsalád a szükségleténél több mézet tud előállítani, lehetőségünk van arra, hogy a mézfelesleget elvegyük a méhektől. Ezt a folyamatot **pergetésnek** nevezzük. A mézpergető berendezések a centrifugálás elvén működnek. A speciális tartószerkezetbe helyezett és megforgatott mézes keretekből a centrifugális erő hatására csapódik ki a méz a berendezés falára, ahonnan

⁶⁸ Általában a levegő kizárásával végbemenő kémiai folyamat.

annak aljára csurog. Az alsó csapon keresztül lehet aztán kiengedni a mézet, vagy speciális mézszivattyúval lehet kiszivattyúzni. A fedelezés és pergetés során apró viaszmorzsák és levegő buborékok kerülnek a mézbe, amelyektől a frissen pergetett méz opálos lesz. Csak több napig tartó pihentetés (ülepités) után tisztul fel a méz. Mivel a méz fajsúlya közel másfélszerese a vízének, a belekerült viasz és levegő buborék a méz felszínén gyűlik össze, amelyet lekanalazással egyszerűen el lehet távolítani. Ettől az időtől beszélünk termelői hordós mézről. A mézzel teli 180 kg-os hordókat légmentesen le kell zárni, majd napfénytől védett hűvös helyen kell tárolni az eladásig, vagy a házi feldolgozásig.

A méz feldolgozása és a folyékony méz palackozása

A méz feldolgozásának az a célja, hogy a hordós termelői mézek a fogyasztók igényeinek megfelelő csomagolásba kerüljenek. A mézek **fajtánként elkülönítve** kerülnek feldolgozásra. Első lépésben meg kell melegíteni a mézet, hogy a benne lévő kristályok felolvadjanak és a méz viszkozitása is csökkenjen. A méz melegítése során arra kell ügyelni, hogy a hőfok ne haladja meg a 45 Celsius fokot. Az ennél magasabb hőmérséklet már károsíthatja a mézben lévő értékes enzimeket. A megolvadt mézet szivattyú szállítja a szűrőig, majd a pihentető tartályokig. Ezekben a tartályokban pár nap pihentetés után újból el kell távolítani a méz tetejéről a jórészt levegő buborékokból álló habot, majd ezt követően már letölthető a méz. A kisüzemi töltésnél alsócsapos hordókból történik a méz töltése. A töltés után következik az üvegek zárása, címkézése, zsugorfóliázása, vagy dobozolása.

A méz tulajdonságai

A méz az eredetéről függően igen sokféle tulajdonsággal rendelkezik. Színe, íze, illata, aromája, állománya és összetétele eltérő lehet, attól függően, hogy milyen növény(ek) virágairól vagy esetleg milyen egyéb cukrot tartalmazó nedvekről gyűjtötték a méhek a méz alapanyagát.



10.7. Baromfi, nyúl és tojás kisüzemi feldolgozása

A kistermelő a gazdaságában nevelt baromfit és nyúlfélét a tartás helyén levághatja. A kistermelő hetente legfeljebb 200 db házi tyúkfélét, 100 db víziszárnyast vagy pulykát, 50 db nyúlfélét vághat le és értékesíthet.

10.7.1. Baromfi feldolgozás⁶⁹

A csirke (baromfi) feldolgozása **csak különálló helyiségben** történhet. Az élőállatok és a feldolgozott termékek nem „találkozhatnak” egymással.

A feldolgozandó baromfit a **vágás előtt 8 órával már nem lehet etetni**. A csirkéket sötétben vagy kékfényben (UV), kíméletesen, a legkisebb stresszhatással kell összefogni.

Ezután a felfüggesztés következik, lehetőleg rozsdamentes horgokra. Eladásra szánt baromfi vágása csak kábítás után, például kábítóvízzel történhet. Ezután a vágás, illetve véreztetés következik. A kopasztás előtt le kell forrázni (50-70 Celsius fokos vízbe mártva), ezután pedig azonnal elkezdni a kopasztást. A test mosása után zsigerelés, majd újabb mosás, csepegtetés majd osztályozás következik.

A feldolgozáshoz szükséges gépek (véreztető, forrázó, kopasztó stb.) könnyen beszerezhetők. A feldolgozott baromfi csomagolt vagy csomagolatlan formában kerülhet értékesítésre (ld. 2.8. fejezet).

Az állati eredetű melléktermékek (pl. toll és a vágási melléktermék) gyűjtését, elszállítását, ártalmatlanítását és a szennyvízkezelést meg kell oldani.

A levágott baromfi és nyúlféle húsvizsgálatát a helyszínen kell elvégezni (ld. 2.7. fejezet c) és d) pontok).

A levágott állatok húsának belső hőmérsékletét minél előbb 0 °C és +4 °C, belsőégeit pedig 0 °C és +3 °C közötti hőmérsékletre kell lehűteni, és ezt a hőmérsékletet folyamatosan fenn kell tartani a tárolás, szállítás és árusítás ideje alatt.

A kistermelő a baromfihús darabolását és fagyasztását nem végezheti, továbbá a baromfihús festése tilos!

10.7.2. Tojás gyűjtése, feldolgozása, értékesítése

A kistermelő heti legfeljebb 500 és évi legfeljebb 20000 db egészséges állattól származó, friss, ép, nem repedt, nem törött, szennyeződéstől mentes tojást értékesíthet. Keltetett, mosott, főtt tojás nem értékesíthető.

A tojást rendszeresen össze kell gyűjteni a tojófészekből annak érdekében, hogy hőmérsékletét minél előbb **20 °C alá** lehessen csökkenteni, és a tompa felével gyűjtőtálcákra kell helyezni. A tojást értékesítésig és felhasználásig tiszta, hűvös, száraz, jól szellőző, napfénytől védett helyen kell tárolni, a tojásokat a tojásrakást követően, 21 napon belül kell értékesíteni, amiről nyilvántartást kell vezetni és az árusítás helyén kell tartani.

A gazdaságában legfeljebb 50 tojótyúkot tartó kistermelőnek, az általa termelt és a végső fogyasztó részére gazdaságában vagy házhoz szállítással, illetve a régió belüli piacon értékesített tojásokon nem kell feltüntetnie a termelő megkülönböztető számát tartalmazó kódot, amennyiben az értékesítés helyén feltünteteti nevét és címét.

Amennyiben a kistermelő több mint 50 tojótyúkot tart, az értékesíteni kívánt tojásokat úgynevezett csomagolóközpontban kell csomagolnia vagy csomagoltatnia.⁷⁰

⁶⁹ Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszer-feldolgozás. Budapest, 2011. alapján.

⁷⁰ <http://elelmiszerlanc.kormany.hu/download/3/7e/50000/Kistermel%C5%91i%20t%C3%A1j%C3%A9koztat%C3%B3%202013.pdf> (2014. 09. 22–10. 10.) Tájékoztató a kistermelők élelmiszer-előállításával kapcsolatos lehetőségeiről. Vidékfejlesztési Minisztérium, Budapest, 2013, 2. kiadás, 15.

10.8. Húsfeldolgozás, húskészítmények kisüzemi előállítás⁷¹

Kistermelő saját gazdaságában nevelt **sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu** vágását engedélyezett létesítményben (vágóhídon, vágóponton) kell elvégezni. A vágóhídról a gazdaságba viszsza szállított hús feldolgozható.

Kistermelő gazdaságában nevelt állat: olyan állat, amelyet a kistermelő a levágást közvetlenül megelőzően születésétől vagy kikelésétől kezdve, vagy baromfi esetében legalább 3 hét, nyúlfélék esetében legalább 4 hét, sertés, szarvasmarha, juh, kecske, strucc és emu esetében legalább 3 hónap időtartam alatt a gazdaságában nevelt.

A sertéshús feldolgozásához felhasznált alapanyagok:

- *Elsődleges termékek:* csontos és színhúsok (pl. karaj, comb, tarja)
- *Másodlagos termékek:* a belsőségek (pl. nyelv, szív, tüdő, szív)
- *Melléktermékek* (pl. bőrke)

A húsfeldolgozás főbb műveletei: a hús bontása-darabolása, csontozása, osztályozása, aprítása, keverés, töltés, belek előkészítése, sózás, pácolás, füstölés, hőkezelés.

10.8.1. Termékgyártási technológiák

10.8.1.1. Pácolt termékek gyártástechnológiája

Pácolásról akkor beszélünk, amikor a húskészítményt tartósítás, íz- és színiaalakítás céljából étkezési só, nitríteteket és/vagy nitrátokat és más összetevőket tartalmazó oldatba merítik, vagy felületüket ezen anyagok keverékével bedörzsölik és pácérettségig érlelik.⁷²

Pácolt termékek: hagyományos sonka, gépsonka, kötözött sonka, fehérpecsenye, szalonna (sózott, pácolt, füstölt), angol szalonna.

A parasztsonka általános gyártás technológiája

Első feladat a sóval történő bedörzsölés, majd 4-6 hét múlva következik az átforgatás, átsózás. Ekkor lemoszuk a só-t. Az érlelés 10-12 °C-on, 2-3 hétig történik. A füstölés 1-7 napot vesz igénybe. Ezt az utóérlelés követi, 15-16 °C-on, 70-75% relatív páratartalom mellett.

