

# a falu

2022. tavasz

XXXVII. évfolyam

Megjelenés minden évszakban



› Kísérlet a magyarországi földhasználat fenntarthatósági szempontú értékelésére

› A magyar vidéki vállalkozások jövedelmezősége

› A helyi termékek fogyasztói megítélése

› Hajdúszoboszló turisztikai vendégforgalmának elemzése a COVID-19 járványt megelőző évtizedben

# Szerzők

Angler Kinga – tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Élelmiszergazdasági és Turisztikai Tanszék

Csóka László – tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

Farkas Jenő Zsolt – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Alföldi Tudományos Osztály

Gonda Tibor – adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

Gyurcsik Petronella – osztályvezető, Nemzeti Adó- és Vámhivatal

Hardi Tamás – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Nyugat-Dunántúli Tudományos Osztály

Hoyk Edit – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Alföldi Tudományos Osztály; egyetemi docens Neumann János Egyetem, Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar, Agrárökonómiai és Vidékfejlesztési Tanszék

Járdány Krisztián – PhD hallgató, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Gazdaság- és Regionális Tudományok Doktori Iskola

Sánta Ádám Kálmán – PhD hallgató, Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola; Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet, Turizmus-Vendéglátásmenedzsment Tanszék

Szamosköziné Kispál Gabriella – adjunktus, Szegedi Tudományegyetem, Mezőgazdasági Kar, Gazdálkodási és Vidékfejlesztési Intézet

Szentesi Ibolya – adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Számviteli és Pénzügyi Intézet

Szóllós-Tóth Andrea – PhD hallgató, Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola; Gazdaságtudományi Kar, Világgazdasági és Nemzetközi Kapcsolatok Intézet

Tóth Róbert – adjunktus, Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Gazdaság- és Vezetéstudományi Intézet, Gazdaságelméleti és Módszertani Tanszék

Túróczy Imre – főiskolai tanár, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Számviteli és Pénzügyi Intézet

Vargáné Csobán Katalin – adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet, Turizmus-Vendéglátásmenedzsment Tanszék



# falesz

## Petőfi Sándor: A tavaszhoz

Ifju lánya a vén télnek,  
Kedves kikelet,  
Hol maradsz? mért nem jelensz meg  
A világ felett?

Jöszte, jöszte, várnak régi  
Jóbarátaid;  
Vond föl a kék ég alatt a  
Fák zöld sátrait.

Gyógyítsd meg a beteg hajnalt,  
Beteg most szegény,  
Oly halványan üldögél ott  
A föld küszöbén;

Áldást hoz majd a mezőre,  
Ha meggyógyítod:  
Édes örömkönnyeket sír,  
Édes harmatot.

Hozd magaddal a pacsírtát,  
Nagy mesteremet,  
Aki szép szabad dalokra  
Tanít engemet.

S ne feledd el a virágot,  
Ne feledd el ezt,  
Hozz belőle, amennyit csak  
Elbír két kezed.

Nagyobbodtak a halálnak  
Tartományai,  
S bennök sokan a szabadság  
Szent halottai;

Ne legyenek szemfedőtlen  
Pusztá sír alatt,  
Hintsd reájok szemfedőül  
A virágokat!

# A FALU

Alapítva: 1985

Alapító:

Agroinform Kiadó és Nyomda Kft.

A Szerkesztőbizottság tiszteletbeli  
elnöke:

**Dr. Nagy István**  
agrárminiszter

A Falu szerkesztősége  
Főszerkesztő:

**Dr. Komarek Levente**  
komarek.levente@mgk.u-szeged.hu

A Szerkesztőbizottság tagjai:

**Dr. Mikó Edit**  
**Dr. Rákóczi Attila**  
**Dr. Szalka Éva**  
**Dr. Szöllősi László**  
**Dr. Takács István**  
**Dr. Vásáry Miklós**  
**Dr. Zádori Iván**

Kiadó:



Felelős kiadó:

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

ISSN 0237-4323

Megjelenik minden évszakban  
Címlapfotó: <https://pixabay.com/>

*A kéziratokat elektronikus formában küldött  
levél mellékleteként kérjük bekiüldeni  
a következő e-mail címre:  
komarek.levente@mgk.u-szeged.hu*

## Tartalom

5

**Kísérlet a magyarországi  
földhasználat  
fenntarthatósági  
szempontú értékelésére**  
Hoyk Edit –  
Farkas Jenő Zsolt –  
Hardi Tamás

7

**A magyar vidéki  
vállalkozások  
jövedelmezősége**  
Gyurcsik Petronella –  
Tóth Róbert

**29****A helyi termékek  
fogyasztói megítélése**

Gonda Tibor –  
Angler Kinga –  
Csóka László

**47****Innovációs folyamatok az  
agráriumban**

Szentesi Ibolya –  
Túróczi Imre – Tóth Róbert

**67****Hajdúszoboszló  
turisztikai  
vendégforgalmának  
elemzése  
a COVID-19 járványt  
megelőző évtizedben**

Vargáné Csobán Katalin –  
Szöllős-Tóth Andrea –  
Sánta Ádám Kálmán

**85****Zöldszüreti támogatás:  
lehetőség vagy kényszer?**

Járdány Krisztián –  
Szamosköziné Kispál  
Gabriella

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







# Kísérlet a magyarországi földhasználat fenntarthatósági szempontú értékelésére

## An attempt to assess of sustainability based on the Hungarian land use

Hoyk Edit – Farkas Jenő Zsolt –  
Hardi Tamás

### ABSZTRAKT

A globális klímaváltozás hatásainak erősödésével a fenntarthatósággal kapcsolatos kérdésekre is egyre nagyobb figyelem irányul. Az elmúlt években környezetünk túlhasználatainak mérésére számos, a földhasználaton alapuló komplex mutató jelent meg a szakirodalomban, melyek különböző szempontok szerint igyekeznek mérni annak abszolút, vagy relatív nagyságát. Ilyen például az ökológiai lábnyom és a biokapacitás párosa, vagy a földhasználati fenntarthatósági index, amelyek nyomon követése egyre nagyobb fontossággal bír, hiszen jelzik térhasználatunk negatív, vagy éppen pozitív vonatkozásait, trendjeit.

Írásunkban a Corine Land Cover adatbázisára építve 2000 és 2018 között vizsgáljuk Magyarország földhasználatának változását és ennek kapcsán a Földhasználati Fenntarthatósági Index és az ökoszisztéma

szolgáltatások potenciális kapacitásának alakulását. Az alkalmazott módszertanokban nagy hangsúlyt kapott a tájak ökológiai diverzitásának, az antropogén hatás mértékének, illetve a mezőgazdasági termelés intenzitásának értékelése. A tájhasználat heterogenitásából következően mind kedvező, mind kedvezőtlen folyamatokkal érintett térségeket találunk Magyarországon: előbbire lehet példa a Duna-Tisza köze, míg utóbbira Budapest és agglomerációja, ahol a városi szétterülés folyamata egyre fenntarthatatlanabbá vált az elmúlt évtizedekben.

### ABSTRACT

As the effects of global climate change intensify, sustainability issues are also receiving increasing attention. In recent years, several complex indicators based on land use have appeared in the literature to measure the overuse of our environment, attempting

to measure its absolute or relative magnitude from different aspects. Such indices are the ecological footprint and biocapacity or the land use sustainability index. These are becoming increasingly important to monitor as they indicate the negative or positive aspects of our land use.

In this paper, we calculated the changes of the Land Use Sustainability Index and the potential capacity of ecosystem services between 2000 and 2018 based on the Corine Land Cover database of Hungary. In the methodologies used, great emphasis is placed on assessing the landscape diversity, the extent of anthropogenic impacts, and the intensity of agricultural production. Due to the heterogeneity of land use transitions, there are regions in Hungary with favourable and also unfavourable processes: an example of the former is the Danube-Tisza Interfluve, while the latter is Budapest and its agglomeration, where the process of urban sprawl has become increasingly unsustainable in recent decades.

### Bevezetés

Napjaink politikai, társadalmi és tudományos vitáiban nagy figyelem irányul a természeti-gazdasági és társadalmi fenntarthatóság kérdéseire, gondoljunk csak a globális klímaváltozásra, karbonsemlegességre, vagy az elektromos autók megjelenésére. A fenntarthatóság, vagy a fenntartható fejlődés alatt köznapi értelemben azt értjük, hogy a természeti erőforrásokat azok megújulásának ütemében igyekszünk csak felhasználni a fogyasztási igényeink kielégítésére. Tudományos szempontból a fenntarthatóság fogalma még mindig vita tárgyát képezi. Napjainkban a fenntarthatóságot egy globális léptékű folyamatként értelmezik, amely az éghajlatváltozástól a gazdaság globalizációjáig számos megközelítést egyesít. Ezek egyik fontos részterületét jelentik a fenntartható

mezőgazdasággal és tájgazdálkodással foglalkozó kutatások is (Hansen, 1996; Christen, 1999).

A természeti erőforrások egyik legfontosabb tényezője a termőföld. Magyarországon a mezőgazdasági hasznosítású területek nagysága mintegy 5,5 millió ha (Patkó et al., 2017), amely évtizedek óta folyamatosan csökken. A mezőgazdasági célú földhasználat mellett a fenntarthatóság szempontjából a mesterséges felszínek kiterjedése a leginkább lényeges. A beépítés folyamatosan növekszik, amelynek forrásai a zöldmezős ipari beruházások, a települések terjeszkedése, az útépitések, illetve egyéb infrastruktúra beruházások. A fenntarthatóság és a földhasználat kapcsolatát régóta vizsgálják, amely kapcsolat a globális klímaváltozás és az erőforrások szűkössége miatt egyre nagyobb jelentőséggel bír.

A fenntarthatósági mutatók között említést érdemel a Global Footprint Network (<https://www.footprintnetwork.org>) által számított, ökológiai deficitet/tartalékot kifejező mutató, amely két pillérből áll: az ökológiai lábnyomból, mely a felhasznált erőforrások területigényét fejezi ki, illetve a biokapacitásból, amely az ökoszisztémának azt a kapacitását mutatja meg, amellyel a gazdaság és társadalom számára alapanyagot és élelmiszert állít elő. A biokapacitást globális hektárban (gha) fejezik ki, amely képes az emberi fogyasztást mérhetővé tenni, így felhasználható a Föld teherbíró képességének meghatározására.

A biokapacitás értékelését a globális népesség növekedéséhez kapcsolják. A népeség-növekedés a biokapacitás csökkenéséhez vezethet, mivel a Föld erőforrásait a növekvő kereslet miatt egyre nehezebb kielégíteni. A biokapacitás és az ökológiai lábnyom összevetésével kimutatható, hogy egy adott népesség, régió, ország vagy a világ egy része a rendelkezésre álló természeti erőforrások keretein belül marad, vagy pedig túlhasználja azokat (Syed et al., 2019). Ebből következően





ezek a mutatók elsősorban arra irányulnak, hogy felhívják a döntéshozók figyelmét az ökológiai korlátokra. Megjegyzendő, hogy az ökológiai lábnyom számítást és hasonló ökológiai indikátorokat több kritika érte (Gordon – Richardson, 1998; Jeroen van den Bergh – Grazi, 2015; Blomqvist et al., 2013), amelyek azok elméleti, hipotetikus jellegére, a környezeti terhelések rögzítésének hiányosságaira, vagy a szénelnyelő képesség pontatlan számításaira hívták fel a figyelmet. Ennek ellenére az ilyen típusú indikátorok – az egyes területek közötti összehasonlítás lehetőségének megteremtésével – alkalmasak arra, hogy a rendelkezésre álló földterületek túlhasználatát értékeljük.

Az ökológiai lábnyom és a biokapacitás alakulása az elmúlt 10 évben azt mutatja, hogy hazánkban átlagosan 1,05 gha/fő a túlhasználat mértéke évente (az ökológiai lábnyom átlaga 3,46 gha/fő, míg a biokapacitása 2,41 gha/fő). Éppen ezért nem mindegy, hogy Magyarország legfontosabb természeti erőforrását, a termőföldet hogyan használjuk, hiszen például a biokapacitás értéke döntéseink függvényében változhat, mind pozitív, mind negatív irányban. Fontos tehát a földhasználati változások nyomán követése, amely alapvető eszköz a tájak, a tájhasználat fenntarthatóságának értékelésére.

Kutatásunk célkitűzése, hogy a nemzetközi vizsgálatokkal összhangban értékeljük a földhasználat változásának kapcsolatát a fenntarthatósággal Magyarország esetében. Hipotézisünk, hogy a mesterséges felszín növekedése, elsősorban a települések terjeszkedése (urban sprawl) az ország egyes területein nem egyforma mértékben van jelen, ennek következtében a fenntarthatóságra gyakorolt negatív hatások sem azonos mértékűek. Emellett azt is valószínűsítjük, hogy a kedvezőtlenebb adottságú területeken a mezőgazdaság visszaszorulása, vagy intenzitásának csökkenése kedvező irányban befolyásolhatta a folyamatokat.

## Alkalmazott módszerek

Vizsgálatunk a Corine Land Cover (CLC) felszínborítási adatbázisra (EU, 2021) épül, amely az Európai Környezetvédelmi Ügynökség (EEA) koordinálásával készül már több mint 30 éve. A műholdképek elemzésével létrehozott adatbázis nemcsak a tagállamok, hanem az európai országok jelentős részét lefedi.

Az alábbiakban a CLC adatbázisra támaszkodva értékeljük a 2000 és 2018 között bekövetkezett változásokat, a földhasználati fenntarthatósági index, valamint az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitását kifejező indikátor alakulásán keresztül.

A LUSI egy viszonylag újkeletű indikátor (Gardi et al., 2010), amely a fenntarthatósági indexekkel kapcsolatos legfőbb kritériumoknak (a fenntarthatóság mérése, az adatokhoz való hozzáférés, illetve a könnyű használat) eleget tesz (Imreh-Tóth, 2012).

A LUSI, ahogyan már a fentiekben láttuk, a környezeti fenntarthatóság vizsgálatára bevezetett összetett mutató, amely a CLC adatbázisra (2000-es és 2018-as) és az Általános Mezőgazdasági Összeírás állattartási adataira (2000-es és 2010-es) (TeIR, 2021) támaszkodva olyan tényezőket tesz mérhetővé, mint a táj és az élőhelyek szerkezete, a tájak ökológiai diverzitása, az antropogén hatás mértéke, vagy a mezőgazdasági termelés intenzitása. Értéke egy dimenzió nélküli pontérték, amely minél magasabb, annál alacsonyabb szinten áll az adott terület földhasználati fenntarthatósága.

A LUSI kiszámítása során a CLC vektoros adatbázis alapján települési szintre meghatároztuk az egyes földhasználati kategóriák terültét GIS szoftverben a 2000-es és a 2018-as évre, majd azokat MS Excel-be exportálva, ott elvégeztük Gardi és kollégái (2010) által kidolgozott módszertan szerint szükséges számításokat települési szinten, illetve integráltuk az ÁMÖ-ből kinyert számosállat adatokat, melyek alapján állatsűrűséget számoltunk.

Mivel az új ÁMÖ adatok még nem álltak rendelkezésünkre, így a 2018-as évre a 2010-es adatok alkalmazása mellett döntöttünk.

A tanulmányunkban alkalmazott másik módszer az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitásának meghatározását szolgálja, illetve ennek időbeli változását, amely mutató rávilágít azokra a térségekre, amelyek az elmúlt években a legnagyobb csökkenést, vagy éppen növekedést könyvelhették el e téren. Az ökoszisztéma szolgáltatások fogalma közel két évtizeddel ezelőtt (Millennium Ecosystem Assessment, 2005) került a köztudatba, és az eltelt időben a legtöbb, fenntarthatósággal kapcsolatos elemzés vizsgálata tárgyává tette. Definíció szerint a mindazt a hasznot jelenti, amelyet emberiség kap az élővilágtól. Ennek négy fő csoportját különböztetik meg: a fenntartó (pl. elsődleges produkció), szabályozó (beporzás, biológiai védekezés), ellátó (pl. élelmiszerek) és a kulturális (pl. kirándulás) szolgáltatásokat (Lukovics – Zuti, 2014).

Használhatóságával kapcsolatban ugyanakkor megoszlanak a vélemények, mivel a természet- és a társadalomtudományok metszéspontjában helyezkedik el, így nehézséget jelent az egységes értelmezhetőség (Kovács et al., 2011). Ezen kívül a konkrét – csoportokon belüli – szolgáltatások vonatkozásában többféle elképzelés is létezik, ugyanakkor ennél nagyobb gondot jelent, hogy ezek állapotának mérése nagy földrajzi területekre nem megoldott.

Elfogadott módszer a probléma megkerülésére, hogy szakértői becslés alapján a CLC egyes felszínborítási, földhasználati kategóriáihoz pontértékeket rendelünk, melyek azok potenciális szolgáltatási kapacitását fejezik ki, tehát azt mutatja meg, hogy elviekben egy-egy típus milyen lehetőségeket rejt magában, ami a természet által biztosított javakat illeti (Burkhard et al., 2009). A CLC 2000-es és 2018-as vektoros adatbázisai alapján az egyes kategóriák településekre eső területét

GIS szoftverben meghatároztuk, majd ezt MS Excel-be exportáltuk. Itt a Burkhard és kollégái (2009) által meghatározott pontértékekkel településenként beszoroztuk az egyes felszínborításkategóriák területi adatait. A kapott pontértékeket összegeztük és a települések teljese területével osztottuk, amivel egy reprezentatív átlagértéket számítottunk.

A módszerrel kapcsolatban meg kell jegyeznünk, hogy az eredetileg a német viszonyok figyelembevételével készült (az erdők szerepelnek a legmagasabb pontszámmal), így hazai viszonyok között alkalmazva az alföldi természetközeli gyepterületeink (Felső-Kiskunság, Hortobágy) relatíve kisebb potenciális kapacitással jelennek meg, pedig ökológiai szerepük (és biodiverzitásuk) a magyar viszonyok között összevethető az erdőkével. A módszertan hazai viszonyokra történő adaptációja azonban messze túlmutatna ezen írás keretein.

## Eredmények

Az 1. ábra a 2018-as évre vonatkoztatva mutatja be Magyarország Földhasználati Fenntarthatósági Indexét, települési szintre lebontva.

Budapest és környéke jellemezhető a legmagasabb pontértékekkel, amelynek háttérben a nagyfokú beépítés, a táj jelentős átalakítása és a természetközeli felszínek, illetve azok változatosságának hiánya állnak. A fővároson kívül elsősorban nagyobb városaink (Szolnok, Nyíregyháza, Pécs, Kaposvár, Zalaegerszeg, Győr stb.), illetve az Északi-középhegység déli előtere és Békés megye jelentős része mutat magas értéket. Békés megye, a Mezőföld és a Kisalföld esetében az intenzív, nagytáblás mezőgazdasági művelés, míg az északi területeknél a mátraalji és bükkalji szőlőtermesztő vidékek eredményezik az alacsonyabb fenntarthatósági indexet. Az intenzív, nagytáblás mezőgazdaság a tájökölógiai diverzitást és



1. ábra: A hazai települések Földhasználati Fenntarthatósági Indexe (2018)  
Figure 1: Land Use Sustainability Index of Hungarian settlements (2018)

Forrás: saját számítás a Corine CLC2018 (Copernicus Land Monitoring Service) és az ÁMÖ 2010-es adatai alapján (KSH)

ezáltal az állat- és növényfajok sokféleségét, azaz a biodiverzitást csökkentik. Hasonló következményei vannak a nagyüzemi szőlő- és gyümölcstermesztésnek, hiszen mint intenzív művelésű kultúrák, a vegyszeres növényvédelem és tápanyag-utánpótlás, valamint a gyakori emberi jelenlét révén szintén nem ideális területei a környezeti szempontú fenntarthatóságnak.

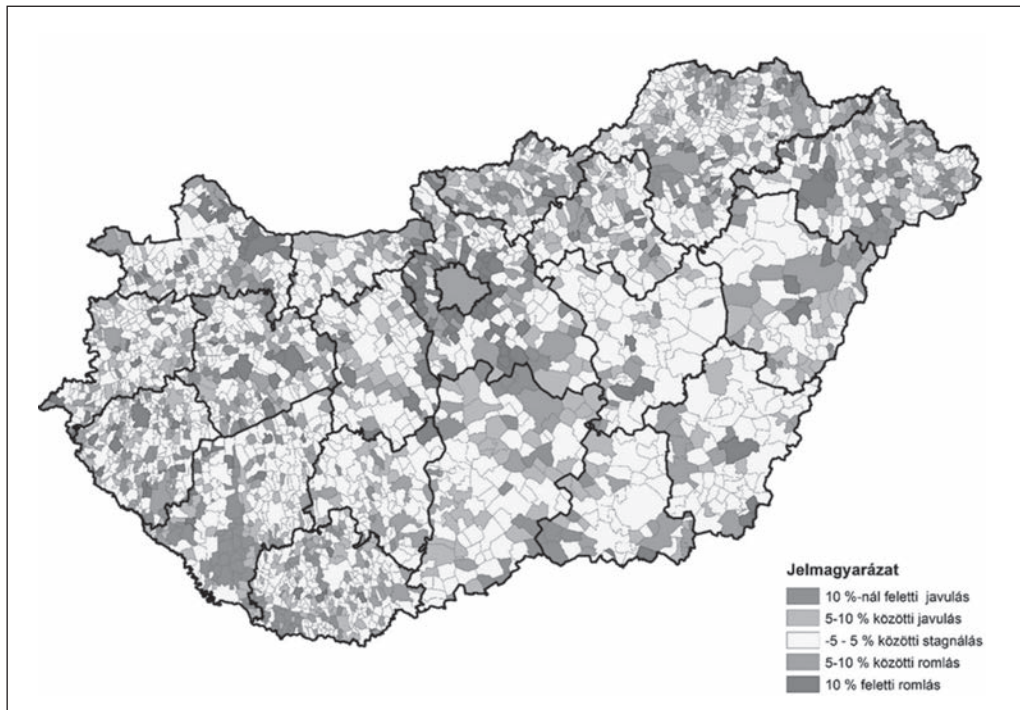
Ezzel szemben jobb helyzetben vannak azok a térségek, ahol a mezőgazdasági művelés mozaikossága jellemző, mint pl. a Duna-Tisza közti Homokhátságon, vagy a Nyírség homokos talajú területein. Kedvező értékeket mutatnak azok az alföldi gyepterületek is, amelyek természetvédelmi kezelésben vannak, és kaszálóként vagy a külterjes állattartás utolsó tereként hasznosítják őket (Hortobágy, Felső-

Kiskunság). Középhegységeink és dombságaink erdőségekkel borított, sok esetben szintén természetvédelmi oltalom alatt álló vidékei is hazánk fenntartható(bb) tájai közé tartoznak (Északi- és Dunántúli-középhegység, Somogy, Zala és Vas megyék).

#### A Földhasználati Fenntarthatósági index időbeli változása

A LUSI index értékeinek időbeli változása alapján (2. ábra) azt mondhatjuk, hogy a főváros környéke, valamint legnagyobb városaink, megyeszékhelyeink és elővárosi zónáik azok a területek, ahol az ezredforduló óta eltelt időben a tájhasználat fenntarthatósága jelentősen romlott.

E települések 10% feletti értékei szembetű-



2. ábra: A Földhasználati Fenntarthatósági Index települési pontszámának százalékos változása 2000 és 2018 között

Figure 2: Percentage change in the settlement score of the Land Use Sustainability Index between 2000 and 2018

Forrás: saját számítás a Corine CLC2000 és 2018 (Copernicus Land Monitoring Service), valamint az ÁMÖ 2000-es és 2010-es adatai alapján (KSH)

nők és azt jelzik, hogy a mesterséges felszínnek (lakó, ipari és kereskedelmi területek) növekedése negatív következményekkel jár. Ez azért is tanulságos, mert a Föld lakosságának már jelenleg is több mint fele városokban él, amely a közeljövőben elérheti a 75%-ot (Magyarországon az arány 72%), így a népesség egyre nagyobb hányada kerül távolabb a fenntarthatóbb környezettől. A városi lakosságszám növekedését messze meghaladja a beépített terület növekedése, sőt, ez utóbbi bővülése még azokban a városrészekben is megfigyelhető, ahol amúgy a teljes népesség csökken! A világ városai által lefedett teljes terület a következő 40 évben különféle számítások szerint megháromszoro-

zódhat – veszélyeztetve a termőföldet, s ezzel az emberiség élelmiszer ellátását. Mértéket tekintve elsősorban Afrika és Ázsia városi népességszáma növekszik exponenciálisan, de az amerikai kontinens és Európa városi népessége is tovább fog növekedni a jövőben (<https://population.un.org/>).

A beépítések mellett az erdőgazdálkodási tevékenységek (erdőkivágások), valamint az agrártermelés intenzifikációja (szőlő és gyümölcsösök telepítése, gyepek beszántása) tekinthető átmenetileg, vagy hosszútávon kedvezőtlen folyamatnak. A természetközeli területek esetében – bár ebben a települési léptékben nem látható – jelentős veszélyt jelent a zizenyős területek kiszáradása és eltűnése,





mely a klímaváltozás és az emberi beavatkozások következményeként egyre gyorsuló ütemben történt az elmúlt évtizedek során.

Az ország legnagyobb területén a két vizsgált időpont között a fenntarthatósági index stagnált, míg vannak olyan területek, amelyek kisebb, vagy nagyobb javulást könyvelhetnek el. Ide tartozik Nógrád megye, Bács-Kiskun megye északi része, Csanád-Csongrád megye nyugati pereme, illetve Somogy megye délkeleti területe. Ezekre a térségekre az elmúlt időszakban az országos átlagot meghaladó arányú erdősítés, a védett területek bővülése, vagy a nagyüzemi szántóterületek csökkenése volt a jellemző.

#### Az urbanizáció hatása a fenntarthatóságra

A város eleve egy „heterotróf” létező: messze nagyobb terület erőforrásait használja fel, mint saját területe, az ökológiai lábnyoma sokszorosa a vidéki településekének. A kibocsátott üvegházhatású gázok döntő többsége városi környezetből származik. A városok a szárazföldek viszonylag kis hányadát foglalják el (világszinten 0,5%-át), de a hatásuk jelentős. Az Európai Unió lakosságának 41%-a él városokban, s foglalja el a terület 4%-át, míg a kisvárosok és szuburbiai lakói adják a teljes uniós lakosság 31%-át és településeik a szárazföldi terület 13%-át fedik le.

A rapid szuburbanizációs (és gyakran dezurbanizációs) folyamatok miatt a városkönyéki terek beépítése egyre gyorsul (Enyedi, 2011; Szirmai, 2011). Nem csak lakóhelyek épülnek nagyon nagy számban, hanem az azokat kiszolgáló utak, parkolók, szolgáltató központok, stb. is. Sajnos a beépítés szabályozása gyakran követő jellegű, így az egyes újonnan épített területek elhelyezése nem mindig jól megtervezett és a tájba illeszkedő. Ennek a következménye az a paradoxon, hogy a gyors városodási folyamattal és az egyre sűrűbb beépítéssel párhuzamosan a várostérségek népsűrűsége szinte mindenhol radikálisan

csökken, egyre nagyobb lesz az egy lakosra jutó beépített terület. Ezt a városi szétszórt terjeszkedést nevezzük „urban sprawl”-nak.

Mindennek számos káros hatása van: 1) a mindennapokban legismertebb hatás a közlekedésben jelentkezik (Hardi – Nárαι, 2005). Az új lakóterületek legtöbbször messze van a tömegközlekedés megállóitól, s eleve, az itt letelepülő családok személygépkocsis életmódra rendezkednek be, számukra a tömegközlekedés versenyképtelen megoldás. A kiköltözés után megvásárolják a második, harmadik gépkocsit, hogy a család mindennapi mozgását biztosítani tudják. Így a lakosság számnál sokkal gyorsabban növekszik a gépkocsik száma, futásteljesítménye, szennyezése, balesetveszélye, helyfoglalása. 2) a beépített területek (ideértve a lebetonozott, letérkövezett felületeket is) arányának gyors növekedése miatt a csapadékvíz elvezetésének problémái egyre jelentősebbek. A csapadék nemhogy nem tud beszivárogni a talajba, de gyakran károkat okozva folyik el. Az éghajlatváltozás miatt egyre hevesebbé váló esők során lehullott csapadék nagy része így a növények számára nem hasznosítható, ugyanakkor a lefolyás miatt gondot okoz, rombol. 3) Az egyre inkább felaprózott/fragmentált táj egyre kisebb élőhelyeket teremt, így ma az urban sprawl a biodiverzitás csökkenésének egyik legfontosabb oka. Bár az élőhelyek kis területei megmaradnak, túl kicsik ahhoz, hogy fenntartsák az összes őshonos fajt, amely korábban ott élt, s ezek a foltok elkülönülnek egymástól. Ez az elrendezés gyakran arra kényszeríti az élővilágot, hogy veszélyes, emberek által uralt tájakon keljen át, hogy élelmet vagy társakat találjon. Erre csak ráerősít, hogy a szuburbán telkek kertjeiben egyre több az idegenhonos, sőt invazív növény- és állatfaj (Hardi et al. 2019), melyek kiszabadulva az élőhelyek degradációjához járulnak hozzá. 4) A terjeszkedő települések egyre több, jó minőségű mezőgazdasági területet foglalnak

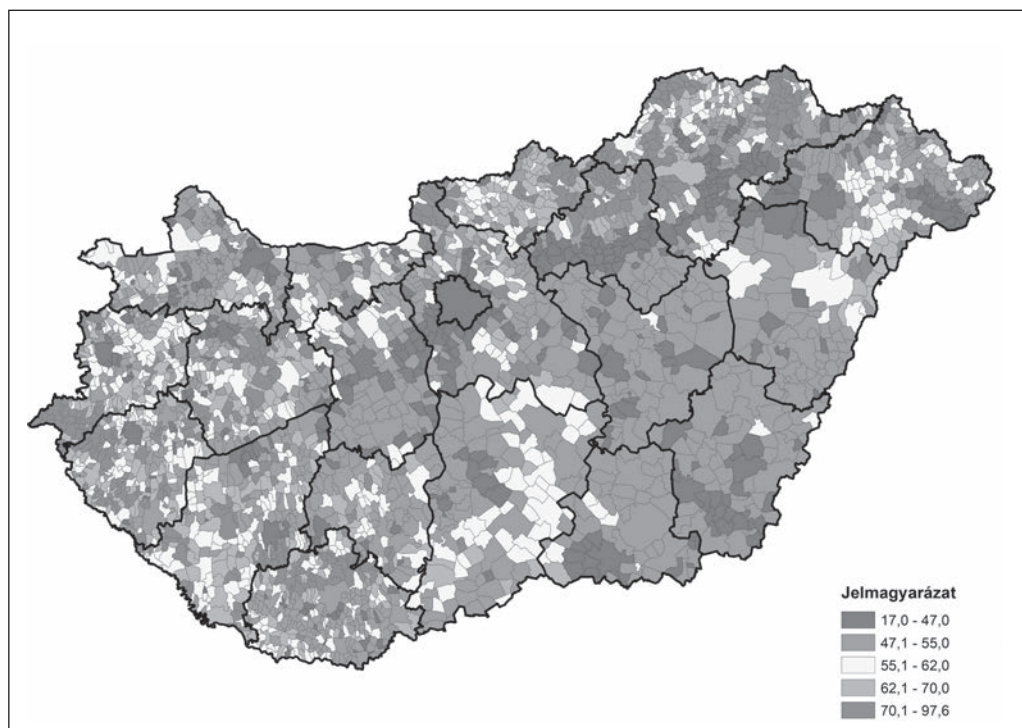
el, kivonva azokat a termelésből (landtake) (Decoville, 2018). Az így kivont területek minőségének értékeléséről jelenleg statisztikai adatok nem állnak rendelkezésre, de a Daimler-Mercedes kecskeméti üzeme esetében elmondhatjuk, hogy Kecskemét jobb minőségű (AK értékű) területei kerültek beépítésre, illetve hasonló a helyzet a jelenleg építés alatt álló debreceni BMW beruházás esetében is (40 AK feletti minőségű termőföldek) (greenfo.hu, 2021).

### Az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitása

Az ország túlnyomó részén – elsősorban az alföldi, mezőgazdaság által uralt területeken

– az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális értéke alacsony (3. ábra). A legintenzívebben művelt területek kedvezőtlen értékei összecsengenek a Földhasználati Fenntarthatósági Index eredményeivel, tehát a kevésbé fenntarthatónak tekinthető területeken az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitása is alacsonyabb. Szintén kedvezőtlen az érték a fővárosban és környékén, amely térség a leginkább eltávolodott a valamikori természetes állapotoktól. Ez alól kivételt a Pilissel, Budai-hegységgel érintkező északnyugati környék jelent.

A hegyvidéki-dombvidéki területeink az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitásának magas értékeivel jellemezhetők, elsősorban az Északi-középhegységben, de az Őrség, a Bakony, a Zalai, Somogyi és Baranyai



3. ábra: Az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitása a magyar településeken (2018)  
Figure 3: The potential capacity of ecosystem services in Hungarian settlements (2018)

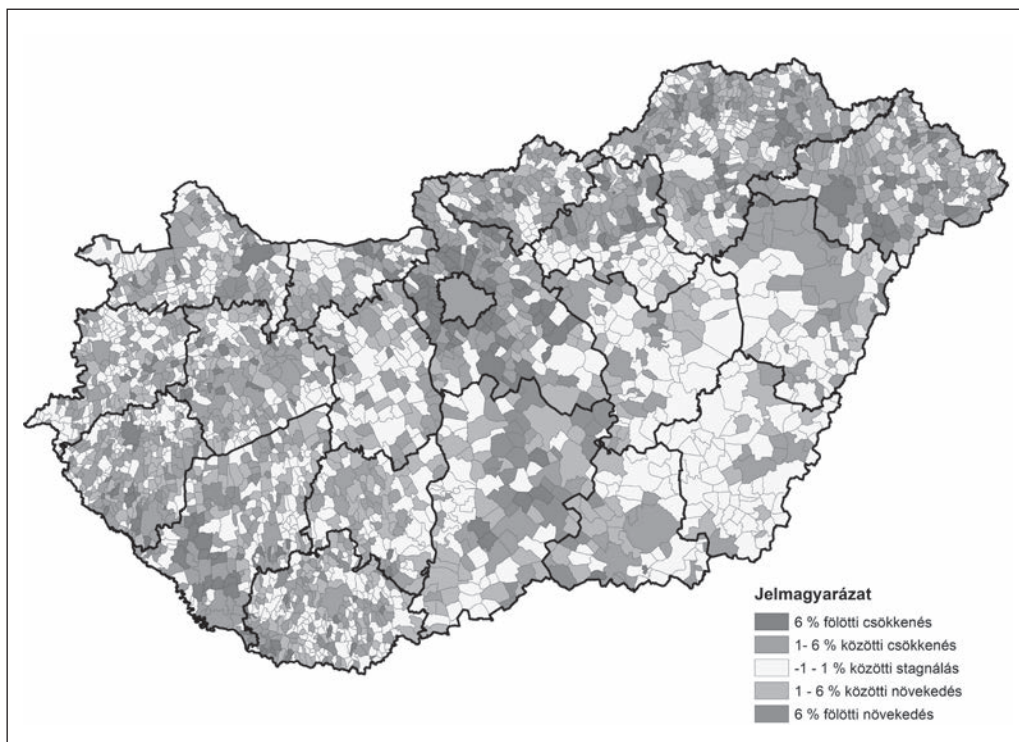
Forrás: saját számítás a Corine CLC2018 (Copernicus Land Monitoring Service) adatai alapján



dombság is jobb értékekkel rendelkezik a síkvidéki területeknél. Ennek magyarázata leginkább a magas erdősültségben keresendő. Az erdősültség mértéke mellett megemlítendő, hogy az erdőállományok ezeken a területeken természetközelinek tekinthetők, szemben az Alföld túlnyomó részét uraló telepített, homogén fajokból álló erdőkkel.

A legjelentősebb negatív változást a potenciális kapacitásban Pest megyében, a főváros környékén láthatjuk (4. ábra). Ez a térség a városi szétterjedés (urban sprawl) kitüntetett területe, ahol a beköltözés és a fővárosból kiköltözés egyaránt jelentős, valamint az ipari és infrastrukturális létesítmények szintén átlag feletti bővülést mutatnak.

Romló tendenciákat olyan területeken is látunk, ahol alapvetően átlag feletti az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitásának értéke. Ide a Dunántúli-dombság, ezen belül elsősorban Belső-Somogy sorolható, amelynek homokos felszíne meglehetősen sérülékeny, érzékeny a klímaváltozás negatív hatásaival szemben, így a termelők többféle földhasznosítási stratégiát követtek eddig is. Volt, ahol a szőlő- és gyümölcsültetvények területe jelentős, máshol a gyepeké, míg megint máshol erdők a meghatározók. Általában elmondható, hogy az elmúlt évtizedekben az erdők területe nőtt, míg a gyepeké nagyobb, az intenzív ültetvényeké (szőlő- és gyümölcs együtt) kisebb mértékben csökkent (KSH, 2021). Az értéke-



4. ábra: Az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitásának változása települési szinten 2000 és 2018 között

Figure 4: Changes in the potential capacity of ecosystem services at the municipal level between 2000 and 2018

Forrás: saját számítás a Corine CLC2000 és 2018 (Copernicus Land Monitoring Service) adatai alapján



lésben – a LUSI indexhez hasonlóan – fontos megjegyezni, hogy az erdőgazdálkodási tevékenység két végállapotát (a frissen telepített és a kivágott erdőt) a CLC átmeneti cserjés-erdős területként sorolja be, melyek értékelése mindkét módszer esetében kedvezőtlen.

Nagyobb arányú javulás a Duna-Tisza közti Homokhátság területén következett be az elmúlt két évtizedben. A CLC adatok alapján ezen a területen csökkent a komplex hasznosítású (településközei szórt beépítésű, tanyás, különböző mezőgazdasági és természetközeli felszínek váltakozása) és a szőlő területek aránya, melyek ökoszisztéma szolgáltatási potenciálja az egyik legalacsonyabb a földhasználati módok között. A komplex hasznosítású területek mást jelentenek az egyes országokban, ezért megítélésük problémás. Hazánkban pl. ide tartoznak a tanyás térségek, vagy a települések belterületéhez tartozó ritkábban beépített részek, de szőlők és gyümölcsösök is. Emellett az elaprózottság is gondot jelent, ami az élőhelyek széttagoltságára utal. Az ezeket váltó felszínborítások erdőtelepítések, erdők, szántók és gyepek, amelyek a potenciális szolgáltatások javulását vonják maguk után.

### **Következtetések**

Az alkalmazott módszerek eredményei azt mutatják, hogy hazánkban a fenntarthatóság szempontjából kedvező és kedvezőtlen földhasználati folyamatokkal bíró térségek egyaránt megtalálhatók. A két módszer együttes értékelése alapján megállapítható, hogy a hazai várostérségekben (pl. Budapest és agglomerációja, regionális központok) a városi szétterülés folyamata jelentősen negatív irányban befolyásolja a földhasználat fenntarthatóságát. Amennyiben a mezőgazdasági dominanciájú térségekre koncentrálnunk, a kedvező termőhelyi adottságokkal rendelkező területeken a földhasználat stabil

(Mezőföld, Bácska, Békés), ebből következően a földhasználati fenntarthatósági indexben és az ökoszisztéma szolgáltatások potenciális kapacitásában is változatlan figyelemre méltó. Ugyanakkor az agrártermelés szempontjából kedvezőtlen adottságú síkvidéki (Duna-Tisza köze) és dombos (Belső-Somogy) területeink fenntarthatósága a vizsgált időszakban az erdőtelepítéseknek és az intenzív kultúrák felhagyásának köszönhetően kedvező irányba változott. Középhegységeink esetében a földhasználatot alapvetően az erdőgazdálkodás határozza meg, így mindkét módszer alapján a legkedvezőbb értékelést kapták.

Az alkalmazott módszerek alkalmazhatóságát tekintve elmondhatjuk, hogy más, környezeti fenntarthatósági mutatókkal ellentétben nem több forrásból származó információkat elemeznek, hanem szinte kizárólagosan a Corine Land Cover földrajzi adatbázist használják, megkönnyítve ezzel az adatokhoz való hozzáférést és az alkalmazhatóságot. Hátrányuk, hogy a szakirodalomban még kevésbé elterjedtek, így a kapott eredményeket nehéz nemzetközi kontextusban értelmezni és összehasonlítani.

Kísérletünk továbbá rávilágított arra is, hogy az alkalmazott módszertanok hazai viszonyokhoz történő további adaptációja és fejlesztése is szükséges. A bizonytalanságok csökkentése érdekében olyan szakértők bevonására is szükség van, akik megfelelő terepi ismeretek birtokában az eredmények interpretációjában és ellenőrzésében is fontos szerepet játszhatnak.

### **Köszönetnyilvánítás**

A kutatás a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Hivatal (NKFIH) által támogatott, NKFI-6-K-128703 azonosítószámú pályázat, illetve a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült (BO/00353/21/10).





## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Blomqvist L. – Brook B. W. – Ellis E. C. – Kareiva P. M. – Nordhaus T. – Shellenberger M (2013): The ecological footprint remains a misleading metric of global sustainability. *Plos Biology* 11 (11) p. 1. e1001702. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1001702>
- Burkhard B. – Kroll F. – Müller F. – Windhorst W. (2009): Landscapes' Capacities to Provide Ecosystem Services - A Concept for Land-Cover Based Assessments. *Landscape Online* 15 pp. 1-22. <https://doi.org/10.3097/LO.200915>
- Christen O. (1999): Sustainable Agriculture – from the History of Ideas to Practical Application. Institute for Agriculture and Environment, Bonn 1.
- Enyedi Gy. (2011) A városnövekedés szakaszai – úragondolva. *Tér és Társadalom* 25 (1) pp. 5-19. DOI: 10.17649/TET.25.1.1770.
- Decoville A. (2018): Use and Misuse of Indicators in Spatial Planning: The Example of Land Take. *Planning Practice & Research* 33 (1) pp. 70-85.
- European Union (2021): Copernicus Land Monitoring Service, European Environment Agency (EEA). <https://land.copernicus.eu/pan-european/corine-land-cover> a letöltés dátuma: 2021. december 10.
- Gardi C. – Bosco C. – Rusco E. – Montanerella L. (2010): An analysis of the Land Use Sustainability Index (LUSI) at territorial scale based on Corine Land Cover. *Management of Environmental Quality* 21 (5) pp. 680-694. <https://doi.org/10.1108/14777831011067953>
- Gordon P. – Richardson H. W. (1998): Farmland preservation and ecological footprints: a critique. *Planning and Markets* 1 (1) pp. 1-10.
- greenfo.hu (2021): Magyarország egyik legjobb termőterületét betonozza le Debrecen a BMW miatt. <https://greenfo.hu/hir/magyarorszag-egyik-legjobb-termoteruletet-betonozza-le-debrecen-a-bmw-miatt/> a letöltés dátuma: 2022. január 17.
- Hansen J. W. (1996): Is agricultural sustainability a useful concept? *Agricultural Systems* 50 (2) pp. 117-143. [https://doi.org/10.1016/0308-521X\(95\)00011-S](https://doi.org/10.1016/0308-521X(95)00011-S)
- Hardi T. – Nárái M. (2005): Szuburbanizáció és közlekedés a győri agglomerációban. *Tér és Társadalom* 19 (1) pp. 81-101. DOI: 10.17649/TET.19.1.985.
- Hardi T. – Csontos P. – Tamás J. (2019): Environmental consequences of the rural abandonment – A pilot survey of gardens in a Hungarian ghost village. *Tájékológiai Lapok* 17 (1) pp. 121-129. <https://www.footprintnetwork.org> a letöltés dátuma: 2021. december 2. <https://population.un.org/wup/Publications/Files/WUP2014-Report.pdf> a letöltés dátuma: 2022. január 17.
- Imreh-Tóth M. (2012): Új irányzatok a fenntarthatósági indikátorok területén. pp. 318-335. In.: Bajmócy Z. – Lengyel I. – Málóvics Gy. (szerk.) *Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság*. JATEPress, Szeged. 393. p.
- Jeroen van den Bergh, C. J. M. – Grazi F. (2015): Reply to the first systematic response by the Global Footprint Network to criticism: A real debate finally? *Ecological Indicators* 58 pp. 458-463. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.05.007>
- Kovács E. – Kelemen E. – Pataki Gy. (2011): Ökoszisztéma szolgáltatások a tudományterületek és a szakpolitikák metszéspontjaiban. *Természetvédelmi Közlemények* 17 pp. 1-11.
- KSH (2021): 19.1.2.1. Földterület művelési ágak, valamint megye és régió szerint. [https://www.ksh.hu/stadat\\_files/mez/hu/mez0068.html](https://www.ksh.hu/stadat_files/mez/hu/mez0068.html) a letöltés dátuma: 2022. január 17.
- Lukovics M. – Zuti B. (szerk.) (2014): A területi fejlődés dilemmái. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged. 379. p.
- Millennium Ecosystem Assessment (2005): *Ecosystems and human well-being*. Island Press, Washington, DC. 155. p.



Patkó Zs. – Koncz G. – Bozsik N. (2017): A termőterület változásának vizsgálata Komárom-Esztergom megyében. *Journal of Central European Green Innovation* 5 (4) pp. 33-57. DOI: 10.22004/ag.econ.279371

Syed D. – Hassan T. – Baloch M. A. – Mahmood N. – Zhang J. W. (2019): Linking economic growth and ecological footprint through human capital and biocapacity. *Sustainable Cities and Society* 47 <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101516>

Szirmai V. (2011): A nagyváros szélén: A városi terjeszkedés térbeli társadalmi problémái. *Tér és Társadalom* 25 (1) pp. 20-41. DOI: 10.17649/TET.25.1.1771.

TeIR (2021): KSH adatok. Általános Mezőgazdasági Összeírás. <https://www.teir.hu/> a letöltés dátuma: 2021. december 2.



# A magyar vidéki vállalkozások jövedelmezősége

*Erős vállalkozások, fejlődő vidéki  
térségek*

## Profitability of Hungarian rural enterprises

*Strong businesses, developing rural areas*

Gyurcsik Petronella – Tóth Róbert

### ABSZTRAKT

Tanulmányunkban a vidéki vállalkozások pénzügyi és tőkeszerkezeti értékelésével foglalkozunk, annak érdekében, hogy igazolható lehessen a vidéki vállalkozások pénzügyi, tőkeszerkezeti helyzetének minősége. Ehhez megfelelő, a kérdéskörhöz kapcsolódó magyarországi és néhány nemzetközi szakirodalom áttekintése teremtette meg a megfelelő szakmai elméleti alapot. Ezt követően saját elemzéseink alapján bemutatjuk a vállalkozások előtt álló legfontosabb kihívásokat, majd a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolatát vizsgáljuk a tőkeszerkezetelméletek kontextusában. Cikkünkben ezen területekre kívánunk rávilágítani, és konkrét javaslatokat megfogalmazni az agrárium versenyképességének javítása érdekében. Kutatásunk folytatásaként azt vizsgáljuk a következő időszakban, hogy

a fentiekben nevesített kihívások leküzdésére milyen állami beavatkozásokat igényelnének a cégek. Erre, már egy összeállított, újabb kérdőíves felmérést kívánunk használni, egy kb. 1300 db-os mintavételen keresztül.

### ABSTRACT

In our study, we deal with the financial and capital structure assessment of rural enterprises in order to justify the quality of the financial and capital structure of rural businesses. For this purpose, the appropriate professional theoretical basis was provided by the review of adequate related Hungarian and some international literature. Then, based on our own analyses, we present the most important challenges faced by businesses, and examine the relationship between capital structure and profitability in the context of

capital structure theories. This article aims to highlight the linking points of these areas, and to propose concrete suggestions for improving the competitiveness of agriculture. As a continuation of our research, in the next period we will explore what public interventions would be needed to overcome the challenges identified above. To this end, we intend to use a new questionnaire survey, already compiled, with a sample of about 1300 respondents.

### Bevezetés

Az agrárium nemzetgazdasági szempontból különösen fontos stratégiai ágazat, amelyet jól bizonyít a GDP-hez való hozzájárulása mellett a biztonságos, egészséges élelmiszertermelésben, a természeti erőforrásokkal való hatékony és fenntartható gazdálkodásban, a vidéki foglalkoztatásban, valamint a sokszínű, változatos vidéki táj fenntartásában betöltött szerepe. Az elmúlt néhány év átlagait tekintve látható, hogy a mezőgazdaság és az élelmiszeripar együttes részesedése a bruttó hozzáadott érték termeléséből mintegy 5-7%; a beruházásokból 7-8%; a foglalkoztatásból pedig 6% volt az utóbbi években, átlagosan. 2020-ban az agrárium a mezőgazdaság a nemzetgazdaság bruttó hozzáadott értékéből 4,1%-kal, a beruházásokból 4,3%-kal, a foglalkoztatásból 4,6%-kal részesedett, és ez a szám hasonló értékeket fog mutatni 2021-ben is.

A 2020-ban az egész világot megrázó koronavírus-válság ismételten felhívta a figyelmet az agrárium és az ebben az ágazatban működő vállalkozások jelentőségére, ezzel párhuzamosan a magyar vidék gazdasági szerepére. Ki kell emelni ugyanakkor, hogy a pandémia ellenére a magyar agrárium – beleértve a hazai termelőket és agrárvállalkozásokat – kiemelkedően teljesített, további növekedést volt képes elérni, míg az EU-s átlag eközben 1,4 százalékos csökkenést mutatott.

A világvárvány idején is újra egyértelművé

vált, hogy a magyar gazdaság szerkezetét nem lehet elképzelni a vidéki gazdaságon túlnyomó részben jelenlévő agrárium nélkül (Lentner, 1998, 2004). Ennek jelentőségét évekkal ezelőtt a magyar Kormányzat is felismerte és a vidéki szektor támogatása érdekében életre hívta a Magyar Falu Programot, amelynek legfrissebb alprogramja nemrég jelent meg. A Kormány döntött az ún. Magyar Falu Vállalkozás-újraindítási Program elindításáról, melynek keretében 30 milliárd forintos keretösszeggel támogatja a kistelepüléseken és hátrányos helyzetű térségekben működő vállalkozások működését (Szalai, 2019).

Erre egyértelműen szükség is van, hiszen a magyar gazdaság teljesítményének javításában, a gazdasági növekedés fenntarthatóságában, a társadalom fejlődésében meghatározó szerepet játszanak a vidéki vállalkozások (Túróczy, 2016). Ha a helyi vállalkozások pénzügyileg stabilan működnek, az javítja az adott régió életszínvonalát is, ami végső soron a lakosság jólétének javulásához vezet. Mára pedig egyértelművé vált, hogy a gazdasági növekedés mellett kitüntetett szerepet kell szánni a társadalmi fejlődésnek is, aminek esszenciális részét képezi a helyi lakosság életszínvonala (Csath, 2018). Mindez pedig egyértelműen kapcsolódik a nemzetgazdasági versenyképességgel is. Káposzta – Honvári (2019) szerint valamennyi nemzetgazdaság célul tűzi ki, az ország versenyképességének és gazdasági növekedésének folyamatos javítását, ami nem képzelhető el a vidéki gazdaság fejlesztése, erősítése nélkül.

Tehát láthatjuk, hogy a vidéki vállalkozások pénzügyi forrásainak kiemelt részét képezik a különféle támogatások, kedvezményes hitelek (Káposzta, 2019). Kérdésként merül fel, hogy ezen, rendhagyónak mondható finanszírozási struktúrával rendelkező szegmens esetében hogyan milyen összefüggés figyelhető meg a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség között. Tanulmányunkban egy rövid regionális összehasonlítás után erre a kérdésre keressük





a választ teoretikus és empirikus megközelítésben egyaránt.

Tanulmányunkban elsősorban arra szeretnénk rávilágítani, hogy a hazai vidéki vállalkozások milyen meghatározó szerepet képviselnek az egész nemzetgazdaság teljesítményében. Az elemzés igazolni kívánja a vidéki vállalkozások pénzügyi helyzetének, valamint tőkeszerkezetének stabilitását, valamint azt, hogy tényleges szerepet képviselnek az állami támogatások a vállalati működésben. Továbbá tanulmányunkkal a vállalkozások pénzügyi tudatosságához kívánunk alapot nyújtani, oly módon, hogy eredményeinek alapján javaslatokat teszünk finanszírozási kérdésekben, szem előtt tartva a stabil és jóveldelemző gazdálkodást.

### Magyarország regionális különbségei és a vidéki vállalkozások helyzetbe hozása

A gazdaság politikailag és társadalmilag egyaránt olyan stabil környezetben képes a legjobban fejlődni, melyben a demokratikus jogállami elvek és normák megfelelően érvényesülnek. Minden nemzetgazdaság (egyik) legfontosabb hajtóerejét az adott ország területén működő vállalkozások jelentik. A vállalati szféra tekinthető a tartós növekedés és a jólét egyik fontos mozgatórugójának, mivel olyan erőforrások birtokában vannak, amelyek az új munkahelyek teremtésében, a legmodernebb technológia, a kutatás - fejlesztés és az innováció alkalmazásában kiemelkedő szerepet játszanak (Tóth, 2016). A fejlődő országokban a vállalatok termelik a GDP mintegy 60%-át, és adják a munkahelyek 80-90%-át. Hatalmas különbségek vannak a fejlődő és a fejlett nemzetállamok tekintetében. A különbségek azonban nem csupán az országok között figyelhetők meg, hanem egy-egy ország területi egységein belül is érzékelhető eltérések vannak. Magyarország különböző területei között is a legtöbb vonatkozásban lényeges különbségek alakultak ki

a rendszerváltást követően. A rendszerváltás egyik célkitűzése az volt, hogy hazánk a fejlett országokhoz mind gazdasági, mind pedig társadalmi szempontból közelebb kerüljön, és ezt a folyamatot a piacgazdaságra való áttéréssel kívánták támogatni. Ezen jelentős átalakulás gazdasági, politikai és társadalmi szempontból is alapvetően módosította hazánk területi struktúráját és fokozta a területi egyenlőtlenségeket, amelyek a mai napig megfigyelhetők. Az elmúlt 25 évben Magyarország egyes régióiban a gazdasági teljesítmény látványosan csökkent, míg máshol folyamatos fejlődés figyelhető meg.

A hazánkban kialakított nyolc régió nem homogén területeket fog össze. A gazdasági fejlődés során hazánk egyes területei között érzékelhető különbségek alakultak ki. Magyarország legfejlettebb térsége a főváros köré koncentrálódik, ugyanakkor Pest megye és Budapest között kimutatható különbségek vannak. Az elemzések során nem szabad eltekinteni attól a tényről, hogy 2021 előtt Pest megye Budapestről együtt képezte a közép-magyarországi régiót, azóta azonban külön egységként kezelendő e két terület. Az egy főre jutó GDP adatokat tekintve a legmagasabb hazai érték Budapesten mutatható ki (az EU-átlag mintegy másfélszerese), a legalacsonyabb érték pedig az Észak-Alföld régióhoz kapcsolódik (az EU-s átlag fele). Továbbá megállapítható, hogy a nyugati területek is fejlettebbnek tekinthetők a keleti régiókkal összevetve, továbbá beszélhetünk egyfajta észak-déli megosztottságról is (Popp et al., 2017, 2018).

Az elmúlt években ugyanakkor erőteljes kormányzati beavatkozás kezdődött meg annak érdekében, hogy a fővárosi koncentráción felül a vidéki térségekben rejlő potenciálok kihasználásával egyértelműen javítható lehessen a többi magyar régió teljesítménye is. Látható, hogy a turbulens gazdasági körülmények között is van lehetőség fejlődésre. Ehhez azonban szükség van egy jól felépített

és megalapozott társadalompolitikára, megfelelő és hatékony gazdaságpolitikára, valamint megfelelő minőségű oktatáspolitikára (Sisa et al., 2018; Tóth, 2016).

Álláspontunk szerint a vidéki térségek kitörésének egyik legfontosabb pontját az ott működő vállalkozások mindenek feletti helyi támogatása és állami fejlesztése jelenti. Nem tekinthetünk el azoktól a problémáktól, amelyekkel számos esetben küzdenek a vállalkozások. Egy 2019-es, majd 2020-ban megismétlődő felmérésünk eredményeként (közel 1000 cég bevonásával) az alábbi kihívásokat emeljük ki:

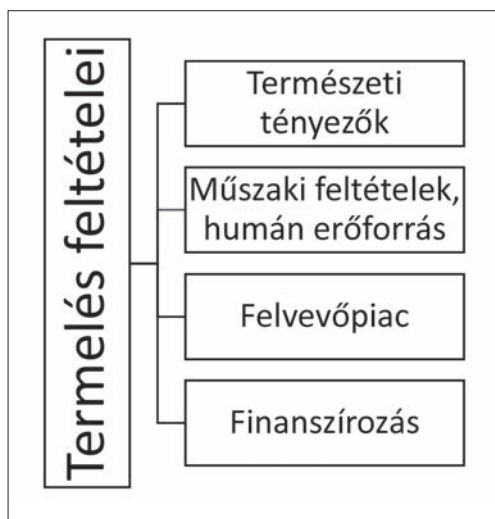
- finanszírozási problémák (pl. alulfinanszírozottság, megfelelő tőkeszerkezet kialakítása, megfelelő likviditás biztosítása);
- modern, digitális agrárfejlesztések (digitalizáció és robotizáció) nyújtotta lehetőségek a napi működésbe történő integrálása;
- beruházások megvalósítása (az erőforrásfelhasználást csökkentő precíziós gépek beszerzése révén);
- fenntartható működés keretrendszerének megértése (annak gyakorlati hasznának azonosítása);
- szakemberhiány;
- megfelelő finanszírozási forrás megtalálása, azok pályázatokkal történő kiegészítése;
- a természet viszontagságaival és a piaci kiszolgáltatottsággal történő megbirkózás;
- jövedelmezőségi kihívások.

### A vállalkozások működésének feltételei

Ahhoz, hogy egy vállalkozás működni tudjon, alapvetően három tényezőre van szüksége, ezek a természeti tényezők (föld), humánerőforrás (munkaerő) és pénzügyi forrás (tőke). Ehhez jönnek hozzá a modern közgazdasági felfogás képviselői által is nevesített tényezők úgy, mint a műszaki feltételek (technológia), az információ és a szellemi tőke, amely tulajdonképpen azonosítható a szaktudással,

illetve a pénzügyi tudatossággal. Ugyanakkor fontos megemlíteni a felvevőpiacot, mint a kínálat és potenciális kereslet találkozási helyét. A vállalkozások, így a vidéki, agrár-vállalkozások is a globalizált piacon szállnak versenybe a konkurensokkal. Mint minden termék esetében az agrártermékekénél is megjelent a kínálat túlsúlya, nem lehet mindent eladni bármilyen áron. A termelőknek meg kell szerezni azokat a piacokat, ahol az általuk elvárt áron értékesíteni tudják termékeiket.

Ezeket, a tevékenység körülményeit meghatározó tényezőket az alábbi ábra érzékelteti (1. ábra):



1. ábra: A gazdasági tevékenység feltételei  
Figure 1: Conditions for economic activity

Forrás: Saját szerkesztés

Részletesebben kifejtve az alábbiakat mondhatjuk.

- Természeti tényezők: Az agrártermékek előállításánál az embernek nincs módja a biológiai folyamatokat megváltoztatni, pusztán befolyásolni tudja azokat. Képesek lehetünk mérsékelni a negatív hatásokat öntözéssel, talajerőpótlással, gyomirtással, állategészségügyi beavatkozással stb. Az intenzív termelés költséges, és minden eset-



ben keresnünk kell az erőforrások felhasználásának és a hozamok növekedésének optimumát. A leghatékonyabb megoldásnak azt tekinthetjük, ha olyan növényeket termelünk, állatokat tenyésztünk, amelyek az adott természeti környezetben optimális hozamot képesek biztosítani.

A nemzetközi versenyben a földrajzi távolságok miatt az eltérő természeti környezet jelentős versenyképességi tényező. Az adottságok meghatározzák az alapanyagok minőségét, a termékek ízét és állagát, a késztermékek beltartalmi értékét. A termőhelyek feldolgozás helyszínétől mérhető távolsága befolyásolja a szállítási igényt, ezáltal befolyásolja a költségeket. A természeti tényezők befolyásolják a hozamokat, ami szintén jelentősen módosíthatja az alapanyagok önköltségét, ezáltal a feldolgozóipar felvásárlási árát.

- Technológiai fejlettségi szint és termelési infrastruktúra rendelkezésre állása szintén meghatározza az önköltséget, így az eladási árat és ezáltal a versenyképességet. Mire is gondolhatunk ezen a területen. Fontos szempont, hogy mennyire automatizálhatók, gépesíthetők a folyamatok, a gépesítettség befolyásolja a munkaerőigényt, a termelés energia igényét költségeket és a termelés hatékonyságát. A témakör áttekintése során érdemes vizsgálni a termelékenység mutatót, az egy foglalkoztatott által előállított új hozzáadott értéket. Az Eurostat adatai szerint ez 2019-ben Magyarországon 25.200 Euro, Csehországban 29.700 Euro, Ausztriában 68.900 Euro volt. A termelékenységi mutató nagyságát jelentősen befolyásolja a gépesítés foka, a rendelkezésre álló infrastruktúra, a dolgozók képzettségi szintje stb., azonban ezek a tényezők országonként eltérőek lehetnek, amely eltérések alapvetően földrajzi és történelmi okokra vezethetők vissza.
- A munkaerő rendelkezésre állása és képzettségi szintje, általános intelligencia

szintje szintén eltérő országonként és folyamatosan változik. A munkaerő szabad mozgása folyamatos átrendeződést eredményez, amelynek nyertesei lehetnek azok az országok, amelyek képesek a jól képzett munkaerő vonzására. A szellemi tőke átrendeződése hosszú távon meghatározhatja az országok gazdaságának versenyképességét.

- A nemzetközi kereskedelemben nem hagyható figyelmen kívül a piacok távolsága, amely a szállítási költségek által befolyásolja a termékek piacra jutásának ráfordításait. De nem hagyhatjuk figyelmen kívül az államok piacvédelmi intézkedéseit, behozatali korlátozásait, vámrendszerét és a belső gazdaságot támogató protekcionista gazdaságpolitikájának hatásait.
- Végezetül, de cikkünk mondanivalója szempontjából releváns tényező a működés és a növekedés finanszírozása. Közgazdasági alapvetés, hogy a vállalkozások hosszú távú célkitűzései közé tartozik, vagyis a vállalati stratégia központi kérdése, hogy a vállalat hogyan tud a tulajdonosok számára értéket teremteni (Czakó – Reszegi, 2010). Ennek okán a vállalati gazdálkodás – tágan értelmezett – célja a tulajdonosok vagyónának, valamint a profitnak a maximalizálása (Bélyácz, 2007). Ebben kiemelt szerepe van – egyebek mellett – a vállalkozásfinanszírozásnak.

### Vállalkozásfinanszírozás, tőkeszerkezet, jövedelmezőség

A vállalkozások életében gyakran felmerülő kérdés, hogy milyen forrásból finanszírozzák működésüket (növekedésüket), illetve a szükséges külső források mekkora részét biztosítsák adósságjellegű, illetve tőkejellegű forrásból. Mindezek megválaszolását követően pedig azt kell meghatározniuk, hogy a folyamatosan bővülő finanszírozási lehetőségek közül melyik, vagy azok milyen kombinációja jelenti a vállalkozás számára a legjobb

megoldást, vagyis meg kell határozniuk a tőkeszerkezet optimumát.

A finanszírozási források lehetnek saját és idegen források, amelyek – tekintettel az erőforrások korlátozottságára – költségesek a vállalkozások számára, olyan értelemben, hogy ha ezeket nem használják a cégen belül, akkor bizonyos költségek elkerülhetők és a „felszabadított” tőke máshol – nyereségesen – befektethető (Bélyácz, 2013). Másik megközelítésben a vállalati tőkeköltség a vállalat meglévő értékpapírjaiból álló portfólió elvárt hozama (Brealey – Myers, 2011; Höjer– Wangel, 2014), vagyis – leegyszerűsítve – a saját tőke költségét a tulajdonosok által elvárt hozam, a külső források költségét az igénybevételük után fizetendő kamatok, így a hitelezők, befektetők hozamelvárása jelenti. Tehát a tőkeszerkezeten belül minden tőkeelemnek saját, egyedi költsége van, ami elsősorban annak kockázatától függ (Pratt – Grabowski, 2010), vagyis minél nagyobb egy ágazat kockázata, annál magasabb lesz a befektetők által megkövetelt hozam (Baranyi – Pataki, 2002).

Tehát a forrásköltségeken keresztül, az optimális tőkestruktúra meghatározása a jövedelmezőség szempontjából kiemelt relevanciával bír. A következőkben a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolatát vesszük sorra a különböző tőkeszerkezetelméletek kontextusában.

### A tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolata a tőkeszerkezetelméletek kontextusában

A tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolatát több oldalról közelíthetjük meg. A jövedelmezőséget független és függő változóként is értelmezhetjük.

A jövedelmezőség, mint független változó vizsgálata számos empirikus kutatás központi kérdése volt az elmúlt években, de eredményeik korántsem mutatnak egységes képet. Amennyiben a választásos elméletből indu-

lunk ki, úgy pozitív kapcsolatot feltételezhetünk a jövedelmezőség és a tőkeáttétel között, vagyis a magas nyereség jobb hitelképességet jelent (Varga, 2015) és ösztönzi a vállalkozásokat a hitelfelvételre, hogy a kamatok adóalap csökkentő hatásán keresztül kihasználják az adómegettakarítás lehetőségét.

Az ügynök elmélet szerint szintén pozitív kapcsolatot prognosztizálhatunk a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség között, amely a menedzsment megfigyelmezésének eszközét is jelenti (Jensen - Meckling, 1976).

A hierarchia elmélet alapján viszont a kapcsolat negatív irányú, tekintve, hogy minél jövedelmezőbb egy vállalkozás, annál több profitot képes realizálni és a pénzügyi vezetők (tulajdonosok) a saját forrásokat, így a visszatartott profitot preferálják finanszírozási döntéseik során, idegen forrásokért csak az előbbieket kimerítését követően folyamodnak. Ugyanakkor a kevésbé profitábilis, volatilis és alacsony pénzáramú vállalkozások, a pozitív nettó jelenértékű beruházások reményében nagyobb hajlandóságot mutatnak külső források bevonására (Baloghné – Mundaca, 2015). Ezt az elméletet igazolja Rajan és Zingales (1995) a G7 országait vizsgálva, Revoltella (1998) a cseh tőzsdei vállalkozások esetében, Hirota (1999) a japán vállalatok vonatkozásában, Krénusz (2005) amerikai, Balla (2006), Németh és Gyurcsik (2019) svéd vállalkozásokat elemezve, és részben Aulová – Hlavsa (2013) is, cseh mezőgazdasági vállalkozások tekintetében.

Forgács és Futó (2014) kifejezetten mezőgazdasági, azon belül gabonatermesztő gazdaságok vonatkozásában nem talált függvényyszerű kapcsolatot a tőkeáttétel és a jövedelmezőség között.

Összefoglalva, minél magasabb egy vállalkozás jövedelmezősége, annál kevésbé preferálja a külső források bevonását (Hierarchia elmélet), de ha mégis a tőkeáttétel mellett dönt a vállalkozás pénzügyi vezetése, akkor nagyobb valószínűséggel és alacsonyabb költ-



## Anyag és módszer

ségek mellett számíthatnak banki finanszírozásra, ez utóbbi pedig lehetőséget teremt az „adó pajzs” hatás kihasználására (Választásos elmélet).

Vagyis egyrészt megállapítható, hogy minél jobb egy vállalkozás önfinanszírozó képessége, jövedelmezősége, annál könnyebben és annál kedvezőbb feltételekkel jut hitelhez, másrészt az idegen források bevonásával növelhetjük a saját tőke hozamát, amennyiben a külső forrás elvárt hozama kisebb, mint az összes eszköz jövedelemtermelő képessége (Borszéki, 2008).

Tehát a tőkestruktúra alakulása hatással van a saját tőke jövedelmezőségére.

Mezőgazdasági vállalkozásokat vizsgálva, Borszéki (2008) az újabb forrásbevonás eredményeként az összes tőke és a saját tőke jövedelmezőségének javulását tapasztalta. Herczeg (2009) szintén mezőgazdasági vállalkozásokból álló mintán elemezte a tőke szerkezet és a jövedelmezőség kapcsolatát, és megállapította, hogy a forrásszerkezeti arányok jelentősen hatnak a jövedelmezőségre, és számításokkal igazolta, hogy felírható egyfajta idegen tőke/ saját tőke arány, amelyhez viszonyítva kijelenthető, hogy a vállalkozás eredményesen vagy veszteségesen végzi tevékenységét.

Baranyi és szerzőtársai (2012) ugyancsak mezőgazdasági vállalkozásokat vizsgálva, arra az eredményre jutottak, hogy az uniós csatlakozást követően a bővülő támogatási lehetőségeknek köszönhetően javult az agrár-vállalkozások jövedelmezősége, tehát esetükben a jövedelmezőség és ezen keresztül a nyereségági önfinanszírozás erősen támogatásfüggő. A támogatások kiemelet szerepére hívja fel a figyelmet Borszéki (2003) is, aki úgy fogalmaz, hogy a termelők közvetlen támogatásának növelése és a továbbiakban a nemzeti támogatásban rejlő lehetőségek jó kihasználása hozzájárul a hatékony mezőgazdasági termelés stabil feltételeinek kialakításához.

Jelen tanulmány elméleti megalapozásához a normatív szakirodalomkutatási módszert alkalmaztuk. Az irodalomfeltárás célja alapvetően az volt, hogy feltárjuk a téma kapcsán a releváns forrásokat, alapvető teóriákat és elméleteket, illetve tájékozódni arról, hogy milyen szerzők, mikor, milyen körülmények között, milyen módszerekkel foglalkoztak a témában felvetett problémákkal.

Az összefüggésvizsgálatok alapjául szolgáló adatbázis, vagyis az éves beszámolóik információtartalmával megegyező egyedi adatok a Creditreform cégadatbázisból álltak rendelkezésünkre. Vagyis a tőkeszerkezet és a jövedelmezőség közötti kapcsolat elemzése során a társasági adó hatálya alá tartozó, kettős könyvvitelt vezető vállalkozások mérleg és eredménykimutatás adataira támaszkodtunk. Időbeliségét tekintve a rendelkezésünkre álló egyedi adatok csupán a 2018-as évet fedik le, de álláspontunk szerint az ismérvek közötti összefüggések ezen adatokon is megfigyelhetők, azzal, hogy az adatok értékelésének az aktuális gazdasági környezet figyelembevételével kell történnie, vagyis figyelemmel arra, hogy egy prosperáló időszakról van szó.

A torz eredmények megelőzése érdekében a tőkeáttétel mutató alapján kiugró értékek kiszűrését követően a vizsgált minta elemszáma  $n = 258\ 831$ .

Megállapítottuk, hogy a vizsgált minta valamennyi ismérv szerinti megoszlása erősen követi a teljes alapsokaságon belüli arányokat, így a minta reprezentativitása biztosított.

A vállalkozások tőkeszerkezete ([1] képlet) és jövedelmezősége ([2] képlet) közötti összefüggéseket a vállalkozások pénzügyi beszámolóinak információtartalmával megegyező társasági adóbevallások egyedi azonosításra alkalmatlan egyedi adatai alapján létrehozott, a fentiekben ismertetett adatbázison keresztül elemeztük, ahol az asszociációs szorosságot mérő Phi mutató értéke alapján tesszük megállapításainkat.





A Phi mutató értéke 0-1 közé eső szám, amely alkalmas 2x2-es vagy annál nagyobb kontingencia-táblákkal kifejezett két nominális, vagy ordinális skálán mért ismerv szorosságának meghatározására is. Értéke minél közelebb van az egyhez, annál szorosabb a kapcsolat a két ismerv között, míg nullához közeli érték esetén a két ismerv között nincs statisztikailag igazolható összefüggés. Értéke akkor tekinthető szignifikánsan nullánál magasabbnak, ha  $p < 0,05$ .

A vizsgálatba bevont mutatók számítási módja:

$$[1] \text{ tőkeáttétel} = \frac{\text{összes kötelezettség}}{\text{saját tőke}}$$

$$[2] \text{ saját tőke - arányos megtérülés (ROE)} = \frac{\text{adózott eredmény}}{\text{saját tőke}}$$

Az adatok elemzése az SPSS és az Excel 2016 szoftverek segítségével történt.

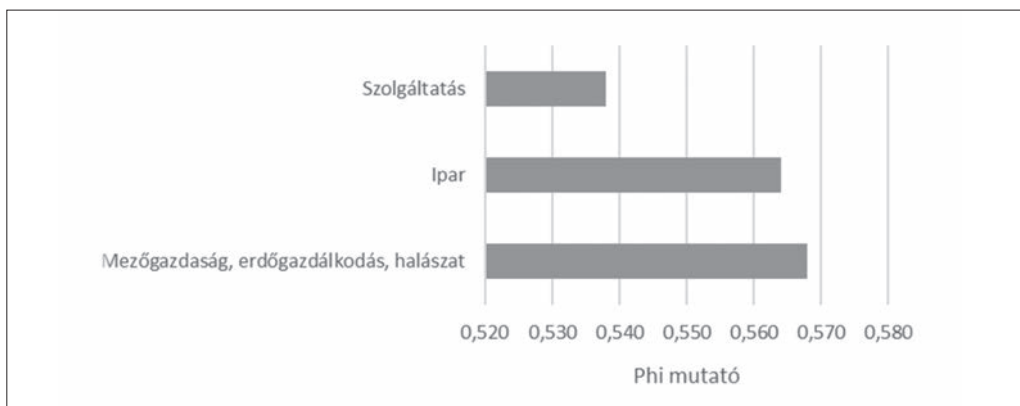
### A tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolatának empirikus vizsgálata hazai vállalkozások mintáján – Eredmények

Elemzésünk során először azt vizsgáltuk, hogy empirikus úton milyen összefüggés figyelhető meg a saját tőke-arányos megtérülés

(Return on Equity – ROE) és a tőkeáttételi mutatók között. Láthatjuk, hogy valamennyi vállalati szektor esetében közepes erősségű kapcsolat figyelhető meg a két tényező között. De kijelenthetjük, hogy ugyan nem sokkal, de a mezőgazdasági vállalkozások esetében a legerősebb a kapcsolat a tőkeáttétel és a ROE között (2. ábra). Vagyis esetünkben van a legnagyobb szerepe a finanszírozás szerkezetének a saját tőke-arányos jövedelmezőség alakulásában.

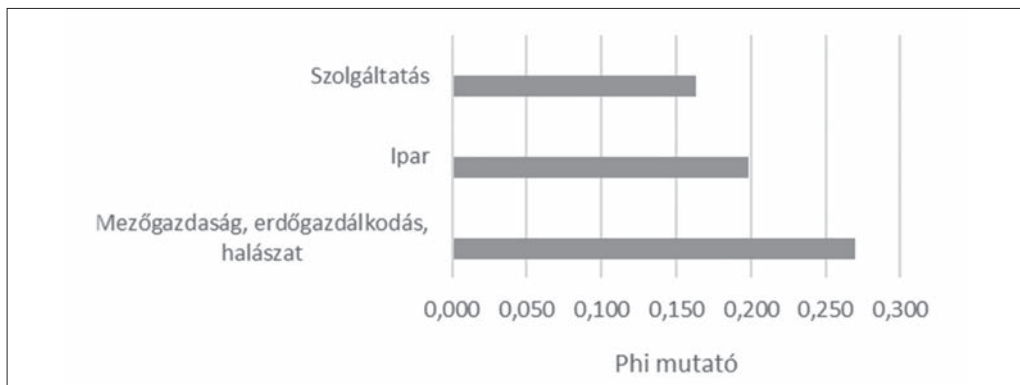
A vizsgált minta alapján is egyértelműen megállapítható, hogy a mezőgazdasági szektorra a magas (a többi szektorhoz viszonyítva a legmagasabb) saját tőke-arány jellemző a tőkeszerkezeten belül. Ennek háttérben egyrészt az állami támogatások kiemelkedő szerepe, valamint a banki finanszírozás szempontjából kiemelt kockázatoságuk húzódik.

Ezen gondolatok mentén megvizsgáltuk a ROE és a banki finanszírozás közötti összefüggés alakulását is. Megállapítottuk, hogy mindhárom szektorban minél erősebb a banki finanszírozásnak való kitettség, minél nagyobb arányú a bankhitelek aránya a tőkeszerkezeten belül, annál nagyobb arányban fordulnak elő magasabb ROE-val rendelkező vállalatok. Leginkább a szolgáltatásoknál fi-



2. ábra: A ROE és a tőkeáttétel közötti kapcsolat erőssége a különböző szegmensekben ( $p=0,000$ )  
Figure 2: Strength of relationship between ROE and leverage in different segments ( $p=0,000$ )

Forrás: Saját szerkesztés



3. ábra: A ROE és a banki finanszírozás aránya közötti kapcsolat erőssége a különböző szegmensekben ( $p=0,000$ )

Figure 3: Strength of relationship between ROE and bank funding ratio in different segments ( $p=0.000$ )

Forrás: Saját szerkesztés

gyelhető meg ez a trend, azonban a két ismérv között a mezőgazdaságban a legerősebb a kapcsolat (3. ábra;  $\phi=0,269$ ;  $p=0,000$ ).

### Következtetések és javaslatok

Eredményeink alapján kijelenthetjük, hogy a mezőgazdasági vállalkozások esetében a magas sajáttőke-arány jellemzi a tőkeszerkezetet. Ez kedvező eredménynek tekinthető, hiszen emögött a megfelelő állami szerepvállalás révén a szektorhoz juttatott állami támogatások, garanciaintézménnyel ellátott finanszírozási források, valamint különféle támogatások húzódnak meg. Továbbá megállapítottuk, hogy a saját tőkével való ellátottság mellett a bankhitellel való finanszírozás is a mezőgazdasági vállalkozások esetében mutatta a legerősebb összefüggést a jövedelmezőséggel, tehát esetükben kiemelten fontos a tőkeszerkezet meghatározása, a finanszírozási források tudatos kiválasztása. Annak érdekében, hogy a szektor még eredményesebb legyen, álláspontunk szerint alapvetően erősíteni szükséges a sajáttőke-arányt a különféle célzott támogatások és célzott finanszírozási források révén. Ugyanakkor

eredményeinkből levezethető, hogy szükség esetén – a lehetőségeikhez mérten – a hitel is jó megoldás lehet a mezőgazdasági vállalkozások számára a ROE mutató alakulása szempontjából.

De fontos kiemelni a külső finanszírozási forrásokhoz való hozzáférés nehézségeit, amelyek leginkább a nagyfokú bizonytalanságot jelentő kockázati tényezőkre (többek között az időjárásra) vezethetők vissza. Azonban a mezőgazdasági vállalkozások által igénybe vehető hitelek kamattámogatásának növelése valamennyi vállalkozás számára kitörési potenciált jelenthet.

Nem szabad figyelmen kívül hagynunk az árbevétel (és haszonkulcs) alakulására ható „speciális” tényezőket (pl. romlandó termékek, ársverseny) sem, amelyek nagy hatással vannak az ágazat jövedelmezőségére, így tőkeszerkezetére is.

Kutatásunk folytatásaként azt vizsgáljuk a következő időszakban, hogy a fentiekben nevesített kihívások leküzdésére milyen állami beavatkozásokat igényelnének a cégek. Erre, már egy összeállított, újabb kérdőíves felmérést kívánunk használni, egy kb. 1300 db-os mintavételen keresztül.