10.8.1.2. Szalámi és szárazkolbászfélék gyártása

A **szárazáru** aprított nyers húsból és szalonnából, konyhasó és salétromos só, cukor, fűszerek és más segéd- illetve alapanyagok felhasználásával készült termék. A szárazáru termékek két nagy csoportra oszthatók: *szalámifélékre* és *szárazkolbászokra*. A termék eltarthatóságát a fermentációs folyamat és a szárítás biztosítja.

Az alapanyagok csontozása, kivágása, megtisztítása után az aprítás (darálás) következik. Ezt a fűszerezés (recept és ízlés szerint), majd a töltés követi. Ehhez sertés vékonybelet, kulárét, vagy műbelet használhatunk. Ezután a füstölés következik, ami szalámiknál 7-10 napig, kolbászféléknél 2-4 napig tart, 20 fok alatti hőmérsékleten. Ehhez fűrészpör, faforgács használható. Biztonságos érlelést házi körülmények között novembe–április időszakban lehet végezni. Hagyományos érlelés során a kezdeti 6-8 fok lassan 15 fokra emelhető, a 95% relatív páratartalom fokozatosan 75-80%-ra csökkenthető.

⁷¹ Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszer-feldolgozás. Budapest, 2011. alapján.

⁷² Véha Antal – Csanádi József – Gyimes Ernő: Házi élelmiszer-feldolgozás. 214.

10.8.1.3 Előfőzött alapanyagú termékek gyártása

Ebbe a termékcsoportba tartozik például a disznósajt, a májasok, a sütnivaló véres hurka és a májas hurka.

Disznósajt

A disznósajt jellegzetesen sertésgyomorba töltött, kb 3 kg-os termék, melynek alapanyaga sertésfej-hús, sertés apróhús, bőrke, bőrkelé, esetleg nyelv, szív. Ezeket megfőzzük, késsel felvágjuk, fűszerez-zük (leggyakrabban bors, fokhagyma, majoranna, paprika, borókabogyó), majd töltjük. A hőkezelést 80-90 Celsius fokos vízben végezzük, megszűrjük, hogy a zsír távozhasson, majd kb. 10-12 órán át préseljük.

Sütnivaló véres hurka

Az eljárás sorána a vegyes belsőségeket, húst, előfőzzük, a szalonnát forró vízben 10 percig abáljuk, a bőr-két puhára főzzük, majd a levében megfőzzük a rizst. A megfőtt alapanyagokat daráljuk, majd hozzá-adjuk az előfőzött rizst, a friss, alvadéktól mentes vért, a szükséges bőrkelevet és a fűszereket (bors, majoranna, vöröshagyma, só). Összekeverjük, töltjük, majd forró vízben kezdjük főzni, amit kb 30-40 percig 80-85 Celsius fokon folytatunk. Ha túsúrásnál már nem enged véres levet, szűrőkanállal hideg vízbe szedjük és kihűtjük. Ezután 6 °C alatt tároljuk.

Májas hurka

Májas hurka gyártásához marha- és sertésmáj is felhasználható. A belsőséget 1-1,5 óráig előfőzzük, a vé-reshúst, apróhúst, szalonnát forró vízben abáljuk, a májat forrázás után nyersen daráljuk. Az alap-anyagokat még melegen ledaráljuk, majd a keveréket az előfőzött rizssel, fűszerekkel (paprika, bors, só, majoranna, vöröshagyma) összekeverjük. Betöltjük, majd 100 Celsius fokos vízbe téve 78 Celsius fokon 30-40 percig főzzük. Akkor van kész, ha tiszta levet enged. Főzőléből kivéve hideg vízben hűtjük, majd 6 °C alatt tároljuk.

Természetesen a különböző töltelékárúk sokféle fűszerezéssel készülhetnek, tájegységenként is le-hetnek eltérések, sok családban őrzik a jól bevált családi recepteket. Ettől lesz a termék egyedi, ér-dekes és különleges.



10.9. Házi pálinkafőzés

A **pálinka** Magyarországon termett gyümölcsből előállított, Magyarországon cefrézett, lepárolt és palackozott gyümölcspárlat. **Törkölypálinkának** olyan törkölypárlat nevezhető, amelyet Magyarországon termett szőlő törkölyéből készítettek, és amelynek cefrőzését, párlását, érlelését és palackozását is Magyarországon végezték. A pálinka előállítására és értékesítésére vonatkozó szabályozást a 3. és 4. melléklet tartalmazza.

Az alábbiakban a pálinkakészítés főbb tudnivalóit, lépéseit ismertetjük.

A pálinkafőzés alapanyagai:

- *Vad és termesztett gyümölcsök:* a pálinka készítésére olyan gyümölcsök alkalmasak, melyek megfelelő cukortartalommal rendelkeznek. Ilyenek az *alma, körte, cseresznye, meggy, kajszialma, őszibarack, szilva, málna, szőlő*. Készíthető bogyósokból – bodza, kökény, szeder, som – is.
- *Bor és azokból kinyert termékek:* szőlőbor, seprő, törköly

Jó, zamatos, tiszta ízű és illatú pálinkát csak jó alapanyagokból lehet készíteni.

A pálinkafőzés lépései

1. Cefrőzés: célja, a gyümölcsök előkészítése: átválogatás, mosás, magozás, szár eltávolítás.

2. Aprítás, feltárás: célja, a cukor felszabadítása az élesztőgombák számára.

3. Savazás: akkor van rá szükség, ha a cefrét tárolni akarjuk.

4. A cefre erjesztése: cél, hogy az élesztők a teljes cukortartalmat alkohollá alakítsák. Célszerű faj-élesztők használata. Az erjesztőedényt 6-7 tized részéig töltsük fel. Az erjedési folyamatnak három szakasza van: elő-, fő-, és utóerjedés

5. Lepárlás: a kierjedt cefrében lévő illékony alkotókat zárt rendszerben, melegítéssel először elpárologtatjuk, majd a párák hűtésével újra cseppfolyósítjuk. A kisüsti pálinkát kétszeri lepárlás után kapjuk. A 2. főzés, finomítás során a rézeleje,⁷³ elő-, közép- és utópárlat szétválasztása történik, érzékszervi vizsgálattal.

Többfajta lepárlótípus ismert: alembik, alquitara, arab típusú, vagy oszlopos lepárló. **A lepárlás veszélyes folyamat!**

6. Érlelés: általában fahordóban történik, több éven át, de üvegben is történhet. A minimális érlelési idő 3 hónap.

Fogyasztás előtt a pálinkát szűrni, esetleg deríteni, majd újra szűrni kell.

Alkoholtartalom beállítása

A magyar kisüsti gyümölcspálinka szokványos alkoholtartalma 45-50%. A lepárolt pálinka magasabb alkoholtartalmát desztillált vízzel hígíthatjuk. Ha szeszfok-növelést akarunk, erősebb pálinkát adunk hozzá.

Tárolás

A pálinkát a legkisebb veszteséggel belülről bevont vagy tölgyfa hordóban tárolhatjuk.

⁷³ A minden főzés során először megjelenő párlat. Fogyasztásra nem alkalmas! Mérgező metil alkoholt tartalmaz!

11. Helyi piac létrehozásának és működtetésének feltételei

2005. évi CLXIV törvényben meghatározott **helyi termelői piac**, amely egy **kifejezetten a kistermelők számára létrehozott**, korábban nem létező jogszabályi kategória és kereskedelmi fórum.

Helyi termelői piac olyan állandó vagy időszakos piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében, vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti. Helyi termelői piac a kereskedelmi hatóságnak történő bejelentéssel üzemeltethető. A helyi termelői piac üzemeltetésére irányuló szándékot a fenntartónak a piac helye szerint illetékes települési jegyzőnél kell bejelenteni.⁷⁴

11.1. Miért jó helyi piacon vásárolni?

A helyi piacon a termelő szemtől szemben áll a vevőjével, az arcát is adja a termék mellé.

A helyi piacok különlegessége és egyedisége abban áll, hogy ilyen termékeket bevásárló centrumokban nem lehet kapni, vagy csak megfizethetetlenül drágán. Ha híre megy, hogy speciális házi feldolgozású különleges készítményeket lehet vásárolni, még más településekről is ellátogatnak a helyi piacra, ami keresletet, bevételt eredményez a többi termelő számára is. A termelőknek meg kell tanulniuk az értékesítés e módját is. A vevők elvárják a **beszélgetést**, azt, hogy a termékről, termelőről minél többet megtudhassanak, hiszen nemcsak a vásárlás, de a kapcsolatépítés, új ismeretek- különleges, speciális receptek, házi eljárások megismerése-megszerzése miatt is járnak ki a helyi piacokra.

Az eladás másik fontos eszköze a **csomagolás**. Jelentős eltérések tapasztalhatók az egyes árusok csomagolási technikája között. A feldolgozatlan zöldségek, gyümölcsök természetesen nincsenek külön csomagolva, ott a **tisztaság, gusztusos elhelyezés** az elvárás a vevők részéről. Az igényesebb árusok a csomagolóanyag és a kötőanyag minőségét is az áruval harmonizálva állítják össze, a feliratozáson helyesen hangsúlyozzák a termék hazai voltát, az egészségre gyakorolt hatását és a termelő elérhetőségeit. Kiváló marketingfogás, ha a feliratozáson a termék családi hagyományokhoz, saját titkos receptúrához való kapcsolatát is hangsúlyozzák.

Nagyon fontos a **higiénia** is. Az árusoknak azt is meg kell tanulniuk, hogy nem elég, ha a termék szép és egészséges, az eladóhelynek, környezetnek és magának az árusnak is tisztaságot kell sugároznia. Az eladó keze és öltözeke tiszta legyen, hiszen az élelmiszert tőle vesszük át és a vevő nem fog pénzt adni egy olyan élelmiszerért, aminek az eladójáról is sugárzik az ápolatlanság.

11.2. Üzemeltető, üzemeltetés

A helyi piacnak üzemeltetőre van szüksége. Az üzemeltetővel szemben számtalan elvárás van. Az alábbiakban ezeket az elvárásokat, szabályokat foglaljuk össze a hatályos jogszabályok alapján.

⁷⁴ 2005. évi CLXIV. törvény (kereskedelmi törvény).

Az üzemeltetőre vonatkozó előírások itt találhatóak: 55/2009. (III. 13.) Kormányrendelet a vásárokról, piacokról és a bevásárlóközpontokról.

Az üzemeltetőnek – ezen előírások értelmében bejelentési, nyilvántartási, ellenőrzési, információszolgáltatási, higiéniai és rendfenntartási kötelezettségei vannak.

Bejelentési kötelezettség:

Az üzemeltetésére irányuló szándékot a piac helye szerint illetékes települési jegyzőnél be kell jelenteni. A bejelentésnek tartalmaznia kell a fenntartó nevét, címét, székhelyét, e-mail címét, a fenntartó cégjegyzékszámát, egyéni vállalkozói nyilvántartási számát, vagy bírósági nyilvántartásba vételi számát, az üzemeltető nevét, címét, székhelyét, e-mail címét, a helyi termelői piac címét, helyrajzi számát, a területhasználatának jogcímét, a piac nyitva tartási idejét; a bejelentésről szóló igazolást a helyszínen kell tartani. Ha ezekben az adatokban változások következtek be, azt az üzemeltető haladéktalanul jelenteni köteles a települési jegyzőnek.

Nyilvántartási kötelezettség:

Az üzemeltetőnek a vásár, piac működése idején, a helyszínen rendelkeznie kell a vásár, piac üzemeltetésére való jogosultságot igazoló iratokkal, dokumentumokkal vagy ezen iratok, dokumentumok másolatával. Napi nyilvántartást kell vezetnie a piacon árusító kistermelő nevééről és címéről, gazdasága, illetve a termelés és előállítás helyéről, regisztrációs számáról, és az általa árusított termékekről, amelyet köteles 60 napig megőrizni és az ellenőrző hatóság kérésére bemutatni.

Ellenőrzési kötelezettség:

Az üzemeltető köteles a piac nyitva tartási ideje alatt a piac területén tartózkodni, a működési- és higiéniai rendjét folyamatosan ellenőrizni.

Információszolgáltatási kötelezettség:

Fel kell tüntetni jól látható helyen, hirdetményben a piac működési rendjét, az üzemeltető nevét, címét, székhelyét, elektronikus levelezési címét, tájékoztatni a vásárlókat a piac nyitva tartásáról. "Élőállatot a piac területére bevinni tilos" feliratú táblát kell a bejáratnál elhelyezni. Az élelmiszerbiztonsági hatóság (NÉBIH) információs zöld számát jól látható helyen ki kell függeszteni: 06-80-263244.

Higiéniai kötelezettség:

Az üzemeltető továbbá felelős a piac higiéniai rendjéért, az árusító kistermelő, illetve látogatók által termelt hulladék kezeléséért, a veszélyes hulladékok elkülönített tárolásáért és ártalmatlanításáért. Biztosítani kell megfelelő számú és higiéniai szempontból elfogadható állapotú illemhelyet mind az árusítók, mind a vásárlók részére, ivóvíz minőségű vízzel ellátott kézmosási lehetőséggel. Ez lehet akár mobil illemhely is. Ahol nincs vezetékös ivóvíz, ott a tartályos vízvételi lehetőség elfogadható.

Rendfenntartási kötelezettség:

Az üzemeltető felelős azért, ha a piac területén a jogszabályok által tiltott tevékenység, vagy tiltott kereskedelem illetve termékértékesítés történik. Az 1999. évi XLII. törvény a „nemdohányzók védelméről és a dohánytermékek fogyasztásának, forgalmazásának egyes szabályairól” 2011-ben módosított rendelkezései szerint a zárt termelői piac épületeiben mindenütt tilos a dohányzás és dohányzásra alkalmas helyet csak a piacépület bejáratától 5m-re lehet kijelölni. A nyitott piacok estében nincs efajta megkötés, de természetesen érvényes az a szabály, miszerint az élelmiszer-előállítás, az ételkészítés és -forgalmazás összes szakaszában tilos a dohányzás.

Az 59/1999. (XI. 26.) EüM rendelet 24. § (2) bekezdése a piac üzemeltetőjére is vonatkozó intézkedéseket fogalmaz meg.

Bármilyen, a termelői piac üzemelésében keletkezett zavar vagy külső körülmény (pl. időjárásbeli változás) megváltozása esetén az üzemeltetőnek be kell avatkoznia, és meg kell tennie a szükséges intézkedéseket.

11.3. Üzemelésre vonatkozó előírások

Helyi termelői piac – a település általános rendezési tervének figyelembevételével – **csak olyan helyen létesíthető és működtethető**, ahol az ott lévő személyeket, élelmiszereket, élelmiszer-nyersanyagokat a környezetből származó **káros mértékű szennyezés nem veszélyezteti**. A helyi termelői piac területe lehet földes, füves terület is. Arról kell gondoskodni, hogy a füves vagy más természeti környezetben megrendezett piac területe az élelmiszereket ne veszélyeztesse, baleseti kockázatot ne jelentsen.

A csomagolatlan ételek kezelésére, készítésére és kiszolgálására telepített ideiglenes helyszínek kialakítása során biztosítani kell, hogy az aljzatról nagymennyiségű por és más szennyezés ne kerüljön az ételre. Nem kell a piacon külön-külön területet kijelölni a különböző élelmiszer-nyersanyagok, termékfeleségek, és egyéb árucikkek árusítására. Egy asztalon is értékesítheti a termelő pl. a tejet, tejterméket, aszalt gyümölcsöt, mézet (lépes méz), sertéshúsból előállított füstölt húst, étkezési szalonát, olvasztott étkezési zsírt, tojást, zöldséget, gyümölcsöt, gombát, kimért savanyúságot is, de akkor biztosítani kell a termékek megfelelő elkülönítését (akár egy műanyag lappal vagy fóliával, vagy csomagolás által) a keresztszennyeződés elkerülése érdekében.

A járművek elhelyezése

A kistermelők járműveinek szolgáló gépkocsi-parkolóhelyeket **a piac területén kívül** kell kialakítani. Ha a piacon járműről, mozgóboltból történő árusítást engedélyeznek, úgy erre a célra külön területet kell kijelölni. A piac területére való behajtást kizárólag ellenőrzött formában, az árusok részéről csak a nyitás előtt, illetve a záráskor kell biztosítani. A menekülő útvonalakat mindig szabadon kell hagyni.

Vízvételi lehetőségek, ivóvíz-használat

Az árusító kistermelők részére vízvételi lehetőséget kell biztosítani a piac területén vagy a piac területén kívül, közel a piachoz. Az 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet 2§. b.) pontja szerint nem szükséges ivóvízzel való ellátás biztosítása a piac területén, amennyiben az élelmiszer-vállalkozó a munkaeszközök és -berendezések tisztítását és fertőtlenítését nem a forgalomba hozatal helyszínén végzi, feltéve, hogy az értékesítés jellegéből adódóan a munkaeszközök tisztítása és fertőtlenítése a forgalomba hozatal helyszínén nem válhat szükségessé, és illemhely rendelkezésre állása esetén az illemhely ivóvíz minőségű folyóvízes kézmosási lehetőséggel felszerelt;"

Illemhely (elhelyezkedési, szerkezeti szempontok)

A kistermelő és személyzete részére illemhely használati lehetőség szükséges, amely nem lehet a vendégek, a közönség által használt. Nem kell a piac területén nemek szerint elkülönített, vízőblítéső WC-t és vizeldét létesíteni.

Szennyvíz

A jogszabályi előírás szerint a helyi termelői piacon keletkezett szennyvíz higiénikus összegyűjtéséről és eltávolításáról gondoskodni kell.