## FELHASZNÁLT IRODALOM

- Aulová R. – Hlavsa T. (2013): Capital Structure of Agricultural Businesses and its Determinants. *Agris on-line Papers in Economics and Informatics* 5 (2) pp. 23-36.
- Balla A. (2006): Tőkeszerkezeti döntések empirikus elemzés a magyar feldolgozóipari vállalatokról 1992-2001 között. *Közgazdasági Szemle* 53 (július- augusztus) pp. 681-700.
- Baloghné Balla A. – Mundaca G. (2015): Az exporttevékenység tőkeszerkezeti döntésre gyakorolt hatása: empirikus vizsgálat a magyar feldolgozóipari vállalatok esetében. pp. 132-181. In.: Bélyácz I. (szerk.) *A vállalati növekedés tapasztalatai az 1993-2012 közötti időszakban*. Akadémia Kiadó, Budapest. 244. p.
- Baranyi A. – Csernák J. – Pataki L. – Széles Zs. (2012): A magyar mezőgazdasági vállalkozások vagyoni, pénzügyi helyzetének elemzése, összehasonlítva az erdőgazdálkodást folytató vállalkozások teljesítményével. *Közgazdász Fórum/Forum On Economics And Business* 15 (105) pp. 53-80.
- Baranyi A. – Pataki L. (2002): The theoretical and practical problems of financing agri-enterprises supported by examples in Heves county. *Bulletin of the Szent István University (Gödöllő)* pp. 147-156.
- Bélyácz I. (2007): *A vállalati pénzügyek alapjai*. Aula Kiadó, Budapest. 383. p.
- Bélyácz I. (2013): *A befektetések és a tőkepiac*. Akadémia Kiadó, Budapest. 152. p.
- Borszéki É. (2003): Az agrárágazat jövedelmezőségi és felhalmozási viszonyai. *Gazdálkodás* 47 (4) pp. 2-14.
- Borszéki É. (2008): A jövedelmezőség és a tőkeszerkezet összefüggései a vállalkozásoknál. *Bulletin of the Szent István University, Special Issue Part II. (Gödöllő)* pp. 391-401.
- Botos Sz. – Herdon M. – Várallyai L. (2015): Readiness for Future Internet Services in Rural Areas. *Procedia Economics and Finance* 19 pp. 383-390.
- Brealey A. R. – Myers C. S. (2011): *Modern vállalati pénzügyek*. Panem Kiadó, Budapest. 117. p.
- Czakó E. – Reszegi L. (szerk.) (2010): *Nemzetközi vállalatgazdaságtan*. Alinea Kiadó, Budapest. 622. p.
- Csath M. (2018): *A versenyképesség puha tényezői nemzetközi kitekintésben*. 56. *Közgazdász Vándorgyűlés, Debrecen. Versenyképesség Szekció*. 17. p.
- Forgács A. – Futó P. (2014): *Gabonatermesztő gazdaságok tőkeszerkezetének és jövedelmezőségének összefüggései*. pp. 59-78. In.: Solt K. (szerk.) *Alkalmazott tudományok I. fóruma*. Budapesti Gazdasági Főiskola, Budapest. 1111. p.
- Herczeg A. (2009): A tőkeszerkezet és a jövedelmezőség kapcsolat mezőgazdasági vállalkozásokban. *Gazdálkodás* 53 (6) pp. 570-476.
- Hirota S. (1999): Are Corporate Financing Decisions Different in Japan? An Empirical Study on Capital Structure. *Journal of the Japanese and International Economies* 13 (3) pp. 201-229.
- Höjer H. – Wangel J. (2014): *Smart Sustainable Cities: Definition and Challenges*. pp. 333-349. In: Hilty L. – Aebischer B. (eds.) *ICT Innovations for Sustainability. Advances in Intelligent Systems and Computing*. Springer, Cham. 310 <http://doi.org/f229gn>
- Jensen M. C. – Meckling W. (1976): Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and capital structure. *Journal of Financial Economics* 3 (4) pp. 305-360.
- Káposzta J. – Honvári P. (2019): *A smart falu koncepciójának főbb összefüggései és kapcsolódása a hazai vidékgazdaság fejlesztési stratégiájához*. *Tér és Társadalom* 33 (1) pp. 83-97. <https://doi.org/10.17649/TET.33.1.3091>
- Káposzta J. (2019): *A vidékgazdaság fejlesztési kérdései a XXI. században (kézirat)*. <http://www.rgvi.gtk.szie.hu/sites/default/files/upload/page/19.pdf>
- Krénuszt Á. (2005): *Bevezetés a tőkeszerkezet meghatározó tényezőinek elméletébe*



és gyakorlatába. *Hitelintézeti Szemle* 4 (2) pp. 15-35.

Lentner Cs. (1998): Dilemmas of Hungary's Agricultural Future Contrasted with its Historical Background and Developed Market Economy Models. pp. 175-185. In.: Gidai E (szerk.) *On the eve of the 21st century: Challenges and responses*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 265 p.

Lentner Cs. (2004): A magyar agrárfinanszírozás jellemzői az EU csatlakozás küszöbén. *Gazdálkodás* 48 (1) pp. 69-78.

NAK (2016): <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/1604-nakmmesz2016huweb/file>

Németh T. – Gyurcsik P. (2019): Analysis of the capital structure of the Swedish SME sector between 2009 and 2017. pp. 2-8. In.: Dunay A. (szerk.) *Proceedings of the 9th International Conference on Management: "People, Planet and Profit: Sustainable business and society"* Volume II. Szent István Egyetemi Nonprofit Kiadó Kft, Gödöllő. 422. p.

Popp J. – Hollósi D. – Fazekas P. – Oláh J. (2017): A versenyképes mezőgazdaság, a földár és a föld jövedelemtermelő képességének összefüggései. *Gazdálkodás* 61 (6) pp. 491-504.

Popp J. – Szenderák J. – Fróna D. – Felföldi J. – Oláh J. – Harangi-Rákos M. (2018): A magyar mezőgazdaság teljesítménye 2004-2017 között. Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok 13 (3-4) pp. 9-20.

Pratt S. P. – Grabowski R. J. (2010): *Cost of capital is litigation: applications and examples*. John Wiley & Sohns, New Jersey. 336. p.

Rajan R. G. – Zingales L. (1995): What Do We Know about Capital Structure? Some Evidence from international Data. *Journal of Finance* 50 (5) pp. 1421-1460.

Revoltella D. (1998): Financing Enterprises in the Czech Republic: the importance of firm specific variables. University of Ancona, Gennaio.

Sisa K. – Szijártó B. – Túróczi I. (2018): Az állami felsőoktatási intézmények önköltség-számításának jelenlegi vonásai a teljesítmény-elvű felsőoktatás fejlesztésének irányvonalai tükrében. *Controller Info* 6 (4) pp. 36-40.

Szalai Á. (2019): Intelligens fejlődés vidéki térségekben: eddigi eredmények és jövőbeli lehetőségek. *A Falu* 34 (3) pp. 35-39.

Tóth R. (2016): A magyarországi kis-és közepes vállalkozások regionális különbségei. pp. 143-179. In.: Csath M. (szerk.) *Regionális versenyképességi tanulmányok*. NKE Szolgáltató Nonprofit Kft, Budapest. 319. p.

Túróczi I. (2016): A versenyképességre ható tényezők a makrogazdaságban és a vállalkozások szintjén. pp. 37-49. In.: Gyenge B. – Kozma T. – Tóth R. (szerk.) *Folyamatmenedzsment kihívásai: Versenyképességi tényezők a 21. században*. PerfActa, Gödöllő. 209 p.

Varga Z. (2015): A kis- és középvállalkozások tőkeszerkezet és finanszírozási problémái. *Taylor - Gazdálkodás és Szervezéstudományi Folyóirat* 7 (1-2) pp. 91-102.









# A helyi termékek fogyasztói megítélése

## Consumers' opinion on local products

Gonda Tibor – Angler Kinga –  
Csóka László

### ABSZTRAKT

A regionális és helyi termékek – azon belül is a közelben termesztett és előállított lokális élelmiszerek – reneszánszukat élik Magyarországon. A helyi gazdaságok fejlődésének köszönhetően számos gazdasági, környezeti, társadalmi és kulturális előnyhöz juthatnak nemcsak a folyamat közvetlen actorai, hanem az érintett közösségek, és a települések is. A figyelem középpontjába került produktumok egyre többször tűnnek fel a turizmusban, gyakran turisztikai attrakciókat építve rájuk, ezzel a jelenlegi trendeket követő, egyedi és autentikus vonzerőhöz juttatva a fogadóterületet. Jelen kutatás célja, hogy feltárja a turisták helyi termékek iránti igényeit, a lokális élelmiszerek térségi turisztikai kínálatban betöltött szerepét. Empirikus kutatásunk célterülete a dél-magyarországi Baranya és Tolna megye volt, ahol a helyi termékeket előállítók és az azokat fogyasztók helyi termékekkel kapcsolatos hozzáállását vizsgáltuk.

### ABSTRACT

There is a resurgence of regional and local products in Hungary today. Thanks to the development of local businesses, communities and towns are also able to derive a number of economic, environmental, social and cultural advantage. The products in focus are emerging in tourism more often, frequently acting as foundations of tourist attractions built upon them, providing the receiving end with a unique and authentic force of attraction that follow the present trends. The aim of our study was to explore tourists' needs for local products and the role of local food in regional tourism services. The region of our empirical research was the area of Baranya and Tolna counties in Southern Hungary where we analyzed local producers' and their consumers' attitudes towards local products.

### Bevezetés

A XXI. században a rurális területek számára komoly dilemma, hogy betagozódjanak-e



a közelebbi, távolabbi nagyvárosok gazdaságába, vagy helyi erőforrásaitak igyekezzenek minél hatékonyabban kiaknázni. Ez utóbbira jó lehetőség az élelmiszer-alapanyagok termesztése, feldolgozott termékek előállítás és értékesítése (Angler, 2020, 2021).

Korábban éppen a mezőgazdaság, valamint az azon alapuló élelmiszer-előállítás nyújtott megélhetést a vidéken élők számára. Az élelmiszeripar azonban jelentős változásokon ment át az elmúlt évtizedekben (Tóth et al., 2017). A rohamosan változó gazdasági környezetben a globalizáció és a szabad kereskedelem révén nemcsak az információ áramlik határtalanul a világban, hanem a multinacionális élelmiszer-előállító és -kereskedő vállalkozások is ugyanazokat a termékeket kínálják a földkerekség különböző pontjain (Burka, 2017). Az egyenlőtlen erőviszonyok következtében ezek a globális társaságok fokozatosan kiteszítják a helyi termelőket a piacról (Réthy – Dezsény, 2013). Csakhogy egyre több bírálattal vetődik fel az ipari élelmiszer-előállítás káros gazdasági, társadalmi, környezeti és kulturális következményeivel szemben, továbbá az ágazatot negatívan érintették a különböző élelmiszerbotrányok is.

A globalizációval szemben kibontakozó lokalizáció, éppen az aktuális élelmiszerellátási rendszerek – a nagy tömegben, nagyipari módszerekkel előállított termékek – fenntarthatóságának zavarai, a silány tömegtermékektől való elfordulás, a vidéki gazdák produktumainak háttérbe szorulása (Bakos, 2017) miatt az élelmiszerfogyasztók körében új (ellen)trendek megjelenéséhez vezetett. Ahogy a világ élelmiszerellátása két egymással ellentétes irányba – egyrészt az ipari, másrészt a kistermelői termékek felé – halad, Magyarországon is jellemzővé vált ez a kontraszt (Gonda et al., 2021). Folyamatosan szélesedő rétegek tartanak igényt a biztonságos és egészséges élelmiszerellátásra, a tartósítószer-mentes, hagyományos ízekre.

Közülük is kiemelkednek a tudatos és fenntartható élelmiszerfogyasztást preferálók. Mindez hozta magával, hogy felértékelődtek a lokális, a szezonális termékek, újból felfedezték és értékkelé vált az előállításukhoz kapcsolódó – generációról generációra átöröklött – tradicionális tudás, a hagyományos készítési módok szerepe (Sarmiento et al., 2017). A fogyasztók figyelmének középpontjába kerültek a közelben termő, szelíd módszerekkel, hagyományos úton előállított nyersanyagokból készített minőségi és prémium élelmiszerek, ételek. A tradicionális magyar, illetve tájjellegű élelmiszerek megőrzése, a mai igényekhez igazított modernizálása, a helyi termékek létrehozása, széles körben történő értékesítésük és népszerűsítésük egyrészt a turizmus és a gasztronómia, másrészt a vidék fejlesztésének ösztönzőjévé válhatnak (Angler, 2015).

Jelen kutatásunkban – figyelembe véve a korábbi tanulmányok és saját kutatásaink eredményeit is – hipotéziseinket arra a kutatási kérdésre alapozzuk, hogy az – elsősorban vagy kizárólagosan turisztikai fogyasztásra szánt – helyi termékek milyen turisztikai erőforrásokat jelentenek napjainkban a vizsgált dél-dunántúli térségben.

A helyi termékek területfejlesztési, vidékfejlesztési aspektusai

Mivel egyre szélesebb körben foglalkoznak a különböző szervezetek (civiliek, egyesületek, helyi turisztikai szervezetek stb.) a helyi termékek népszerűsítésével, a szakirodalomban is több, egymástól kisebb-nagyobb mértékben eltérő értelmezéssel találkozhatunk a helyi termékekre vonatkozóan. Általánosan kijelenthetjük, hogy a helyi termék olyan produktum, ami helyben készül, tehát nem az ország egyik feléből szállítják a másikba (és főleg nem külföldről importálják). A termelés, feldolgozás és az értékesítés, valamint a végfogyasztó minél közelebb – „meghatározott földrajzi területen belül” (Kovács Sárkány – Kovács, 2015, 182. o.) – van egymáshoz. A helyi terméket az előállításától 40-50 km-en



belül értékesítik. Az áruk ritkán kerülnek be a kereskedői láncba, értékesítésük a létrehozásuk helyén, közvetlenül a termelőtől vagy a termékek népszerűsítésére létrehozott helyi termék piacokon, vagy üzletekben történik. Ezekkel az értékesítési csatornákkal a rövid ellátási lánc elve is megvalósul (Szomi, 2016). Nem tömegáru, hanem helyi specialitás, ami legalább 51%-ban helyi hozzáadott értéket tartalmaz helyi alapanyag vagy helyi munkaerő tekintetében. A helyi termékek közös vonása, hogy olyan – több emberöltő alatt felgyülemlett tradicionális tudást hasznosítanak –, amelyet a tevékenység végzője ad át a jövő nemzedékei számára. Minden esetben helyben honos, vagy helyben termelt alapanyagból az érintett térségre jellemző technológiával, eljárással, környezetkímélő módon helyben készített specialitás. A korábbi generációk foglalkoztak – elsősorban önellátási céllal – a háztáji növénytermesztésre és állattartásra épülő alapvető élelmiszerek készítésével. A hagyományos élelmiszer-előállítás feltételei tőlük még elsajátíthatók, illetve a mai értelemben vett környezettudatos magatartásuk szintén jó mintát ad nemcsak a rurális területeken élőknek (Gonda, 2012).

A nyugat-európai országokban az 1980-as évektől indult el az a folyamat, amelynek során megnőtt a kereslet a tradicionálisan előállított, egyes régiókra jellemző élelmiszerek iránt (Gross, 2004; Nótári – Hajdu, 2005). Erre a tendenciára építve elsőként Franciaországban hozták létre a magas hozzáadott értéket képviselő különleges termékek leltárát. A francia gyűjtőmunka sikere nyomán az Európai Bizottság Mezőgazdasági Főigazgatósága 1992-ben azzal bízta meg a projektgazdát, hogy az Euroterroirs (Európa Vidékei) nevet viselő, az Európai Unió egészére kiterjedő, átfogó programot szakmailag irányítsa. Mivel az élelmiszer-fogyasztási szokásoknak kulturális vetülete is van, és a hagyományok erősíthetik a nemzeti identitásokat, ebből eredeztethetően a program koncepciójának

lényege, hogy a tradicionális és tájjellegű élelmiszereket a nemzeti kulturális örökség részének tekinti. Az európai gyűjtemény az Európai Unió 129 régiójának 4000 termékét foglalja magában. A magyar mezőgazdasági és élelmiszeripari kultúra több évszázadra visszatekintő hírnevének köszönhetően, a program közép-kelet-európai kiterjesztésébe elsőként, 1998-ban hazánk kapcsolódhatott be. Ennek eredményeként a „Hagyományok – Ízek – Régiók” (HÍR) gyűjteményben napjainkra mintegy 300 hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termék, élelmiszer, továbbá növény- és állatfajta szakmai-történeti leírása szerepel. A program egyik eleme a HÍR védjegy létrehozása és feltüntetése az árucikkeken (<http://eredetvedelem.kormany.hu/hagyományok-izek-regiok>).

A helyi termékek népszerűsítését és a tudatos vásárlói magatartás kialakítását célozta meg – egyértelmű kormányzati szándék által vezérelve – 2015-ben a Helyi termék éve, majd ennek folytatásaként a „Helyből Jobb!” fórum-sorozat, melynek elsődleges szándéka a helyi termékek előállításának ösztönzése, az értékesítési csatornák kiépítése és bővítése volt ([www.helyboljobb.hu](http://www.helyboljobb.hu)). A helyi alapanyagok sokszínűségének és a gasztronómiai tradíciók ünnepe a „TERRA MADRE”, azaz a Földanya nap, melynek hazai rendezvényei szintén hozzájárulnak a hagyományos portékák iránti fogyasztói bizalom növeléséhez (<http://wineflow.hu/2015/12/04/a-slow-food-mozgalom-bemutatja-terra-madre-nap-a-helyi-alapanyagok-unnepe-dec-10/>). A fenti törekvések eredményeként a vendéglátó egységekben, a catering-szolgáltatásokban (Gheribi, 2015) és a szálláshelyek által nyújtott étkezési szolgáltatásokban is egyre szélesebb körbe vonták be a helyi termékeket (Chourischi – Waghchoure, 2019; Gheribi – Bonadonna, 2018).

A területfejlesztés is felismerte a térségek belső erőforrásainak fontosságát. Ennek megfelelően számba vették a helyi alapanya-

gokat, termékeket, termelési kultúrákat is. Napjainkban a környezetvédelem egyre hétköznapiabb téma lesz, erősödőben van hazánkban is a környezeti szemlélet, egyre többet használjuk a fenntarthatóság, a fenntartható fejlődés fogalmát (Cortes, 2012; G. Fekete, 2011). Mindez egyfajta szemléletváltással együtt, érezhetően a turizmusra, gasztronómiára is hatással volt, hatással van: a folyamat egyik ismert megnyilvánulása az 1989-ben Olaszországból kiinduló „slow food” mozgalom, amely az étkezés és a környezetvédelem közti kapcsolatot hangsúlyozza és erőteljesen ösztönzi a helyi termékek fogyasztását (<http://slowfood.com>; Németh et al., 2010).

A Dél-Dunántúlon 2010 őszén „Környezetbarát vendégfogadói hálózat”, Ökoporta- rendszer jött létre. Ezek a szálláshelyek képesek a helyi, falusi-vidéki hagyományok bemutatására, tájba illeszkednek és őrzik a tradicionális termelési hagyományokat. A vendégfogadók az étkezési kínálatban a helyi ízekre és termékekre támaszkodnak (Michalkó et al., 2011). Felismerve, hogy a helyi termékek alkalmasak egyrészt az adott desztináció, másrészt pedig az adott régió vonatkozásában is – a turizmusban kiemelten lényeges szerephez jutó – egyedi arculat kialakítására és annak erősítésére, 2011-ben Kézműves és Helyi Termék Klaszter létesült a régióban. A klaszter célja a tradicionális kézműves és helyi termékek piacra juttatása és népszerűsítése. A klaszter keretein belül született meg a MADE márka dél-dunántúli hagyományok, értékek megőrzésére (Angler, 2020a). 2012-ben mintaprogram indult a régióban a helyi termékek tudatos preferálására. A mintaprogram elsősorban az őstermelőket és kistermelőket segítette, de a régió turisztikai vonzerejét is erősítették a létrejövő vendéglátó ökoporták, a régió ízeit kínáló helyi piacok, a falusi vendégasztalok és a különböző rendezvények, gasztronómiai programok ([https://turizmus.com/szallashely-](https://turizmus.com/szallashelyvendeglatas/helyi-termek-mintaprogram-a)

[del-dunantulon-1103558](https://turizmus.com/szallashelyvendeglatas/helyi-termek-mintaprogram-a-del-dunantulon-1103558)). Megkezdődött egy minősítési rendszer kialakítása, és létrejött egy információs adatbázis is. A dél-dunántúli helyi termék-előállítók közül is többen csatlakoztak az „Együnk helyit!” országos mozgalomhoz is (<https://egyunkhelyit.hu/regio/del-dunantul/>), illetve számos kisebb hatókörű, lokális termelői csoporthoz (pl. Szekszárd és vidéke minőségi helyi termék). A kecsgetően indult Helyi Termék – Local Food kezdeményezés a pályázati időszak lezárása után elvesztette jelentőségét. A „MINŐSÉGI HELYI ÉLELMISZER – SZEKSZÁRD ÉS VIDÉKE” védjegyet olyan élelmiszertermelő magánszemélyek vagy vállalkozások használhatják, akik a termékeiket Tolna megye 26 meghatározott településeinek egyikén állítják elő. További követelmény volt a környezetkímélő élelmiszertermelés. A projekt 2011–15 közötti működött (<https://www.szekszarditermek.hu/>). Ma jellemzően őstermelő, kistermelő, mikro-, vagy kisvállalkozás állítja elő, nem nagyüzemi vagy gyáripari módszerrel. A termelőnek gyakran személyes érzelmi kötődése van az általa előállított termékhez.

Besch (2002) a regionális produktumok – azon belül a gasztronómiai termékek – felhasználásának előnyeit egyaránt vizsgálja a termék-előállító, a fogyasztó, a térség és a környezet szempontjából. A helyi termék címkéjéről a termelő beazonosítható, megtalálható rajta a termelő neve, telephelye, így személyes felelősséget vállal a termék minőségéért és egyéb jellemzőiért. A termelő védjegye tehát a saját neve, továbbá közvetlen kapcsolatot ápol visszatérő vevőivel, így az arcát is adja termékéhez. A helyi termékek gyakori személyes értékesítésének vitathatatlan előnye a közvetlen – és sokszor hosszútávú – kapcsolat a vevő és eladó között. Ez a kommunikáció mindkét félnek haszonnal jár: segíti a fogyasztói bizalom erősítését, illetve a termékfejlesztést egyaránt, hisz a produktum előállítója első kézből kaphat visszajelzéseket a portékája minőségéről, használhatóságá-



ról, egyedi kívánságokat is ki tud elégíteni (Gonda et al., 2021).

A helyi termékeket előállítók és a turizmus szereplőinek összefogása teremti meg az esélyt a helyi termékek számára, hogy azok a turisztikai kínálat elemévé váljanak. (Berghauer et al., 2020). Az együttműködések kialakulásában és a közösségi összetartozás megerősödésében tekintélyes szerep jut a védjegyek tudatos és szakmailag megalapozott használatának (Gonda, 2014).

A helyi termékek további pozitívuma, hogy a gazda akár helyben is értékesítheti portékáit, ezáltal tevékenysége optimális hatékonyságot érhet el. A szállítással és értékesítéssel kapcsolatos költségek csökkenése révén a termelő nagyobb haszonra tud szert tenni. A fogyasztó pedig bízik a helyi termelők gondosságában, azonosul a termékkel és a termelővel. Számára garancia a helyiek és a hálózat kölcsönös ellenőrző szerepe, így vásárlásával hozzájárul egészségi állapotának megőrzésén túl a lokális gazdaság fejlődéséhez is (Bakos, 2017).

A vidéki térségekben a jövedelemszerzés egyik kézenfekvő módja, ha a helyben található erőforrások hasznosításával helyi termékeket és szolgáltatásokat állítanak elő. Termelési helyek, vállalkozások és munkahelyek létesülnek helyben, vagy a már működők itt maradnak. A helyi gazdaság körforgásának támogatásával magas értékteremtés zajlik. Az értékesített termékekből származó jövedelem révén pedig a helyiek életszínvonala emelkedik, nő a lokalitások túlélőképessége. A hagyományos termelési rendszerek megőrződnek, ezzel fennmaradnak, vagy újjászületnek a helyre jellemző tradíciók (Besch, 2002). A térség versenyképessége a foglalkoztatás, a gazdaság élénkítése, a helyi imázs kialakítása vagy erősítése révén javul (Burka, 2017). Az önálló gazdálkodás eredményeként a kialakult kulturális identitás is erősödik.

A helyi termékek előállítása környezetkímélő és környezetbarát termelést biztosít.

A rövidebb szállítási távolság miatt a környezetre ártalmas hatások is csökkenthetőek a helyi termékek preferálásával, de a hasznos növények termesztésével, a háziállatok tenyésztésével a biológiai sokszínűség is fenn tartható, ugyanakkor a táj ápolása és biotóp védelme is megvalósul. A lokális portékák pozitív imázsa hozzájárul a helyi gasztronómia és a turizmus különleges jellegének kialakulásához. Ennek következtében a turisztikai kínálat színesedik, a település újabb potenciális turistákat tud megszólítani. Az egyedi vonzerő a szezon meghosszabbítását, a térség egyértelmű beazonosíthatóságát és népszerűségét hozhatja magával (Gonda et al., 2018a; Besch, 2002).

A turisták számára a lokális termékek a desztináció kulturális örökségének részét alkotják, az adott térség kultúrájának hordozója. Gászné (2020) egyértelműen kulturális termék fogyasztásának tekinti a gasztronómiai tapasztalatokért és a helyi termékek vásárlása érdekében történő utazásokat. A velük kapcsolatos programok, rendezvények attrakcióként jelennek meg a turisztikai piacon, így hozzájárulnak a terület turisztikai vonzerejéhez is. Ezeket az attrakciókat helyi termelői piacok, térségi vásárok, fesztiválok, kulináris programok, kézműves bemutatók képezik. Így egyre fokozódik a helyi termékek súlya a turizmusban is, ezáltal pedig a turisták fogyasztóként jelennek meg a fogadóhelyen. A fogyasztói igény növekedése ezek iránt az áruk iránt hazánkban leginkább a helyi termék fesztiválokon, folklór rendezvényeken, vagy valamilyen termékcsoport tematikus programján figyelhető meg (Szabó, 2014; Angler, 2018).

A helyi termékek előállításának, értékesítésének szorgalmazásával, piacra jutásának ösztönzésével gyarapodhat a vidék turisztikai kínálata. A helyi termékekkel kapcsolatos fejlesztések (helyi piac, helyi termékfesztiválok stb.) sikere az adott település arculatát, ismertségét is jó irányban befolyásolja. Ezáltal javul-



hat a települések gazdasági helyzete, segítheti a települések, térségek pozitív imázsának kialakulását, mindezzel hozzájárulva az eredményes térség- és vidékfejlesztéshez. A helyi termék vásárlása tehát előnyösen hat a lokális gazdaságra (Gonda et al.; 2018b).

A korábban már említett egészséges élet iránti vágy hazánkban is magával hozta a táplálkozás és az egészség kapcsolatának hangsúlyozását mind a betegségek megelőzésében, mind pedig a gyógyításban. Mindezek nyomán napjainkban a trendeket követők előtérbe helyezik a helyi, regionális termékek alapanyagként történő felhasználását (Angler, 2019; Nagy et al., 2021). Az ételbiztonsági kérdések a Covid19 járvány miatt napjainkban még inkább előtérbe kerültek (Kovács et al., 2021), és ez kedvez a helyi termék fogyasztásnak. Ebbe az egészségcentrikus szemléletbe jól illeszkedik a helyi és hazai termékek preferálása, a tiszta, természetes összetevőket, vegyszermentes, egészséges, szezonális alapanyagokat előnyben részesítő locavore megközelítési mód. A hazánkban még csak gyerekcipőben járó locavore mozgalom szorgalmazza a fogyasztó közelében termő, és helyben feldolgozott szezonális élelmiszerek fogyasztását, a helyi piacok megnyitását, a portékák közvetlen, helyben történő értékesítését, és igényli azok alapanyagként való bekerülését a mindennapi háztartásba és a vendéglátásba is. A locavore-kultúra javítja a fogyasztók környezetvédő magatartását, valamint segíti a vidéki táj, a termelési szokások és tradicionális termékek fenntartását (Gonda, 2017). Ezt a speciális fogyasztói csoportot magas minőségű portékákkal megcélózni a vállalkozások gazdasági érdeke is.

Lendületet adott a helyi termékek népszerűsítésének, hogy az 52/2010 (IV. 30.) FVM rendelet (<https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000052.fvm>) megteremtette a lehetőségét Magyarországon a helyi termékek vendéglátóegységekbe történő beszállításának, feldolgozásának és értékesítésének.

Ezáltal a helyi termékek gasztronómiában betöltött szerepe napjaink vendéglátásának egyik aktuális trendje. Az előttünk zajló gasztrorradalom fókuszában a minőségi vendégfogadás feltételei mellett, a minőségi, helyi és a szezonális alapanyagok állnak (Gonda et al., 2020), autentikus termékekkel, színvonalas ajándéktárgyakkal.

A turizmus komplexitásához járul hozzá a vendéglátás is, ami mindig is elválaszthatatlan összetevője volt a turizmusnak. A lokális konyha és étel, az étkezés és a gasztronómia széles körben kedvelt érdeklődési téma. Világszerte a turisztikai élmények középpontjában állnak. A turistákat célzó helyi gasztronómia (pl. falusi vendégasztal keretében) ideális esetben saját és környékbeli termelők alapanyagát használva készíti a tájegység hagyományos ételeit. Az elkészítés és tálalás során a térségre jellemző, szintén helyi sajátosságokat mutató eszközök használata is kívánatos (Angler, 2019).

Napjainkban a vendéglátás sokszínű kínálata nemcsak a szolgáltatások között szerepel, hanem megjelenik a turisztikai termék központi elemét jelentő, vonzerő-kategóriaként is. Szerencsére a turizmus szereplői is érzékelik ezt a trendet, és szaporodnak a helyi termékekre és vadnövényekre épülő egyedi kínálati elemek (Neulinger et al., 2020). A legutolsó évtizedben a helyi termékek és a vadnövények a csúcsgasztronómiában is szerephez jutnak (például medvehagyma, erdei gombák, gyékényhajtás, madársóska, vízitorma) és mára a gyűjtögetett alapanyagok használata a gasztronómiai trendek között is szerepel (Popovics et al., 2020; Szakaly et al., 2020). A helyi termékek színes kínálatában megkülönböztetett figyelmet kapnak a hungarikumok (Tózsér, 2021), melyek turisztikai hasznosítására számos jó kezdeményezés van.

A nemzetközi szakirodalomban is számos szerző vizsgálja a helyi termékek turizmusban betöltött szerepét. Hall és Sharples (2003) szerint „a gasztroturizmus tapasztalati utazás



egy gasztronómiai régióba, amely magába foglalja az elsődleges termelők, a gasztronómiai fesztiválok, a termelői vásárok, főzőbemutatók látogatását, valamint minőségi ételek megköstölését és minden egyéb tevékenységet, amely a gasztronómiával áll kapcsolatban” (WTO, 2012). Ugyanakkor a gasztronómiai turizmus egy olyan turisztikai célú utazást takar, aminek a részvétele alatt az utazó megismeri a különböző desztinációkra jellemző helyi termékeket, tipikus ételeket és italokat, méghozzá úgy, hogy az maradandó gasztronómiai élménnyé válhasson számára (Kivela – Crotts, 2005; Sziva et al., 2017). A gasztroturizmus számos különböző altípust foglalhat magába, de ezek közül talán a legjelentősebb a helyi termékek megismerését megcélzó turizmus. A helyi termékekre épülő gasztroutak a legismertebb termékei ezen turisztikai területnek. Egy ilyen gasztróút tulajdonképpen egy rendszer, amely egy átfogó és tematikus ajánlatot képes kialakítani. A *Global Report on Food Tourism* (WTO, 2012) véleménye, hogy a gasztroutak akkor lehetnek sikeresek, ha képesek építeni a számukra adott gasztronómia örökségre, majd azt úgy alakítani, hogy az a turista számára egy gasztroturisztikai attrakcióvá váljon. (Gászne – Pentz, 2020)

Az étel, mint élményszerzési lehetőség, segíthet az adott helyek márképítésében, amely önmagában is már igen vonzó lehet a turisták számára (Hjalager – Richards, 2002; OECD, 2009). A helyi termékek, a hagyományos tájjellegű ételek gasztronómiában betöltött szerepe napjaink népszerű vendéglátásának aktuális irányzata, melyet a vendéglátós szakemberek is követendőnek tartanak. A szolgáltatók igényesek az alapanyag-választásban. Sokat tesznek azért, hogy jó minőségű, friss magyar, illetve helyi alapanyagokat használjanak fel, piacot teremtve ezzel a vidék mezőgazdaságának, a helyi gazdaságoknak, gazdálkodóknak. A vendéglátóegységek közül többen maguk is bekapcsolódnak a helyi termék-előállítás-

ba részben a saját területükön termesztett zöldségekkel, gyümölcsökkel, illetve azok, és a helyi gazdáktól vásárolt alapanyagok feldolgozásával. Ezzel is hangsúlyozva vidékiségüket, természetközelségüket (Angler, 2019). Az ételek elfogyasztása, esetleg elkészítésük, a hozzájuk fűződő történetek, tradíciók az utazási élmény lényeges alkotóelemévé válnak. Ez mondhatni egy „átjárót” teremt a helyi kultúra, a kreativitás, az ételek és a tájak adta lehetőségek között (Richards, 2012). A helyi termékek kulcsszerepet játszanak a napjainkban egyre erőteljesebben megjelenő fenntartható gasztronómia törekvésekben (Kapiki, 2012). Cortés (2012) szerint a fenntartható gasztronómiáról az a fajta gasztronómia, amely gondoskodik az alapvető forrásokról azáltal, hogy megpróbál indokolatlanul nem nyomást gyakorolni a különböző összetevők előállítására és az ökoszisztémákra.

### **Anyag és alkalmazott módszer**

Az elmúlt években több olyan vizsgálat is megvalósult, amikor a vásárlókat kérdezték meg a helyi termékekkel kapcsolatos fogyasztási szokásaikról. A fogyasztói magatartás vizsgálatának jelentős hagyománya és kiterjedt irodalma van Magyarországon (Törőcsik, 2016). A fogyasztói trendek és ezen trendek turizmusra gyakorolt hatásának vizsgálata is a kedvelt kutatási területek közé tartozik (Törőcsik – Csapó, 2018).

Munkánkban a helyi mezőgazdasági termékekkel és azokból készült élelmiszer-készítményekkel foglalkozunk. A hangsúlyt arra helyezzük, hogy a helyi termékek a mindennapi fogyasztás mellett a turisták körében is egyre keresettebbek, vásárlásuk, fogyasztásuk divattá vált az utazások során is. A kutatási kérdésünk mellé két hipotézist állítottunk fel: Kiinduló kutatási hipotézisünk az volt, hogy a helyi termékek szerepe a turizmusban egyre jelentősebb (Gonda, 2014), ennek megfelelően pedig a turisták növekvő,

és igen jelentős fogyasztói réteget képeznek. Második hipotézisként vélelmezzük azt is, hogy a turizmusban résztvevők számára a helyi termékek önmagukban is az adott térség kultúrájának megjelenítői, így turisztikai vonzerőt is jelentenek.

Céljaink eléréséhez a kutatás eszközei közül a kvantitatív adatgyűjtés eszközét alkalmaztuk. A Tolna és Baranya megyében végzett online kérdőíves megkérdezésünk a helyi termékeket vásárlók véleményének megismerésére irányult. A kutatás széles területet érint, jelen tanulmány csak egy-egy szegmensen tudja bemutatni a vizsgálatnak.

Kérdőíves felméréseinkhez a kérdőívet a Google kérdőív-szerkesztő segítségével készítettük el, és elsősorban online csatornákon juttattuk el a megkérdezettekhez. Ezzel igyekeztünk elérni a nagyszámú kitöltést, hogy a mintaszám elemzésre és következtetések levonására alkalmas legyen. Az online felület egyben segítette az adatok feldolgozását is.

A kérdőíven 33 – különböző típusú – kérdés és számos alkérdés szerepelt. Az első kérdés-csoport a válaszadók demográfiai adataira (életkor, lakóhely, végzettség stb.), a következő a háztartásra, táplálkozásra, vásárlási szokásokra irányult. Ezt követően a helyi termékek ismertségére, a velük kapcsolatos fogyasztói hozzáállásra, a helyi termékek vásárlásának motivációira – a lakóhelyen, illetve utazásaik során – kérdeztünk rá.

A feltett kérdések között – a statisztikai feldolgozást megkönnyítendő – túlnyomórészt zárt kérdések szerepeltek előre rögzített válaszlehetőségekkel (egyszeres és többszörös választás). Továbbá alkalmaztunk a kombinatív kérdéseket, nyitott szöveges kérdéseket, rangsorolást, válaszmátrixot, valamint Likert-skálát egyaránt.

Empirikus kutatásunkat 2018 és 2019 folyamán végeztük. A kérdőívet 594 válaszadó töltötte ki. A fogyasztói kérdőíves megkérdezések véletlenszerűek, önkéntesek és anonimek voltak. A kapott információkat a mindenkori

hatályos statisztikai és adatvédelmi törvény alapján hivatali titokként kezeljük, az eredményeket átlagok szintjén értelmezzük, és összesített statisztikai táblázatokban elemezzük. Kutatásunk véletlenszerű ugyan, de nem tekinthető reprezentatívnak.

A kérdések egy részét egyszerű leíró statisztikai módszerrel értékeltük, majd K-közép klaszterelemzés segítségével kerestük a kapott eredményeken belül a mélyebb összefüggéseket. A kiértékelés során az intervallumskálákat alkalmazó kérdéseknél jellemzően átlagokat és százalékos arányokat számítottunk, a többinél százalékos formában, keresztábrák segítségével dolgoztuk fel az adatokat. A feldolgozás során a Microsoft Excel 2016 és az IBM SPSS 25 szoftvercsomagokat használtuk.

## Eredmények

A kérdőív kitöltésére az 594 mintaszámú kutatásban meghatározó többségben nők vállalkoztak, így minták 66,3%-át ők jelentik. A válaszadók jelentős része tartozik a 18-31 éves (39,4%), illetve a 31-50 éves csoportba (30,1%). Bár törekedtünk arra, hogy Dél-Dunántúl lakóinak véleményét ismerjük meg, kombinatív kérdésünkben „egyéb megye” kategóriát is felkínáltunk. Végül a válaszok több mint fele érkezett Baranya megyéből (56,1%), míg 21,5%-uk Tolna megyéből. A kitöltők csaknem 60%-a megyeszékhelyen él életvitelszerűen, mindössze 18,86% jelölt meg falut vagy községet lakóhelyeként. Igaz, több mint egytizedük (10,77%) Budapesten él.

Vizsgálva a helyi termékekhez kapcsolódó vásárlási helyszíneket arra jutottunk, hogy a vásárlási helyszín kiválasztásának termékspecifikusságát igazolják a fogyasztói válaszok. A vizsgált 28 termékből, illetve termékcsoportból a helyi piacokat elsődlegesen mézért (29,63%), tojásért (26,6%), lekvárért, aszalványokért (18,85-18,85%), zöldségért, gyümölcsért (18,52%), befőttékért (17,85%),



füstölt húskészítményekért (15,82%), savanyúságért (15,49%), valamint sajtért (11,78%) keresik fel a vásárlók. Saját előállításban hagyományosan lekvár (59,26%), befőtt (47,64%) és savanyúság (44,11%) készül. A válaszadók egyike sem jelölte meg, hogy lakóhelyén turisztikai irodában vagy étteremben helyi, őstermelői, kistermelői terméket vásárolt volna. Csaknem egynegyed részük a termelőtől személyesen vásárolja a térségre jellemző termékeket. Kiugró számban mézet (51,85%) vesznek így, továbbá tojást (22,56%), füstölt húskészítményeket (18,86% fő) szereznek be gyakran közvetlenül a gazdától.

Ez egybecseng azzal a megnyilatkozással, hogy csupán 11,11%-uk nem ismer személyesen helyi termelőt. Így a személyesség, a termelő, illetve a terméke iránti bizalom meghatározó lehet. Ugyanakkor például borospincékben csupán 8,92%-uk vásárol annak ellenére, hogy a bor az egyik leginkább helyi termelőktől vásárolt áruféleség. Ajándékboltban, turisztikai rendezvényen 2-2%-uk, térségi vásárokon, fesztiválokon a válaszadók mintegy 15%-a szerzett már be lokális terméket. A helyi termelői piacok iránti érdeklődést jelzi, hogy a válaszadók között egy sem volt, aki ne vásárolna helyi piacokon, és 22,22%-uk rendszeresen felkeresi legalább heti egy alkalommal a helyi piacot. Eredményeink alapján a helyi termékekkel kapcsolatos információk beszerzésének forrásai leginkább az ismerősök tapasztalatai (25,93%), illetve a fesztiválok, vásárok, helyi termelői piacok (18%).