Hulladékkezelés

Hulladékként kell kezelni minden olyan anyagot, amely a kistermelői előállítás, értékesítés során melléktermékként keletkezett hulladékká vált, vagy a padozatra, földre hullott. A hulladék kezelése történhet a piac üzemeltetője vagy az értékesítést végző kistermelő által.

Értékesítő asztalok, helyek

A munkaasztalt, munkapultot, hűtőszekrényt, hűtőtáskákat is tisztán és jó állapotban kell tartani és azoknak könnyen tisztíthatóknak és szükség szerint fertőtleníthetőnek kell lenniük. Élelmiszert csak tiszta asztalról, állványról, edényből szabad árusítani. Az asztalokon történő árusítás esetén követelmény az asztal mosható fertőtleníthető felülete (lehet rácsos is az asztal, mert a rács is mosható), amennyiben a felület nem az, akkor azt megfelelő burkolattal kell ellátni (műanyagborítás, fólia), vagy a terméket megfelelő, tisztítható tálcából/edényből kell értékesíteni.

12. Hitel lehetőségek

A helyi termelők – ahogy a gazdaság többi szereplője – számtalan fejlesztési, forgóeszköz finanszírozási, folyószámlahitelhez juthatnak a bankrendszeren keresztül. A hitelkondíciók a jegybanki alapkamat változást követik, így ma csökkenő tendenciát mutatnak. A kondíciók a hitelnyújtó bankok kamatpolitikájától, a hitelkérelmezők gazdasági helyzetétől, vállalkozói múltjától, hitelkérelmük céljától is függenek, gyakran bankonként és időszakonként eltérőek.

Az alábbiakban felsoroljuk a főbb elérhető hiteleket, amelyek konkrét és aktuális feltételeiről az illetékes bankok tudnak felvilágosítást adni.

- Növekedési Hitelprogram (NHP)
- Egységes Területalapú (SAPS) Támogatást előfinanszírozó hitel
- Mikrohitel
- Agrárfejlesztési Hitelprogram
- Birtokfejlesztési Hitel
- Mezőgazdasági Gépberuházások Finanszírozási Hitel
- Zöldkártya Hitel
- Integrátori Hitel
- Agrár Széchenyi Kártya Hitel
- Közraktározási Fedezetű Hitel
- TÉSZ Forgóeszköz Hitelprogram
- Élelmiszeripari Forgóeszköz Hitelprogram
- Mezőgazdasági Támogatás Előfinanszírozó Hitel
- Mezőgazdasági Támogatások faktoring formában történő finanszírozási hitel
- Forgóeszköz finanszírozási hitel
- Folyószámlahitel
- Agrár Forgóeszköz Vis Major Hitelprogram

13. Pályázati lehetőségek, a pályázatírás

A kézikönyv kéziratának leadásakor a helyi termelők által igénybe vehető 2014–2020-ra vonatkozó Európai Uniósi pályázati források még nem állnak rendelkezésre. A pályázatok várhatóan 2015 első negyedében jelennek meg, a Miniszterelnökség és a Földművelésügyi Minisztérium égisze alatt.

A várható konkrét pályázatokról a 14. fejezetben felsorolt szakmai és tanácsadó szervezetek tudnak tájékoztatást nyújtani.

13.1. Projekttervezés⁷⁵

A pályázat első, vagy inkább előzetes és fontos lépése az ötletből egy jó projekt generálása. A projekt nem más, mint a cél érdekében, adott időkereten és költségvetésen belül végrehajtott tevékenységek leírása. A jó projekt a sikeres pályázat kulcsa.

13.1.1. A jó projekt a következő követelményeknek felel meg:

- Valós igényeken alapul, reális, megvalósítható, a pályázó által meglévő és elérhető erőforrások segítségével,
- mérhető,
- csak kezelhető kockázatokat tartalmaz,
- fenntarthatók a projekt eredményei,
- világos, meggyőző a projekttervelés,
- pozitív hatással bír a vállalkozásra és a környezetére.

13.1.2. A pályázat választ ad a következő kérdésekre:

- Mi a projekt célja?
- Milyen várható eredmények lesznek?
- Ki a célcsoport?
- Mik a tevékenységek?
- Mik a rendelkezésre álló erőforrások?
- Mennyi a projekt költségvetése?
- Hogyan állnak össze a források?
- Mennyi a projekt időigénye?
- Hol lesz a megvalósítás?

13.1.3. A pályázatírás lépései, menete

- A projektnek megfelelő támogatási konstrukció kiválasztás,
- a projektdokumentáció és a kötelező mellékletek összegyűjtése, elkészítése,
- a pályázat összeállítása,
- a pályázat benyújtása.

⁷⁵ Somogy Megyei Vállalkozói Központ Közalapítvány: Vállalkozói 1×1, 2. kötet 7.9 pont alapján.

14. Somogy megyei, térségi szakmai szervezetek, tanácsadó szervezetek

Szakmai szervezetek, tanácsadó szervezetek

Nemzeti Agrárkamara (NAK)

7400 Kaposvár, Bajcsy Zs. u. 25.

Tel.: 06-82-310-044

Web: www.nak.hu

E-mail: somogy@nak.hu

Somogy Megyei Vállalkozói Központ

Közalapítvány (SMVKK)

7400 Kaposvár, Ond vezér u. 1.

Tel.: 06-82-527-790

Web: www.vallalkozoi-kozpont.hu

E-mail: info@somogy-hvk.hu

Somogyi Kereskedelmi és Iparkamara (SKIK)

7400 Kaposvár, Anna u. 6.

Tel.: 06-82-501-000

Web: www.skik.hu

E-mail: skik@skik.hu

Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (NÉBIH)

1024 Budapest, Keleti Károly u. 24.

Tel.: 06-1-336-9000

Web: www.nebih.hu

E-mail: ugyfelszolgalat@nebih.gov.hu

Rinya-Dráva Szövetség Leader

Helyi Akciócsoport

7570 Barcs, Bajcsy Zs. u. 71.

Tel.: 06-82-460-721

Web: www.rinyadarva.hu

E-mail: szijarto@rinyadrava.hu

Zselici Lámpások Vidékfejlesztési

Egyesület

7475 Bószénfa, Fő u. 3.

Tel.: 06-82-510-007

Web: www.zselicilampasok.hu

E-mail: zselici.lampasok@gmail.com

Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési

Hivatal (MVH)

7400 Kaposvár, Petőfi tér 1-3.

Tel.: 06-82-814-900

Web: www.mvh.gov.hu

E-mail: kaposvar@mvh.hu

Érdekképviseltek

Fiatal Gazdák Magyarországi Szövetsége (AGRYA)

1138 Budapest, Váci út 134/C. VI/28.

Tel.: +3611-320-0429

Web: www.agrya.hu

E-mail: agrya@agrya.hu

Magyarországi Gazdakörök Országos Szövetsége (MAGOSZ)

1051 Budapest, Nádor u. 32.

Telefonszám: +36 1 269-1243, +36 70 453-5006,

+36 70 453-5999

Web: www.gazdakorok.hu

e-E-mail: zsil@t-online.hu

Magyar Mező- és Erdőgazdasági

Érdekképviselői Tanács (MAÉT)

1093 Budapest, Zsil u.3-5.

Tel.: +36 1-217-8171

E-mail: maet@t-online.hu

Mezőgazdasági Szövetkezők és Termelők

Országos Szövetsége (MOSZ)

1125 Budapest, Istenhegyi út 59-61.

Tel.: +36-1-332-1163, +36-1-353-1999

Fax: +36-1-353-2552

Web: www.mosz@agrar.hu

E-mail: mosztit@mosz.agrar.hu

Terméktanácsok

Északkelet-magyarországi Alma és Egyéb Gyümölcs Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

4244 Újfehértó, Vadas-tag 2.

Tel.: 42/290-822

Web: www.ekasz.hu

E-mail: info1@ekasz.hu

Magyar Ásványvíz Szövetség és Terméktanács

1012 Budapest, Kuny Domokos u. 13-15.

Tel.: 1/202-4495

Web: www.asvanyvizek.hu

E-mail: maszt@hunaqua.hu

asvanyvizek@asvanyvizek.hu

Baromfi Termék Tanács

1094 Budapest, Páva u. 8.

Tel.: 1/269-2998

Web: www.mbt.hu

E-mail: titkarsag@magyarbaromfi.hu

Országos Burgonya Szövetség és Terméktanács

1054 Budapest, Akadémia u. 1.

Tel/Fax: 1/269-0589

Tel.: 1/354-0460

Web: www.obtt.hu

E-mail: obtt@t-online.hu

Dísznövény Szövetség és Terméktanács

1118 Budapest, Villányi út 35-43.

Tel.: 06-20-999-4254, 06-30-330-2995,

06-24-550-550

Web: www.dsztt.hu

E-mail: info@dsztt.hu

Erdészeti Szaporítóanyag Terméktanács

9444 Fertőszentmiklós, Vadász u. 6.

Tel.: 30/5208-504

Web: www.csemete.hu

E-mail: info@csemete.hu

Éti csiga Terméktanács

2101 Gödöllő, Tessedik S. u. 4.

Tel.: 28/421-922

Fax: 28/421-922

Országos Fűszerpaprika Terméktanács

6300 Kalocsa, Alkotmány u. 49.

Tel.: 06-78-464-463

E-mail: paprika@E-mail.externet.hu



Gyógynövény Szövetség és Termékτανács

1118 Budapest, Ménesi út 40-44.

Tel.: 06-1-482-6372

E-mail: gyszt.titkarsag@E-mailbox.hu
wigand.mariann@gyszt.hu

Hagyma Termékτανács

6900 Makó, Návay Lajos tér 5-7. Pf.: 80.

Tel.: 06-62-212-865

E-mail: hagymatanacs@vnet.hu

**Haltermelők Országos Szövetsége
és Termékτανácsa**

1126 Budapest, Vöröskő u. 4/b.

Tel.: 06-1-355-7019

E-mail: iroda@magyarhal.hu

Hegyközségek Nemzeti Tanácsa

1076 Budapest, Thököly út 18.

Tel.: 1/413-7527

E-mail: hnt@E-mail.datanet.hu

Juh Termékτανács

Várpalota, 8100, Veszprémi út 7.