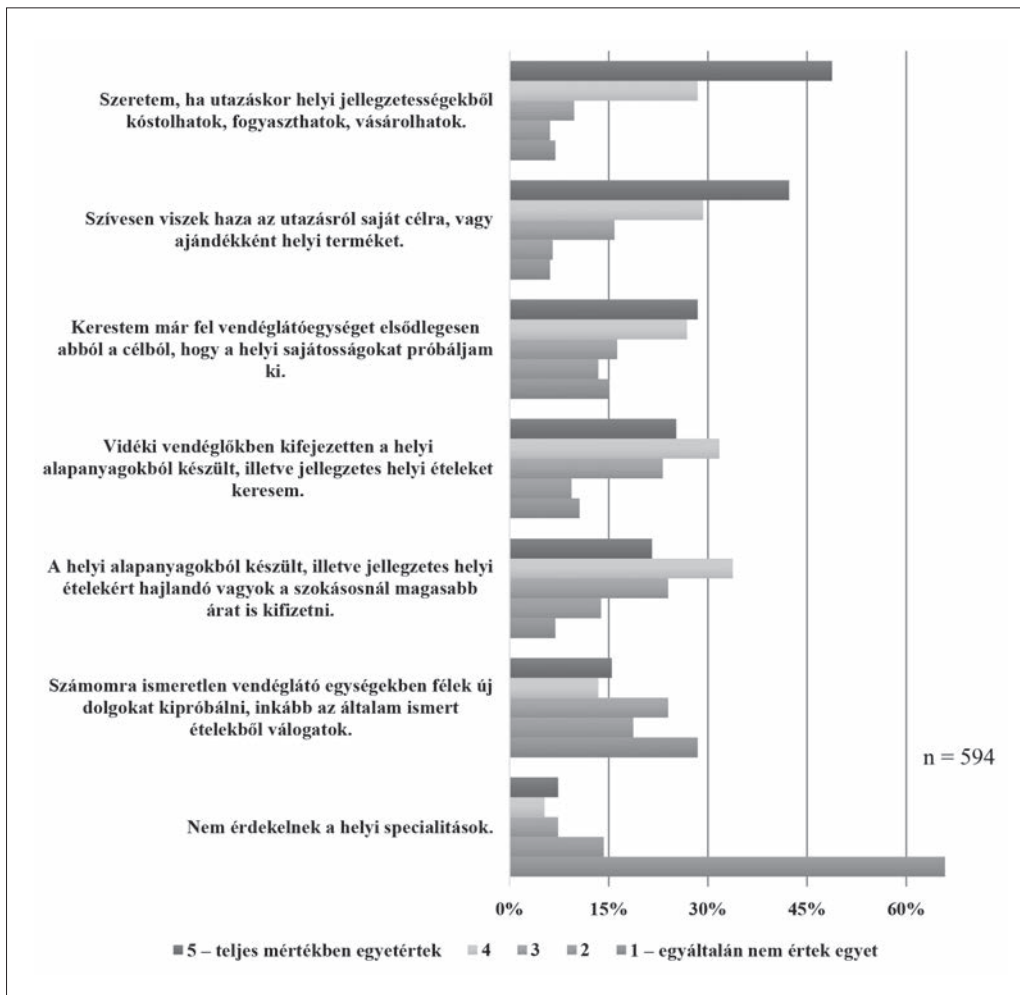
A helyi termékek vásárlása, fogyasztása a lakóhelyen kívül az utazások során is gyakori. A fiziológiai szükséglet kielégítése mellett gasztroélményt nyújthatnak a különböző térségi gasztrofesztiválok, a helyi termelői kóstolós piacok, a felkeresett desztinációk étel- és italkínálatának, gasztronómiai értékeinek, és az ezekhez kapcsolódó kultúrának, életmódnak a megismerése. A táj „megízleléséhez” a térségre jellemző alapanyagok, feldolgozott

termékek, a tájjellegű ételek megkóstolása is hozzájárul. Ehhez kapcsolódóan kérdőívünkben hét attitűdállítást fogalmaztunk meg. Az attitűd állításokat kérdőívünkben 5 fokozatú Likert-skálán kérdeztük a válaszadóinktól, ahol az 1 jelentette, hogy egyáltalán nem ért egyet a válaszadó az adott állítással, míg az 5, hogy teljes mértékben egyetért.

Az 1. ábrán látható, hogy kevésbé kiugróak az adatok „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni” kijelentések mellett. A válaszadóknak csak kis része fordul negatívan a témához (1-es vagy 2-es értéket jelölt), 55,89%, érzi magára nézve igaznak a megállapításokat (4-es vagy 5-ös értéket jelölt). „Vidéki vendéglőkben kifejezetten a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételeket keresem” állításra adott válasszal teljes mértékben, vagy csaknem teljesen egyetért a válaszadók 70,2%-a, ellenben azzal a 11,78%-kal, aki inkább nem keresi ezeket a fogásokat. Hasonló arányokat láthatunk „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni” állításra adott válaszok esetén is.

A hét állítás közül elsőprő elutasítást kapott a „Nem érdekelnek a helyi specialitások”-ként megfogalmazott mondat. Ezt vizsgálatunk szempontjából pozitív eredménynek ítéljük meg, hiszen ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a fogyasztók igenis érdeklődnek a helyi sajátosságok iránt. Ezt az opciót 78,28% határozottan elutasította, és 12,12% sem ért egyet ezzel az állítással. Az „inkább elutasítom” csoporttal együtt kezelve, csak kicsivel marad el a 90%-tól. A fennmaradó 10% érzi csak magáénak ezt a megállapítást, azaz vallja azt, hogy nem érdekli a helyi termékek.

Az utazások alkalmával történő helyi termék vásárlásokat vizsgálva szintén sikerült érdekes eredményeket feltárnunk. Ezek alapján kiderült, hogy a fogyasztók többsége érdeklődik a helyi sajátosságok iránt utazásaik



1. ábra: A válaszadók helyi termékekkel kapcsolatos attitűdjei az utazásaik során  
 Figure 1: Respondents' attitudes towards local products during their travels

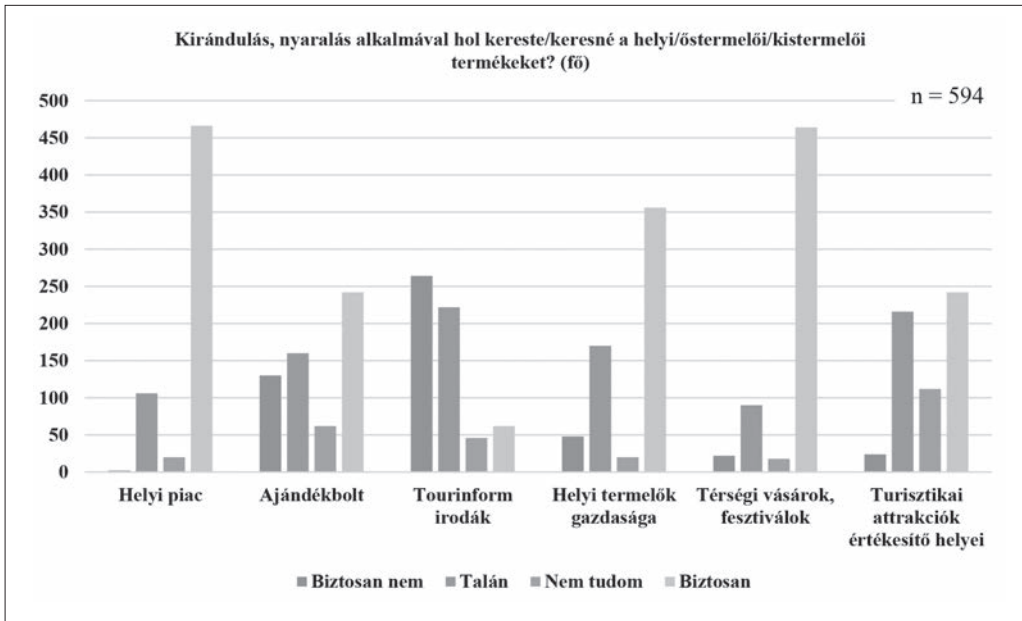
Forrás: saját kutatás és szerkesztés

során is. Az elkötelezettek (41,58%) mindig keresik a helyi termékeket, és a válaszadók további 55,22% is néha a helyi termékek felé fordul. A megkérdezettek csak a 3,2%-a nem fogyasztott helyi termékeket és a későbbiekben sem tervezik azt.

Az utazások alkalmával a fogyasztók a helyi termékeket elsősorban a helyi piacokon (78,45%), illetve térségi vásárokon, fesztiválokon (78,11%) vásárolják (2.ábra). Ezeket a

helyszíneken sokszor a termék kiválasztásának folyamata is élményszerű, ezáltal önmagukban is turisztikai vonzerővé válhatnak. A Dél-Dunántúlon is működnek már a turisták számára is attrakciószámba menő alkalmanként, vagy rendszeresen nyitva tartó termelői piacok. Kissé kevesebben (59,93%) keresnek fel biztosan e célból a helyi termelői gazdaságokat, holott már a gazdaságokban is kezdenek megjelenni az ismeretterjesztő





2. ábra: A helyi termékek vásárlásának tervezett helyszínei utazások alkalmával  
Figure 2: Planned places to buy local products on trips

Forrás: saját kutatás és szerkesztés

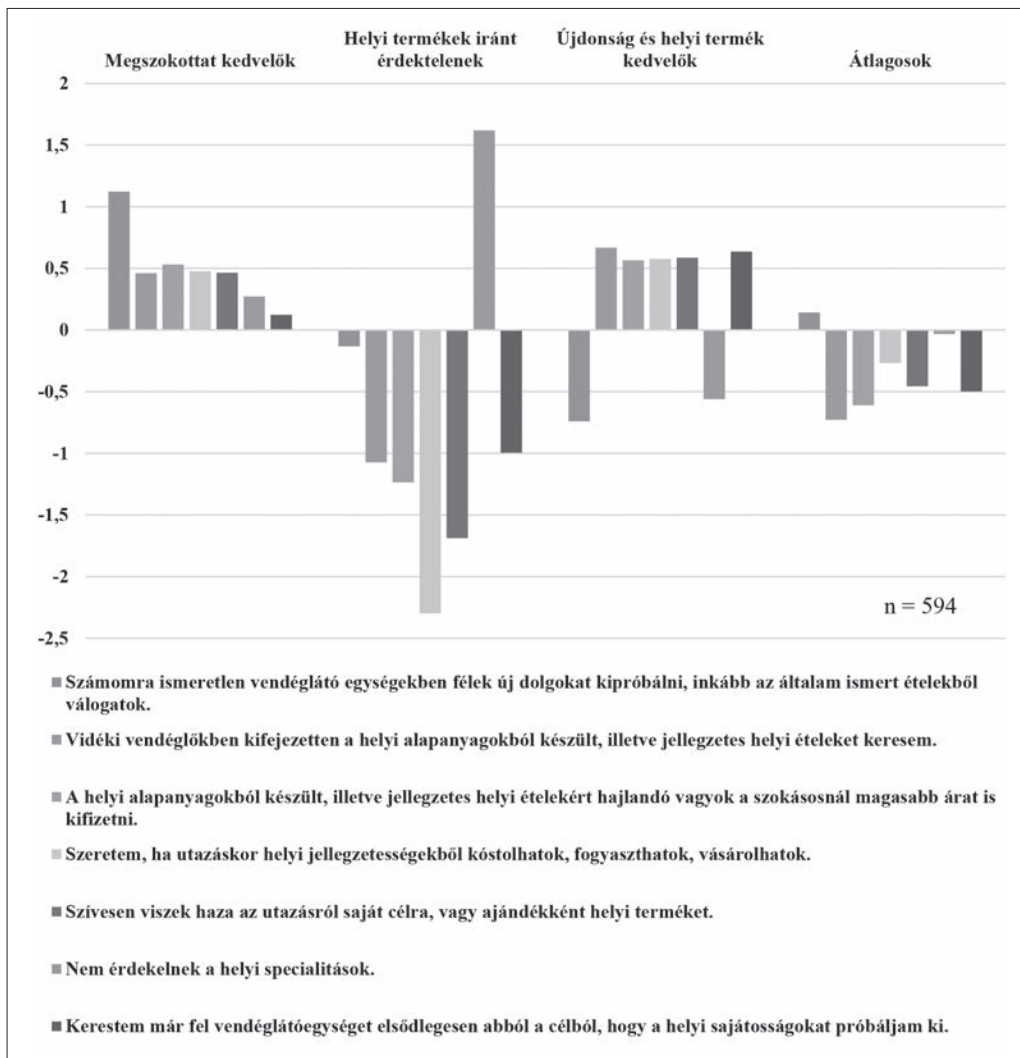
tájékoztatók mellett kifejezetten turistáknak szóló élményelemek (sajtkészítési bemutatók, lekvár főzése a helyiekkel, kolbásztöltés stb.). A helyi termékek beszerzése szempontjából a turisztikai irodák, ajándékboltok egyáltalán nincsenek a fogyasztók fókuszában.

A fentebb bemutatottak alapján egyértelműen látszanak az irányvonalak a helyi termékek vásárlásával kapcsolatban a fogyasztói oldalon. Mellette azonban az is nyilvánvaló, hogy egyes kérdéskörökben a válaszadók fogyasztók helyi termékekkel kapcsolatos véleménye megosztó, így célszerű mélységében tovább vizsgálni a fogyasztási mintázatokat a válaszadók szegmentálásának segítségével. Emiatt a válaszadóink helyi termékekhez való viszonya alapján történő csoportosítása érdekében klaszteranalízist végeztünk a kérdőívünkben szereplő 7 attitűdállítást alapján, aminek gyakorisági eredményeit fentebb a 1. ábra elemzése során már ismertettük. Az attitűd-állításokkal való egyetértés mértékét

kérdőívünkben 5 fokozatú Likert-skálán mértük. Sztenderdizáltuk a változókat a klaszterelemzés lefolytatása előtt, mert az átlagostól való eltérés mérésén keresztül szemléletesebben értelmezhetőek a kapott eredmények. A kialakítandó csoportok számát először ötre állítottuk, de ebben az esetben egy csoport elemszáma túl kicsi volt ahhoz, hogy következtetéseket vonhassunk le belőle. Az eljárást négy csoporttal megismételve megfelelő csoportlétszám alakult ki mind a négy klaszter esetében. A kapott adatokat elemezve a négy csoportot a jellemzőik alapján neveztük el, mert a csoportok jellemzői egyes esetekben jócskán eltérnek. Sikerült elkülönítenünk a „megszokottak kedvelők”, a „helyi termékek iránt érdektelenek”, az „újdomság és helyi termék kedvelők”, és az „átlagosok” csoportjait.

A jellemzők átlagostól való eltéréseinek mértékét az 3. ábra szemlélteti.

A következőkben a csoportokat a klaszteranalízisből közvetlenül kinyert külön-



3. ábra: Klaszterek és tulajdonságaik átlagtól való eltérése  
Figure 3: Clusters with their deviation from the average

Forrás: saját kutatás és szerkesztés

böző tulajdonságok mentén mutatjuk be. A megszokottat kedvelők csoportjába a minta 21,1%-a tartozik. Erősen átlag fölötti mértékben értettek egyet azzal az állítással, hogy „számomra ismeretlen vendéglátó egységekben félek új dolgokat kipróbálni, inkább az általam ismert ételekből válogatok”. Ezen állítással való egyetértésük határozza meg

őket leginkább, a további hat állítás esetén jóval csekélyebb volt az átlagtól való eltérés. Ennek megfelelően a „vidéki vendéglőkben kifejezetten a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételeket keresem”, „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni”, a „szeretem,



ha utazáskor helyi jellegzetességekből kóstolhatok, fogyaszthatok, vásárolhatok”, és a „szívesen viszek haza az utazásról saját célra, vagy ajándékként helyi terméket” állításokkal minimálisan átlag feletti mértékben értettek egyet a megszokottat kedvelők csoportjához tartozók. A „nem érdekelnek a helyi specialitások”, és a „kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki” állítások esetén viszont már csak elhanyagolható mértékű pozitív irányú eltérést tapasztaltunk a minta átlagához képest (3. ábra).

A második csoportunkat a helyi termékek iránt érdekteleneknek neveztük el, akik közé a minta 9,8%-a tartozik. Legfőbb meghatározó tényezőjük, hogy jócskán átlag feletti mértékben értettek egyet a „nem érdekelnek a helyi specialitások” állítással és jócskán átlag alatti mértékben a helyi termékek iránti érdeklődéssel kapcsolatos állításokkal. Tehát átlag alatti volt az egyetértés a „vidéki vendéglőkben kifejezetten a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételleket keresem”, „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi étellekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni”, a „szeretem, ha utazáskor helyi jellegzetességekből kóstolhatok, fogyaszthatok, vásárolhatok”, és a „szívesen viszek haza az utazásról saját célra, vagy ajándékként helyi terméket” állításokkal. Ugyan kisebb mértékben, de átlag alatt értettek még egyet a „kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki” állítással is (3. ábra).

A harmadik csoportot az újdonság és helyi termék kedvelők csoportjának neveztük el, mert átlag alatti mértékben értettek egyet a „számomra ismeretlen vendéglátó egységekben félek új dolgokat kipróbálni, inkább az általam ismert étellekből válogatok” és a „nem érdekelnek a helyi specialitások” állításokkal. Átlag feletti mértékben értettek egyet viszont a „vidéki vendéglőkben kifeje-

zetten a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételleket keresem”, „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi étellekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni”, a „szeretem, ha utazáskor helyi jellegzetességekből kóstolhatok, fogyaszthatok, vásárolhatok”, a „szívesen viszek haza az utazásról saját célra, vagy ajándékként helyi terméket”, és a „kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki” állításokkal (3. ábra). A csoporthoz a minta 36,6%-a sorolható.

A negyedik csoportot, amelyet a klaszterelemzés segítségével sikerült elkülöníteni az átlagosok csoportjának neveztük el, mert esetükben tapasztaltuk a legkisebb eltéréseket a vizsgált attitűdök esetén az átlaghoz képest. Ennek megfelelően a „számomra ismeretlen vendéglátó egységekben félek új dolgokat kipróbálni, inkább az általam ismert étellekből válogatok” és a „nem érdekelnek a helyi specialitások” állításokra adott válaszaik elhanyagolható mértékben térnek el az átlagostól. A „vidéki vendéglőkben kifejezetten a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi ételleket keresem”, „a helyi alapanyagokból készült, illetve jellegzetes helyi étellekért hajlandó vagyok a szokásosnál magasabb árat is kifizetni”, a „szeretem, ha utazáskor helyi jellegzetességekből kóstolhatok, fogyaszthatok, vásárolhatok”, a „szívesen viszek haza az utazásról saját célra, vagy ajándékként helyi terméket”, és a „kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki” állításokra adott válaszaik pedig minimális mértékben tekinthetők átlag alattinak (3. ábra).

A csoportok jellemzőinek minél pontosabb meghatározása érdekében a válaszadók klaszterekbe való sorolása után megnéztük, hogy az egyes csoportok között milyen statisztikai értelemben vett szignifikáns különbségek találhatóak bizonyos tulajdonságok tekintetében. A vizsgálatunk során a válaszadók

végzettsége ( $p=0,013<0,05$ ), helyi piacon való vásárlásuk gyakorisága ( $p=0,010<0,05$ ), a helyi termelők ismerete ( $p=0,002<0,05$ ), a helyi élelmiszerek előnyben részesítése ( $p=0,001<0,05$ ), a rendszeres háztartásvezetés ( $p=0,023<0,05$ ) és az egészséges táplálkozás fontossága ( $p=0,023<0,05$ ) terén vannak a csoportok között markáns eltérések. Nincs azonban szignifikáns különbség a kialakított négy klaszter között a nem ( $p=0,859>0,05$ ), életkor ( $p=0,350>0,05$ ), az ételmszerre költött összeg mértéke ( $p=0,450>0,05$ ), a helyi termékek beszerzési helye ( $p=0,354>0,05$ ), az egy főre eső jövedelem ( $p=0,269>0,05$ ), az ételkészítés ( $p=0,192>0,05$ ) és a vásárlás gyakorisága ( $p=0,095>0,05$ ) vonatkozásában. Ezen eredmények alapján megállapítható, hogy a csoportok egymáshoz képest kellően heterogénnek tekinthetők, így megfelelő alapját képezik a helyi termékek vásárlóinak alkalmazásorientált szegmentálására.

### Következtetések

Az élelmiszerfogyasztók, valamint a Tolna és Baranya megyei helyi termék-előállítók körében végzett kérdőíves felmérésünk feltételezéseinket csak részben igazolták. Egyértelművé vált, hogy a helyi termékeknek nemcsak a mindennapokban, hanem az utazások során is létjogosultságuk van. A megkérdezettek többsége utazásai során is keresi a helyi termékeket, megkóstolja a helyi alapanyagokból készült ételeket, akár még az ízlésesen csomagolt változatokat különleges ajándékként haza is viszi magával.

Vizsgálatunk szerint a helyi termékeket a turisták javarészt a divatos helyi termelői piacokon, a népszerű térségi gasztronómiai rendezvényeken szerzik be. Éttermekben is keresik a tradicionális, helyi alapanyagokból készült fogásokat. A helyi termékek által generált, a hagyományos és tájjellegű élelmiszerekre alapuló attrakciók a látogatók számára komoly vonzerőt jelentenek, sőt bizonyos

esetekben utazási motivációt is szolgáltatnak. A termelőknek a négy elkülönített fogyasztói csoportból igazából kettőre célszerű koncentrálniuk a pozicionálási munkájuk sikerességének érdekében. Kutatásunk alapján „a megszokottat kedvelők”, illetve „az újdonság és helyi termék kedvelők” esetén beszélhetünk arról, hogy attitűdjük alapján megfelelő mértékben érdeklődnek a helyi termékek iránt és szívesen részesítik is előnyben ezeket. Van azonban egy nagyon fontos különbség a két csoport kapcsán, amit a termék-előállítók mindenképpen figyelembe kell venniük aszerint, hogy milyen típusú termékeket értékesítenek. „A megszokottat kedvelők” nem szívesen részesítik előnyben az újdonságokat, ha új ismeretlen helyre utaznak, vagy ha ismeretlen étterembe látogatnak, akkor nem szívesen próbálják ki a helyi termékeket. Az otthoni vásárlásaik során viszont ellentétesen, nagyon szívesen részesítik előnyben egyes lokális élelmiszereket, a „megszokottat”. „Az újdonság és helyi termék kedvelők” esetén viszont arról beszélhetünk, hogy nagyon szívesen próbálják ki ismeretlen helyeken is a helyi termelők által előállított élelmiszereket, amellet, hogy otthon is előnyben részesítik ezeket. Kutatásunk az egyes csoportok közötti szignifikáns különbségek által segítheti a helyi termék-előállítók munkáját a minél pontosabb szegmentáláson és pozicionáláson keresztül.

Feltételezésünk szerint a helyi termékek népszerűsítésében komoly feladat hárul a turizmus különböző szereplőire (turisztikai információs irodák, látogatóközpontok, vendéglátóegységek, szálláshelyek stb.), ezt ellenben a kérdőívet kitöltők válaszaik nem tükrözik. A helyi termékek beszerzése szempontjából a turisztikai irodák, ajándékboltok, szálláshelyek egyáltalán nincsenek a turisták fókuszában. Ennek oka lehet, hogy bár a helyi termékek turisztikai jelentőségét nem vitatják, a turisztikai szolgáltatók és szálláshelyek üzemeltetői még nem kezelik a súlyának és a



növekvő fogyasztói érdeklődésnek megfelelően a helyi termékeket. Így a térségi termékek bemutatása és az ezek értékesítéséből származó gazdasági előnyök kihasználása terén még sok kiaknázatlan lehetőség vár ezekre a szolgáltatókra és a turisztikai termékfejlesztőkre.

A kötelező elemként biztosítandó reggeli kínálatba például a helyi termékek egy jelentős körét könnyen be lehetne illeszteni, és ezáltal unikális kínálatot tudna teremteni az adott szálláshely. Kevésbé ismerték még fel az előre csomagolt, hazavihető helyi termékek értékesítésébe való bekapcsolódás lehetőségét a vendéglátó- és szálláshelyek, noha a külföldi példák alapján állítjuk, hogy az eladást és a vendégek tájékoztatást az ezeken a helyszíneken elhelyezett helyi termék polcok, pultok hatásosan segíthetnék. A helyi termékek értékesítésének sajátossága, hogy sok esetben biztosítanak a fogyasztó számára kóstolási lehetőséget a vásárlás támogatására. A fogyasztói vélemények alapján azonban ezt a fogyasztók már természetesnek tekintik, nem jelent számukra vásárlást befolyásoló döntő tényezőt. Bár egyre több termék-előállító ad lehetőséget arra, hogy a potenciális vásárló a termelés folyamatába is betekinthesen, ezzel még kevés válaszadó élt. Mivel ezek a programok is sikertermékek az utóbbi évek turizmusában, felmerül a gyanú, hogy a fogyasztókban nem tudatosul minden esetben, hogy lokális termékekkel találkoznak. A termékekhez való hozzáférést, beazonosíthatóságukat könnyítené például a helyi termékek és termelők – jelenleg még hiányzó – naprakész adatbázisa is.

Osztjuk azt a véleményt, miszerint a globalizálódó világban fontos feladat a termelői közösségek, helyi vállalkozások versenyképességének és életképességének, valamint kulturális hagyományainak megőrzése, ismertté tétele. Ennek egy módja a lokális élelmiszertermékek szélesedő választéka, mely a vidéki turizmus kínálatát gazdagítja. Megfelelő termékfejlesztéssel, marketinggel

pedig a turistacsalogató önálló turisztikai vonzeróvé válhat. Mindezek alapján reméljük, hogy a helyi termékek iránti érdeklődés töretlen lesz, illetve folyamatosan növekszik, így rövid időn belül már a turisztikai szolgáltatók kínálatában is meghatározó mértékben szerepet kapnak, ezzel is elősegítve a helyi erőforrásokat felhasználó, egyedi és autentikus kínálat kialakítását.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

Angler K. (2015): Kézműves borok – kérdőjelekkel. pp. 18-34. In.: Oroszi Viktor (szerk.) Szőlő, bor, turizmus: tanulmányok a szőlészet, borászat és borturizmus témaköréből. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. 174. p.

Angler K. (2018): Helyi termékek szerepe a Szekszárdi borvidék gasztronómiájában. pp. 380-391. In.: Csapó J. – Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.) Generációk a turizmusban: I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 541. p.

Angler K. (2019): Helyi alapanyagok, tradicionális ételek a vidék gasztronómiájában. pp. 3-13. In.: Bálint Cs. – Földi P. – Kápolnai Zs. – Kovács Cs. J. – Nagyné Molnár M. – Zsarnóczky M. B. (szerk.) Rurális térségek a 21. században tudományos konferencia. Szent István Egyetem, Gödöllő. 262. p.

Angler K. (2020a): A helyi termékek ismertsége a Dél-Dunántúlra érkező turisták körében/Awareness of local products by tourists visiting South Transdanubia. pp. 5-21. In.: Aubert A. – Mókusné Pálfi A. – Nod G. (szerk.) Esettanulmányok a Dél-Dunántúli Turisztikai Régióból. PTE TTK FFI Turizmus Tanszék, Pécs. 203. p.

Angler K. (2020b): Helyi termelői piacok a Dél-Dunántúlon – a fogyasztók szemével. pp. 156-168. In.: Gonda T. (szerk.) A vidéki örökségi értékek szerepe az identitás erősítésében, a turizmus- és vidékfejlesztésben. Orfűi Turisztikai Egyesület, Orfű. 251. p.



- Angler K. (2021): A helyi termékek beépülése Dél-Dunántúl turisztikai kínálatába. pp. 63-64. In.: Csapó J. – Raffay Z. – Végi Sz. (szerk.) Turizmus 4.0: Reziliencia, adaptáció, taplraállítás és újraindulás. Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 95. p.
- Bakos I. M. (2017): A lokális élelmiszerek fogyasztói megítélése és innovatív értékesítési lehetősége. A Falu 32 (2) pp. 5-14.
- Berghauer S. – Sass E. – Tarpai J. – Tóth A. (2020): A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 5 (3) pp. 57-73. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.04
- Besch M. (2002): Globalisierung und Regionalisierung in der Ernährung – Fast Food versus Slow Food. pp. 9-29. In.: Kurt G. – Ulrich O. (hrsg.) Ernährung und Raum: Regionale und ethnische Ernährungsweisen in Deutschland. Bundesforschungsanstalt für Ernährung, Karlsruhe. 270. p.
- Burka N. Zs. (2017): A hidegen sajtolt tökmagolaj, mint helyi termék szerepe a helyi fejlődési folyamatokban. A Falu 32 (3) pp. 7-21.
- Chourishi S. – Waghchoure K. (2019): Prominent trends in food & beverage services retailing in Pune. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research 6 (5) pp. 67-70.
- Cortés J. L. (2012): Sustainable Gastronomy: Prospects for the Future. pp. 50-51. In.: UNWTO (eds.) Global Report on Food Tourism. World Tourism Organization (UNWTO) Madrid, Spain. 68. p.
- Gászné Bósz B. (2020): Dél-Dunántúl, a kulturális turisztikai régió? Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 5 (3) pp. 74-90. DOI: 10.15170/TVT.2020.05.03.05
- Gászné Bósz B. – Pentz M. (2020): Friss élmények történelmi környezetben: „élő várak” a németországi várak útján. Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok 5 (4) pp. 72-90.
- G. Fekete É. (2011): Helyi termékek előállításának és értékesítésének kistérségi koordinációja. A Falu 26 (1-2) pp. 47-56.
- Gheribi E. (2015): Factors affecting the development of catering enterprises in Poland. Economic Problems of Tourism 3 (31) pp. 207-220.
- Gheribi E. – Bonadonna A. (2018): An analysis of foodservice and accommodation industry in Europe using secondary statistics. Journal of Positive Management 9 (1) pp. 55-68.
- Gonda T. (2012): A helyi termék reneszánsza. pp. 233-243. In.: Aubert A. – Gyuricza L. – Huszti Zs. (szerk.) A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája. PTE IGYK Gazdasági és Turisztikai Intézet, Szekszárd/PTE-TTK Földrajzi Intézet, Pécs. 677. p.
- Gonda T. (2014): A helyi termék turisztikai hasznosítása – a vidékfejlesztés új lehetősége/Potential use of local products in tourism - new ways for rural development. A Falu 29 (1) pp. 17-23.
- Gonda T. (2017): Az egészség- és környezettudatos fogyasztói csoport kialakulása: LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability). In: Máté Andrea (szerk.) Modern egyetem - hasznosítható tudás. (Tanulmányok a PTE KPVK Élelmiszergazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézetéből; 1.) 156 p. Szekszárd: PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, pp. 27-39.
- Gonda T. – Angler K. – Csóka L. (2018a): A helyi termékek sokszínű kínálata a Dél-Dunántúlon. pp. 24-33. In.: Gonda T. (szerk.) Ízes vidék: a helyi termékek és a vadon termő növények szerepe a gasztronómiában és a gasztroturizmusban. CampInvest Kft., Pécs. 129. p.
- Gonda T. – Angler K. – Csóka L. (2018b): A helyi termék-előállítók véleménye a helyi termékek turizmusban betöltött szerepéről. pp. 108-114. In.: Korcsmáros E. (szerk.) A Selye János Egyetem 2018-as X. Nemzetközi Tudományos Konferenciájának tanulmány-



kötete. Selye János Egyetem, Komarno, Szlovákia. 380. p.

Gonda T. – Angler K. – Csóka L. (2021): The role of local products in tourism. *European Countrysaid* 13 (1) pp. 91-107.

Gonda T. – Kaposi Z. – Raffay Z. – Varga G. (2020): A vendéglátás jövője. PTE KTK Marketing és Turizmus Intézet, Pécs. 153. p.

Gross M. S. (2004): *Tourismus und Gastronomie – ein sinnliches Erlebnis*. pp. 113-134. In.: Gross M. S. – Dreyer A. (hrsg.) *Tourismus 2015: Tatsachen und Trends im Tourismusmanagement*. ITD-Verlag. 240. p.

Hall C. M. – Sharples L. (2003): The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. pp. 11-34. In.: Hall C. M. – Sharples L. – Mitchell R. – Cambourne B. (eds.) *Food Tourism Around The World*. Routledge, London. 392. p.

Hjalager A. M. – Richards G. (2002): *Tourism and Gastronomy*. Routledge, London. 256. p.

Kapiki S. T. (2012): Current and Future Trends in Tourism and Hospitality. The Case of Greece. *International Journal of Economic Practices and Theories* 2 (1) pp. 1-12.

Kivela J. – Crotts J. C. (2005): *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*. *Journal of Culinary Science & Technology* 4 (2/3) pp. 39–55.

Kovács L. – Keller K. – Tóth-Kaszás N. – Szőke V. (2021): A Covid19-járvány hatása egyes turisztikai szolgáltatók működésére: azonnali válaszok és megoldások. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6 (2) pp. 6-24.

Kovács Sárkány H. – Kovács V. (2015): A regionalitás, az eredetvédelem és a helyi termékek. pp. 177-185. In.: Ricz A. – Takács Z. (szerk.) *A régió TÍZpróbája. Regionális Tudományi Társaság, Szabadka*. 292. p.

Michalkó G. (szerk.) (2011): *Turisztikai terméktervezés és fejlesztés*. Pécsi Tudományegyetem Kempelen Farkas Hallgatói Információs Központ. 212. p.

Nagy D. – Csapó J. – Végi Sz. (2021): A jövő turizmusa, a turizmus jövője – vállalkozói prognózis kutatás a Dél-dunántúli turisztikai vállalkozók szemszögéből. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6 (2) pp. 72-85.

Németh N. – Csité A. – Borbás G. – Kabai G. – Hogyor V. (2010): Helyi termékek értékesítési csatornái Magyarországon (tanulmány). *Pannon Elemző Iroda, Gyulaj*. 36 p.

Neulinger Á. – Bársony F. – Gjorevska N. – Lazányi O. – Pataki Gy. – Takács S. – Török A. (2020): Fogyasztói jóllét a hazai alternatív élelmiszerellátási hálózatokban. *Marketing és Menedzsment* 54 (3) pp. 55-64.

Nótári M. – Hajdu I. (2005): Marketing elemzések a kertészeti hungarikumok piacának fellendítésére a Dél-Alföld régióban. *Acta Agraria Kaposváriensis* 9 (1) pp. 1-9.

OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*, Paris [https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009\\_The\\_Impact.pdf](https://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2009_The_Impact.pdf)

Popovics P. – Soós M. – Szakály Z. – Kiss V. Á. (2020): A személyes értékek, az idegen ízek és az újdonságkeresés közötti kapcsolat a hazai étkezési kultúrában. *Marketing és Menedzsment* 54 (2) pp. 19-27.

Réthy K. – Dezsény Z. (2013): *Közösség által támogatott mezőgazdaság. Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet, Budapest*. 27. p.

Richards G. W. (2012): Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations. pp. 13-46. In.: Dodd D. (ed.) *Food and the Tourism Experience*. OECD, Paris.

Sarmento E. – Loureiro S. – Martins L. (2017): Foodservice tendencies and tourists' lifestyle: new trends inn tourism. *Revista Turismo & Desenvolvimento* 27-28 (1) pp. 2265-2277.

Szabó D. (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon *Acta Carolus Robertus - Károly Róbert Főiskola Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar Tudományos Közleményei* 4 (2) pp. 109-118.



Szakály Z. – Popovics P. – Szakály M. – Kontor E. (2020): A vásárlói magatartás elemzése az élelmiszer- és üzletválasztás befolyásoló tényezők alapján. *Marketing és Menedzsment* 54 (2) pp. 7-17.

Sziva I. – Simon J. – Szakály O. (2017): Gastronomy as a new way of exploring tourism destinations, particularly in the case of Budapest. *Marketing és Menedzsment* 51 pp. 72–82.

Szomi E. (szerk.) (2016): Helyi termék kézikönyv 2016. Nemzeti Agrárkamara Budapest Csongrád Megyei Agrár Információs, Szolgáltató és Oktatásszervező Nonprofit Közhasznú Kft., Szeged. 76. p.

Tóth R. – Mester É. – Túróczi I. – Kozma T. (2017): A rövid ellátási lánc, valamint a helyi termékek szerepe a vidéki gazdaság erősítésében. *A falu* 32 (2) pp. 33-41.

Törőcsik M. (2016): A fogyasztói magatartás új tendenciái. *Vezetéstudomány* 47 (4) pp. 19-25.

Törőcsik M. – Csapó J. (2018): Fogyasztói trendek hatása a turizmusra. pp. 8-22. In.: Csapó J. – Gerdesics V. – Törőcsik M. (szerk.) *Generációk a turizmusban: I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.* 541. p.

Tózsér A. (2020): A hungarikumok szerepe a települések fejlődésében. *Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok* 6 (4) pp. 51-66.

World Tourism Organization (2012): *Global Report on Food Tourism. Affiliate Members Global Report, Volume 4.* 63. p.

[https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food\\_tourism\\_ok.pdf](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-09/food_tourism_ok.pdf)

### Online források:

Földművelésügyi Minisztérium Eredetvédelemért Felelős Helyettes Államtitkárság <http://eredetvedelem.kormany.hu/hagyomanyok-izek-regioik> (utolsó letöltés: 2020.február 20.)

[www.helyboljobb.hu](http://www.helyboljobb.hu) (utolsó letöltés: 2019. 11.14.)

<http://wineflow.hu/2015/12/04/a-slow-food-mozgalom-bemutatja-terra-madre-nya-helyi-alapanyagok-unnep-dec-10/> (utolsó letöltés: 2020.02.20.)

<http://slowfood.com> (utolsó letöltés: 2019. 11.23.)

<https://egyunkhelyit.hu/regio/del-dunantul/> (utolsó letöltés: 2019. november 21.)

<https://www.szekszarditermek.hu/> (utolsó letöltés: 2019. november 21.)

<https://turizmus.com/szallashely-vendeglatas/helyi-termek-mintaprogram-a-del-dunantulon-1103558> (utolsó letöltés: 2020. január 27.)

52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000052.fvm> (utolsó letöltés: 2022. február 3.)



# Innovációs folyamatok az agráriumban

## Innovation in the agricultural sector

Szentesi Ibolya – Túróczi Imre –  
Tóth Róbert

### ABSZTRAKT

A magyar agrárium jelentős globális és lokális kihívásokkal néz szembe napjainkban, amihez hosszútávon az új, innovatív technológiák kifejlesztése, alkalmazása nyújthat megoldást. A gazdasági verseny az ágazat minden területét érinti, azok egymásra épülése miatt a részterületek hatékonyságának fokozása csak komplexen valósítható meg. A mezőgazdaságban és élelmiszeriparban található vertikumokat szintén az egymásra épültség jellemzi, ezért az ágazat versenyképessége azok egy szegmensének erősödése által nem tud megvalósulni. Az agrárium fejlődése érdekében elengedhetetlen az együttműködés és az innovatív szemlélet kiteljesedése. Jelen tanulmányunkban az innováció értelmezésével annak megnyilvánulási formáival, az innováció finanszírozási forrásaival és várható tendenciáival foglalkoztunk. Megvizsgáltuk, hogy milyen összefüggések azonosíthatók az innováció értelmezés, az iskolai végzettség és az együttműködési formák között.

### ABSTRACT

Hungarian agriculture is facing significant global and local challenges today, for which the development and application of new, innovative technologies can provide a solution in the long time. Economic competition affects all areas of the sector, and due to their overlapping, increasing the efficiency of sub-areas can only be achieved in a complex way. Verticals in agriculture and the food industry are also characterized by build on each other, so the competitiveness of the sector cannot be achieved by strengthening a segment of them. Consummation of the cooperation and innovative approach are essential for the development of agriculture. In our present study, we dealt with the interpretation of innovation, its manifestations, the sources of funding for innovation and the expected trends. We examined the correlations between the interpretation of innovation, educational attainment and forms of cooperation.

## Bevezetés

Az innováció igénye a termelési folyamatok minden szegmensét érinti és a versenyképes gazdálkodás elengedhetetlen tényezője. Kijelenthetjük, hogy az eljárások, technológiák gazdasági célú hasznosítása nélkül a vállalkozások a fennmaradásért, fejlődésért folytatott versenyben nem képesek helytállni és viszonylag rövid időn belül lemaradnak és bekövetkezhet a cég felszámolása, a befektetett tőke elvesztése. Jelen írásunkban egy sajátosan fejlődő, többször átalakult ágazatnak, a mezőgazdaságnak a helyzetét vizsgáljuk. Kijelenthetjük, hogy az agrárium az elmúlt évszázadban többször átalakult, a XX. században három alkalommal következett be korábbi termelési rendszerek teljes megújítása. Az ágazat helyzetét nehezíti a napjainkban időszerűvé váló generációváltás, ami egyrészt ismét megtörheti az ágazat fejlődését, másrészt a fiatal vállalkozók megjelenése, a fiatal szakemberek vezetővé válása lendületet adhat az átalakulásnak. A nehézséget még fokozzák a mezőgazdaság sajátosságai más ágazatokkal szemben. Az egyedi tényezőkhöz tartozik az időjárás, mely magas kockázatot jelent a kiszámíthatatlansága miatt. Buzás és társai szerint (2000) a mezőgazdasági termelés ismert tulajdonsága a korlátozott megszakíthatóság: a természeti, biológiai folyamatokat nem lehet tetszőleges félbeszakítani majd később újra indítani, mint más ipari termelésnél. Igazolt tény, hogy a mezőgazdasági ágazatban a termelési eszközök, az élömunka hatékonysága átlag alatti, ami negatívan befolyásolja a hozamokat, a költségeket, a termékek eladhatóságát, a versenyképességet (Szentesi, 2019). A mezőgazdaság versenyképességét befolyásoló tényezőket próbálták azonosítani Takácsné és Takács (2016), akik a hatékonyság szempontjából vizsgálták a magyar mezőgazdaság versenyképességét. Véleményük szerint, ha a magyar termelők szeretnének versenyben maradni mind a hazai, mind az export piacon, akkor a

termelés hatékonyságának javítását kell maguk elé célként kitűzni. A hatékonyság javulásának több feltétele van, ezek közül kiemelendő az innováció megítélése és az innovációs készség erőssége. A gondolatmenetbe egyértelműen bekapcsolódik a vállalkozások irányítását végző személyek iskolai végzettsége, kora. Buday-Sántha (2011) szerint „...az ágazat csak akkor lehet versenyképes, ha a termelési technológia és a kiszolgáló infrastruktúra fejlettsége megfelel a nemzetközi színvonalnak” (Buday-Sántha, 2011: 304). A versenyképesebb mezőgazdasághoz a folyamatos fejlesztésben, valamint a szükséges technológia és innováció alkalmazásában látják a megoldást Popp és szerzőtársai (2017). Nem felejtkezhetünk meg az oktatás fontosságáról sem, hiszen igazoltuk, hogy az innováció komplex értelmezése között kimutatható összefüggés van.

A tanulmányban arra fókuszáltunk, hogy a mezőgazdasági termelők mit tartanak innovációnak, különbséget tudnak-e tenni innováció és K+F között, milyen forrásokat ismernek és vesznek igénybe a fejlesztéseikhez? Vizsgáltuk, hogy befolyásolja-e a gazdálkodás jogi formája, mérete, a gazdálkodó kora, végzettsége az új technológiák iránti igényt, annak alkalmazását? Célunk volt megvizsgálni, hogy az agrárvállalkozások versenyképességében milyen szerepet játszik az innováció.

Kutatásunk alapján arra a következtetésre jutottunk, hogy a mezőgazdaságban sok esetben a K+F kategóriát összetévesztik a komplex innovációval. Fejlesztéseik során forrásként a saját tőkét használják, kisebb mértékben vesznek igénybe hiteleket és pályázati forrásokat. A konzervatív finanszírozási stratégia és a vissza nem térítendő fejlesztési források elutasítása negatívan hat a fejlődésre és a versenyképesség javítására.

### Az innováció elmélete, értelmezése

Schumpeter (1934, 1939, 1980) kutatásaiban folyamatosan kereste a gazdasági fejlődés





motorját és megjelent tanulmányaiban, könyveiben az innováció fontosságát hangsúlyozta, megalkotván annak fogalmát. Szerinte az innovációt a termelési tényezők újszerű kombinációja, és éppúgy magába foglalja egy új termék, egy új termelési eljárás feltalálását, mint új beszerzési vagy értékesítési piacok feltárását, vagy egy új szervezeti forma kialakítását. Schumpeter (1939) öt alapesetet különböztetett meg, melyek a következők:

- „Új, a fogyasztói körben még nem ismert javaknak, vagy új minőségű javak szinten előállításá.”
- Az adott iparágban gyakorlatilag még ismeretlen termelési eljárás, amelynek azonban nem kell új, tudományos felfedezésen alapulnia.
- Új piaci elhelyezési lehetőségek megnyitása, ahol az adott ország iparága nem volt jelen.
- Nyersanyagok vagy félkész áruk új beszerzési forrásainak megnyitása függetlenül attól, hogy ez a beszerzési forrás korábban is létezett, csupán nem tartották megfelelőnek, vagy most kellett kialakítani.
- Új szervezet létrehozása vagy megszüntetése” (Roóz, 2002: 132).

Az innovációt alkotó rombolásnak tartotta, szakított a neoklasszikus közgazdaságtan statikus elméletével és az egyensúlytalanságot, a konjunktúraciklusokat vizsgálta. „Schumpeter munkásságának hatására kezdtek el foglalkozni a kutatók a műszaki fejlődés ciklikus hatásai és a vállalkozó innovációs magatartása közötti összefüggések feltárásával, a változások kumulálódó hatásainak értékelésével is” (Szakály, 2013: 1). Számos új innovációs fogalom született ezután. Goulding és Kennedy (1983) szerint „Az innováció: műszaki, gyártási és kereskedelmi lépések sorozata, amelyek új gyáriparilag előállított termékek értékesítéséhez vezet” (Szakály, 2013: 6). Baumol (1968) szerint az innovációval a piaci egyenlőtlenségek csökkenthetők, eltüntethetők. Úgy véli az innovációs tevékenységgel a piaci problémák megoldhatók, leküzdhetők. Freeman 1974-ben

új szempont szerint kezdte vizsgálni az innovációt és négy alapesetet különböztette meg: fokozatos vagy módosító innováció, radikális innováció, termelési-eljárás változások, iparági paradigmaváltások. Az inkrementális innováció a folytonos fejlesztést, a termékek és szolgáltatások finomítását jelenti, míg az eljárás innováció során például a technológiát javítjuk. A termelési eljárás így költséghatékonyabb lehet, vagy termelékenyebb. Radikális innováció során ugrásszerű fejlődés következik be, egyik legjobb példája a mobiltelefon. Paradigmaváltás technikai forradalmak során következik be, gondoljunk csak bele a gőzgépek elterjedésébe. Drucker (1993) definíciójában már menedzsment megközelítés jelenik meg, szerinte „az innováció szervezett, tervezett és célszerű munka, melynek során a vállalatok igyekeznek újat, más értéket létrehozni, új és más igényeket kielégíteni, vagy a meglévő forrásokat új módon, nagyobb nyereséget hozó formában átcsoportosítani” (Drucker, 1993: 28). Chikán (2008) a marketing szemléletet emelte ki, szerinte „az innováció a fogyasztói igények kielégítésének új, a korábinál magasabb minőségű módja” (Chikán, 2008: 243). Véleménye szerint e törekvést a piaci versenykörnyezet felerősíti, és az innovációt túlélés feltételének tartja, ami hozzájárul a gazdaság dinamizálásához is. Prahalad (2009) szerint: „Az innováció következő formáinak a termékek és a szolgáltatások helyett – a vállalatok és fogyasztói közösségek hálózatának támogatásával – a tapasztalati környezetre kell összpontosítaniuk, amelynek célja, hogy az egyes fogyasztókkal együtt teremtsenek egyedi értéket” (Prahalad, 2009: 45).

A korai értelmezés inkább az új terméket hangsúlyozta, később bővült a szolgáltatással és a folyamattal. A definíciók két értelmezés köré csoportosultak: folyamat és annak eredménye. A fogalom értelmezése akkor lépett új szintre, amikor kiterjesztették a társadalomra, a szervezeti változásokra is (Rothwell, 1994 a, b). Az innováció definíciója az Oslo kézikönyv

(2005) szerint: „Az innováció új, vagy jelentősen javított termék (áru vagy szolgáltatás) vagy eljárás, új marketing-módszer, vagy új szervezési-szervezeti módszer bevezetése.” Az innovációs tevékenységet pedig így írja le: „mindazon tudományos, technológiai, szervezési, pénzügyi és kereskedelmi lépés, amely az innováció megvalósítását ténylegesen szolgálja vagy irányítja” (OECD, 2005: 46-47). Az Oslo kézikönyv az innovációt kettős értelmezésben használja: tevékenységnek és a tevékenység eredményének tartja. Az innovációs tevékenységek magukban foglalják a K+F-t is, amely nem közvetlenül kapcsolódik egy adott innováció fejlesztéséhez.

Az OECD (2005) szerint: „A K+F az a rendszeresen végzett munka, amelynek célja az ismeretanyag bővítése, beleértve az emberről, a kultúráról és a társadalomról alkotott ismeretek gyarapítását is, valamint ennek az egész ismeretanyagnak a felhasználását új alkalmazások kidolgozására. Az így értelmezett K+F háromféle tevékenységet ölel fel: az alapkutatást, az alkalmazott kutatást és a kísérleti fejlesztést” (OECD, 2005: 46-47). Az innováció közös jellemzője, hogy megvalósult, míg a K+F tevékenység eredménye nem mindig sikeres. Azt is mondhatjuk, hogy a nem hasznosítható K+F nem aktiválható eszközként, és a felmerült költségek a tárgyévi eredményt rontják.

Magyarországon az innováció fogalmát a 2004. évi CXXXIV. törvény határozta meg, és technológiai innovációként definiálta azt. Szerepe, hogy „elősegítse a magyar gazdaság versenyképességének és jövedelemtermelő képességének a tudásra, valamint a technológiai innovációra épülő és a fenntartható fejlődést szolgáló növekedését” (2004. évi CXXXIV. tv:1.).

Később már nem technológiai innovációt definiál, hanem a fogalmát bővítette, majd 2019-ben módosította és az alábbiak szerint határozza meg: „innováció: egy új vagy továbbfejlesztett termék vagy folyamat, vagy

ezek kombinációja, amely jelentősen különbözik a jogi formájától vagy finanszírozási módjától függetlenül az adott szervezet korábbi termékeitől vagy folyamataitól, és amelyet termék esetén a potenciális felhasználók számára elérhetővé tettek, vagy amelyeket folyamat esetén a szervezet használatba vett, továbbá amely lehet:

a) termék innováció: egy új vagy továbbfejlesztett termék vagy szolgáltatás, amely jelentősen különbözik a vállalkozás olyan termékeitől, szolgáltatásaitól, amelyet már bevezetett a piacra,

b) üzleti folyamat innováció: egy vagy több üzleti tevékenységéhez – így különösen a termelés, disztribúció és logisztika, marketing és értékesítés, információs és kommunikációs technológia, az adminisztráció és a menedzsment, termék-, és folyamatfejlesztés - kapcsolódó új vagy továbbfejlesztett üzleti folyamat, amely jelentősen különbözik a vállalkozás korábbi üzleti folyamataitól, és amelyeket a vállalkozás használatba vett” (2019. évi CXXXIII tv. 2.§).

Az Európai Unió meghatározása szerint „Az innováció a tudás alkalmazásának folyamata, a termékek és szolgáltatások, valamint ezek piacainak megújítása és növelése, új eljárások alkalmazása a termelésben, az elosztásban és a piaci munkában, a menedzsmentben, a szervezetekben és a munkafeltételekben, a munkaerő szakmai ismereteinek bővítése és megújítása” (EC, 2004: 23). „Az innovációt bár-hogy is definiáljuk, a lényeg, hogy olyan, tevékenységről/termékről/technológiáról beszéljünk, amely valamilyen újítást testesít meg, emellett a piacon bevezetésre kerül. Katona (2006) szerint az újdonság értelmezése idővel némileg változott, hiszen felismerték, hogy a vállalkozás versenykörnyezetének hiányos, vagy nem megfelelő leírása más dimenzióba helyezi az újdonság fogalmát: így „a világ, vagy a cég számára új” kifejezés helyett „a piac számára új” alapján kell értelmezni az újdonságtartalmat” (Pupos – Szűcs, 2013: 166).



Innováció megvalósítása több szinten is lehetséges. A gyakorlati alkalmazása történhet egyéni, vállalati, ágazati, nemzetgazdasági, társadalmi szinten, sőt globális innováció is lehetséges. Az innovációs típusok keveredhetnek is, a termék és a szolgáltatás összekapcsolódásával. Az innováció tipizálható annak újdonságtartalma alapján is.

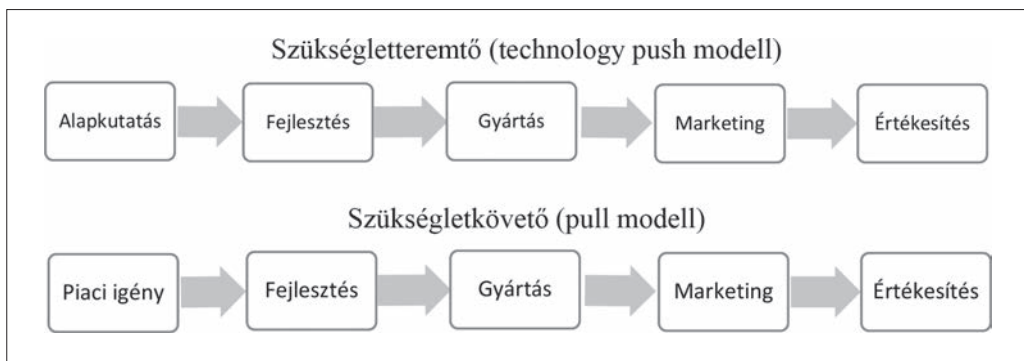
Az innováció megvalósításában annak megközelítési módja is szerepet játszik. A hagyományos, úgynevezett szűk megközelítési mód az innovációt lineáris folyamatnak tartja, ami radikálisan új termék vagy folyamatok létrehozására irányul. Az ilyen típusú innováció technológiai és elsősorban a high-tech ipari ágazatokra jellemző. „Az innovációs folyamatot (1. ábra) legegyszerűbben a lineáris modellek mutatják be. A kutatókat régóta foglalkoztatja, hogy a műszaki fejlődés kényszerítő ereje („nyomása”), vagy az új termékek, illetve eljárások iránt megnyilvánuló keresletindukáló hatása („húzóereje”) ösztönzi-e az innovációs folyamatokat” (Pupos – Szűcs, 2013: 167). A szükségletteremtő modell Schumpeterhez (1980) kapcsolható, aki szerint a tudományos kutatások eredményei ösztönzik az új technológiákat és az új termékek kifejlesztését. A legyártott új terméket pedig valamilyen marketing eszköz segítségével a piacon értékesítik. A modell egyirányú, nincs

visszacsatolása, feltételezi, hogy lesz kereslete, a fogyasztók igényeit nem méri fel, és az innováció csak tudományos kutatás eredménye lehet. Schmookler (1966) ezzel ellentétes irányú úgynevezett kereslet vezérelt modellt alkotott, ahol a kiinduló pont a piac, a fogyasztó igénye. Utána azonban ugyanazok az elszigetelt lépések következnek, mint a push modellben. Szintén visszacsatolás nélküli egyirányú folyamat.

A szűk, hagyományos megközelítéssel Schienstock és Hämäläinen (2001) nem értett egyet. Kritikájuk: az innováció rendkívüli esemény, az innováció és a tudás létrehozása elszigetelt folyamat, a K+F az innováció fő forrása, bizonytalansági problémák megoldatlanok, és elhanyagolja az innováció együttes elemeit.

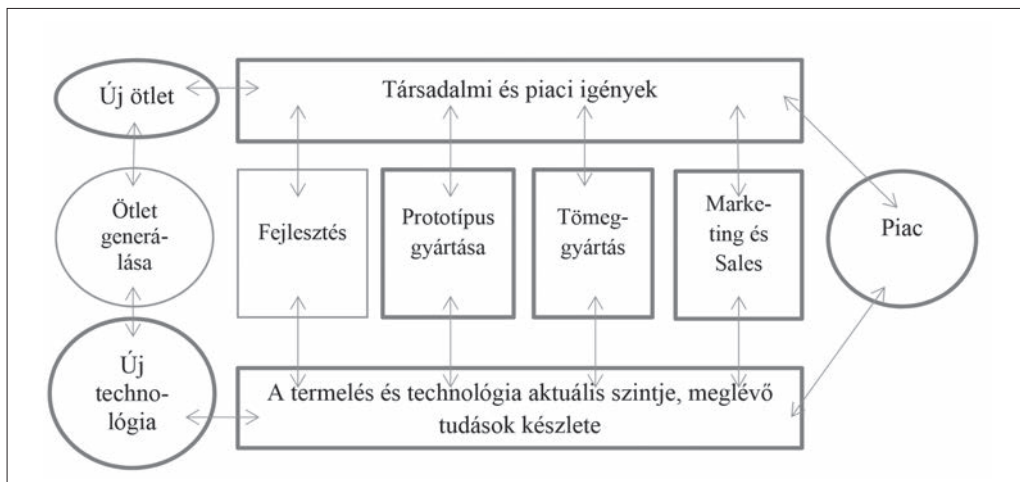
Szerintük az innováció bárhol és bármikor megtörténhet, ami ellentétes a tudomány alapú megértéssel. Javaslatuk szélesebb megközelítésű, az úgynevezett rekurzív innovációs modell. A modellben többirányú kapcsolatrendszer visszacsatolás létezik, a társadalmi és piaci igények, visszajelzések is szerepet játszanak (2. ábra).

Csizmadia (2015) felhívja a figyelmet arra, hogy „... az innováció a legtöbb esetben szervezeteken belüli, és a külső tudásforrások jelentősége miatt még gyakrabban szerve-



1. ábra: Innovációs folyamat  
Figure 1: Spread of innovation

Forrás: Pupos – Szűcs (2013: 168)



2. ábra: Az innováció rekurzív modellje.  
Figure 2: Recursive model of the innovation

Forrás: Schienstock – Hämäläinen (2001: 54)

zetek közötti kooperáció eredménye, ezért az együttműködést, a tudásmegosztást és tanulást támogató vezetési és munkaszervezeti gyakorlatoknak kiemelt szerepe van” (Csizmadia, 2015: 24).

Az innovációs láncban résztvevő szereplők a keresleti és kínálati oldalra csoportosíthatók. A tudás előállítás a kínálati oldal, míg a felhasználók az innováció keresleti oldala. A kettő között az innováció közvetítését, terjesztését pedig az intézmények segítik. A Triple Helix modell a gazdaság, a kormányzati szervek és az egyetemi-tudományos szféra kapcsolatát mutatja be. A modell azért fontos, mert egy komplex innovációs elméletet mutat be. Hangsúlyozza, mind a három területnek kapcsolódni kell egymáshoz az információk folyamatos átadásával, ami az együttes fejlődésüket biztosítja (Neményi – Székely, 2013).

Legfontosabb szereplő véleményünk szerint a vállalkozás, mert létrehozó felhasználó és terjesztője is lehet egy-egy innovációs teljesítménynek, valamint nemzetközi piacokon megjelenve akár cégóriássá is válhatnak. A vállalkozások nagy része azonban a keres-

leti, azaz felhasználási oldalon jelenik meg, mert saját K+F-et nem tudnak finanszírozni, így adaptálják a mások által kifejlesztett újításokat. Valójában az innováció akkor sikeres, ha az a gyakorlatban is széles körben alkalmazásra kerül, és az életszínvonal növekedését eredményezi.

Magyarországon a K+F-re szánt összeg a KSH adatai szerint 2017-ben 516 milliárd Ft, ami megközelítőleg 90 milliárd forinttal volt több a 2016-hoz képest (KSH, 2017: 3). A K+F a GDP-hez mért aránya 2018-ra 1,53%-ra növekedett, ami még szintén kisebb, mint a 2,12%-os EU átlag. Bár 2019-ben több mint 7000 milliárd forintot fordítottak erre a területre, 2018-hoz képest 1,48%-ra csökkent a GDP-hez mért aránya. Az EU által ajánlott 3%-tól ez még mindig elmarad és a 2021-2030 között magvalósítandó Magyarország Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Stratégia ezt a célt tűzte ki. Az eléréséhez a stratégia három fő célt fogalmazott meg:

- „az állami kutatóhelyek (kutatóintézetek és felsőoktatási intézmények) kutatási eredményeinek a jelenleginél nagyobb arányú gyakorlati hasznosítása;



- a hazai vállalkozások, elsősorban a kis- és közepes vállalkozások innovációs teljesítményének javítása;
- a kutatás-fejlesztési és innovációs rendszer szereplői közötti együttműködés erősítése” (NKFIH, 2021).

### Az innovációs kutatások, valamint jelentőségük a mezőgazdaságban

Az innovációs kutatások közül először a Globális Innovációs Index (GII) emeljük ki, mely szerint (2015) Magyarország a 141 országból az általános kompozit mutató szerint 35. helyen van. A helyezés jónak tűnik, de ehhez ismerni kell, hogyan készítették el az indexet. A mutatón belül input és output tényezőket (1. táblázat) találunk. „Az innovációs inputok tekintetében Magyarország a 42. helyen van. A csehek, a lengyelek és a szlovákok is megelőznek bennünket. Az innovációs outputok tekintetében a 37. hely a miénk” (Csath, 2016: 84). Csak a lengyeleket előzzük meg az előzőleg említett három ország közül, aki az 56. helyen van. A tanulmány arra a megállapításra jutott, hogy ... „külföldön terjeszkedni csak innovatív, jól menedzsel, hatékony gazdálkodó cégek képesek” (Csath, 2016: 91).

A tanulmány vizsgálta a legrosszabb pozíciójú helyezéseket is. Itt a piac fejlettsége és a cégek fejlettsége tűnik szembe, a 97. és a 132. helyezéssel. „Egyrészt az üzleti légkört, a pénzpiac és tőzsde működését kell javítani,

másrészt a humántőkébe, a kapcsolati tőkébe kell befektetnünk ahhoz, hogy az innovációs potenciál a felszínre kerülhessen, javuljon” (Csath, 2016: 91). „A világgazdaság jelenlegi, globális környezetében szembevetőd, hogy a regionális fejlettségi különbségek, az egy főre jutó GDP és a termelékenység országon belüli mértéke meghaladja az országok között mért értékeket (OECD, 2009: 1). A regionális különbségek okai szerteágazók, visszavezethetők többek között történeti adottságokra, földrajzi és demográfiai tényezőkre, a gazdaság környezetére és diverzifikációjára, a regionális gazdaság specializációjára, továbbá a fizikai és humántőkére, az infrastruktúra és az innovációs kapacitás minőségére” (Csath, 2016: 45).

A 2. táblázat a régiók teljesítményét mutatja a hatékonyság és az innováció tekintetében. A különbségek jelentősek. Az elmúlt évtizedekben a regionális fejlesztéspolitika a kormányzati transzferekre, az állami beruházásokra, valamint a versenyképességi tényezők fejlesztésére helyezte a hangsúlyt. Az új fejlesztési politikai irányvonalak azonban a régió kompetitív, specifikus előnyeire, a területi és humántőke, valamint az innováció fontosságára helyezik a hangsúlyt. „Másrészt kiemelik az agglomerációs előnyök és a közelség, valamint az intézmények meghatározó szerepét” (Csath, 2016: 45).

Az Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI) 2014-ben adott ki egy kutatást, melyben a magyar innovációs teljesítményt, valamint az agrár- és vidékfejlesztés innovációs keretét

Input tényezőcsoportok	Output tényezőcsoportok
Intézményrendszer	Tudás- és technológia terén elért eredmények
Humántőke és kutatásfejlesztés	Kreatív eredmények
Infrastruktúra	
A piac fejlettsége	
A cégek fejlettsége, szofisztikáltsága	

1. táblázat: GII tényező csoportjai  
Table 1: Groups of factor GII

Forrás: Csath (2016: 83)



régiók	alapadatok	hatékonysági mutatók	innovációs adatok	átfogó/összesített teljesítmény
	alapján a régiók helyezése			
Közép-Magyarország	214	153	78	144
Közép-Dunántúl	223	184	204	192
Nyugat-Dunántúl	216	180	213	189
Dél-Dunántúl	233	213	191	219
Észak-Magyarország	231	208	212	218
Észak-Alföld	234	217	227	231
Dél-Alföld	232	207	218	220
Legnagyobb szakadék	20	64	149	87

2. táblázat: A magyar régiók helyezése (2013)  
Table 2: Place of the Hungarian regions (2013)

Forrás: Csath (2016: 82)

vizsgálta. A szekunder adatok segítségével a magyar innovációs helyzetképet mutatta be, és arra a következtetésre jutott, hogy: „Az Európai Unióss összevetésben hátrány, hogy Magyarországon az induló (start-up) és spin-off vállalatokat segítő tőke (seed capital) hiánya miatt a spin-off folyamatok a kezdeti szakaszban elakadnak” (Biró, 2014: 34). A primer kutatásuk mélyinterjúkra épült, melyekben az innovációs lánc különböző szereplőire (mezőgazdasági termelők, kutatóintézetek, állami intézmények) fókuszáltak. A kérdések az innováció értelmezésére, az innováció bevezetésére, elterjedésére, a megkérdézett saját innovációs tevékenységére, az innovációt ösztönző eszközök rendszerére vonatkoztak. A felmérésből kiderült a teljesség igénye nélkül, hogy az intézmények képviselői a K+F-t tartják a legfontosabbnak a változó gazdasági körülményekhez való alkalmazkodás sikertényezői között. A finanszírozás azonban a gazdasági szervezetek számára nehéz, mert a magas kockázat miatt a pénzintézetek elzárkóznak az agráriumba történő hosszú távú, innovációra vonatkozó befektetésektől. Így saját forrásból leginkább kisebb, adaptív jellegű fejlesztések valósulnak meg, az áttörő jellegű újítások ritkábbak.

A problémához hozzájárul még, hogy „Az agrárinnovációban gyakorlatilag nincsenek az ötletet felfedező, menedzselő brókerek, a korai fejlettségi fázisban lévő innovációk üzleti kockázatait kezelő magvető tőkealapok, az innovációs ügyleteket tanácsokkal, szakértelemmel és tőkével támogató üzleti angyalok” (Biró, 2014: 68). Ehhez járul hozzá a pályázati rendszer, amire inkább az eredményorientáltság jellemző, s az egyedi innovatív projektek kockázatait nem tudja kezelni. A felmérés arra is rámutatott, hogy a gazdák részéről tapasztalható bizalmatlanság, kockázatkerülés, az állam beavatkozásától való nagymértékű függés szintén korlátozza az innovációt és annak a terjedését. Csizmadia és Grósz (2012) kutatásában arra jutott, hogy „minél gazdagabb a vállalkozások szervezetközi kapcsolatrendszere, annál nagyobb az innovációs teljesítménye” (Biró, 2014: 71).

Husti (2013) tanulmányában arra a megállapításra jutott, hogy az agráriumban a hagyományos innovációs lánc nem működik, inkább az adaptív innovációs modell követése látszik a legegyszerűbbnek. Megjegyzi, hogy az agrárvertikum addig volt sikeres, ameddig az innovációs szereplők képesek voltak a klasszikus innovációs folyamatmodellek



által reprezentált rendszerben, harmonizáltan végezni. Úgy véli, hogy az agrárkutatókat és innovációt új alapokra kell helyezni, és nem ért egyet azzal, hogy sokpólusú fejlesztés legyen. Nem csak az előbb leírtak gátolják a fejlődést, hanem a rendelkezésre álló humántőke minősége, amire jellemző a képzetlenség, így olcsóvá teszi őket. Az olcsóság pedig nem készíteti a vállalkozót az élők munkát kiváltó technológia alkalmazására.

Napjainkban az innovációs folyamatok is állandó fejlődésben vannak, új eljárások tényezők jelentek meg. Vásáry és szerzőtársai által 2021-ben publikált felmérésükben arra a következtetésre jutottak, hogy: „A hazai mezőgazdaság számára az agrárdigitalizáció és a technológiatranszfer elterjedése kiváló lehetőség a mezőgazdasági termelés növelésére, piaci pozíciójának megtartására és javítására, valamint digitális érettségének növelésére, amely a klímainnováció és a fenntarthatósági szempontok integrálását is támogatja” (Vásáry et al., 2021: 11). Arra is rámutattak, hogy a szükséges technológiai fejlesztéseket közelebb kell hozni a gazdákhöz, és támogatni őket a fenntartható innovációs beruházásokban és alkalmazásukban (Vásáry et al., 2021). Kutatásunk aktualitását jelzi, hogy az az agráriumban zajló innovációs folyamatokról áttekintő szakirodalmi bázist nem tudtunk felfedezni.

## Anyag és alkalmazott módszertan

Kutatásunkat a témában releváns szakirodalom feldolgozásával kezdtük, amiben az innováció értelmezésével és folyamatával foglalkoztunk, megnéztük jogszabályi hátterét. Bemutattuk szekunder statisztikai adatbázisok segítségével magyar- és agrárinnovációs helyzetképet és összehasonlítottuk a nemzetközi teljesítménnyel. Primer adatforrásunk kvantitatív kutatáson alapult, ahol egy szterd kérdőívet használtunk a mezőgazdasági termelők véleményének megismeréséhez a

témában. Az adatgyűjtés kérdezőbiztosok által és online felületen történt.

Az összegyűjtött adatokat először általánosan, a leíró statisztika alkalmazásával mutatjuk be, mert ezek fogják adni a további elemzések alapjait. Az nominális változók közötti összefüggések elemzéséhez a Cramer V mutatót használjuk és az összefüggést szignifikánsnak fogadjuk el, ha a teszt szignifikanciaszintje  $p < 0,05$  (Sándorné et al., 2013).

Varianciaelemzés adott vizsgálat során előáll teljes adatmennyiség, mint alaphalmaz össz-szórását, konkrétan, összvarianciáját analizálja abból a nézőpontból, hogy ingadozás okára keresi a választ. Annak a tisztázását segítette, hogy a fentebb említett szórásbeli eltérések mögött a véletlen vagy egy másik magyarázó tényező hatása bújjik-e meg. Ilyen tényezőnek tekinthető adott populáción belüli csoportok átlagai közti eltérést. Annak a kérdésnek az eldöntésére alkalmaztuk, hogy egy minőségi és egy mennyiségi ismérv esetén van-e kapcsolat a minőségi ismérv ismérvváltozatához való tartozás és a mennyiségi ismérv között. A vizsgálat során F próbát alkalmaztunk, mivel a szórásnégyzetek  $\chi^2$ -eloszlásúak, így hányadosukat F-eloszlással tesztelhetjük (Freedman et al., 2005).

Faktoranalízist alkalmaztunk, hogy megkerestük az eredeti változók, azaz a kérdőívben felsorolt versenyképességi tényezők egymással szorosabb korrelációban levő csoportjait. A csoportok elkülönítése után értelmeztük a faktorokat. Így az eredeti változókat néhány faktorban összesíthettük, és ezekkel, mint új változókkal dolgozhattunk tovább. Az adatokat tesztelésére használtuk a KMO mérőszámot, a Bartlett próbát. A Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) kritérium az egyik legfontosabb mérőszám annak megítélésében, hogy a változók mennyire alkalmasak a faktoranalízisre. A KMO-érték az MSA (measure of sampling adequacy) értékek átlaga. Míg az MSA érték az egyes változókra vonatkozik, a KMO az

összes változóra egyidejűleg (Sajtos – Mitev, 2007). A faktormodellt akkor fogadtuk el jól illeszkedőnek, hogy ha a faktorok által kifejezett teljes variancia (TVE) eléri a 60%-ot (Freedman et al., 2005). Az illeszkedés javítására varimax rotációt (ortogonális forgatás) és Kaiser normalizációt használtunk. Az összegyűjtött kérdőívek kiértékelését SPSS statisztikai programcsomag segítségével végeztük el.

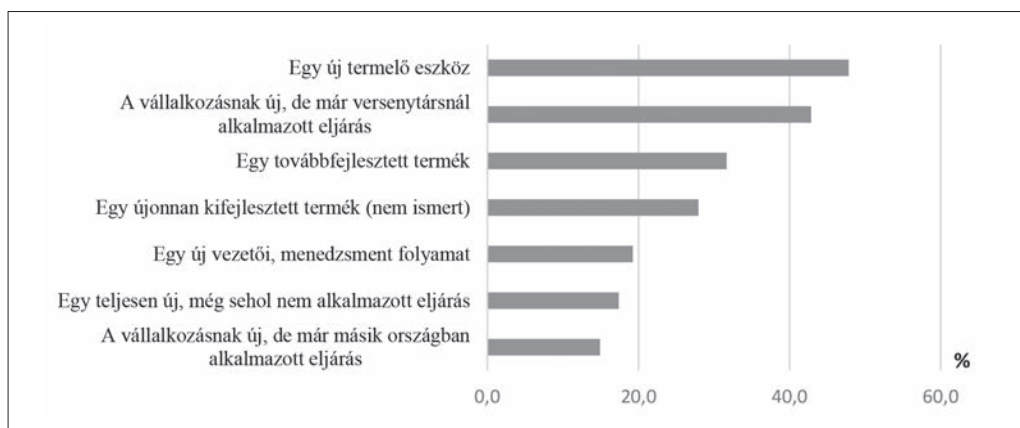
### A minta jellemzői

A kiértékelhető kérdőívek száma 161 volt, melyből a méret alapján 91,3% mikrovállalkozás, 8,1%-a kis vállalkozás és csupán 0,6% közepes méretű. Ez azt jelenti, hogy összesen 13 válaszadó van, ahol 10 főnél többet foglalkoztatnak, 47,2% esetében pedig egyáltalán nincs foglalkoztatott, ami feltételezi, hogy alkalmazottként be nem jelentett családtagok végezték a mezőgazdasági tevékenységet. A válaszadók között nem volt olyan, akinek kizárólag alapfokú végzettsége van: 47,2% rendelkezik középfokú végzettséggel, akik közül legmagasabb arányban a szakközépiskolai végzettségűek vannak (23%). A megkérdezetteknek majdnem a fele rendelkezik egyetemi (BSc vagy MSc) diplomával

(ketten kisdoktori vagy PhD fokozattal is, de a minta elaprózódásának elkerülése érdekében ezek az egyedek az MSc kategóriába sorolódnak). A válaszadók gazdasági forma szerinti megoszlásának elemzése során kirajzolódik, hogy közel a minta fele (45%) kistermelő, 24% társas vállalkozás, 20% egyéni vállalkozás, 5% pedig családi gazdálkodó vagy őstermelő. Egyéb kategóriába 6%-a sorolta magát. Ebből látszik, hogy a termelők nem mindig vannak tisztában a gazdálkodás szervezeti kereteivel. Valamilyen integrációban vagy együttműködésben a válaszadók 55,9%-a vesz részt. Ezek zöme, 40%-a valamilyen termelői csoportban, 8%-a termelő és értékesítő szövetkezetben, másik 8% pedig az előző két kategória mind-egyikében részt vesz.

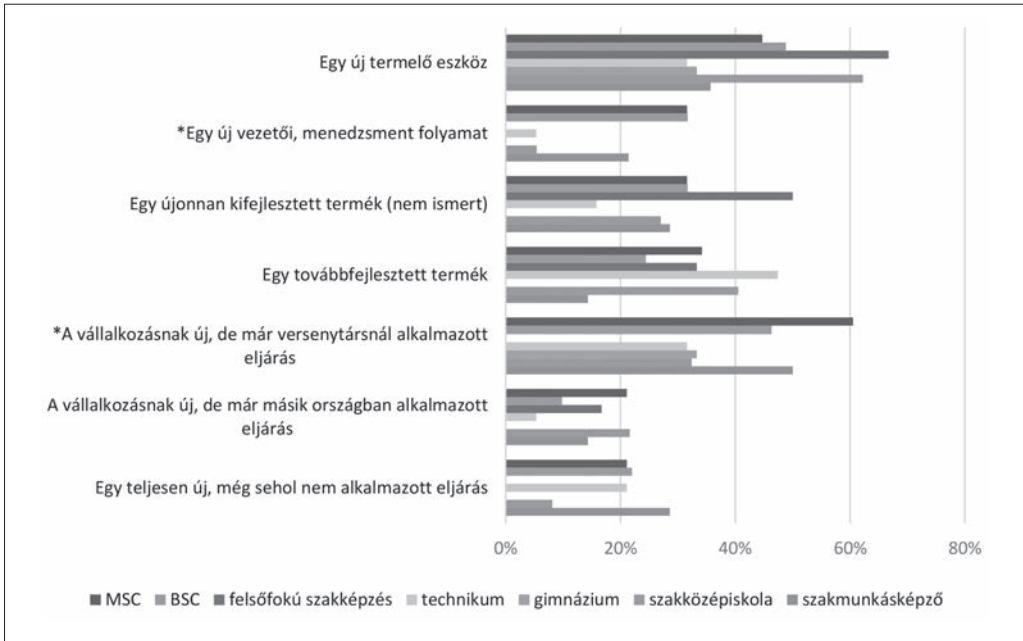
### Eredmények

Az alábbi részben a válaszadók innovációhoz, fejlesztéshez való kapcsolatát vizsgáltuk, illetve a kérdőív kérdései erre a területre vonatkoztak. Az innováció értelmezéséhez többféle fogalmat soroltunk fel. A megkérdezett vállalkozások jelölték többszörös választással, hogy a felsoroltak közül mit tekintenek inno-



3. ábra: Mit tekintenek leginkább innovációnak a válaszadók?  
Figure 3: What do respondents consider to be the innovation mostly?

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján



4. ábra: Milyen arányban tekintik innovációnak az egyes tényezőket az adott iskolai végzettséggel rendelkező válaszadók?

Figure 4: To what extent do respondents with different educational qualifications consider each factor to be an innovation?

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján

vációknak. A legnagyobb arányban, a válaszadók közel fele (47,8%) egy új termelőeszköz használatát innovációnak tekinti. Szorosan emögött vannak (42,9%) az új – de már elterjedt eljárások. Érdekes, hogy egy teljesen új, eddig sehol nem használt eljárást jóval kisebb arányban tartanak innovációnak (17,4%) (3. ábra).

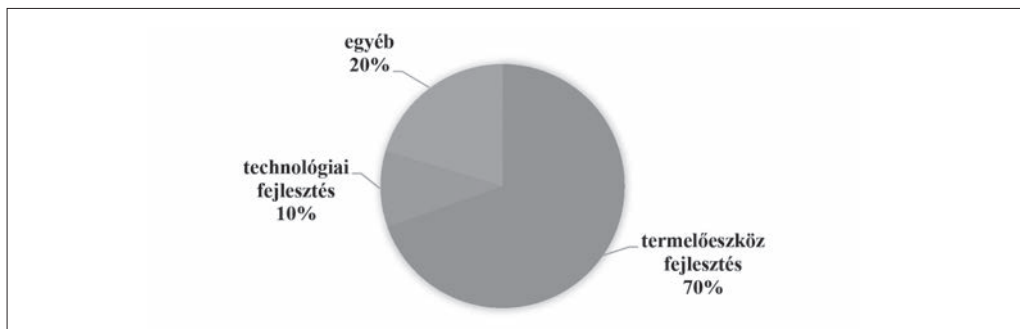
A fogalomról alkotott elképzelések kapcsán érdekelt minket, hogy van-e befolyása az iskolai végzettségnek, azaz mekkora arányban tekintik az adott állítást innovációnak az egyes iskolai végzettséggel rendelkezők.

Kimutattuk továbbá, hogy kapcsolat van az iskolai végzettség a fogalom meghatározás között ( $p < 0,05$ ). Az iskolai végzettség befolyásolja az innováció fogalmának kiválasztását. A kapcsolat erőssége azonban gyengén közepes, mert a 0,33-as értéket vette fel. (4. ábra).

A 4. ábráról megállapítható, hogy a diplo-

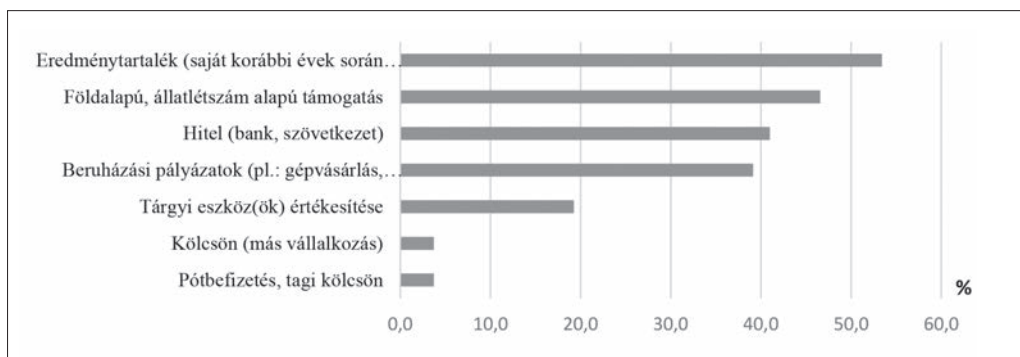
mával rendelkezők leginkább az új vezetői, menedzsment folyamatot és a vállalkozásnak új, de máshol már alkalmazott eljárást tartották leginkább innovációnak. Egy újonnan kifejlesztett, nem ismert terméket a felsőfokú szakképzésben (jelenleg felsőoktatási szakképzés) végzetek tartották leginkább innovációnak. Az új termelőeszközt pedig szintén a felsőfokú szakképzésben résztvevők, valamint a szakközépiskolai végzettséggel rendelkezők sorolták elsősorban az innovációhoz. A megkérdezett vállalkozások közel 83%-ánál volt valamilyen fejlesztés. Azok, akik fejlesztettek nagyrészt (70%) termelőeszközt vásároltak. Míg kisebb részben voltak azok, akik technológiai fejlesztést és egyéb, szervezetfejlesztést, átalakítást, racionalizálást végeztek (5. ábra).

A fejlesztésekhez felhasznált finanszírozás



5. ábra: A végrehajtott fejlesztések megoszlása  
Figure 5: Distribution of developments made

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján



6. ábra: A fejlesztések finanszírozási forrásai  
Figure 6: Sources of financing for developments

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján

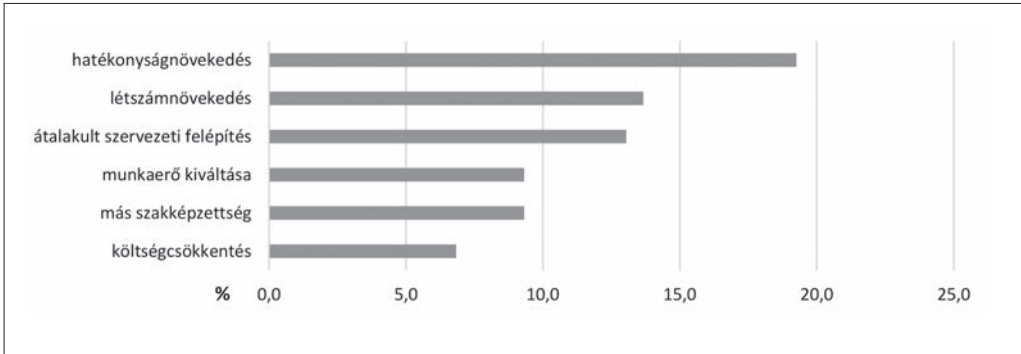
forrásait a legtöbben eredménytartalékokból teremtették elő (53,4%), ami saját forrásból való finanszírozás előnybe részesítését jelenti. A külső források közül a területalapú támogatás felhasználást, a beruházási hiteleket, valamint a pályázatok lehetőségeit használták ki a termelők. Legkevésbé a tárgyi eszközértékesítést, a más vállalkozásoktól és a pótbefizetés és a tagi kölcsön választották.