Tel.: 06-88-592-800

E-mail: juhtermektanacs@invitel.hu

**Konzervuborka Termelők, Forgalmazók
és Feldolgozók Országos Szövetsége
Termékτανács**

9225 Dunakiliti, Gyümölcsös u. 67.

E-mail: ferenc.lengyel@dkkonzervuzem.hu

Nyúl Termékτανács

Székhely: 6500 Baja, Bokodi út 78.

Levélcím: 2220 Vecsés, Széchenyi u. 141.

Tel.: 30/ 955-9913; 29/ 353-515

Web: www.nyultermektanacs.hu

E-mail: info@nyultermektanacs.hu

Szeszipari Szövetség és Termékτανács

1095 Budapest, Soroksári út 26.

Tel.: 06-1-476-2332, 06-1-476-2381

E-mail: mszszt@szeszipar.hu

Tej Szakmaközi Szervezet és Termékτανács

1115 Budapest, Bartók Béla út 152/c.

Tel.: 36-1-203-1450

Web: www.tejtermek.hu

E-mail: tejtermek@tejtermek.hu

**Vadgazdasági Termékek és Szolgáltatások
Termékτανács**

2101 Gödöllő Tessedik S. u. 4.

Tel.: 28/421-921

Web: <http://www.vadasz.info.hu/vtt/>

E-mail: vadtt@invitel.hu

**Vetőmag Szövetség Szakmaközi Szervezet
és Termékτανács**

1113 Budapest, Ábel Jenő u. 4/b.

Tel.: 1/332-5755

Web: <http://www.vszt.hu>

E-mail: vszt@vszt.hu

Vágóállat- és Hús Termékτανács

1097 Budapest, Gubacsi út 6/b.

Tel.: 62/530-661, 455-8870

E-mail: termektanacs@vht.hu

Zöldség-Gyümölcs Termékτανács

Magyar Zöldség-Gyümölcs Termékτανács

1118 Budapest, Villányi út 35-43.

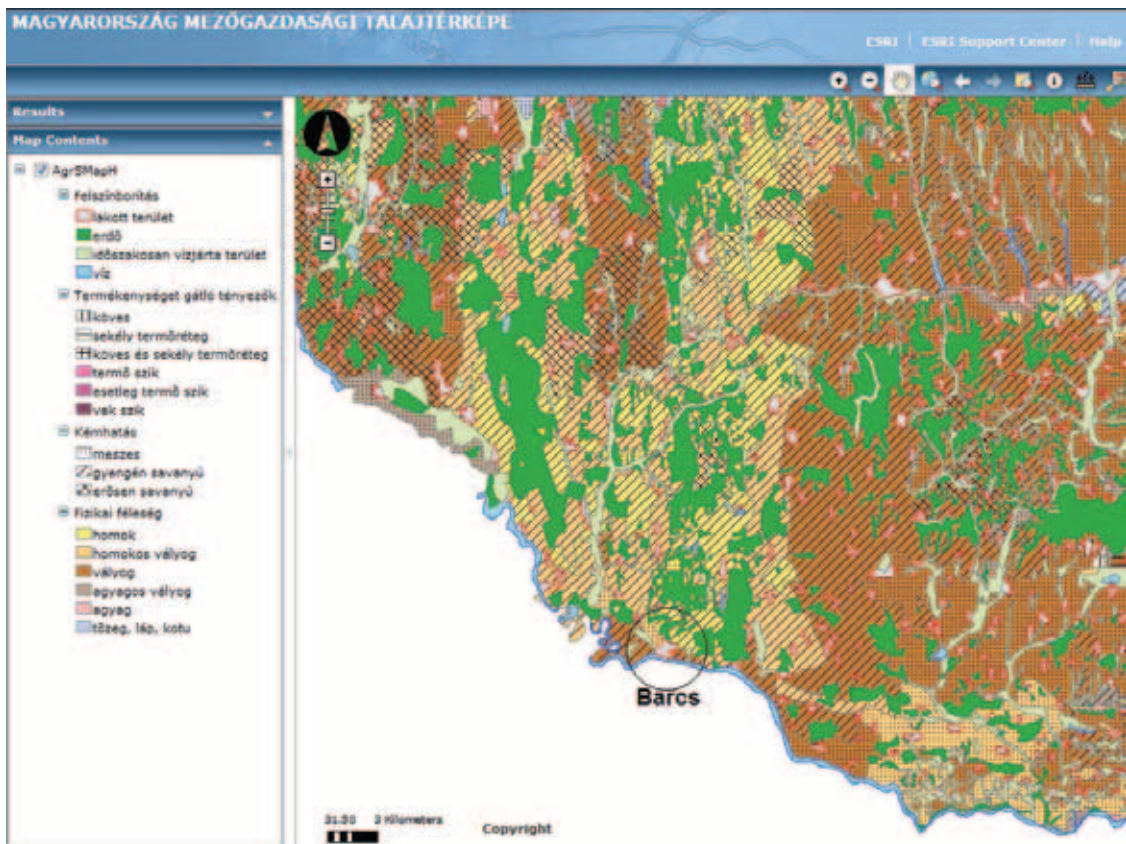
Tel.: 1/381-1020

Web: <http://www.fruitveb.hu>

E-mail: info@fruitveb.hu

15. Somogy megye és a térség tipikus és a helyi adottságokhoz jól illeszkedő helyi termékei

A **Rinya-Dráva térség** adottságaihoz illeszkedő termékek vizsgálatakor figyelembe kell vennünk a térség természeti adottságait. Ehhez nyújt segítséget az alábbi térkép.



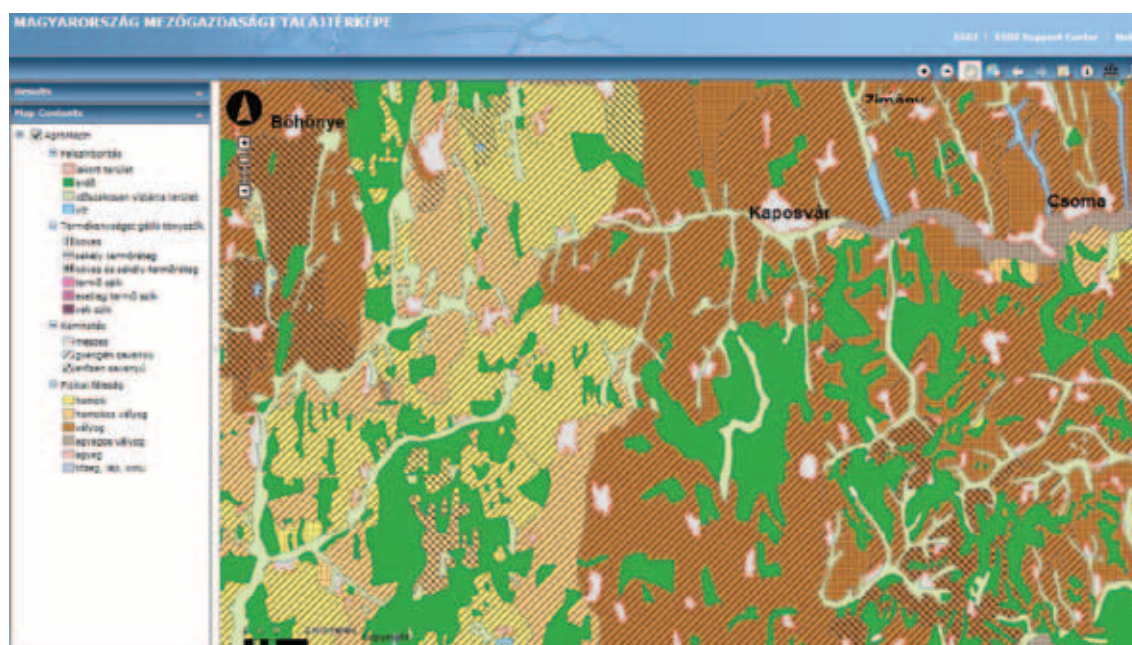
A Rinya-Dráva térség talajtérképe (forrás: <http://vektor.georgikon.hu/agrsmaph/>)

A térképen megfigyelhető, hogy a térségben **jelentős az erdős területek nagysága**, ami az erdészeti, vadászati, faipari tevékenységeknek kedvez. Somogy megye ezen területén jellemzően gyengén savanyú, homok- és homokos vályogtalaj a jellemző, csak néhány helyen figyelhetünk meg erősen savanyú talajtípust. A terület középső északi részén található jelentős kiterjedésű vályogtalaj (enyhe és erősen savanyú is), a teljesen északi részeken pedig helyenként agyagos vályog és tőzeg talaj is előfordul. Ez a talajtípus döntően jellemző az egész országra, így alkalmas a szántóföldi növények nagy részének termesztéséhez. A Földhivatal adatai alapján a térségben a szántónak használt terület a legjelentősebb, 72 024,4 hektárral. Ezt követik az erdős területek (65 208,7 hektár), ezen kívül 1145, ha halastó,

851,6 ha gyümölcsös és 682,8 ha szőlős területet művelnek. Az alábbi táblázatban foglaltuk össze, hogy a térség adottságaihoz mely termelői tevékenységek illeszkednek leginkább.