A 6. ábrán bemutatott finanszírozási forrásokon kívül legtöbben a részvénykibocsátást, mint finanszírozási forrást ismerik (57,1%). A kockázati tőkebevonás ismertségi aránya 34,8%, az MRP programot 14,9% ismerik. A fejlesztések hatásai változatosak voltak a megkérdezett válaszadóknál (7. ábra).

Legnagyobb arányban hatékonyságnövekedést értek el a fejlesztésekkel (19,3%), ezt követi a létszámnövekedés és szervezet átalakítás. Legkisebb arányban a költségsökkenést jelölték meg a válaszadók (6,8%).

Összehasonlítva az 5. ábrával, arra a következtetésre jutunk, hogy azok a mezőgazdasági termelők, akik fejlesztettek a hatékonyságjavulást leginkább új termelőeszköz vásárlásával érték el. Vizsgáltuk mennyire vesznek részt az alkalmazottak az innovációban. Elenyésző arányban vannak azok a gazdálkodók, (4,3%) ahol a munkavállalók fejlesztettek és azokat a vállalkozás fel is használta. A fejlesztésük a munkaszervezés területén jelent meg, ahol a gyakorlati tapasztalatukat





7. ábra: A fejlesztések hatásai a vállalkozásoknál  
Figure 7: The effects of developments on businesses

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján

fel tudták használni, és a munkaműveleteket gyorsítani tudták.

### Faktoranalízis

A legfontosabb versenyképességi tényezőnek az állandó jogszabályi háttérrel jelölték meg a válaszadók, míg a legutolsó helyre pedig a finanszírozási források ismerete került.

A rangsorban az együttműködés és az innováció hátrább szorult, de az új technológiák elérhetősége a második legfontosabb tényezőnek tartották. Véleményünk szerint ez azt jelenti, hogy a gazdálkodók inkább átveszik, megvásárolják az új technológiát, mint maguk fejlesztik, azaz saját K+F tevékenységet alig vagy egyáltalán nem végeznek.

Érdekelte minket, hogy vajon a méret és új technológia/innováció között van-e kapcsolat? Úgy véltük, hogy mezőgazdasági termelők esetében a gazdaság mérete befolyásolja, az innovációs hajlandóságot. A 8. számú ábrán bemutattuk, hogy a versenyképességi tényezőket a kérdőívet kitöltők hogyan

Érdekelte minket, hogy vajon a méret és új technológia/innováció között van-e kapcsolat? Úgy véltük, hogy mezőgazdasági termelők esetében a gazdaság mérete befolyásolja, az innovációs hajlandóságot. A 8. számú ábrán bemutattuk, hogy a versenyképességi tényezőket a kérdőívet kitöltők hogyan



8. ábra: A versenyképességi tényezők rangsora a termelők szerint  
Figure 8: Ranking of competitiveness factors by farmers

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján



rangsorolták. Kiderült, hogy a legfontosabb versenyképességi tényezőnek az állandó jogszabályi háttérrel jelölték meg. Az új technológiák elérhetősége a második, míg az innováció megléte csupán a hatodik helyre került. Úgy gondoltuk érdemes megvizsgálni, hogy a méretnek van-e befolyásoló hatása. A csoportokat a kérdőív 2. kérdésére adott válaszok alapján képeztük.

A versenyképességi tényezőkben két külön fogalommal jelöltük a megújulási képességet: innováció és új technológiák elérhetősége. Az innováción az értettük, hogy a vállalkozás maga fejleszt ki például új terméket, technológiát. Az új technológia elérhetősége pedig azt jelentette, hogy megvásárolja, alkalmazza mások fejlesztéseit.

A fogalmak finomításával megtudtuk, hogy a mezőgazdasági termelők vezetőik vagy inkább követők a fejlesztés területén, és arra is választ kaptuk, hogy menderre kihatással van-e a gazdaság mérete. A vizsgálatban leíró

statisztikát és varianciaanalízist használtunk. Az eredményeket a 4-es számú táblázat mutatja.

Az 5. számú táblázat szerint:

- Az új technológiák elérhetőségének fontosságát eltérően rangsorolták a mikro- és kisvállalkozások: a kisvállalkozások sokkal magasabbra (2,54) míg a mikrovállalkozások hátrébb rangsorolták (4,94). Ez az eltérés szignifikáns ( $F = 4,288$ ;  $p = 0,015$ ).
- Az innováció megléte kapcsán nincs ilyen rangsorolás szerinti eltérés, mindkét méretkategória átlagosan a 4-6 helyre sorolta ( $p = 0,276$ ). Az eltérés itt nem szignifikáns. Megállapítást nyert, hogy a gazdaság mérete befolyásolja a mezőgazdasági vállalkozások az innovációs készségét, azaz a mikro- és kisvállalkozások az innováció területén követők és a mások által fejlesztett új technológiák átvételét részesítik előnybe a saját fejlesztéssel szemben.

Versenyképességi tényezők csoportosítása

Versenyképességi tényezők	Vállalkozás mérete	Elemsszám	Átlag	Standard eltérés	Standard hibahatár	95% Megbízhatósági intervallum		Minimum érték	Maximum érték
						Alsó határ	Felső határ		
Az új technológiák elérhetősége	mikro	144	4,94	2,874	0,24	4,47	5,42	0	10
	kis	13	2,54	2,367	0,656	1,11	3,97	0	9
	közepes	1	5	.	.	.	.	5	5
	Összes	158	4,75	2,897	0,23	4,29	5,2	0	10
Innováció megléte	mikro	144	5,66	2,653	0,221	5,22	6,1	0	10
	kis	13	4,38	3,686	1,022	2,16	6,61	1	10
	közepes	1	6	.	.	.	.	6	6
	Összes	158	5,56	2,752	0,219	5,12	5,99	0	10

4. táblázat: A vállalkozás mérete és az innováció szintje

Table 4: Business size and level of their innovation

Forrás: az adatok alapján saját szerkesztés



Verseny-képességi tényezők		Négyzetösszeg	df (szabadságfok)	Átlagos négyzetösszeg	F-Próba eredménye	Szignifikancia
Új technológiák megléte	Csoportok között	69,087	2	34,544	4,288	0,015
	Csoporton belül	1248,786	155	8,057		
	Teljes	1317,873	157			
Az innováció megléte	Csoportok között	19,584	2	9,792	1,298	0,276
	Csoporton belül	1169,403	155	7,545		
	Teljes	1188,987	157			

5. táblázat: Variancia analízis eredménye

Table 5: Result of variance analysis

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján

A legjobban illeszkedő modellhez két változó (gyors ügyintézés és együttműködések megerősítése/kialakítása) kihagyása volt szükséges, ugyanis ezek nem illeszkedtek megfelelően egyik faktorra sem. Az így előállt 3 faktor illeszkedése azonban megfelelő (KMO = 0,712; Bartlett-teszt:  $p = 0,000$ ; TVE (teljes kifejezett variancia) = 60,121%.

Az eredmények a rotált faktormátrixból olvashatók ki: a három előállt faktor közül

az első az „innováció és anti-bürokrácia” (a negatív faktorsúlyok miatt az intézményi és a jogszabályi háttér ellentétesen mozog az innovációhoz és technológiához képest); a második a „HR tényezők”; a harmadik pedig a „finanszírozás és infrastruktúra”.

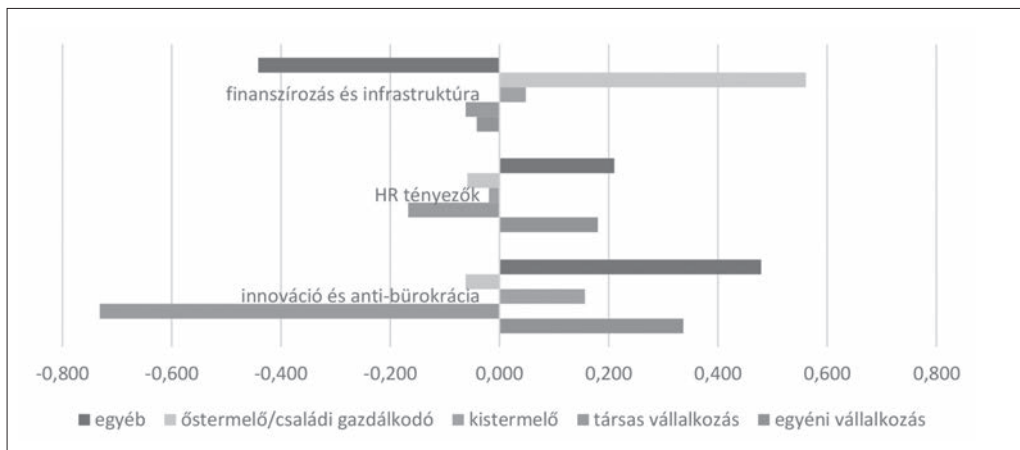
Ezek alapján a versenyképességi tényezők megítélését e három faktor tekintetében tudtuk vizsgálni. Mivel a faktorsúlyok rangsor-számok alapján kerültek kiszámolásra, így

Versenyképességi tényezők	Faktorok		
	1	2	3
Innováció megléte	,778		
Az új technológiák elérhetősége	,756		
Megbízható intézményi háttér	-,746		
Állandó jogszabályi háttér	-,687		
A piac igényeinek megfelelő szakképzés		,818	
Megfelelő számú és képzett munkavállaló, munkáltató		,709	
Finanszírozási források ismerete			,797
Jól kiépített infrastruktúra (szállítás, információtovábbítás)			,683

6. táblázat: Rotált faktormátrix

Table 6: Rotated factor matrix

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján



9. ábra: Vállalkozási forma és versenyképességi tényezők  
Figure 9: Business form and competitiveness factors

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján

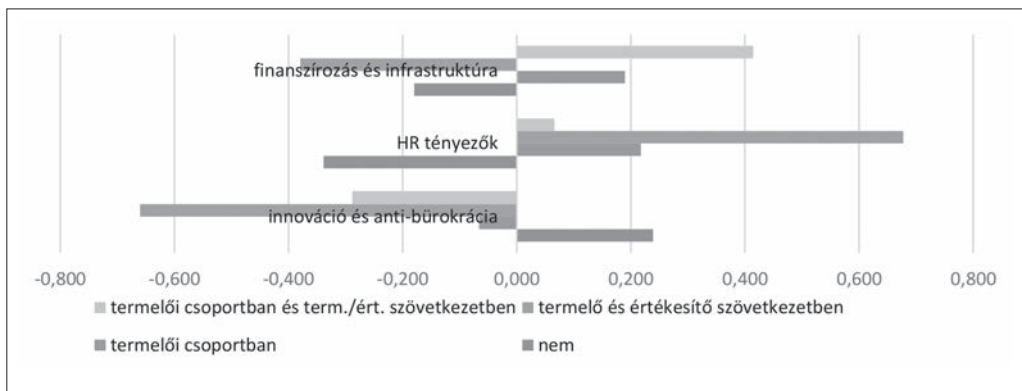
a negatív átlag magas rangsorszámot jelöl, a pozitív átlag alacsony rangsorszámot.

Az eltérések az egyes gazdasági formák versenyképességi tényező rangsora tekintetében az alábbi 9. ábra szerint alakul. Az eltérés az innováció és anti-bürokrácia kapcsán szignifikáns (ANOVA:  $F = 7,938$ ;  $p = 0,000$ ). Tehát az innováció és anti-bürokrácia sokkal (szignifikánsan) fontosabb a társas vállalkozásoknak, mint a többi gazdasági formának.

Vizsgáltuk, hogy a versenyképességi ténye-

zők közül mit tartanak fontosnak az integrációban résztvevők, mint a nem résztvevő gazdálkodók. Az innovációs folyamatok jellemzőit a 10-es ábrán ismertetett integrációs típusokban mutattuk ki.

Az integrációban való részvétel kapcsán minden esetben jelentős az eltérés. Az integrációban nem résztvevők számára kevésbé fontos az innováció és a bürokrácia, mint a résztvevők számára (ANOVA:  $F = 3,853$ ;  $p = 0,011$ ). A HR tényezők pedig pont az integ-



10. ábra: Integrációban való részvétel és a versenyképességi tényezők  
Figure 10: Participation in integration and the competitiveness factors

Forrás: saját szerkesztés az adatok alapján



rációban nem résztvevők számára nagyon fontos versenyképességi tényező (ANOVA:  $F = 6,194$ ;  $p = 0,001$ ).

A finanszírozás és infrastruktúra nagyon fontos az integrációban nem résztvevők számára, valamint azok számára, akik termelő és értékesítő szövetkezetekben vesznek részt és kevésbé fontos a többi féle integrációban résztvevők számára. Megállapítottuk, hogy a versenyképességi tényezők közül mást tartanak fontosnak az integrációban résztvevők, mint a nem résztvevő gazdálkodók.

### Összefoglalás

Kutatásunk célja az volt, hogy megvizsgáljuk az összefüggéseket a mezőgazdaságban működő vállalkozások esetében, hogy hogyan értelmezik az innovációt, milyen forrásokat vesznek igénybe fejlesztéseik során, van-e összefüggés a válaszadók végzettsége és innovációs készsége között. Hogyan viszonyulnak a különböző integrációban résztvevők az innovációhoz, mint versenyképességi tényezőhöz. Az innovációval kapcsolatos kérdésekre adott válaszokból egyértelműen kiderült, hogy a kitöltők több mint 80%-nál a működés kezdete óta volt fejlesztés, de ez nagyrészt termelőeszköz vásárlást jelentett. Bizonyosodott, hogy a technológiában a magyar gazdák inkább követők, mint újítók és saját fejlesztéssel kevesen foglalkoznak, ami visszautal a kis birtokméretre, és az alacsony jövedelemszintre. Faktoranalízis során három faktort alkottunk a versenyképességi tényezőkből, és összehasonlítottuk a különböző csoportok véleményét. Ennek alapján kijelenthető, hogy az integrációban résztvevők számára fontosabb az innováció, az új technológiák elérhetősége és az állandó jogszabályi háttér, a megbízható intézményi struktúra, mint az integrációban nem résztvevők számára.

### FELHASZNÁLT IRODALOM

Baumol W. J. (1968): Entrepreneurship in economic theory. *The American Economic Review* 58 (2) pp. 64-71.

Biró Sz. (szerk.) (2014): Innováció a magyar agrár- és vidékfejlesztésben. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. 134. p.

Buday-Sántha A. (2011): Agár- és vidékpolitika. SALDO Zrt., Budapest. 378. p.

Buzás Gy. – Nemessályi Zs. – Székely Cs. (2000): Mezőgazdasági üzemtan I. Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó, Budapest. 461. p.

Chikán A. (2008): Vállalatgazdaságtan. Aula Kiadó Kft., Budapest. 616. p.

Csath M. (szerk.) (2016): Regionális versenyképességi tanulmányok. NKE Szolgáltató Nonprofit Kft., Budapest. 319. p.

Csizmadia P. (2015): A szervezeti innováció és tudásfelhasználás mintái a magyar gazdaságban. Doktori értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. 199. p.

Csizmadia Z. – Grosz A. (2012): Innováció és együttműködési hálózatok Magyarországon. pp. 52-73. In.: Bajmócy Z. – Lengyel I. – Málóvics Gy. (2012): Regionális innovációs képesség, versenyképesség és fenntarthatóság. JATEPress, Szeged. 393. p.

Drucker P. F. (1993): Innováció és vállalkozás az elméletben és a gyakorlatban. Park Kiadó, Budapest. 272. p.

EC (2004): Innovation Management and the Knowledge-driven Economy. 166. p. <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/dd46213f-89e1-4c20-ad21-f3adca0b0f7f>, lekérdezés időpontja: 2022. január 19.

Freedman D. – Pisani R. – Purves R. (2005): Statisztika. Typotex Kiadó, Budapest. 812. p.

Goulding I. – Kennedy A. M. (1983): The development Adaption and Diffusion of New Industrial Product. *International Marketing* 17 (3) pp. 3-30.



- Husti I. (2013): Kiútkeresés az agrárinnovációban. *Gazdálkodás* 57 (1) pp. 3-14.
- Katona J. (2006): Az Oslo kézikönyv harmadik kiadásának kiértékelése. Magyar Innovációs Szövetség, Budapest. 27. p. <https://nkfi.gov.hu/hivatalrol/jogelod-szervezetek/oslo-kezikonyv-harmadik>, letöltés ideje: 2022. január 19.
- KSH (2017): Kutatás-fejlesztés 2017. [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) Letöltés: 2022. január 19.
- KSH (2020): Kutatás-fejlesztés és az innováció főbb arányai. [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu) Letöltés ideje: 2022.01.19.
- Neményi M. – Székely Cs. (szerk.) (2013): A határ menti régiók innovációs pozíciója az Inno-cropFood projekt földrajzi területén az élelmiszergazdasági szektorban a közös K+F+I kapacitások szemszögéből. 494. p. <https://adoc.pub/queue/tanulmany-sopron-2013.html> Letöltés ideje: 2022. január 19.
- NKFIH (2021): Magyarország Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Stratégiája (2021–2030) <https://nkfi.gov.hu/hivatalrol/strategia-alkotas/kutatasi-fejlesztési-innovációs-strategia> letöltés ideje: 2022. január 19.
- OECD (2005): Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data. 3<sup>rd</sup> Edition. 164. p. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5889925/OSLO-EN.PDF> Letöltés ideje: 2022. január 19.
- Popp J. – Hollósi D. – Fazekas P. – Oláh J. (2017): A versenyképes mezőgazdaság, a földár és a föld jövedelemtermelő képességének összefüggései. *Gazdálkodás* 61 (6) pp. 491-504.
- Prahalad C. K. (2009): Új menedzsment paradigmák felé. Az alapvető képességtől a közös értékteremtésig. Alinea Kiadó – Rajk László Szakkollégium. 387. p.
- Pupos T. – Szűcs I. (2013): Az innováció a mezőgazdaságban. pp. 161-181. In.: Pupos T. (szerk.) *Mezőgazdasági vállalatok stratégiai menedzsmentje*. Debreceni Egyetem AGTC, Debrecen. 218. p.
- Roóz J. (2002): A vállalkozások gazdaságtana. Perfekt, Budapest. 271. p.
- Rothwell R. (1994a). *Industrial innovation: success, strategy, trends*. In.: Dodgson M. – Rothwell R. (eds.) *The Handbook of Industrial Innovation*. Edward Elgar Publishing Limited, UK. 480. p.
- Rothwell R. (1994b): Towards the Fifth-Generation Innovation Process. *International Marketing Review* 11 (1) pp. 7–31.
- Sajtos L. – Mitev A. (2007): SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv. Alinea Kiadó, Budapest. 404. p.
- Sándorné K. É. – Csesznák A. – Ország G. (2013): *Statisztika I. Nemzedékek Tudása Tankönyvkiadó Zrt., Budapest. 246. p.*
- Schienstock G. – Hämäläinen T. (2001): Transformation of the Finnish innovation system: A network approach. Helsinki: SITRA, Sitra Reports series 7. 247. p.
- Schmookler J. (1966): *Invention and Economic Growth*. Harvard University Press. 332. p.
- Schumpeter J. A. (1934): *Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press. 255. p.
- Schumpeter J. A. (1939): *Business cycles: A Theoretical, Historical and Statistical Analysis of the Capitalist Process*. MacGraw Hill, New York. 385. p.
- Schumpeter J. A. – Joseph A. (1980): *A gazdasági fejlődés elmélete. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest. 320. p.*
- Szentesi I. (2019): *Az utódlás hatása a mezőgazdasági gazdálkodók együttműködési és innovációs készségére, versenyképességére*. Szent István Egyetem, *Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola. Doktori (PhD) értekezés. 143. p.*
- Takácsné Gy. K. – Takács I. (2016): *A magyar mezőgazdaság versenyképessége a hatékonyság változások tükrében*. *Gazdálkodás* 60 (1) pp. 31-50



Vásáry V. – Biró Sz. – Kis M. – Varga E. (2021): A vidéki területek hosszú távú jövőképe - Empirikus kutatás a magyar agrártudásmegosztási és innovációs rendszerre fókuszálva. Multidiszciplináris kihívások, sokszínű válaszok 1 pp. 51-77. <https://ojs3.mtak.hu/index.php/mksv/article/view/4864/5205>

### **Jogszabályok:**

2004. évi CXXXIV. törvény a kutatásfejlesztésről és a technológiai innovációról. [http://www.hipo.gov.hu/jogforras/2004\\_CXXXIV\\_tv\\_K+F.pdf](http://www.hipo.gov.hu/jogforras/2004_CXXXIV_tv_K+F.pdf) Lekérdezés ideje: 2022. január 19.

2014. évi LXXVI. törvény a tudományos kutatásról, fejlesztésről és innovációról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1400076>.TV lekérdezés ideje: 2017. október 16.

2019. évi CXXXIII törvény a tudományos kutatásról, fejlesztésről és innovációról szóló 2014. évi LXXVI. törvény és egyes kapcsolódó törvényi rendelkezések módosításáról. <https://mkogy.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1900123>.TV lekérdezés ideje: 2022. január 17.





# Hajdúszoboszló turisztikai vendégforgalmának elemzése a COVID-19 járványt megelőző évtizedben

## An analysis of Hajdúszoboszló's tourism demand in the decade before the COVID-19 pandemic

Vargáné Csobán Katalin –  
Szöllős-Tóth Andrea –  
Sánta Ádám Kálmán

### ABSZTRAKT

Magyarországon az egészségturizmus a természetes gyógytényezők, a magas színvonalú infrastruktúra, valamint a kulturális hagyományok miatt stratégiai fontosságú turisztikai termék mind a belföldi, mind a nemzetközi küldőpiacok szempontjából. A hazai fürdővárosok az ország legnépszerűbb desztinációi közé tartoznak.

Kutatásunk elsődleges célja az volt, hogy feltárjuk Hajdúszoboszló, a kiemelkedő látogatottságú vidéki fürdőváros turisztikai keresletének fő jellemzőit, trendjeinek alakulását az elmúlt évtizedben a pandémia kezdetéig. További célunk, hogy gyakorlati iránymutatást nyújtsunk a desztináció me-

nedzsmenttel foglalkozó szervezetek, a helyi döntéshozók és szolgáltatók számára a város marketingstratégiájával, célpiaci szegmentációjával kapcsolatban. Vizsgálatunk fő módszere az idősoros vendégforgalmi adatok elemzése volt, emellett kérdőíves megkérdezést végeztünk a vendégek körében. Az eredmények tükrében megállapítottuk, hogy Hajdúszoboszló célpiaci szegmentációja megfelelő volt, a belföldi és a külföldi vendégek kiegyensúlyozott aránya, valamint a nemzetközi küldőpiacok változatossága előnyösek a város számára. A küldőpiacok kedvező összetétele a koronavírus járvány idején is megerősítést nyert, hiszen a belföldi vendégek részben ellensúlyozni tudták a külföldi turisták hiányát. A jövőben is érdemes törekedni



a küldőpiacok sokszínűségére, a megosztott nemzetközi jelenlétre, hiszen ezzel jelentősen csökkenthető az egyes piacok gyors változásából eredő kockázat. Ugyanakkor érdemes komplex turisztikai termékek létrehozásával új piacok megnyerésére is törekedni.

## ABSTRACT

Health tourism is a strategically important tourism product in Hungary for the domestic and international markets, resulting from the natural conditions, the good infrastructure and the cultural traditions. Spa towns belong to the most popular tourist destinations of Hungary.

The primary aim of the present research is to investigate the main characteristics and trends of the tourism demand in Hajdúszoboszló, the well-known spa town in the period of the last decade up to the coronavirus pandemic. Our further aim is to provide practical guidance to the destination management organizations, the local decision-makers and businesses in relation to the town's marketing strategy and target market segmentation. The main method was the analysis of the time-series data regarding tourism demand in Hajdúszoboszló, furthermore a questionnaire survey among the visitors was also implemented. The findings suggest that target market segment strategy of the town's destination management organization was efficient, as the balanced distribution of domestic and various international tourists is advantageous for the spa town's tourism. The favourable distribution of the source markets was justified during the pandemic, too when the international guests were partly substituted by the domestic tourists. In the future it is worth maintaining the diversity of the source markets, both on the domestic and the international markets, since it may significantly reduce the risks arising from the sudden change of the market demand. It can

also be concluded that new markets should be targeted by creating complex tourism products at the destination.

## Bevezetés

Hajdúszoboszló, az Alföld ismert és népszerű fürdővárosa, amely évek óta a leglátogatottabb hazai turisztikai desztinációk között szerepel a vendégek és vendégéjszakák száma alapján is. A város az Észak-Alföldön, Hajdú-Bihar megyében, Debrecentől mintegy 20 km-re helyezkedik el. Hajdúszoboszló állandó lakosainak száma alig több, mint 24.000 fő (Népesség, 2020), sok tekintetben azonban jobb adottságokkal rendelkezik, mint az ország hasonló méretű városai, melynek elsődleges oka az 1925-ben felfedezett gyógyvíz, valamint az erre épülő fejlett és jól működő turisztikai ágazat. A turizmus és a kapcsolódó gazdasági tevékenységek, így például a kiskereskedelem, vendéglátás és egyéb szolgáltatások jelentik a város gazdasági életének alapját. Az ágazat kiemelkedő szerepet tölt be a foglalkoztatásban is, a munkanélküliség mértéke a megyei átlagnál kedvezőbb, azonban a turizmus, valamint a szintén jelentős agrárgazdaság sajátosságai miatt jellemző a városban a szezonális munkanélküliség (Hajdúszoboszló, 2015).

Jelen kutatásunk elsődleges célja az, hogy feltárjuk Hajdúszoboszló, a kiemelkedő látogatottságú vidéki fürdőváros turisztikai keresletének fő jellemzőit, trendjeinek alakulását az elmúlt évtizedben a világjárvány beköszöntéig. Vizsgáljuk, hogy a magyar fürdővárosban melyek a legfontosabb belöldi és nemzetközi küldőpiacok, megfelelő volt-e a desztinációban alkalmazott célpia-csi szegmentáció, valamint felmérjük, hogy a világjárvány második évében mennyire elégedettek a városba látogató vendégek Hajdúszoboszló kínálatával. A vendégek véleményének megismerése azért is különösen fontos, mert a pandémia előtt az ún. „túlzott





turizmus” egyes jelei tapasztalhatók voltak a városban. Korábbi kutatásunkban azt állapítottuk meg, hogy a helyi lakosság érzékeli a turisták nagy létszámából eredő negatív hatásokat, a turisták által érzékelt hatásokkal kapcsolatban azonban eddig nem történt tudományos igényű felmérés (Szöllős-Tóth – Vargáné Csobán, 2021). További célunk, hogy a primer és szekunder kutatások révén új eredményekkel gazdagítsuk a hazai fürdővárosok turizmusát elemző szakirodalmat, valamint gyakorlati iránymutatással szolgáljunk a helyi döntéshozók és szakmai szolgáltatók számára a jövőbeli célpiacon meghatározásában, a kínálati elemek fejlesztésében.

### Az egészségturizmus jelentősége

Az egészséges életmód, a fizikai, szellemi és lelki jóllét iránti érdeklődés élnkülése, az egészségtudatos magatartás az elmúlt két évtized jelentős trendjévé vált, amely az egészségturizmus térhódításához is nagymértékben hozzájárult (Hall, 2003). A demográfiai változások, így például a nyugati társadalmak elöregedése, a növekvő élettartam többek között azt eredményezte, hogy egyre többen érdeklődnek a jó életminőség megőrzését segítő egészségturisztikai szolgáltatások iránt (Cooper, 2009). Az életritmus felgyorsulása komoly stresszforrást jelent a modern kor emberének, amely pszichés és fizikai betegségekhez vezethet. Ennek megelőzése, leküzdése érdekében sokan útra kelnek néhány napra vagy akár több hétre, hónapra is. A nyugati világból származó individualista gondolkodásmód, amely szerint az egyén áll a középpontban, ugyancsak kedvez a testi-lelki kényeztetést, felüdülést kínáló utazásoknak (Voigt, 2014).

Az egészségturizmus a turizmusnak az a típusa, amelyben a turista fő motivációja egészségi állapotának javítása vagy megőrzése, azaz a gyógyulás vagy a betegség megelőzése, a prevenció és a rekreáció (Rátz, 2001).

Ennek megfelelően az egészségturizmus két alszektoraként szokás meghatározni a gyógyturizmust, illetve a wellness-turizmust (Smith – Puczkó, 2010). A gyógyturizmus az állandó lakóhelyen kívüli, gyógyüdülőhelyen vagy gyógyászati létesítményben való ideiglenes tartózkodást jelenti, melynek célja a gyógyulás. Ide sorolható az orvosi tevékenységen alapuló ún. medical turizmus is. A wellness turizmus esetében a vendégek célja az egészségmegőrzés, illetve a prevenció, mely jellemzően kellemes, pihentető vagy szórakoztató környezetben valósulhat meg. A medical wellness irányzata szerint pedig a wellness kezeléseket az egészségügyi kezelésekkal ötvözik (Ruszinkó – Donka, 2019).

Az egészségturizmusban érintett desztinációk olyan helyszínek, melyeket a vendégek azért választanak, hogy egészségi állapotukat és/vagy jóllétüket javítsák (Tuominen et al., 2017). A gyógyturizmus fejlesztése különösen azokon a településeken élvez prioritást, melyek valamely természetes gyógytényezővel, így például termálvízzel, gyógyiszappal, vagy gyógyklimával rendelkeznek, míg a wellness szolgáltatások fejlesztésének nem elengedhetetlen feltétele a természetes gyógytényezők jelenléte, a jól megépített infrastruktúra elegendő lehet. Ugyanakkor bizonyított tény, hogy magának a természeti környezetnek lehet pozitív terápiás hatása (Deery et al., 2014; Dryglas – Salamaga, 2018). A vidéki területek egészséges természeti környezete különösen jó lehetőséget nyújthat az egészségtudatos életmód gyakorlására, a gyógyulásra és a rekreációra.

Hazánkban az egészségturizmus az egyedi természetes gyógytényezők, a magas színvonalú és folyamatosan fejlesztett infrastruktúra, valamint a kulturális hagyományok miatt kiemelkedő potenciállal rendelkezik. Magyarországon a 2000-es évek elejétől kezdve napjainkig jelentős fürdő- és szálláshelyfejlesztés valósult meg Európai Unió és nemzeti fejlesztési források bevonásával (Michalkó

et al., 2011). A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0 az egészség-turizmust stratégiai fontosságú turisztikai termékként határozza meg mind a belföldi, mind a nemzetközi piacokon (NTS 2030 – Turizmus 2.0, 2021). Az egészségturizmus fejlesztését támasztják alá azok a tapasztalatok és eredmények, melyek bizonyítják az ágazat gazdasági és társadalmi előnyeit. Az egészségturizmusban résztvevő turisták költsége jellemzően magasabb, mivel több és magasabb szintű szolgáltatást vesznek igénybe, mint más utazások alatt. A kereslet ráadásul időben kiegyenlítettebb, így a szezonális problémája kevésbé jelentkezik a szolgáltatóknál (Rátz, 2001; Laczkó, 2015). A wellness turizmus pedig nemcsak a senior korosztály számára vonzó, hanem az ún. X és Y generáció tagjai is szívesen részt vesznek benne. Ivancsóné és Printz-Markó (2017) kutatása szerint Magyarországon leginkább az Y generáció tagjai fogékonyak a wellness szolgáltatások, a fizikai és mentális rekreáció iránt és különösen nyitottak az egészségtudatos megatrendek iránt is. Ez utóbbi jelenség különösen fontos Hajdúszoboszló jövőbeli célpiaci marketingtevékenysége szempontjából, hiszen a fürdőváros vendégkörének megújítását, új szegmensek bevonását alapohatja meg.

Ugyanakkor a folyamatosan változó gazdasági, társadalmi, technológiai környezet számos kihívás elé állítja a fejlesztésért felelős döntéshozókat. A turizmus piacának keresleti oldalát jellemző változások előrejelzése és követése különösen nehéz és összetett feladat. A helyi döntéshozók elkötelezettsége a fenntartható fejlődés elveinek követése és gyakorlati megvalósítása iránt kiemelten fontos, hiszen a döntéseik befolyásolhatják a turizmus piacát is (Bauerné Gáthy – Vargáné Csobán, 2009). Általánosan tapasztalható a diverzifikált szolgáltatások megjelenése a hagyományos tömegturizmus által érintett területeken is (Csapó – Töröcsik, 2020).

Különösen gazdag a wellness szolgáltatások választéka, amely folyamatosan bővül innovatív elemekkel is. Ugyanakkor szükség lenne az egészségtudatos magatartás népszerűsítésére, az egészségturisztikai lehetőségek promotálására (Printz-Markó et al., 2017). Különösen a fiatalok körében lenne érdemes minél több információt megosztani a wellness szolgáltatások, az egészségturizmus témakörében (Ivancsóné Horváth – Printz-Markó, 2018). Számos marketingeszköz, így például az „influencer marketing” eszköztára kiválóan alkalmas lehet a célpiacok befolyásolására (Yetimoglu – Ugurlu, 2021). Napjainkban az egészségturizmusban is erősödik az a trend, amely szerint a fogyasztók a helyi, autentikus és egyedi élményeket keresik. Ezeknek az elvárásoknak meg kell jelenniük a kínálat elemeiben is ahhoz, hogy a desztinációk versenyképesek maradjanak.

Az európai fürdővárosok közötti fokozódó piaci verseny szükségessé teszi a marketingorientált szemléletmód erősítését, a kereslet alapos megismerését, a célpiaci szegmentációt (Hallab et al., 2003). Az integrált marketing nemcsak a szolgáltatók, hanem a desztinációk működésében is megfelelő irány lehet, hiszen ez a holisztikus megközelítés a vevőt helyezi a középpontba és új piaci rések feltárását hangsúlyozza (Ugurlu, 2021). Ez a megállapítás az egészségturizmus belföldi piacán is érvényes, hiszen a jelentős kapacitásbővülést nem követte szükségszerűen a kereslet bővülése, valamint a világjárvány következtében hozott adminisztratív intézkedések tükrében kérdéses, hogy milyen új célcsoportok jelenthetik a fürdők és a fürdővárosok keresletét a jövőben.

### **Felhasznált anyag és alkalmazott módszertan**

Kutatásunk során egyrészt szekunder adatfeldolgozást végeztünk, melynek keretében az elmúlt évtized vendégforgalmi adatait elemeztük Hajdúszoboszló Város



Megnevezés	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Belföldi vendégéjszaka	721	630	606	632	638	695	748	751	789	799	550
Külföldi vendégéjszaka	338	344	373	382	425	435	478	515	538	555	146
Összesen	1 058	974	979	1 014	1 064	1 130	1 225	1 266	1 327	1 355	697

1. táblázat: Vendégéjszakák száma Hajdúszoboszlón (ezer vendégéjszaka)  
Table 1: The number of guest nights in Hajdúszoboszló (thousand guest nights)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

Önkormányzata által gyűjtött statisztikai adatok alapján. Az évekre és hónapokra lebontott adatok nyilvánosan elérhetők Hajdúszoboszló hivatalos honlapján, illetve a város Turisztikai Desztináció Menedzsment (továbbiakban TDM) szervezete, a Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. munkatársai segítettek hiányzó adatok és információk megszerzésében. A szekunder adatelemzésen túl támaszkodtunk a városban végzett személyes megfigyeléseinkre is, valamint primer kutatás keretében kérdőíves megkérdezést végeztünk azok körében, akik már legalább 1 éjszakát eltöltöttek Hajdúszoboszlón. A primer kutatást 2021. őszi hónapjaiban online végeztük a TDM szervezet által fenntartott a közösségi oldalakat felhasználva. A kérdőíves megkérdezés elsődleges célja a vendéglégedettség vizsgálata volt. Az adatok elemzése során leíró statisztikai módszereket alkalmaztunk.

### Eredmények és azok értékelése

#### Hajdúszoboszló vendégforgalma 2010 és 2020 között

A vendégforgalom statisztikai adatai egyértelműen mutatják, hogy Hajdúszoboszló turizmusát a belföldi vendégek dominanciája jellemzi. A pandémia előtti utolsó évben, 2019-ben a belföldi vendégéjszakák száma a 800 ezret közelítette, míg a külföldi vendégéjszakák száma meghaladta az 555 ezret a kereskedelmi szálláshelyeken és az üzleti célú egyéb szállás-

helyeken (jellemzően magánszálláshelyeken) eltöltött vendégéjszakák számát összesítve. A vendégéjszakák számát tekintve stabilan növekvő tendencia rajzolódik ki az utóbbi 10 évben, a 2010-es évtized kezdeti éveit jellemző kisebb visszaesés ellenére is. A belföldi piacot érintő visszaesés háttérben elsősorban a hazai gazdaságot és társadalmat sújtó devizahitel-válság állt, melyet csupán 2015-től sikerült konszolidálni. Az ezt követő években a vendégéjszakák száma folyamatosan nőtt, egészen a világvárvány kezdetéig (1. táblázat).

A vendégek számának változása szintén folyamatosan emelkedő tendenciát mutatott a pandémia beköszöntéig. Látható, hogy a 2010-es évtized végére mintegy 60.000 fővel több belföldi és csaknem 70 000 fővel több külföldi vendég érkezett a városba, mint a 2010-es évek elején. Összességében tehát egy évtized alatt hozzávetőleg másfélszeresére nőtt a Hajdúszoboszlóra érkező vendégek száma.

A 2020-as adatok a járvány következtében bevezetett korlátozó intézkedéseknek köszönhetően nem tükrözik a város turizmusának valós, megszokott teljesítményét. 2020-ban a külföldi vendégéjszakák száma 2019-hez viszonyítva 73,6%-kal esett vissza, míg a belföldi vendégéjszakák száma 31,1%-kal csökkent. A vendégek számában szintén drasztikus visszaesés következett be 2020-ban: a külföldi vendégek száma 73,2%-kal, a belföldi vendégek száma pedig 30,9%-kal volt kevesebb, mint az előző évben (2. táblázat).

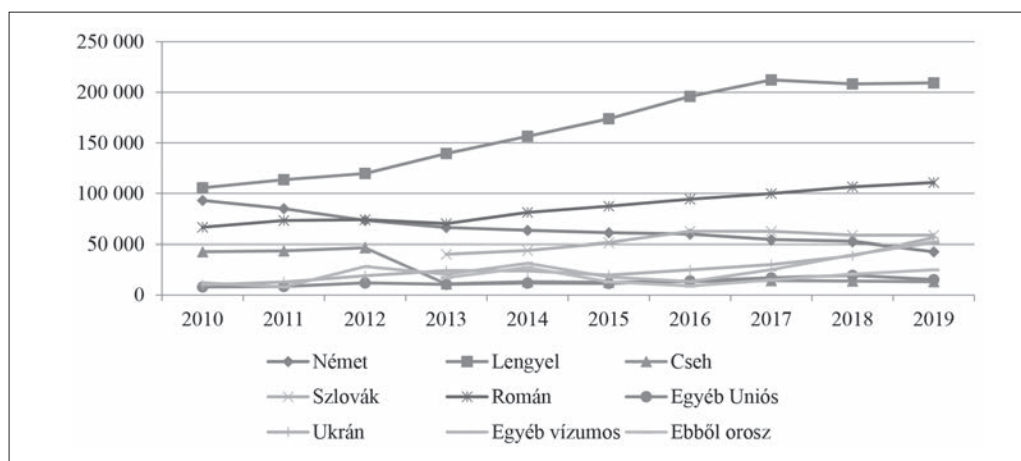
Az összes külföldi vendégen belül a lengyel vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma töretlenül bővült a vizsgált évek alatt, mely jelentős mértékben köszönhető a Hajdúszoboszlóra jellemző, hagyományosan jó lengyel–magyar kapcsolatoknak. Szintén egyértelműen erősödik a román küldőpiac szerepe: a 2013-as csekély mértékű visszaeséstől eltekintve egyenletesen emelkedik a román vendégéjszakák száma is. Ugyancsak növekvő tendenciát mutat az Oroszországból, Ukrajnából és egyéb vízumkötelezettséggel bíró országokból (pl. Moldovából) érkező vendégek által eltöltött vendégéjszakák száma is. Különösen szembeűnő a járvány kirobbanása előtti évek (2018, 2019) adatai: az ukrán vendégéjszakák száma 29,08%-kal nőtt 2017 és 2018 között, amely további 44,73%-kal lett több 2019-ben az előző évhez viszonyítva. 2017 óta ugyancsak dinamikusan emelkedett az orosz vendégek által eltöltött éjszakák száma is, az erőteljes növekedésnek köszönhetően 2019-ben már csaknem 25 000 vendégéjszakát regisztráltak Hajdúszoboszlón (3. táblázat).