					
Erdőgazdálkodás, fa feldolgozás, erdei turizmus, vadászat	A szántóterületeken növénytermesztés, elsősorban gabonafélék, kukorica és olajos növények	Bogyós gyümölcsök (elsősorban málna) termesztése	Állattenyésztés, sertés és szarvasmarha	Méhészet őstermelőként, méz előállítása	Halgazdálkodás, horgászat

A **Zselici térség** legfontosabb erőforrásaként a földterületet és az erdőállományt tekinti. Területének jelentős részét termőterületként jellemzik, ahol több mint 50%-ban mezőgazdaság folyik. Sajnos a termőtalaj minősége gyenge. A szántóterületeken kívül meghatározó szerepe van a térségben az erdőgazdálkodásnak is. A Zselici Lámpások területén a Zselici térségben 554 hektáron gyümölcsstermesztés folyik, emellett 7,3 hektáron gyepterület található. A kistérség szántóterületének 58,2%-át gabonatermesztésre hasznosítják, főleg búzát, zabot, triticalet, kukoricát termesztenek, az utóbbi időben az olajos növények aránya is megnőtt (Zselica Szövetség). A burgonyatermesztésnek nagy hagyománya van a térségben, emellett a természeti és talajadottságok illetve az éghajlat alapján alkalmas a gyógynövények termesztésére is. A mezőgazdasági területeken kívül a kertekben zöldséges, gyümölcsös és szőlős található, szamóca és málna termelése nagyobb összefüggő területeken Csökölyön van.

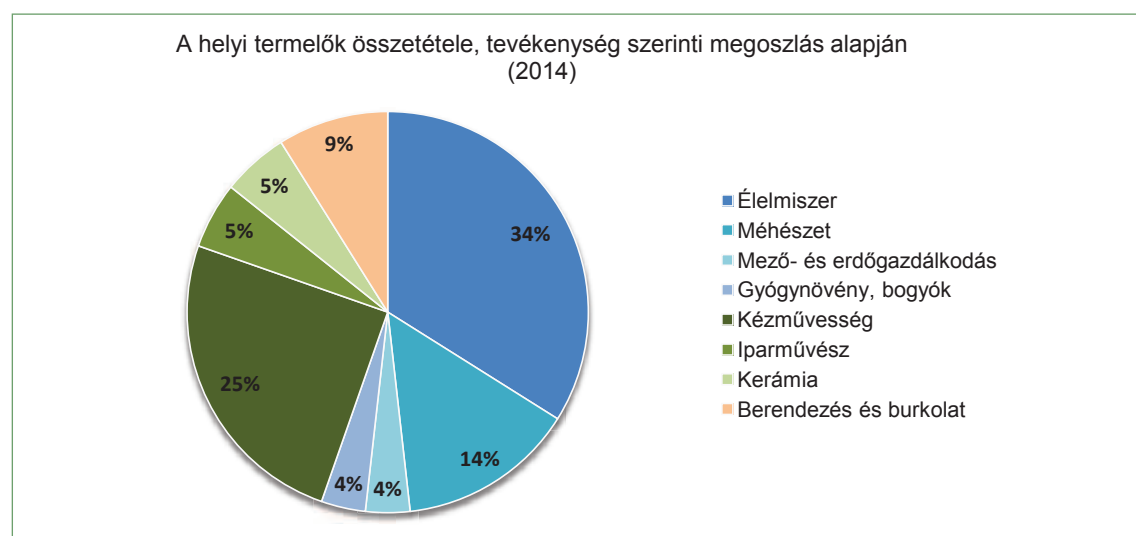


A Zselici térség talajtérképe (forrás: <http://vektor.georgikon.hu/agrsmaph/>)

16. Somogy megyei, térségi termelői körkép – helyi termelők bemutatása

A helyi termelőkre jellemző tevékenységeket vizsgálva (forrás: Somogy Megyei Vállalkozói Központ helyi termelői adatbázisa – 2014. 10. 03.) megfigyelhető, hogy **a térségben két főbb irányzat dominál.**

Egyrészt az élelmiszerek előállításával, feldolgozásával foglalkozók, akikhez akár a nagyszámú méhészettel foglalkozókat is sorolhatnánk és a kézműves tevékenységet végzők, akikhez még az iparművészeket, kerámiákkal foglalkozókat kapcsolhatnánk. Az alábbi ábrában a termelői adatbázis segítségével mutatjuk be a helyi termelői tevékenységek százalékos megoszlását.



Bővebben ismertette a fenti termelői csoportok tevékenységét:

- A térség élelmiszereket előállító vállalkói jellemzően az alábbiakkal foglalkoznak: *zöldség- és gyümölcsstermesztés, húsok előállítása (szarvas, szarvasmarha, sertés, juh, bárány, fácán, hal), tejtermékek (tej, sajtok stb.), pékáruk, fűszerek, lekvár, szörp, tészta, gesztenye és gesztenyéből előállított termékek, készétel (kürtőskalács és lángos). Italok közül jellemző a gyümölcslé és pálinka, illetve jelentős arányban vannak jelen a méhészettel foglalkozók.*
- A kézműves termékek közül a legkülönfélébbek megtalálhatók a térségben, így a *textíliából készült ajándéktárgyak, hímzett lenvászon ruhák, gyertyák, különböző használati tárgyak, ékszerek, szövés technikával készült ruhák, ajándéktárgyak, festészeti művek stb.*
- A berendezés és burkolat kategóriában a *parkbútorok, parketta székek, cserépkályha és a csempe* jellemzők.
- A mezőgazdasággal és erdőgazdálkodással foglalkozók csoportjában a tradicionális termékek előállításán túl megtalálhatjuk a térségben a növényi kondicionálók készítésével, különböző fenyőfélék termesztésével foglalkozó termelőket.

A vállalkozók jelentős része 7-es adószámú magánszemélyként tevékenykedik, de megfigyelhetőek a kft-k és zrt-k jelenléte is.

17. Hazai és külföldi jó gyakorlatok

17.1. BioSzentandrás

Az ebben a fejezetben bemutatott kis közösség, kis falu története inspirálóan hathat minden hátrányos helyzetű településen előre, de a falu és a polgármester tanulságos elszántsága és kitartása jó gyakorlatként szolgálhat a térség összes helyi termelője számára.

A szóban forgó település, **Hernádszentandrás** a tradicionális mezőgazdaságot hívta segítségül, amelyhez innovatív ötletek és a helyiek részéről tanúsított páratlan együttműködés járult hozzá. A 445 lelket számláló hátrányos helyzetű település Borsod-Abaúj Zemplén megyében, a Cserehát szélén és a Hernád völgyében, Miskolctól és Kassától 40 kilométerre található. Hernádszentandráson nagy hagyománya volt a földművelésnek és a zöldségtermesztésnek, ám a termelősövetkezetek létrejöttével háttérbe szorult ez a tevékenység, az emberek sorra hagytak fel a gazdálkodással és álltak be munkásnak valamelyik környékbeli gyárba, iparterületre. Jellemzővé vált az elvándorlás, aprófalú jövője egyre kilátástalanabbá vált, mígnem a falu polgármestere felismerte, hogy Hernádszentandrás csak saját elhatározásából és komoly, önfeláldozó munka árán juthat túl a nehézségein, és magára vállalta a kezdeményezést a falu sorsának és ügyes-bajos dolgainak elrendezésére. 2009-ben az önkormányzat felfigyelt egy kínálkozó pályázati lehetőségre, és 28 millió (TÁMOP pályázaton elnyert) forintból bekezdtek a kilátástalan helyzetből való kilábalásba.