Évek óta tapasztalható a német vendégkör jelentőségének mérséklődése Hajdúszoboszlón;

az elmúlt évtized adatait tekintve folyamatosan csökkenő tendencia rajzolódik ki a német vendégéjszakák és vendégek számában is. Amíg 2010-ben 92 962 német vendégéjszakát regisztráltak, addig 2019-ben már csupán kevéssel több, mint feleannyit, mindösszesen 42 763-t (3. táblázat). A német vendégek száma szintén csaknem megfelelő az elmúlt évtizedben, ugyanakkor attól sem szabad eltekinteni, hogy a német vendégek átlagos tartózkodási ideje még mindig a legmagasabb a külföldi vendégek között (1. ábra).

A vendégszámok tekintetében Hajdúszoboszló legjelentősebb küldőpiacai Lengyelország, Románia és Szlovákia, melyet Ukrajna és az egyéb vízumos országok, valamint Németország követ (4. táblázat). A járvány is bizonyította, hogy előnyösnek mondható az erős belföldi piaci jelenlét mellett a küldőországok sokszínűsége, változatosága, amely csökkenti az egyes küldőpiacok beszűküléséből eredő kockázatot.

A német vendégek számának csökkenése megállíthatatlannak tűnik az elmúlt évtized adatai alapján. Közismert tény, hogy Hajdúszoboszlóra jellemzően az idősebb



1. ábra: Vendégéjszakák számának alakulása Hajdúszoboszlón nemzetenként (vendégéjszaka)  
Figure 1: The change in the number of guest nights in Hajdúszoboszló by nationalities (guest night)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés



Megnevezés	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Belföldi vendég	199 802	180 591	178 109	191 601	198 608	217 545	238 945	248 472	263 320	264 058	182 298
Külföldi vendég	80 102	87 958	91 735	94 779	106 733	112 343	123 587	135 643	141 591	148 532	39 694
Összesen	279 904	268 549	269 844	286 380	305 341	329 888	362 532	384 115	404 911	412 590	221 992
Éves összesített változás	-0,94%	-4,06%	0,48%	6,13%	6,62%	8,04%	9,90%	5,95%	5,41%	1,90%	-46,20%

2. táblázat: Vendégek száma Hajdúszoboszlón (fő)

Table 2: Number of guests in Hajdúszoboszló (person)

Forrás: Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

Nemzet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Német	92 962	84 910	73 287	66 238	63 401	61 049	59 683	54 229	52 715	42 763	8 061
Lengyel	105 460	113 509	119 688	139 402	156 384	173 751	195 855	212 192	208 230	209 178	54 544
Cseh	42 817	43 597	46 789	11 012	13 169	12 606	13 486	14 286	13 736	13 208	3 385
Szlovák				40 259	44 056	51 475	62 533	62 426	58 601	58 526	21 918
Román	66 433	73 119	73 870	70 043	81 209	87 329	94 268	99 725	106 421	110 583	27 089
Egyéb Unió	8 004	8 502	11 989	10 549	11 820	11 484	13 908	17 011	19 519	15 254	3 174
Ukrán	10 008	12 757	19 067	24 149	23 883	19 709	24 863	30 119	38 878	56 267	16 826
Egyéb vízum	11 921	8 006	28 200	20 529	31 428	17 911	13 357	25 192	39 863	52 072	11 260
Ebből orosz				17 303	27 312	13 099	9 035	14 941	20 737	24 890	4 994

2013-tól az Egyéb Uniók között kibontva elérhető: Ausztria, Belgium, Hollandia, Egyesült Királyság, Olaszország, Svédország

2018-tól az Egyéb vízumok között megjelenik önállóan Moldova is!

3. táblázat: Vendégéjszakák száma Hajdúszoboszlón nemzetenként (vendégéjszaka)

Table 3: Number of guest nights in Hajdúszoboszló by nationalities (guest nights)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés





Nemzet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Német	8 431	7 675	6 960	6 133	5 745	5 592	5 813	5 433	5 523	4 559	1 120
Lengyel	27 905	31 829	31 383	36 081	41 019	44 584	49 570	54 118	53 415	53 980	14 064
Cseh	13 143	14 015	14 918	2 528	2 920	2 831	2 846	3 194	3 155	2 864	865
Szlovák				13 278	15 390	18 105	21 095	21 908	20 502	20 671	7 647
Román	24 342	26 687	26 699	24 207	28 139	30 243	32 630	35 418	37 912	38 962	9 347
Egyéb Unió	2 305	2 390	3 356	3 383	3 700	3 533	4 032	4 786	5 215	4 626	955
Ukrán	2 203	3 870	4 839	5 987	5 708	4 405	5 309	6 631	9 455	13 374	3 593
Egyéb vízmos	1 773	1 492	3 580	3 197	4 083	3 050	2 292	4 155	6 414	8 408	2 101
Ebből orosz				2 344	3 041	1 782	1 330	2 027	3 296	3 923	950
2013-tól az Egyéb Unió között kibontva elérhető: Ausztria, Belgium, Hollandia, Egyesült Királyság, Olaszország, Svédország											
2018-tól az Egyéb vízmos országok között megjelenik önállóan Moldova is.											

4. táblázat: Külföldi vendégek száma Hajdúszoboszlón nemzeteként (vendégéjszaka)  
Table 4: Number of international guest in Hajdúszoboszló by nationalities (guest nights)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

Nemzet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Német	-6,01%	-8,97%	-9,32%	-11,88%	-6,33%	-2,66%	3,95%	-6,54%	1,66%	-17,45%	-75,43%
Lengyel	-9,89%	14,06%	-1,40%	14,97%	13,69%	8,69%	11,18%	9,17%	-1,30%	1,06%	-73,95%
Cseh		6,63%	6,44%		15,51%	-3,05%	0,53%	12,23%	-1,22%	-9,22%	-69,80%
Szlovák					15,91%	17,64%	16,51%	3,85%	-6,42%	0,82%	-63,01%
Román	-11,63%	9,63%	0,04%	-9,33%	16,24%	7,48%	7,89%	8,54%	7,04%	2,77%	-76,01%
Egyéb Unió	-0,69%	3,69%	40,42%	0,80%	9,37%	-4,51%	14,12%	18,70%	8,96%	-11,29%	-79,36%
Ukrán	-3,80%	75,67%	25,04%	23,72%	-4,66%	-22,83%	20,52%	24,90%	42,59%	41,45%	-73,13%
Egyéb vízumos	-10,81%	-15,85%	134,00%	-10,70%	27,71%	-25,30%	-24,85%	81,28%	54,37%	31,09%	-75,01%
Ebből orosz					29,74%	-41,40%	-25,36%	52,41%	62,60%	19,02%	-75,78%

5. táblázat: Vendégszám változás üteme az előző évhez képest (%) Hajdúszoboszlón nemzetenként

Table 5: The rate of change in the number of guests in Hajdúszoboszló (%) compared to previous years by nationalities

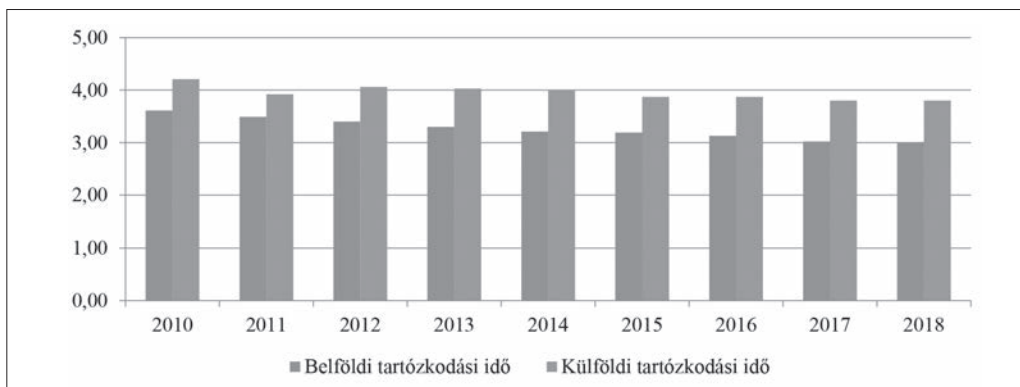
Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

Megnevezés	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Változás üteme, Belföldi	-5,05%	-3,32%	-2,58%	-2,94%	-2,73%	-0,62%	-1,88%	-3,51%	-0,66%	0,00%	0,67%
Változás üteme, Külföldi	4,78%	-6,89%	3,57%	-0,74%	-0,99%	-3,01%	0,00%	-1,81%	0,00%	-0,53%	-2,65%

6. táblázat: Átlagos tartózkodási idő változásának üteme Hajdúszoboszlón (%)

Table 6: The rate of change in average length of stay in Hajdúszoboszló (%)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés



2. ábra: Átlagos tartózkodási idő alakulása Hajdúszoboszlón (nap)  
Figure 2: Change of the average length of stay in Hajdúszoboszló (day)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

generáció tagjai érkeznek pihenni, gyógyulni a főszezonon kívüli időszakban. A német vendégkör szempontjából nehézséget jelent, hogy a város nyugat-magyarországi versenytársai szintén magas minőségű és kedvező árú szolgáltatásokat kínálnak a németajkú vendégeknek és a dunántúli fürdővárosok a földrajzi fekvésnek köszönhetően gyorsabban elérhetőek, mint Hajdúszoboszló. A magyar fürdővárosoknak összességében sem sikerült megszólítania a fiatalabb, családosszegmenst a német küldőpiacon. Ezzel ellentétben a lengyel vendégek száma dinamikusan nőtt a világvárványt megelőző években, ők pedig jellemzően családjukkal érkeznek Hajdúszoboszlóra a nyári főszezonban, és a strandolás mellett szívesen vesznek részt szervezett programokon, kirándulásokon, például a Hortobágyra, a Tisza-tóhoz vagy Debrecenbe. Ugyancsak dinamikusan nőtt a szlovák vendégek száma városban a 2020. évig. A szlovák vendégek is szívesen töltik a családi nyaralást a fürdővárosban, kihasználva a fürdő egyedi kínálatát. A román vendégek száma csaknem megduplázódott az évtized alatt, feltételezhető, hogy ha a járvány nem szakítja meg a növekedést, ez mára be is következett volna. A küldőpiac közelsége miatt a román turisták szívesen töltenek

a városban néhány napot, egy-egy hosszú hétvégét, akár évente többször is. Nemcsak a magán szálláshelyeket kedvelik, hanem a szállodákat is igénybe veszik, hiszen különösen kedvelik a wellness-szolgáltatásokat. Az ukrán vendégek számának növekedése szintén szembetűnő, hiszen a 2010-ben mért 2 203 főről 13 374 főre bővült 2019-re, amely a pandémia előtti legsikeresebb évnél tekinthető (5. táblázat).

### Tartózkodási idő Hajdúszoboszlón

Az elmúlt 10 év adatait tekintve láthatjuk, hogy Hajdúszoboszló turizmusára is jellemző az átlagos tartózkodási idő rövidülése, mind a belföldi, mind a külföldi vendégek esetében. Bár nem kedvező változás, ugyanakkor megfelel a nemzetközi trendeknek az a tendencia, mely szerint a vendégek rövidebb ideig tartózkodnak egy helyen, viszont évente többször is szívesen útra kelnek (2. ábra).

### Átlagos tartózkodási idő változásának mértéke Hajdúszoboszlón nemzetekenként

Az átlagos tartózkodási idő nemzetenkénti bontása jól mutatja, hogy a német turisták jellemzően a gyógyturizmusban vesznek részt,

Nemzet	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Német	11,03	11,06	10,53	10,80	11,04	10,92	10,27	9,98	9,54	9,38	7,2
Változás		0,27%	-4,79%	2,56%	2,22%	-1,09%	-5,95%	-2,82%	-4,41%	-1,68%	-23,24%
Lengyel	3,78	3,57	3,81	3,86	3,81	3,90	3,95	3,92	3,90	3,88	3,88
Változás		-5,56%	6,72%	1,31%	-1,30%	2,36%	1,28%	-0,76%	-0,51%	-0,51%	0,00%
Cseh	3,26	3,11	3,14	4,36	4,51	4,45	4,74	4,47	4,35	4,61	3,91
Változás					3,44%	-1,33%	6,52%	-5,70%	-2,68%	5,98%	-15,18%
Szlovák				3,03	2,86	2,84	2,96	2,85	2,86	2,83	2,87
Változás			0,96%		-5,61%	-0,70%	4,23%	-3,72%	0,35%	-1,05%	1,41%
Román	2,73	2,74	2,77	2,89	2,89	2,89	2,89	2,82	2,81	2,84	2,9
Változás		0,37%	1,09%	4,33%	0,00%	0,00%	0,00%	-2,42%	-0,35%	1,07%	2,11%
Egyéb Uniós	3,47	3,50	3,57	3,46	3,71	3,75	3,92	4,16	3,91	3,49	3,17
Változás		0,86%	2,00%	-3,20%	7,28%	1,12%	4,46%	6,20%	-5,87%	-10,95%	-9,02%
Ukrán	4,54	3,30	3,94	4,03	4,18	4,47	4,68	4,54	4,11	4,21	4,68
Változás		-27,31%	19,39%	2,28%	3,72%	6,94%	4,70%	-2,99%	-9,47%	2,43%	11,16%
Egyéb vízumos	6,72	5,37	7,88	5,58	6,47	5,57	5,64	6,10	6,36	6,26	5,20
Változás		-20,09%	46,74%	-29,19%	15,86%	-13,84%	1,26%	8,07%	4,17%	-1,65%	-20,32%
Ebből orosz				7,38	8,98	7,35	6,79	7,37	6,29	6,34	5,26
Változás					21,68%	-18,15%	-7,62%	8,54%	-14,65%	0,79%	-17,03%

7. táblázat: Átlagos tartózkodási idő változásának üteme Hajdúszoboszlón nemzetenként (éjszaka)

Table 7: The change of the average length of stay in Hajdúszoboszló by nationalities (night)

Forrás: HPH, 2021 alapján saját szerkesztés

kezeléseket vesznek igénybe, így hosszabb ideig maradnak, míg a környező országokból érkező vendégek rövidebb időre jönnek, fő motivációjuk a pihenés, élményszerzés.

### A keresleti oldal vizsgálata kérdőíves felmérés alapján

A kereslet alaposabb megismerése céljából 2021-ben primer kutatást is végeztünk; az anonim és önkéntes kérdőíves felmérést online formában tudtuk leghatékonyabban megvalósítani a pandémia miatt. A felmérés résztvevőinek körét azokra szűkítettük, akik legalább 1 éjszakát eltöltöttek Hajdúszoboszlón az elmúlt öt évben, így végül 286 fő került be a mintába.

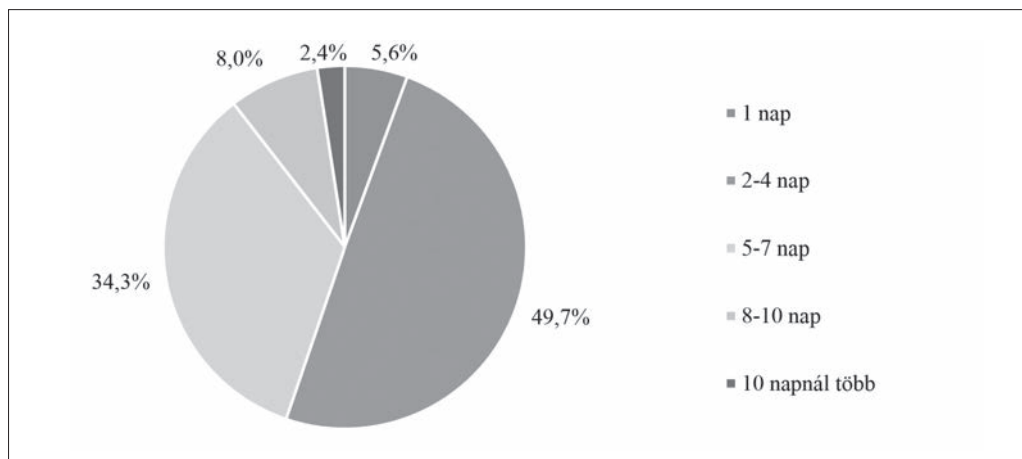
A válaszadók átlagéletkora 46,6 év, a felmérésben résztvevők 7%-a volt 30 év alatti; 19,5%-a 30 és 39 év közötti, 35% 40 és 49 év közötti; 33% 50 és 59 év közötti, 5,5% pedig 60 év feletti. A legfiatalabb válaszadó 19 éves, a legidősebb pedig 76 éves. A felmérésben résztvevők 91,8% volt nő, 8,2% pedig férfi. A legtöbben magyar állampolgárok, de a válaszadók között szerepelt 1 fő magyar-román kettős állampolgár, 4 fő román lakos, 1 fő

szlovák és 1 fő német állampolgárságú is. A mintában résztvevők 94,1%-a visszatérő vendég Hajdúszoboszlón, 66,1% már háromnál többször üdült a városban.

A megkérdezettek 71,1%-a a fürdőszolgáltatások közül gyógyfürdőt szokott igénybe venni, majdnem ugyanilyen népszerű a wellness, élményelemek használata (70,2%). Szépészeti kezeléseken, masszázson 14,8% szokott részt venni az üdülés ideje alatt, míg az orvosi kezelések, szolgáltatások, diagnosztika lehetőségét 9,5% jelölte meg a kérdőív válaszlehetőségei közül. Csupán 2,3% nyilatkozott úgy, hogy a felsorolt szolgáltatások közül egyiket sem szokta igénybe venni.

A megkérdezettek csaknem a fele (49,7%) 2-4 napot tartózkodott a fürdővárosban, míg 34%-uk 5-7 napot maradt (3. ábra). A válaszadók többsége családdal, gyerekekkel (57%), illetve a partnerével (35,7) érkezett Hajdúszoboszlóra (4. ábra).

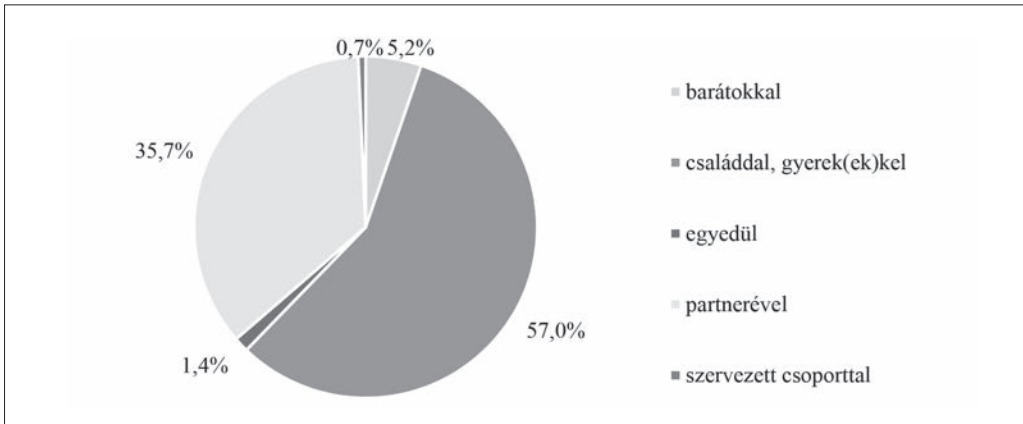
A felmérés során megkérdezettek közül a legtöbben (37,8%) azt választották, hogy magánszálláshelyen szálltak meg hajdúszoboszlói tartózkodásuk alatt, míg 26,2% négycsillagos szállodát választott. Jelentős volt (17,8%) a háromcsillagos szállodát igénybe



3. ábra: Válaszadók által eltöltött tartózkodási idő Hajdúszoboszlón (N=286)  
Figure 3: Respondents' length of stay in Hajdúszoboszló (N=286)

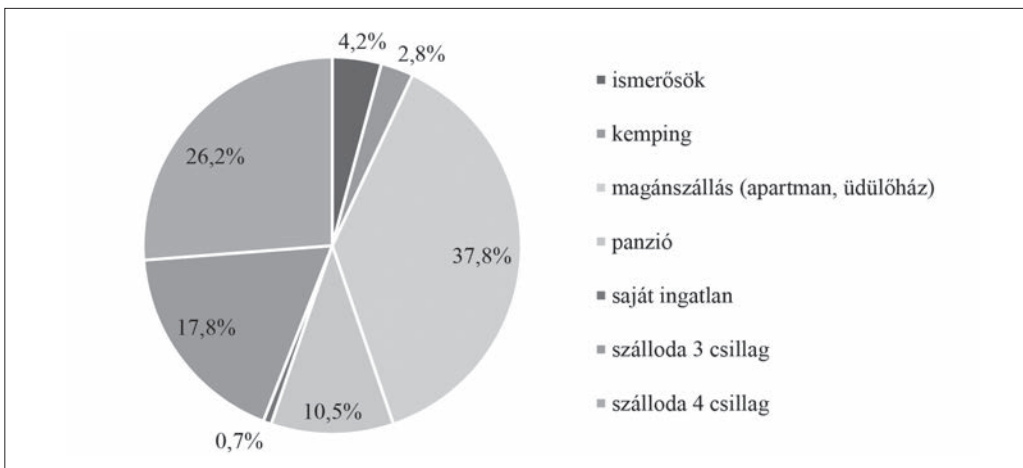
Forrás: saját kutatás





4. ábra: A „Kivel érkezett Hajdúszoboszlóra?” kérdésre adott válaszok megoszlása (N=286)  
Figure 4: Responses to the question: “Who did you come with to Hajdúszoboszló?” (N=286)

Forrás: saját kutatás



5. ábra: A Hajdúszoboszlón való tartózkodás ideje alatt leggyakrabban igénybe vett szálláshely típusainak megoszlása (N=286)

Figure 5: Most often used types of accommodation during the stay in Hajdúszoboszló (N=286)

Forrás: saját kutatás

vevők aránya is, valamint sokan szálltak meg panzióban is (10,5). Voltak, akik ismerősöknél (4,2%) tartózkodtak, míg 2,8% a kempinget jelölte meg szálláshelyül. A mintában csupán 0,7% volt a saját ingatlanban megszállt turisták aránya (5. ábra).

A felmérés során 24 szempontot határoztunk meg, melyeket az iskolai osztályzatok mintájára ötfokozatú skálán értékelhettek a

vendégek. A 8. táblázat az egyes szempontok értékelését mutatja be a kérdésekre adott pontszámok átlaga alapján (5=kiváló, 4=jó, 3=közepes, megfelelő, 2=elégséges, 1=nagyon rossz, elégtelen szintű).

Ahogy a táblázatból is jól látható, összességében nagyon elégedettek a felmérésben részt vevő hajdúszoboszlói vendégek a városban elérhető szolgáltatásokkal, a vendég-



fogadás feltételeivel. A vendégek körében a gyógyvíz minősége és a fürdő színvonala kiemelkedően jó értékelést kapott, amely az elmúlt évek fejlesztéseinek pozitív hatását is tükrözi. Ezután a fürdővárosi hangulat, a rendezett közterületek, valamint a helyi lakosok vendégszeretete következett a rangsorban, mindezekkel különösen elégedettek voltak a válaszadók.

Nyílt kérdésekre saját szavaikkal is vá-

laszolhattak a vendégek arra a kérdésre, hogy miért szeretik Hajdúszoboszlót. Több válasz tükrözte a fürdővárossal, a fürdővel és a programokkal való elégedettséget, így például: „Imádjuk! Gyönyörű város, strand, esti séták!”, „A sétálóutca hangulatát nagyon szeretem”, „Kedves emberek”, „Szuper rendezvények”.

A felmérésből az is kiderült, hogy a zaj, az autóforgalom és a zsúfoltság azok a tényezők,

Szempont	Átlag	Átlag 40 éves korig	Átlag 41 éves kortól
Gyógyvíz minősége	4,81	4,68	4,85
A fürdő színvonala	4,79	4,72	4,81
Fürdővárosi hangulat	4,66	4,55	4,70
Rendezett közterületek	4,65	4,54	4,69
Vendégszeretet	4,65	4,47	4,71
Település elérhetősége	4,58	4,43	4,63
Tisztaság a városban	4,57	4,57	4,57
Vendéglátóegységek	4,52	4,39	4,57
Új fejlesztések minősége	4,52	4,36	4,58
Közbiztonság	4,50	4,39	4,54
Természeti környezet	4,50	4,41	4,53
Rendezvények, fesztiválok színvonala	4,48	4,30	4,54
Szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek	4,38	4,32	4,41
Vásárlási lehetőségek	4,38	4,26	4,42
Alapinfrastruktúra (utak minősége stb.)	4,21	4,24	4,19
Szuvenírek minősége, változatossága	4,20	4,16	4,21
Áruk és szolgáltatások árszínvonala	4,18	4,09	4,21
Turisták száma a városban	4,09	4,12	4,08
Sportolási lehetőségek	4,05	3,92	4,09
Vendégkör összetétele	3,99	4,14	3,94
Szemetelés	3,99	3,93	4,01
Zaj	3,92	3,96	3,91
Autóforgalom	3,73	3,77	3,72
Zsúfoltság	3,64	3,78	3,59

8. táblázat: A válaszadók elégedettsége Hajdúszoboszló, mint turisztikai desztináció kínálatával  
Table 8: Respondents' satisfaction with Hajdúszoboszló as a tourist destination

Forrás: saját kutatás



amelyek a leginkább zavarták a vendégeket, és amelyek miatt beavatkozásra is szükség lehet.

A válaszadók által megosztott vélemények alapján kiderült, hogy a legtöbb szempont a 40 évnél idősebbek pozitívabban értékelnek (pl. vendégszeretet; rendezvények, fesztiválok színvonala; a település elérhetősége; új fejlesztések minősége), de a zsúfoltság és a vendégkör összetétele esetében a fiatalabbak voltak az elégedettebbek (8. táblázat).

### Következtetések és javaslatok

A vilájárvány egyértelművé tette, hogy a turizmus rendkívül sérülékeny ágazat, azonban azt is ki kell emelni, hogy a globális turizmus történetében ilyen mértékű visszaesés mindezülig nem volt tapasztalható. Emiatt kiemelkedő fontosságú egy-egy desztináció keresletének elemzése, mely által meghatározhatóak azok a potenciális célpiacok, amelyek új keresleti szegmenseket alkothatnak.

Hajdúszoboszló turizmusának eredményei megerősítik, hogy követendő az az irány, amely a belföldi vendégek mellett a többféle külföldi küldőpiac elérésére helyezte a hangsúlyt. Családi életciklus szerint szegmentálva a keresletet, megállapíthatjuk, hogy a fürdőváros kínálata megfelel az életciklus különböző szakaszaiban levő vendégek számára (fiatal egyedülálló, fiatal házaspár, egyedülálló szülő gyerekekkel, teljes család gyerek(ek)kel, idős házaspár, idős egyedülálló stb.).

A gyógyhely és ezen belül a fürdőkomplexum családbarát jellege, a fejlesztések eredményeként létrejött szolgáltatási kínálat lehetővé teszi, hogy a város elsődleges célcsoportjaként a gyermekes családokat jelölje meg, gondolva a többgenerációs családokra is. A célcsoport számára fontos élményelemek már jelenleg is rendelkezésre állnak, így például a strand, az élményfürdő, gyógymedencék, a wellness- és a gyógyászati kezelések, a kulturális rendezvények stb., de számukra lényeges a folyamatosan megújuló, változatos kínálat.

A város másik fő célcsoportját a gyógykezelésekre érkező vendégek alkotják, akik számára a hajdúszoboszlói gyógyvíz javallatai megfelelnek. Jellemzőjük a hosszú tartózkodási idő, hiszen egy-egy kúra időtartama minimum egy hét, emellett többen két-három hetet is szánnak a gyógyulásra. Életkor szerint ezt a szegmenst alapvetően közép- és időskorú vendégek alkotják, akik a termásvíz hatásaival kapcsolatban már korábbi pozitív tapasztalatokkal rendelkeznek, vagy szívesen kipróbálnák a fizioterápiás kezeléseket preventív vagy gyógyulási célból. Érdemes figyelembe venni mind a desztináció marketingtevékenysége, mind a jövőbeli fejlesztések során, hogy a szenior korosztály nem tekinthető homogénnek. Az idősebb korosztály tagjai közül egyre többen érdeklődnek az aktív kikapcsolódási lehetőségek, a változatos programok iránt is.

A Hungarospa Hajdúszoboszló egyedi kínálata lehetővé teszi, hogy célcsoportként jelöljük meg az aktív fiatal felnőtteket is (18-35 év között), akik egyedi élményeket keresnek, illetve szívesen igénybe vesznek wellness szolgáltatásokat és többnyire párjukkal vagy baráti társasággal érkeznek a városba. Az egészségturisztikai kínálat hatékonyabb értékesítésének érdekében érdemes nagyobb hangsúlyt fektetni a középkorú vendégkör elérésére. Törekedni kell arra, hogy a gyógyturisztikai szolgáltatásokat nemcsak rehabilitációs, hanem preventív célból is megismertessük, népszerűsítsük a 40 – 60 éves korosztály körében. A COVID-19 járvány tette szükségsszerűvé, majd egyre több desztinációban elérhetővé az ún. post-covid rehabilitációs csomagokat. Hajdúszoboszló, mint fürdőváros kiválóan alkalmas a betegségből regenerálódó vendégek kiszolgálására, állapotuk javítására.

Az életstílus csoportok szerinti szegmentációt alapul véve megállapíthatjuk, hogy Hajdúszoboszló kínálata megfelelhet az ún. LOHAS (Lifestyles of Health and



Sustainability) csoport elvárásainak is. A csoport tagjait az egészségtudatos és környezettudatos életmód iránti elkötelezettség jellemzi, emellett pedig magas jövedelemmel rendelkeznek, magasan kvalifikáltak, és értékelik a kiemelkedő színvonalú szolgáltatásokat.

Földrajzi szempontból Hajdúszoboszló belföldi célcsoportja az ország teljes lakossága, különösen a főváros, Pest megye, Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye lakosai.

A külföldi vendégek vendégforgalmi adatai alapján megállapítható, hogy a két legjelentősebb küldő ország Hajdúszoboszló esetében Lengyelország és Románia. A Lengyelországból érkező vendégek jellemzően a nyári főszezonban érkeznek családi nyaralás céljából, és a szálláshelyek közül szívesen választják a szállodákon kívül a magánszálláshelyeket is. A Romániából érkező vendégek átlagos tartózkodási ideje rövidebb, mint a lengyeleké. Ők azok, akik a főszezonon kívül is szívesen töltenek egy-egy hétvégét Hajdúszoboszlón, többnyire szállodákban.

Ugyancsak jelentős számban érkeznek vendégek Szlovákiából, Ukrajnából, Oroszországból, valamint figyelemre méltó a moldáv küldőpiac fejlődése alig néhány év alatt.

A német vendégek esetében a viszonylag alacsony vendégszám mellett az eltöltött vendégéjszakák száma relatíve magas, és az átlagos tartózkodási idejük is hosszabb, mint más nemzeteké, valamint jellemzően a nyári főszezonon kívül érkeznek a városba. Ezek az adatok azt bizonyítják, hogy a német küldőpiac megtartására a jövőben is törekedni kell. A világválság miatt 2021-ben Magyarország júliusban nyitotta meg a határait a szabadidős motivációval érkező turisták számára, így a nemzetközi beutaztatás is ekkortól vált lehetővé a városban.

A statisztikai adatok tükrében megállapíthatjuk, hogy Hajdúszoboszló célpiaci szegmentációja megfelelő volt, és főbb irány-

vonalai a jövőben is követendők. A belföldi és a külföldi vendégek kiegyensúlyozott aránya, valamint a nemzetközi küldőpiacok változatossága előnyök a város számára, amely a koronavírus járvány idején megerősítést nyert. A jövőben is érdemes törekedni a küldőpiacok sokszínűségére, a megosztott nemzetközi jelenlétre, hiszen ezzel jelentősen csökkenthető az egyes piacok gyors változásából eredő kockázat.

A folyamatban levő és a tervezett turisztikai fejlesztések lehetővé teszik, hogy a városban hagyományosan jelenlevő egészségturizmus mellett a sportturizmus, kulturális- és az üzleti turizmus keresleti célcsoportjaira is kiemelt hangsúlyt fektessen a város a jövőben. Az elmúlt évek tapasztalatai azt igazolják, hogy a komplex turisztikai termékek létrehozása, valamint a desztinációk térségi együttműködése a termékfejlesztés, a marketing és az értékesítés terén alapvető fontosságúak. Hajdúszoboszló, mint alföldi fürdőváros földrajzi elhelyezkedése és gazdasági pozíciója lehetővé teszi, hogy szoros kapcsolatot építsen ki és tartson fenn a környező településekkel, valamint a Hortobágy és a Tisza-tó turisztikai szolgáltatóival, erősítve ezzel a vidéki térség turisztikai versenyképességét.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

Bauerné Gáthy A. – Vargáné Csobán K. (2009): Long-term government responses to sustainable tourism development: principles and strategies. *APSTRACT Applied Studies in Agribusiness and Commerce* 3 (3-4) pp. 89-92.

Cooper M. (2009): Health and Wellness Spa Tourism Environment. pp. 156-180. In.: Erfurt-Cooper P. – Cooper M. (eds.) *Health and Wellness Tourism: Spas and Hot Springs*. Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto. 362. p.

Csapó J. – Törőcsik M. (2020): A turisztikai trendek csoportosítása. pp. 5-7. In.: Csapó J. (szerk.) *A nemzetközi és hazai turizmus*



legújabb keresleti trendjeinek bemutatása elméleti és gyakorlati megközelítésben. Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, Pécs. 130. p.

Deery M. – Filep S. – Hughes M. (2014): Exploring visitor wellbeing in parks and nature reserves. pp. 161-175. In.: Voigt C. – Pforr C. (eds.) *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge. London, UK. 316. p.

Dryglas D. – Salamaga M. (2018): Segmentation by push motives in health tourism destinations: A case study of Polish spa resorts. *Journal of Destination Marketing and Management* 9 (1) pp. 234-246.

Hajdúszoboszló (2015): Hajdúszoboszló Város Önkormányzatának Gazdasági Programja 2014-2019). [www.hajduszoboszlou.eu](http://www.hajduszoboszlou.eu) Letöltés dátuma: 2021. október 10.

HPH (2021): Hajdúszoboszlói Polgármesteri Hivatal honlapja: Hajdúszoboszló Város Közigazgatási portálja. <https://www.hajduszoboszlou.eu/hszob/> Letöltés dátuma: 2021.08.15.

Hallab Z. A. A. – Yoon Y. – Muzaffer U. (2003): Segmentation Based on the Healthy-Living Attitude: A Market's Travel Behavior. *Journal of Hospitality Leisure Marketing* 10 (3) pp. 185-198.

Hall C. M. (2003): Spa and Health Tourism. pp. 273-292. In.: Hudson S. (eds.) *Sport and Adventure Tourism*. Haworth Hospitality Press, New York. 311. p.

Ivancsóné Horváth Zs. – Printz-Markó E. (2017): Generation investigations in the wellness tourism in Hungary. *DIEM: Dubrovnik International Economic Meeting* 3 (1) pp. 793-809.

Ivancsóné Horváth Zs. – Printz-Markó E. (2018): Territorial differences between countries with regard to the wellness lifestyle of their youth. *Forum Scientiae Oeconomia* 6 (3) pp. 101-117.

Laczkó T. (2015): Az egészségturizmus kapcsolata a természeti, gazdasági és társadalmi környezettel. pp. 145-158. In.: Laczkó T. – Bánhidi M. (szerk.) *Sport- és egészségturizmus alapjai*. Pécsi Tudományegyetem Egészségtudományi Kar, Pécs. 258. p.

Michalkó G. – Rátz T. – Irimiás A. – Pagani A. (2011): Az egészségturizmus és az életminőség magyarországi kapcsolatának vonatkozásai. pp. 27-42. In.: Michalkó G. – Rátz T. (szerk.) *Egészségturizmus és életminőség Magyarországon: Fejezetek az egészség, az utazás és a jól(é)t magyarországi összefüggéseiről*. MTA Földrajztudományi Kutatóintézet, Budapest, 179. p.

Népesség, 2020: <http://nepesseg.com/hajdu-bihar/hajduszoboszlou>. Letöltés dátuma: 2021. október 11.

NTS 2030 – Turizmus 2.0 (2021): Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 – Turizmus 2.0. [https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030\\_Turizmus2.0-Strategia.pdf](https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf). Letöltés ideje: 2021. december 10.

Printz-Markó E. – Darabos F. – Ivancsóné Horváth Zs. (2017): Dimensions of wellness tourism in Hungary. *Knowledge Horizons – Economics* 9 (1) pp. 24-35.

Rátz T. (2001): Zennis és Lomi Lomi, avagy Új trendek az egészségturizmusban. *Turizmus Bulletin* 5 (4) pp. 7-16.

Ruszinkó Á. – Donka A. (2019): Az egészségturizmus értelmezése a turizmus változó rendszerében. *Turizmus Bulletin* 19 (2) pp. 47 – 57.

Smith M. – Puczkó L. (2010): *Egészségturizmus: gyógyászat, wellness, holisztika*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 428. p.

Szóllós-Tóth A. – Vargáné Csobán K. (2021): A turizmus hatásainak megítélése Hajdúszoboszló lakosságának körében. *Gazdálkodás* 65 (5) pp. 430-447.

Tuominen T. – Saari S. – Binder D. (2017): Enhancing the competitiveness of a wellness





tourism destination by coordinating the multiple actor collaboration. pp. 285-297. In.: Smith M. K. – Puczkó L. (eds.) *The Routledge handbook of health tourism*. Routledge, London. 455. p.

Ugurlu K. (2021): *Integrated Marketing Approach in Hotel Management*. pp. 67 – 84. In.: Hassan A. – Sharma A. (eds.) *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Emerald Publishing. 511 p.

Voigt C. – Pforr C. (2014): *Wellness tourism from a destination perspective: why now?* pp. 3-18. In.: Voigt C. – Pforr C. (eds.) *Wellness Tourism – A destination perspective*. Routledge, London, UK. 316. p.

Yetimoglu S. – Ugurlu K. (2021): *Influencer marketing for Tourism and Hospitality*. pp. 131-148. In.: Hassan A. – Sharma A. (eds.) *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*. Emerald Publishing. 511. p.



# Zöldszüreti támogatás: lehetőség vagy kényszer?

## Green harvest support: opportunity or constraint?

Járdány Krisztián –  
Szamosköziné Kispál Gabriella

### ABSZTRAKT

Jelen cikkünkben bemutatjuk a szőlőborágazat releváns irodalmát, kitérve az ágazati kitétség kérdéseire és lehetőségeire is. Részletesen ismertetjük a zöldszüreti támogatások előzményeit, szükségességét, és hogy milyen okok vezettek ahhoz a döntéshez, hogy létrejöjjön ez a lehetőség a szőlőtermelők és borászok részére. Górcső alá vesszük a támogatási jogcím legfontosabb jellemzőit, valamint a gyakorlati előnyeit és hátrányait. Leírjuk, hogy miben más, mint a minőség érdekében elvégzett fűrtitkítás. A hazai borvidékek alapadatait szemléltetjük, és arra keressük a választ, hogy a zöldszüreti támogatások hogyan hatottak a szőlőtermelőkre Magyarországon, hol alkalmazták leginkább, és milyen okokból kifolyólag vették igénybe ezt a lehetőséget. Több módszerrel tanulmányozva keressük a választ arra is, hogy van-e összefüggés a borvidékek szőlőtermő területei, terméshozamai, és a zöldszüreti támogatások között, amennyiben igen, akkor milyen módon. Ezen kívül vizsgáljuk a szőlő-

szüreti ágazat területiségét, különös tekintettel a zöldszüreti támogatások allokációjának térszerkezetére, és területi egyenlőtlenségeire. Végül szisztematikusan végig járva a teljes témát, megválaszoljuk a címben feltett kérdést tényekre alapozva.

### ABSTRACT

In this paper we present the relevant literature on the sector, including issues and opportunities for sectoral exposure. The background to the green harvest subsidies, the need for them and the reasons for the decision to set up this support for vine growers and winegrowers are described in detail. The main features of the aid scheme and its practical advantages and disadvantages are examined. We describe how it is different from cluster pruning for quality. We illustrate the basic data on Hungarian wine regions and look at how green harvest subsidies have affected wine producers in Hungary, where they have been most used and why they have taken advantage of this option. Using several methods, we also

seek to find out whether and how there is a correlation between the areas under vines and yields in wine-growing regions and green harvest subsidies. In addition, the territoriality of the wine sector is examined, with particular attention to the spatial structure and spatial inequalities in the allocation of green harvest subsidies. Finally, we will systematically go through the whole topic, answering the question posed in the title on the basis of facts.