Módszerek

Az LHH⁷⁶ kistérségek hátrányos helyzetű települései számára kiírt képzés-foglalkoztatás pályázat keretein belül biogazdálkodásra épülő oktatási és foglalkoztatási program indult alacsony életesélyű emberek számára. Ehhez társult még a falu közepén kihasználatlanul álló nagy önkormányzati terület, amely alkalmas volt arra, hogy megkezdjék a biogazdálkodást.



⁷⁶ LHH = Leghátrányosabb helyzetű.

A foglalkoztatási programként indult akció a falu nevének ötletes átalakításából, BioSzentandrás néven futott s eleinte egy 25 főből álló vegyes társaság (nők és férfiak, romák és nem romák) alkotta a biogazdálkodók önkéntes csapatát. A csapathoz való csatlakozásnak nem volt feltétele, de kötelességként járt vele, hogy hétvégenként oktatáson kellett részt venni, emellett egyaránt kellett művelni a saját illetve a közösségi kertet is. A 18 hónapig tartó program során a Szent István Egyetem egyik oktatója speciális ismeretekkel látta el az önkénteseket, a Biokontroll Hungária Kft. minősítő ellenőrzésének köszönhetően pedig létrejött a mintagazdaság és ugyanabban az évben egy BioKonyha is. A TÁMOP finanszírozás lejártával a START munkaprogram biztosította az anyagi feltételeket, 2013 májusára BioSzentandrás a térség egyik legnagyobb biogazdálkodásává vált. Egy újabb sikeres pályázat után LEADER forrásokból 12,5 millió forintot nyert a község egy feldolgozóüzem létrehozására.

Eredmény

Hernádszentandrás vezetői és dolgozói hatékonyan tudták befogadni és saját javukra fordítani a kívülről érkező pénzügyi segítséget illetve szaktudást, emellett hagyományosan, mégis kreatívan és innovatív módon tudták hasznosítani a térség adottságait és lehetőségeit. A program során elsajátították a zöldségtermesztés és főleg a biogazdálkodás agrártudományi ismereteit, megtanulták emellett a stratégiai és menedzsment feladatokat jól ellátni, így a hatékony munkaszervezést, a termékek marketingjét és az egyéb üzleti tevékenység elvégzését is. A jól átgondolt stratégia és a szorgalmas munka Hernádszentandrászt kivezette a kilátástalan falusi létből. Ma már 2,5 ha-on 9 fóliasátorban gazdálkodnak, s a sátrak egy részét bio-kazánnal fűtik. A projekt megvalósítása során a cél mindvégig a helyiek életének javítása volt, így az egyik legnagyobb sikerként élük meg a településen, hogy a 25 mára már szakképzett biogazdálkodó jó például szolgál a falu többi lakosának, s így ma már talán nincs is elhanyagolt porta, műveletlen kert a faluban. A megtermelt zöldségeket kezdetben a 25 önkéntes dolgozó között, mindenkinek a munkájára eső részben osztották el, ma már azonban jelentősen megnövekedett kínálattal, a térségi márkaépítés részeként komoly piaci tényezővé igyekszik válni BioSzentandrás, nagy hangsúlyt fektetve a saját kereskedelmi utak kiépítésére és az értékesítési tevékenység tökéletesítésére.

Sikeresen elindult és működik egy webshop (<http://www.bioszentandras.hu/webshop/>) és egy közelben lévő – szintén hátrányos helyzetű településen – működő, ám országosan (sőt nemzetközi szinten) ismert étterem beszállítójaként is funkcionál a BioSzentandrás kertészet. 2015 tavaszán kezdi meg hivatalos működését a feldolgozó üzem – melyből termékkülönlegességek széles választéka kerülhet az asztalokra –, egy napelemes szárító és aszaló egység, a kézműves termékeket ekkortól már egy korszerűen felszerelt helyiségben készítik, a vásárlókat pedig a kertészetten túl egy hangulatos termékbolt is fogadja.

A projekt egyre jobban vonzotta a nyilvánosságot, így országosan és nemzetközi szinten is hamar felfigyelték rá, s egyre gyakrabban üdvözölhetett a falu programjain és kertjében híres zenészeket, színészeket, illetve újságírókat és riportereket. 2013-ban pedig Bécs városával megosztva Hernádszentandrás elnyerte az Európai Territoria Innovációs Díjat. További információ BioSzentandrásról: <http://www.bioszentandras.hu/>

17.2. „Liliomkert” – Termelői piac

A Balaton északi partjának vonzáskörzetében, Tapolca és Révfülpöz között helyezkedik el a **Káptalantóti**, ahol már 2007 óta működik sikeresen helyi termelői piac. A Liliomkert a Liliomkerti Piac Szövetkezet tagjainak közös tulajdona, magánterület. A tagok a Szövetkezet által megállapított szabályok és házirend alapján, közös tulajdonuként óvják és fejlesztik a piacot, amely lehetőséget ad a térségben élő termelőknek, nem csak a vasárnapi vásárok alkalmával kereskedelmi platformra, hanem a Liliomkert honlapján keresztül a személyes bemutatkozásra, és a termékeik népszerűsítésére is. A szövetkezetbe tömörült termelők közös összefogással még hatékonyabban és nagyobb kedvvel tudnak termelni, kereskedni és piacolni.

A Liliomkert ma már több mint egy egyszerű piac, hiszen a vasárnapi vásárokon túl számos kísérő programmal kívánnak még több látogatót odavonzani, emellett egy egyszerű nyomtatott piaci újsággal igyekeznek hasznos információkkal szolgálni a látogatóknak. A kezdetekkor a piac tulajdonosa a helyi újságban hirdetve és személyes kapcsolatai által hívta össze a termelőket.

A kofák döntően a környékről kerülnek ki, de az árusok kb. 10%-a 50 km-es körzetből érkezik, de nem ritka az sem, hogy külföldről jönnek a piacra a termelők. A piac működésének egyik nagy eredménye, hogy a termelők bevétele nagyságrendekkel megnőtt, némely termelők csak ezen a piacon árusítanak, és olyan is van, aki bevételének 90%-át ezen a piacon realizálja.⁷⁷



Egyszerű, de nagyszerű online marketing

A Liliomkert Piac honlapján (<http://liliomkert.lapunk.hu/>) nemes egyszerűséggel külön menüpontokba szedve található információk a piacon árusító kofákról. Ami különlegessé teszi ezt a bemutatást, hogy a történetekből nem a fogyasztói társadalomra jellemző „vedd meg” szövegeket olvashatunk, hanem igényes, információban gazdag, egyedei személyes történeteket. Megismerhetjük a termelőt, a termelő családját, múltját, életét, szándékát és terveit. A szövegekhez feltöltött „személyes” fényképekkel és a termelő elérhetőségeivel együtt, ez egy jó marketing lehetőség is egyben, ami valóban segít közelebb hozni egymáshoz a vásárlót és a vevőt.

Elszánt vezető, aki összefogja a közösséget

A Liliomkerti Piac Szövetkezet elnöke mellett, hogy összefogja a helyi termelőket és a piacot, szívében viseli a helyi termelők sorsát és lehetőségeit is. Ezért azon túl, hogy üzemelteti, és hasznos információval tölti fel időről-időre a honlapot, igyekszik felvenni a harcot a helyi termelők életét segítő vagy ellehetetlenítő politikai/jogszabályi változásokkal is.

17.3. Nyitott tejgazdaság Belgiumban⁷⁸

A következőkben bemutatott belga projekt jó példa arra, hogy a helyi vállalkozók és különféle szereplők kiváló partnersége, együttgondolkodása és közös munkája révén, hogyan lehet innovatív módon, az egész térséget pozitívan érintő fejlesztést végrehajtani. A helyi szereplők felismerték a térségben rejlő nehézségeket, de éppúgy az erősségeket és a lehetőségeket is. Kiindulásként Belgium egy távoli vidéki részén, ahol főleg mezőgazdasággal és álltenyésztéssel foglalkoznak, egy farmer a saját erejéből igyekezett diverzifikálni tevékenységét azáltal, hogy oktatási és szabadidős szolgáltatásokat kínált a farmján az odalátogató felnőttek és gyerekek számára. Ötletére felfigyelt a LEADER Helyi Akciócsoport, az ő közreműködésükkel és támogatásukkal indították el a projektet. A projekt megvalósításában négy együttműködő partner vett részt, akiknek elszántsága az akció eredményességét tekintve rendkívül célravezető volt. Az egyik partner, aki egy vidéki oktatással foglalkozó szolgáltató, támogatta a szabadidős tevékenységek kialakítását, Balen település turisztikai irodája pedig partnerként hozzájárult az útikönyvek és a turisztikai tevékenységek megalkotásához.

⁷⁷ Forrás: Harmathy Ildikó, a Liliomkert tulajdonosa.

⁷⁸ Forrás: Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007. Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2, 17–20, http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/pdf/bestpractice/bp2_en.pdf



Egy mezőgazdasági termelői szövetség és annak helyi szociokulturális részlege szintén partnere volt a projektnek, felvállalva annak regionális háttérbe történő integrálását, míg az említett farm tulajdonosa biztosította a szolgáltatást a célcsoport részére.

Az akció célja az volt, hogy innováció és diverzifikáció révén támogassa az agrárium bevételét, és fokozza a látogatók érdeklődését az agrárszektor és a vidéki térség iránt. A projekt során három fő feladata volt a stábnak: először is fel kellett javítani a farm épületeinek állapotát, hogy aztán az elvárásoknak megfelelő helyet tudjon biztosítani a további tevékenységek számára. Ezt követte az oktatási projektek kialakítása és a rekreációs tevékenységekhez szükséges kültéri felszerelések beszerzése, a berendezések kialakítása. A multifunkcionális centrum kialakítása során olyan elvárásokat támasztottak a projektgazdák a komplexum felé, hogy az egyaránt ki tudja szolgálni az iskolai és üzleti csoportok igényeit. Szintén része volt a programnak a farm megismerését célzó tematikus utak kialakítása és egy, a környék felfedezését segítő regionális útikönyv összeállítása is. A projekt eredményeként az első időszakban több mint 30 iskolai csoport látogatott el a farmra, 5 alkalommal tartottak ott különböző cégek csapatépítő programokat, valamint létrehoztak egy komplex oktatási szolgáltatást, a fenntartható mezőgazdaság szemléletében. A projekt 2006 januárjától 2007 decemberéig tartott. A teljes költségvetés 64000 euró volt, amelynek 20%-a magántőkéből került finanszírozásra.

Az akció honlapja sajnos angol nyelven nem elérhető, de képek végignézése is inspiráló lehet:

http://www.sintjosephoeve.be/educatie/fotos/#.VD0hHvl_v84

További LEADER jó gyakorlatok olvashatók magyar nyelven az alábbi linket felkeresve a „HU” változatokra kattintva. *European Commission > Agriculture > Rural Development > Leader+ > Publications > Leader+ best practices*: http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/publications/bp_en.htm

Zárszó

Kedves Olvasó!

A könyv végére értünk. Reméljük, sikerült sok olyan információt átadnunk, amely segítheti munkáját. Ha Ön úgy dönt, hogy helyi termék előállításba és értékesítésbe kezd a jövőben, mindenképpen érdemes odafigyelnie a következőkre.

A jogszabályok változhatnak, ezért mindig a napi hatályos jogszabályokat kell figyelni, melyek a www.njt.hu honlapon érhetők el.

A helyi termék csak akkor lesz igazán „értékes”, ha különleges és egyedi. Ezért beszélgessen sokat a szüleivel, nagyszüleivel, dédszüleivel, kutassa fel a családi hagyományos recepteket, technikákat, módszereket, írja le azokat.

Nézzen körül a környezetében, milyen adottságai vannak. Mekkora földterülettel, épületállománnyal, eszközökkel, milyen ismeretekkel, tudással rendelkezik.

Vállalkozás létrehozása előtt keressen meg szakembereket (Vállalkozói Központok, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, NAV), akik segítenek az Ön számára legmegfelelőbb vállalkozási forma kiválasztásában.

Menjen el rendezvényekre, járja be a környék piacait, nézze meg, hogy mások hogy csinálják. Vegye fel a kapcsolatot helyi termék előállítókkal, tanulmányozza a már működő értékesítési rendszereket.

Tudjuk, hogy még nem minden egyszerű, vannak nehézségek, de szakemberek folyamatosan dolgoznak azon, hogy a helyi termék előállítását és értékesítését minden ágazatban egyszerűbbé tegyék. A fent említett szakmai szervezetek munkatársai ebben is segíthetnek Önnek.

A kézikönyv és a benne említett példák azt mutatják, meg lehet csinálni, és érdemes belekezdeni. Mert nem szabad másra várni. Teremtsünk magunknak és családjunknak munkát, ez jövőnk záloga! Ha sokan gondolkodunk így, akkor a gyerekeink, unokáink nem kényszerülnek majd a városokban vagy külföldön munkát keresni, a falu újra éled, a vidéki élet vonzereje visszatér, ami úgy gondoljuk, mindannyiunk érdeke.

Jó munkát kívánunk!

Felhasznált irodalom

1995. évi XC. törvény az élelmiszerekről http://www.food.kee.hu/e_code/elmtorveny.html
- A mezőgazdasági őstermelő magánszemély adózásának alapvető szabályai, 2014 http://www.nav.gov.hu/data/cms319871/6._sz._fuzet_Mezogazdasagi_ostermelok_20140402.pdf
- A tíz legfontosabb fogyasztói trend 2014-ben http://www.kreativ.hu/marketing/cikk/a_tiz_legfontosabb_fogyasztoi_trend_2014_ben
- A top 10 fogyasztói trend 2014-ben <http://www.trademagazin.hu/hirek-es-cikkek/piaci-hirek/a-top-10-fogyasztoi-trend-2014-ben.html>
- Az ökoturizmus fogalma, formái és feltételei, Tóth Éva, 2011. 8. dia
- Az otthoni pálinkafőzés törvényi szabályozása <http://www.palinkafozes.com/palinkafozes-otthon-torveny>
- Bioszentandrás honlapja <http://www.bioszentandras.hu/>
- Biotermelés és termék a falusi turizmusban
- Eladnád a saját pálinkádat, borodat? Ezek a szabályok 2014. augusztus 05. <http://www.narancsjuice.hu/cikk/eladnad-a-sajat-palinkadat-borodat-ezek-a-szabalyok>
- Élelmiszerbiztonsági tanácsok házi disznóvágáshoz http://elelmiszerbiztonsag.agroinformkiado.hu/cikkek/rovat1/elelmiszerbiztonsagi_tanacsok_hazi_disznovagashoz
- Feiner Péter: A választás szabadsága és nehézsége – fogyasztói szokások változása a rendszerváltástól napjainkig http://www.netaktiv.hu/magyarfogyaszto/prezentaciok/feiner_peter_prezi.pdf
- Fazekas Ildikó – Harsányi Dávid: Marketingkommunikáció, Szókratész Külgazdasági Akadémia, 2000
- Finom hazai ízek, minőségi kézműves termékek <http://www.helyihirek.hu/index.php?fp=cikk&id=7774&v=fooldal>
- Hayes, M. (2001): Helyi élelmiszer kézikönyv
<http://www.georgikon.hu/tanszekek/agrargaz/T%C3%B3th%20%C3%89va/%C3%96koturizmus%20menedzsment/3eloadas.pdf>
- <http://www.termelotol.hu/termekkategoriak/termeloi-piacok/videki-piacok>
- Jogsegély új helyen! a kisléptékű élelmiszer előállítás, értékesítés érdekképviselésében! <http://www.elotisaert.hu>
- Jogszabály kereső http://jogszabalykereso.mhk.hu/cgi_bin/njt_doc.cgi?docid=116438.592826
- Kárpáti László – Lehota József: AGRÁRMARKETING © DE AMTC AVK 2007.
- Kis beruházással nagy érték <http://www.haszonagrar.hu/penzes-oetletek/27-kis-beruhazassal-nagy-ertek.html>
- Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007. Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 17–20, http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/pdf/bestpractice/bp2_en.pdf
- Liliomkert honlapja <http://liliomkert.lapunk.hu/>
- Magyarország mezőgazdasági talajtérképe <http://vektor.georgikon.hu/agrsmaph/>
- Mik a meghatározó új trendek az ellátási láncban? <http://www.termekmix.hu/intr/678-a-fogyaszto-mindentudni-akar-ketszeri-david-a-gs1-magyarorszag-nonprofit-zrt-nemzetkozi-es-uzleti-kapcsolatok-igazgatoja>
- Nemzeti Jogtár www.njt.hu

Őstermelők, figyelme! Itt a fogódzó, mikor, milyen járulékokat kell fizetni http://m.adozona.hu/tb_jarulekok_nyugdij/Ostermelok_figyelem_Itt_a_fogodzo_milyen_ja_8A6RZS.aspx

P. Kotler: Marketing management 1991

P. Pottebaum – A. Bullerdiel: Az őstermelői értékesítés kézikönyve. Licenckiadás, Budapest, 2000.

Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft. „Adj Helyet a Helyinek”. Hálózati mozgalom a helyi termék polcok életre hívására. Elemző háttéranyag, 2013. <http://www.pannonproduct.hu/userfiles/file/Adj%20Helyet%20a%20Helyinek%20Elemz%C5%91%20H%C3%A1tt%C3%A9ranyag.pdf> (2014. 10. 01.–2014. 10. 21.)

Termelői és kisüzemi tejfeldolgozás

<http://www.pointernet.pds.hu/tini/diet/eveszavar/20061230151848520000000820.html>

Termelői vagy fogyasztói piac Forrás: Kecskeméti Fogyasztó és Vidékvédő Egyesület <http://www.agroinform.com/aktualis/Termeloi-vagy-fogyasztoi-piac/20140207-24446/>

Zala Termálvölgye Egyesület Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében Kutatási zárótanulmány készítette: Dr. G. Fekete Éva, 2009. november 30. http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf

http://www.somogy.hu/?cid=3172&vendegvaro_sub=11 (2014. 10. 29.)







Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap:
a vidéki területekbe beruházó Európa