### Bevezetés

A mai versenyhelyzet megköveteli a mezőgazdasági termelőktől, hogy folyamatosan fejlesszenek, mert telítettek a piacok és egyre inkább előtérbe kerül a jó minőségű, nagy mennyiségű, homogén termékek előállítása, mely minden fázisában nyomon követhető. A verseny következménye, hogy aki nem fejleszt, az lemaradhat, főleg a kertészetben, ahol a bekerülési költségek nagyobbak, mint a szántóföldi növénytermesztés esetén (Masa et al., 2021). Ezek a fejlesztések azonban sok esetben csak a külső források megléte esetén tudnak megvalósulni, ezért szükséges folyamatosan tájékozódni és figyelembe venni az új lehetőségeket is. Különösen igaz ez a szőlő-bor vertikum szereplői esetében, ahol a csak szőlő-termeléssel foglalkozó hegyközségi tagoknak már a szőlőből való megélhetés is gondot okoz az aszimmetrikus információáramlás, és a vertikumon belüli rossz alkupozíció miatt, melynek következtében a szőlőtermelők olykor veszteséget realizálnak (Nagy-Kovács, 2011; Kispál, 2017; Szamosköziné Kispál, 2018).

Szabó – Molnár (2017: 21) azt írja, hogy „...a borszőlő több mint 70%-át szőlőként értékesítik ma már a szőlőtermelők. Pince nélküli szőlészetek alkotják a zömét a szőlőtermelőknél.” A szerzőpáros hangsúlyozza, hogy a termelők és a borászok csak a szüret idejében tudják meg a felvásárlóktól a szőlőárakat, tehát a szőlőtermelők kiszolgáltatottak, amit Ábel – Hegedűsné Baranyai

(2017) is megerősít. Ebből kifolyólag pedig szükséges a termelőknek és borászoknak a méltányos jövedelmükhöz a támogatás, mely a megélhetést teszi lehetővé, illetve segít, hogy nagyobb összegeket tudjanak a szőlőre fordítani, melynek következtében a jövedelmezőség is kedvezőbben alakulhat, ezáltal pedig a versenyképesség növelhető.

Sidlovits már 2008-ban megírta, hogy az Európai Unió szőlőtőke kivágási támogatásai elvezethetnek oda, hogy teljesen felborul a tagországok borpiaci egyensúlya, főként ott, „ahol a kivágási támogatás sokkal jövedelmezőbb a szőlőtermesztéshez és a szőlőterület árához képest”. Sajnos a kutatónak igaza lett. A tagországok borpiaci egyensúlya felborult, aminek következtében már a támogatások is csak átmenetileg nyújtanak megoldást. Bár a HNT (2021) honlapján elérhető adatai azt mutatják, hogy 2011-hez képest 3758 hektárral nőtt a magyarországi szőlőterület és 2021-re 57.600 hektárt tesz ki, ugyancsak a HNT adataira hivatkozva Fórián (2021) azt írja, hogy ugyanez az érték 10 év alatt 10%-kal csökkent, és ez alapján a 2021-es terület kb. 62.000 hektár. Fórián hozzáteszi, hogy az elmúlt 30 évben a szőlőterület gyakorlatilag megfelelőddött az alacsony átvételi árak és a termelés költségeinek ugrásszerű emelkedése miatt. Hangsúlyozza, hogy a jövedelmezőség a legnagyobb probléma az ágazatban. Egyetértünk Fóriánnal, és azzal, hogy a jövedelmezőség a neuralgikus pontja a szőlőtermelésnek, és ezért van az, hogy a lecsökkent terület mellett is túltermelésről beszélnek a szakemberek.

Brazsil (2017) a szőlő-bor stratégiában olyan problémákat emel ki az ágazatra vonatkozóan, hogy kicsi a koncentráció, kettévált a szőlőtermelés- és borkészítés, és mindössze 4600 hegyközségi tag van, aki szőlőtermeléssel és borkészítéssel egyaránt foglalkozik. Arra vonatkozóan, hogy ez a mutató az európai versenytársaknál hogyan alakul nincs adatunk, de úgy gondoljuk, hogy ez a kb. 35.000 fős hegyközségi taglétszámhoz viszonyítva



nagyon alacsony. Így ezek is lehetnek az okai annak, hogy a termékpályán belül az együttműködés kevésbé működik és nincs bizalom a felek között (Szamosköziné Kispál, 2018). A stratégia fő célként a piacépes, fenntartható szőlő- és bortermelet emeli ki, melynek részcéljaiban megtalálhatjuk a vertikális koordináció, integráció és piacépítés, valamint a pénzügyi fenntarthatóság biztosításának pontjait (HNT, 2016). Ez utóbbihoz tartozik a zöldszüreti támogatás, amit a kutatás általánosan bemutat és elemez.

### Ágazati kitettség

„Borvidékeink többek egyszerű áruteremelő mezőgazdasági régióknál: ezek a vidéki Magyarország természetes, sokszor évszázados hagyományokkal rendelkező térségfejlesztési központjai, a helyi értelmiség megtartói, a helyi identitás hordozói, rendszerint erős turisztikai vonzerővel, munkahelyteremtő és jövedelemtermelő képességgel” (Vidékfejlesztési Minisztérium: Nemzeti Vidékstratégia 2012 – 2020 Szőlő- és borprogram - „a magyar vidék alkotmánya 83).

A szőlő az egyik legalaposabban kutatott és természetett növénykultúra, amit az is bizonyít, hogy minden egyes részét fel tudjuk használni a szőlőfürttől kezdve, a magján vagy a zöldhajtásain keresztül, de még a levágott vesszők is hasznosak, mert a vastagabbak nagy fűtőértékkel bírnak míg a vékonyabbak zöldtrágyaként alkalmazhatóak. Mivel a vidéki életmódban nagy szerepe volt a szőlőtermelésnek és feldolgozásnak, így a gazdaság szerves részét képezi és jelenleg is kiemelt szakágazat, amit a fenti idézet is megerősít. Az ágazat akár fő motorja is lehet az elmaradottabb térségeknek, ha az ágazatban lévő szereplők a munkájukat hatékonyan és eredményesen végzik, jól meg tudnak élni belőle. Ugyanakkor ez az ágazati növekvő multiplikátor hatás nem tud működni, ha az ágazat kitettsége ennyire erőteljes a (zöldszüreti előzményekben)

és még a szőlőültetvények fennmaradását is veszélyezteti. Ezen javíthat rövidtávon egy olyan átgondolt támogatási struktúra, mely figyelembe veszi a szakmaspecifikus sajátosságokat, illeszkedik a tagországi irányelvekhez, ugyanakkor a helyi adottságokra és a bizalomra építve, alulról szerveződő együttműködések adják az alapját és nyerő-nyerő pozíciót hoz létre a termékpálya valamennyi szereplője szempontjából. Hosszú távon azonban a szőlőtermelés jövedelmezőségét kell biztosítani egy védőár bevezető intézkedéssel, mely elősegíti a jelenlegi ültetvények fenntartását és a jelenlegi igényekhez való könnyebb alkalmazkodását is. Elméleti síkon sem egyszerű ezt meghatározni, de a gyakorlatban még nagyobb erőfeszítést igényel, hogy az egyes szereplők a közösségi hatást és jólétet fontosabbnak tartásák, mint az egyéni profitot, és az általános rövidtávú gondolkodást felváltsa a perspektívákban és hosszútávban gondolkodó szereplői bázis, akik ezzel paradigmaváltást is elő tudnak segíteni akár országos szinten. Úgy gondoljuk, hogy a szőlő- és bortermeletnek szerepe van a multifunkcionális mezőgazdaságban és a fejlesztésekben, hiszen jó alapjai vannak a vidékfejlesztési struktúrában. A támogatási lehetőségeknél előnyben kell részesíteni a borászok helyett a szőlőtermelőket, mint a termékpálya alapszintjét adó termelői bázist, akik nélkül az összes többi termékpálya szereplő nem tud előrébb jutni. Ez utóbbi szempontból pedig szerintünk a zöldszüret egy lényeges támogatás volt.

### A zöldszüret előzményei és szükségessége

A zöldszüret, mint fogalom a szőlészek körében ismert, de nem a mennyiségi szabályozásra széleskörűen alkalmazott módszer. Lényege, hogy a szőlész a tőkéről még éretlen, de egészséges és ép fürtöket vág le annak érdekében, hogy a szőlő minősége jobb legyen, és ezáltal a bor is koncentráltabb ízvilágú lesz,

mely sokkal magasabb minőséget képvisel (Douglas, 2018). A támogatás előtt többnyire a csemegeszőlő esetén aknázták ki ezt a lehetőséget a termelők a gyakorlatban.

„A termés egy részének szüret előtti eltávolításával pontosan igazodhatunk a hektáronként előírt maximális hozamhoz, csökkenthetjük a stresszhelyzetek kialakulásának kockázatát, növelhetjük a tőkék kondícióját és helyreállíthatjuk a megbillent termőegyensúlyt” – fejt ki Zanathy 2014-ben az Agronaplóhoz intézett közleményében. A szakember elmagyarázza, hogy zöldszüretet lehet kézzel, metszőollóval, vegyszerrel vagy akár géppel is végezni, de a sok előny mellett számolni szükséges, annak költséges vonzatával, és azzal, hogy ezt csak erőteljesen növekvő ültetvényen célszerű alkalmazni, mert így a fürtök érzékenyebbé válnak az időjárási viszontagságokra.

Foss (2018) szerint a zöldszüret az a folyamat, amikor a szőlőből eltávolítják a felesleges szőlőfürtöket, azzal a céllal, hogy egyensúlyba hozzák a levélterületet és a gyümölcs tömegét, hogy a termés jobb legyen. A Plumpton vezető oktatója szerint ez különösen a vörösboroknál fontos, ahol koncentrált gyümölcsízre és testességre van szükség. Azt, hogy a zöldszüret hat a bor minőségére megerősíti Vrochidou és szerzőtársai (2021), és bemutatják, hogy a szüretet, zöldszüretet és a lombtalanítást is tudja már robot is végezni.

Járdány (2021) úgy fogalmaz, hogy a magyar ágazati politika is ösztönzi a borászati ágazat fejlesztését, és a világpiacon versenyképesség megőrzésére törekszik az egyre magasabb minőségű borok előállításával. Laczkó (2021) véleménye szerint is a legnagyobb feladat az ágazatban, hogy a magyar borok megbízható minőségét biztosítsák, de ő kitér a borfogyasztás ösztönzésére és a borok, valamint pezsgők árának emelkedésére is. Ebből kifolyólag jól illeszkedhet a zöldszüreti támogatás a stratégiához, mivel a minőségi paraméterek javulása várható tőle.

A megannyi szőlészeti és borászati támogatás közül a csak szőlőtermeléssel foglalkozó gazdák mindössze a területalapú támogatást, a zöldítést és esetleg a fiatal gazda támogatást tudják igénybe venni alaptámogatásként, esetleg az agrár-környezetgazdálkodási támogatást igényelhetik meg 2015/2016-ban, amit 2019-ben és 2020-ban a zöldszüreti támogatás egészíthetett ki. A csak szőlőtermeléssel foglalkozóknak a területalapú támogatás, a zöldítés, valamint a zöldszüreti támogatás, ami igénybe vehető, nyilatkozik Pusztai (2022).

Az Agrárminisztérium Borászati és Kertészeti Főosztályának szőlő-bor és eredetvédelem osztály vezetője, Györe (2022) elmondta, hogy 2018-ban rekordtermést szüreteltek a szőlőtermelők, 15%-kal nagyobb mennyiséget, mint 2017-ben és az országos átlagtermés is megemelkedett 78,8 q/ha-ról 89,3 q/ha-ra. Ráadásul a szüret szokatlanul hamar kezdődött és a borászatok nem tudtak felkészülni a szőlő befogadására, és általában a valós igények felett vásároltak a nagy pincék, hogy elkerüljék azt, hogy a szőlő a tőkéken maradjon. Ennek eredménye az lett, hogy nem tudták megfelelően kezelni a tételeket és az átlagosnál több hibás vagy alacsonyabb minőségű bor készült.

Bár a nyugat-európai versenytársaknál bekövetkezett időjárási körülmények (fagykár, jégverés, szárazság) miatt a magyar borexport 2017-ben megugrott, és ezt 2018-ban túlteljesítette, 2019-re a borexport nagyon lecsökkent és még a korábbi évektől is elmaradt. Ezzel párhuzamosan 2019 első negyedében a borimport is megemelkedett, mely a magyar bor eladási nehézségeit még inkább tetőzte. A hivatalos adatok a „színültig megtelt pincék” re vonatkozó jelzéseket igazolták vissza.

Összességében fenti tényezők (alacsony felvásárlási árak, 2018-as rekordtermés, a tárolótartályok telítettsége, technológiai problémák, rossz export-import egyenleg, eleve is szűkült a kereslet) vezettek el ahhoz a ponthoz, hogy találni szükséges az ágazatnak valamilyen rövidtávú megoldást, mely a szőlőterületeket





megőrzi és a meglévő problémák megoldását elősegíti. Erre történő reakcióként vezettek be egy csomagot, mely a termékpálya szereplőit kívánta segíteni a következő intézkedésekkel:

- 100%-ban az Európai Mezőgazdasági Garancia Alapból (EMGA-ból) finanszírozott zöldszüreti támogatás:
- Borpiaci válság esetén alkalmazható lepárlás (az Európai Bizottság jóváhagyása alapján)

A fentiekhez kapcsolódóan Frittmann (2019: 2) is részletezi véleményét, miszerint a fent említett gondok vezettek el a szokatlan eljárás bevezetéséhez, majd folytatja, hogy „a zöldszüretet eddig Magyarországon nem alkalmaztuk, de Európa számos országában már éltek vele...”- ugyanakkor azt is hozzáteszi, hogy még további piacszerzési intézkedésekre lesz szükség, hogy hosszútávú megoldás jöjjön létre és a megtermelt szőlőt jó áron lehessen értékesíteni. Mivel a lepárlási intézkedést csak 2020-ban igényelték és minimális mennyiségben, ezért ezzel nem foglalkozunk részletesen.

A zöldszüreti támogatás általános információi

Az alaptámogatások mellett a zöldszüreti támogatás egy plusz jövedelmet jelenthet a szőlőtermelőknek és/vagy borászoknak, akiket a körülmények nehéz feltételek közé sodortak és ebből kifolyólag a további fejlesztéseik és a fennmaradásuk is veszélybe került. A támogatást első ízben a 22/2019. május 31-én megjelenő „a szőlőültetvényekben végzett zöldszüretre igényelhető támogatásról” szóló Agrárminisztériumi rendelet szabályozza. Nagyon fontosnak tartjuk a támogatás rendeleti fogalomtárában meghatározott definíciót, mely a zöldszüret megnevezése alatt „a még éretlen állapotban lévő szőlőfürtök teljes eltávolításával az érintett terület terméshozamának nullára való csökkentése” szöveget tartalmazza. A rendelet továbbá tájékoztat arról is, hogy ezt a műveletet csakis kézzel lehet elvégezni és a levágott részeket

a terepen szükséges hagyni az ellenőrzésig. Sajnos tehát a támogatás igénylésekor nem arról beszélünk, hogy fűrtítkítást kell végezni a minőség javítása céljából, hanem hogy teljes mértékben el kell távolítani a termést. Ehhez kapcsolódóan a Lukácsy – Fazekas (2019) szerzőpáros úgy fogalmaz, hogy a fűrtítkítés a minőségi borszőlő ültetvényekben rutinszerű manapság, de a teljes termés ilyen korai levágása semmilyen szempontból nem nevezhető megszokott módszernek. Az 1. táblázat ismerteti a zöldszüreti támogatást a legfontosabb szempontok alapján.

Az 1. táblázat bemutatja a zöldszüretet és annak elméleti oldalát, de gyakorlatban a támogatáshoz szükséges zöldszüret kivitelezésében több probléma adódhatott:

- Egyrészt nagyon szűk volt az időtartam, ami alatt el lehetett végezni a zöldszüretet, pedig szükséges volt az idő, mert egy hektárra 60 -100 munkaórát lehetett számolni (Lukácsy – Fazekas, 2019).
- Nehéz volt munkaerőt találni, mert alapvetően munkaerő-hiány van az ágazatnál, ráadásul ez egy teljesen új eljárás.
- A szálvessző részleges vagy teljes levágása nem volt kedvező az ültetvénynek, így azt célszerű volt elkerülni, pedig alkalmazása nagyban gyorsította volna a folyamatot.
- Ha minden egy betétlapon volt, azt célszerű volt leszedni egyszerre, mert, ha valamilyik területet nem sikerült, akkor az egész összefüggő területre vonatkozó igényt el kellett utasítani. Ezt a második évben már úgy oldották meg, hogy a különböző helyrajzi számokon lévő ültetvényeket külön betétlapra írták, tehát több részre szedték szét, és így egyszerre kisebb területen kellett szüretet végezni.
- Az elutasítások oka legtöbbször az MVH regisztrációs szám hiánya volt.
- Ha a szüretelt terület nagysága nem érte el a kérelmezett 80%-át, akkor szankciót alkalmaztak.
- Aki nem végezte el a szüretet vagy nem



	2019	2020
Fogalom	A még éretlen állapotban lévő szőlőfürtök teljes eltávolításával az érintett terület terméshozamának nullára való csökkentése.	
Támogatás igényelhető	A szőlőfürtök tőkéről történő közvetlen eltávolítási költségére, valamint az eltávolításból adódó bevételkiesésre.	
A támogatás összege	A 2017. és 2018-as évben szüretelt szőlő mennyiségének átlaga és a támogatható terület nagyság hányadosa alapja szerinti támogatási átalányösszeggel összefüggő területenként kell meghatározni. Min.300.000Ft/ha- Max.1.100.000Ft/ha	A 2017., 2018. és 2019. évben szüretelt szőlő mennyiségének átlaga és a támogatható terület nagyság hányadosa alapja szerinti támogatási átalányösszeggel összefüggő területenként kell meghatározni. Min.439.200Ft/ha (80q alatti átlagtermés, de 100 q átlagtermésig többlettámogatással kiegészíthető) Max.1.500.000Ft/ha
Ki igényelheti	Hegyközségi tag vagy adatszolgáltatásra jogosult (a terület használója).	
Keretösszeg	Nyitott, 8,5 millió euró (Zöldszüret kisokos).	
Fontos feltétel	Termő ültetvényre lehet igénybe venni, amit megfelelően gondoztak és a zöldszüret után is megfelelően művelnek.	
Benyújtás formája	Csakis elektronikusan, a Kincstár honlapján közzétett adatok szerint mellékelt helyszínrajzzal együtt.	
Benyújtás ideje	2019.06.11. (hegybírói záradék 2019.06.06.)	2020.06.22-2020.06.30-ig
A zöldszüret ideje	2019.június 24-július.10.	2020. július 1-20.
A támogatás kifizetése	2019.november 15-ig	2020. október 15-ig
Fontos információk	A kompenzációs árat és a káreseményeket is figyelembe veszi a kérelem. A területi referenciahozam az aszúszemeket szüretelőkhöz esetében másként történik. Csak kézzel lehetett elvégezni a teljes zöldszüretet és az elvégzés után egy nappal be kellett jelenteni a hegybíróknak az eseményt. Hiánypótlásra nem volt lehetőség. Csak egy kérelmet adhatott be az igénylő, de azt bármikor visszavonhatta. Az összefüggő területnek legalább a 0,2 hektárt el kellett érnie. Nem volt támogatható a terület, ha az igénylőnek hegyközségi járuléktartozása állt fenn.	

1. táblázat: A zöldszüret legfontosabb információinak összefoglalása

Table 1: Summary of key information on green harvesting

Forrás: 22/2019 (V. 31.) AM rendelet a szőlőültetvényekben végzett zöldszüretre igényelhető támogatásról és mellékletei. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A1900022.AM> Letöltés: 2022.01.05., a Lukácsy-Fazekas (2019): Zöldszüreti kisokos. Borászati füzetek 2019 (3). 5-6.p. és az Agrárminisztérium részéről a NAK-nak kiadott 2019.05.31-ei tájékoztatása alapján saját szerkesztés



jelentette be a szüretet legkésőbb a meghatározott időpontig, azt elutasították.

- Sokan emocionális okokból nem tudták elvégezni a zöldszüretet, mert „a természet elleni véték”, úgy fogalmazták meg.

Fekete (2022), csongrádi hegyközség hegybírójának országos adatai alapján a 2020-as évben az elutasított kérelmek száma 10,23% volt, a bejelentés nélküli kérelmek száma 9,5%, míg az előzetes helyszíni ellenőrzés után 10 db területet kellett elutasítani. Az érintett támogatási kérelmek száma 1488 db volt, melyhez a jóváhagyott területnagyság 2456 hektárra volt tehető. A jóváhagyott támogatási összeg 1,977 milliárd forint volt.

Míg a zöldszüret esetén a referencia árnál 97,73 Ft/kg-mal lehetett számolni, addig a csongrádi szőlőtermelők közül többen 58,26 Ft/kg tényleges szőlőfelvásárlási árra számíthattak a beérett szőlő esetén. Ehhez kapcsolódóan Fórián (2021) HNT-ra alapozott kimutatása a szőlőfelvásárlási átlagárak tekintetében 2019-ben 75Ft/kg-ot, míg 2020-ban 86 Ft/kg-ot jelenített meg. Az általánosságban elmondható, hogy a szőlő felvásárlási árai országos szinten nagy változatosságot mutatnak még azonos fajta esetében is, de az alföldi szőlőárak általában a legalacsonyabbak, és a zöldszüret árai ehhez képest jóval magasabbak voltak (közel 40Ft/kg-mal). Ráadásul a zöldszüreti tapasztalatokra rákérdezve Pusztai (2022) megosztotta velünk, hogy volt olyan ültetvénye, mely 2 évben is zöldszüret alá esett, de a harmadik évben az ültetvény kipihent volt és nagyon jól teljesített mind minőségben, mind pedig mennyiségben.

### Kutatási célok és hipotézisek

Kutatásunk során célként tűztük ki, hogy vizsgáljuk a hazai szőlőtermesztők területi megoszlásának kérdéseit, a 2019 és 2020-as években a szőlőtermesztő ágazatba irányult zöldszüreti támogatások területi mutatóit valamint szeretnénk kutatni a zöldszüreti támo-

gatások, és a szakágazati statisztikai adatok kapcsolataiban fellelhető összefüggéseket is. A kutatási kérdéseinkkel kapcsolatban az alábbi hipotéziseket fogalmaztuk meg:

H1: A szőlőtermelők térben koncentráltak, és ez a koncentráció köthető a borvidéki területekhez.

H2: A borvidéki átlagos termő szőlőterület, és a borvidékeken működő szőlőtermelők száma egymással szorosan összefügg.

H3: A 2019-2020 átlagában számított borvidéki termő szőlőterületek és a vonatkozó borvidéki átlaghozamok közt erős a kapcsolat.

H4: A zöldszüreti támogatások összege és kérelemszáma 2020-ban csökkent a 2019-es évhez képest. Ez kihat a területi egyenlőtlenségekre, mert koncentráltabbá teszi a támogatás helyszíneit.

H5: A zöldszüreti támogatások koncentráltan jelennek meg a térben.

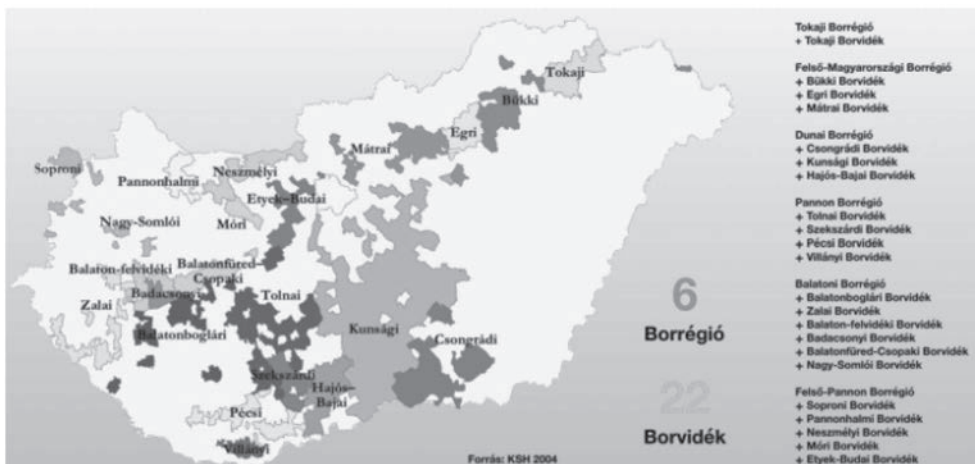
### Anyag és módszer

A tanulmány konceptualizálása során a vizsgált témakörben elérhető, releváns hazai és nemzetközi szakkönyveket, doktori értekezéseket, és folyóiratcikkeket tekintettük át. Kutatásunkat 2019-es és 2020-as évekre vonatkozó szekunder adatok elemzésével végeztük. Az elemzett adatokat közhiteles adatbázisokból, illetve közhiteles adatokat gyűjtő és tároló szervezet adatbázisából szereztünk be, úgymint:

- Magyar Államkincstár (MÁK)
- Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR)
- Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (HNT)
- OPTEN Informatikai Kft.

A kutatási területi egység Magyarország volt, ezen belül mélyebben elemeztük a 22 magyar borvidéki területi lehatárolásain belüli adatokat (1. ábra).

Az első és ötödik hipotézisünk vizsgálatához, a térbeli kapcsolatok feltárására Local Moran I területi autokorrelációs analízist



1. ábra: Magyarország borvidékei és borrégiói  
Figure 1: Hungary's wine regions and wine areas

Forrás: Központi Statisztikai Hivatal

végeztünk. Ez a módszer alkalmas egyazon adatsor térben eltolt megfigyelési egységeire vonatkozó értékek közötti viszony feltérképezésére. A Local Moran I megmutatja a vizsgált terület viszonyát szomszédjaival a vizsgált változó vonatkozásában. Így azokon a területeken, melyek szomszédságában magas intenzitási értékek vannak a Moran I kimutatja, vajon a vizsgált területen ez hasonló (vagyis hasonlóan magas), vagy különböző (alacsony), és fordítva. (Tóth, 2014). A mutató a Moran-index lokális változata, amely egy konkrét számértéket rendel minden egyes területi egységhez. Képlete:

$$I_i = \frac{(Z_i - \bar{Z})}{S_z^2} * \sum_{j=1}^N [W_{ij} * (Z_j - \bar{Z})]$$

ahol  $\bar{Z}$  valamennyi egység átlaga,  $Z_i$  az  $i$  egység  $g$  értéke,  $Z_j$  valamennyi (az  $i$ -n kívüli) területegység értéke,  $j$  (ahol  $j \neq i$ ),  $S_z^2$  valamennyi vizsgált egység változójának szóródása, és  $W_{ij}$  az  $i$  és  $j$  egységek közötti távolsági súlytényező (esetünkben a  $j$  és  $i$  pontok  $x$  és  $y$  koordinátáján alapuló távolsági adattokból származik).

Az  $I_i$  értéke minél nagyobb, annál szorosabb a térbeli hasonlóság. Negatív értékek esetén az eloszlás véletlenszerűnek tekinthető. Az eredmények könnyebb értelmezése miatt a kapott értékeket Moran-szórásdiagramokon vetettük össze a kiindulási adatokkal. Ezek alapján a vizsgált változók alapján a települések négy csoportba sorolhatók:

1. Magas-magas: adott területegység, és a szomszédság is magas értékkel rendelkezik.
2. Magas-alacsony: adott területegység magas, szomszédsága alacsony értékkel rendelkezik.
3. Alacsony-alacsony: adott területegység, és a szomszédság is alacsony értékkel rendelkezik.
4. Alacsony-magas: adott területegység alacsony, szomszédsága magas értékkel rendelkezik.

A vizsgálat során a szignifikancia értékét  $p=0,05$  szinten, a permutációs tesztek számát pedig 999-ben határoztuk meg. A módszert vezérszomszédság területi súlymátrixszal operacionalizáltuk, tehát a statisztikai mérés alá vont települési értékeknél minden szomszédos település értékét figyelembe vettünk.



A magasabb megbízhatósági szint érdekében az adatokat sor-standardizáltuk.

A második és harmadik hipotézisünk vizsgálatához összefüggésvizsgálatokat végeztünk. A korrelációanalízisek során – mivel a vizsgálat alá vont változók kiugró adatokat is tartalmaztak – Spearman-féle rangkorrelációt ( $r_s$ ) alkalmaztunk, hiszen e módszer kevésbé érzékeny a kiugró értékekre (Györi - Egri, 2020).

A negyedik hipotézisünk vizsgálatát területi egyenlőtlenségi mutatók segítségével hajtottuk végre. A zöldszüreti támogatások területi megoszlásának mérésére Herfindahl-Hirschman-indexet (HHI) használtunk, melylyel a vizsgált változó területegységek közötti koncentrátságának mértékét határoztuk meg. Képlete:

$$HHI = \sum_{i=1}^n V_{mi}^2$$

ahol  $n$  az elemszám,  $V_{mi}$  az  $i$ -edik természetes változó területi részesedése. Az index a vizsgált változó területi koncentrációjának kiegyenlítődéssel csökken, és a minimális értékét akkor veszi fel, amikor a vizsgált jelenség egyenletesen oszlik el a területegységek között. Maximális értéket pedig akkor, mikor a jelenség egy területen összpontosul. A mutató minimuma függ az elemszámok alakulásától (Komarek, 2012). A települési HHI számításnál  $n=3155$  értékhez  $HHI_{\min}=3,169$ , a borvidéki HHI számításnál  $n=22$  értékhez  $HHI_{\min}=454,545$ .

A számított fajlagos mutatók területi egyenlőtlenségeinek feltárására súlyozott Gini együtthatókat számítottunk. A Gini-együttható valamilyen gyakorisági eloszlás értékei közötti egyenlőtlenség mértékét méri. A mutató az általános eloszlás mértékét veszi figyelembe. A 0 értéket akkor veszi fel, ha az adott változó eloszlása a vizsgált populációban teljesen egyenletes, míg a teljes egyenlőtlenség esetén az értéke 1. A súlyozott Gini-együttható esetén a vizsgált fajlagos mu-

tató két összetevője közül az egyik kumulált relatív gyakoriságainak függvényében ábrázolja a másik kumulált relatív értékösszegeit. Képlete:

$$G_s = \frac{1}{2\bar{y}_s} \sum_{i,j} \frac{f_i f_j}{(\sum_i f_i)^2} |y_i - y_j|$$

ahol  $y_i = \frac{x_i}{f_i}$  fajlagos mutató értéke az  $i$  területegységen,  $\bar{y}_s = y_i$  súlyozott átlaga. Értékkészlete  $0 \leq G_s \leq 1$ . Jelen tanulmányban a számított  $G_s$  értékeket százalékban adjuk meg.

A területi statisztikai elemzéseket és az eredmények kartogramokon történő megjelenítését IBM SPSS v26 statisztikai program, illetve ArcGIS 10.8. térinformatikai szoftver segítségével végeztük el.

## Eredmények

Az OPTEN céginformációs adatbázisa Magyarországon mindösszesen 26.312 db szőlőtermesztés főtevékenységgel foglalkozó, érvényes adószámmal rendelkező gazdálkodót tart nyilván. A szőlőtermesztéssel foglalkozó gazdálkodók túlnyomó többsége, mintegy 98,66%-a természetes személy, a fennmaradó 1,44% társas vállalkozás keretében fejt ki szőlőtermelő tevékenységét.

Az összes szőlőtermelő 86,67%-a került bejegyzésre borvidéki területi lehatároláson belül, míg 13,33%-uk borvidéken kívül található településen került regisztrálásra. A borvidéki lehatárolásokon belül működő szőlőtermelők közül – az országos aránnyal összevetve – még markánsabban jelennek meg a természetes személyek az ágazatban, itt arányuk 98,79%-ot tesz ki. A borvidékeken regisztrált szőlőtermelők borvidéki megoszlását a 2. táblázat tartalmazza.

Mint, ahogy az a 2. táblázatból látható, a legtöbb szőlőtermelő a Kunsági borvidéken található, itt dolgozik az összes általunk vizsgált gazdálkodó 25,58%-a. Figyelemre méltó, hogy az összes borvidéki szőlőtermelő több mint fele, 57,86%-a a 22 magyarországi borvidékből





Borvidék	Szőlőtermelő (db)	2019 -2020 átlagos termő szőlőterület (ha)	2019-2020 átlagos betakarított szőlőmennyiség (q)
Badacsonyi	640	1 181	48 421
Balatonboglári	1 136	3 114	321 792
Balaton-felvidéki	352	717	33 792
Balatonfüred-Csopaki	488	1 691	85 644
Bükki	622	820	27 795
Csongrádi	260	876	25 811
Egri	2 036	5 378	349 055
Etyek-Budai	407	1 589	131 849
Hajós-Bajai	487	1 631	127 882
Kunsági	5 834	19 018	1 632 603
Mátrai	3 586	5 715	365 598
Móri	63	452	28 698
Nagy-Somlói	36	506	16 800
Neszmélyi	169	956	56 857
Pannonhalmi	171	609	31 549
Pécsi	346	537	21 158
Soproni	815	1 504	63 657
Szekszárdi	493	2 067	148 842
Tokaji	3 773	5 393	192 356
Tolnai	370	2 072	157 906
Villányi	571	2 261	148 218
Zalai	148	744	36 379
Összesen	22 803	58 826	4 052 658

2. táblázat: Magyar borvidékek szőlészeti alapadatai 2019-es és 2020-as évekre  
Table 2: Basic viticultural data of Hungarian wine areas for 2019 and 2020

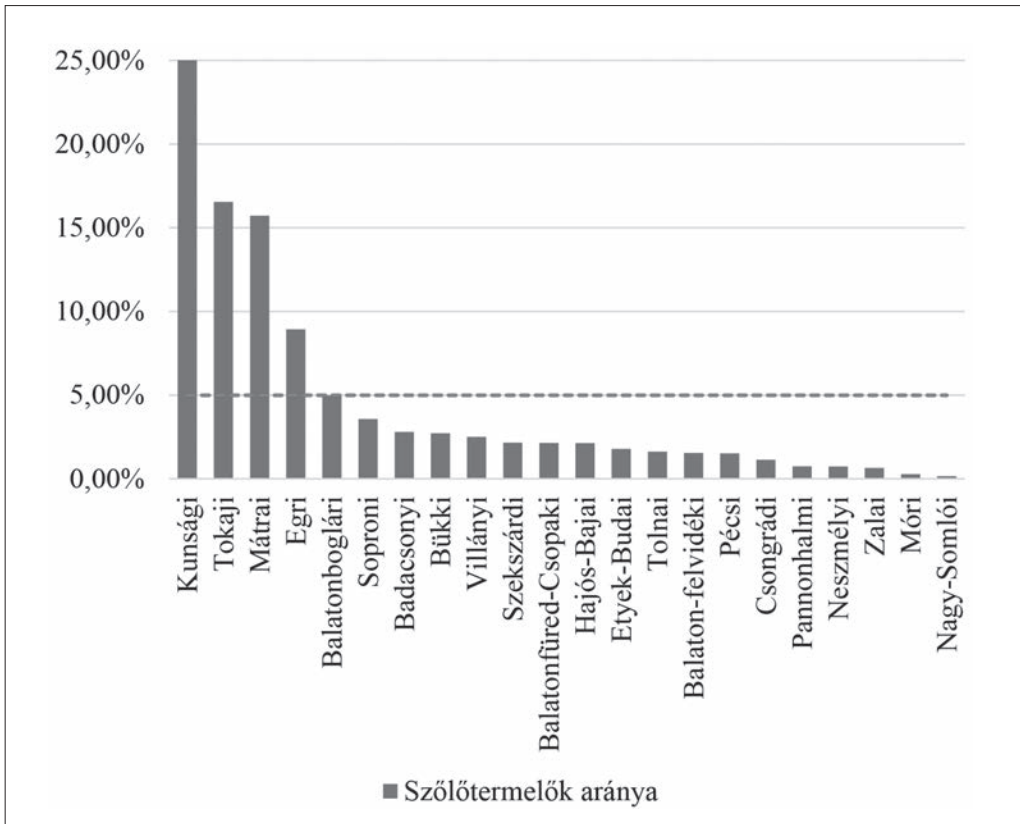
Forrás: HNT és OPTEN adatok alapján saját szerkesztés

mindössze három borvidékre összpontosul. A már említett Kunsági borvidék mellett e tekintetben második helyen található a Tokaji borvidék 16,55%-kal, ezt követi a Mátrai borvidék 15,73%-os értékkel. Ezzel szemben 18 borvidékünkön még az 5%-ot sem éri el a szőlőtermelők részaránya (2. ábra).

Az 1. hipotézisünk vizsgálatára a magyarországi szőlőtermelők aktív korú (18-65 év) állandó népességéhez viszonyított számának

települési szintű területi autokorrelációs analízisét végeztük el. Az alkalmazott módszer klaszteresedést mutatott ki a térben ( $Z=57,39$ ,  $I=0,587$ ),  $p=0$  szignifikancia szinten (3. ábra).

A vizsgálat eredményként megállapítható, hogy a lakosság szőlőtermesztési ágazathoz tartozó kitettsége legmarkánsabban (Magas-Magas klaszteresedés) a Balaton-borrégióban, a Pannon borrégióon belül a Villányi borvidéken, a Felső-magyarországi borrégióon belül



2. ábra: A borvidékeken regisztrált szőlőtermelők borvidékenkénti megoszlása a 2019-es és 2020-as adatok alapján

Figure 2: Distribution of wine producers registered in wine regions by wine region, based on 2019 and 2020 data

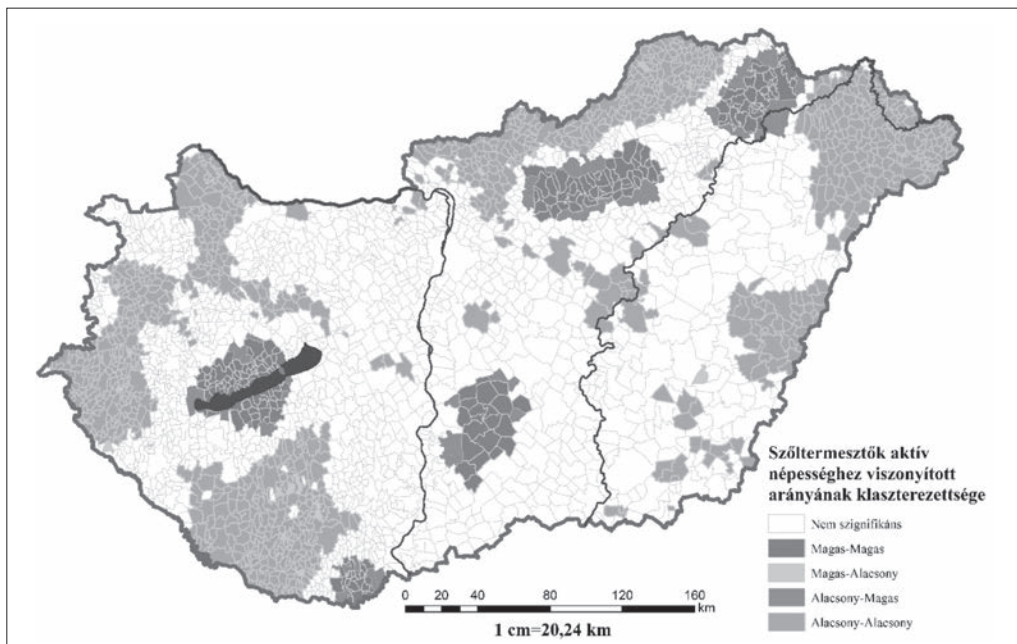
Forrás: Opten adatok alapján saját szerkesztés

az Egri- és Mátrai-borvidékeken, a Tokaj borrégióban, és végül, de nem utolsó sorban a Duna borrégióban található Kunsági borvidék centrum övezetében figyelhető meg. Lényeges megjegyeznünk, hogy az ország nagyobb területegységein Alacsony-Alacsony klaszteresedést tapasztaltunk a vizsgált fajlagos mutató területi statisztikájának eredményeképpen.

Az 2. számú táblázat adatai szerint a 2019-2020 évek átlagát tekintve Magyarország 22 borvidékén a termő szőlőterület mindösszesen 58.826 hektárt tett ki. A legnagyobb átlagos termő szőlőterülettel a Kunsági borvidék rendelkezett, 19.018 hektár mellett 32,33%-os

részesedéssel a teljes hazai termő szőlőterületből. Ezzel az értékkel a Kunsági borvidék uralja a hazai termő szőlőterületeket, hiszen az öt közvetlenül követő borvidék még a 10%-os területi részesedést sem éri el. Az átlagos termő szőlőterület kapcsán 5% feletti részesedéssel további 4 borvidékünk rendelkezik: Mátrai borvidék 9,72%, Tokaji borvidék 9,17%, Egri borvidék 9,14%, Balatonboglári borvidék 5,29%. A fennmaradó 34,35% a többi 17 borvidék közt oszlik meg.

A borvidékenkénti átlagos termő szőlőterület, és a borvidékeken működő szőlőtermelők száma közti összefüggésvizsgálat eredménye



3. ábra: A szőlőtermelők aktív népességéhez viszonyított arányának klaszterezettsége  
Figure 3: Clustering of the share of wine producers in the active population

Forrás: Opten és TeIR adatok alapján saját számítás és szerkesztés

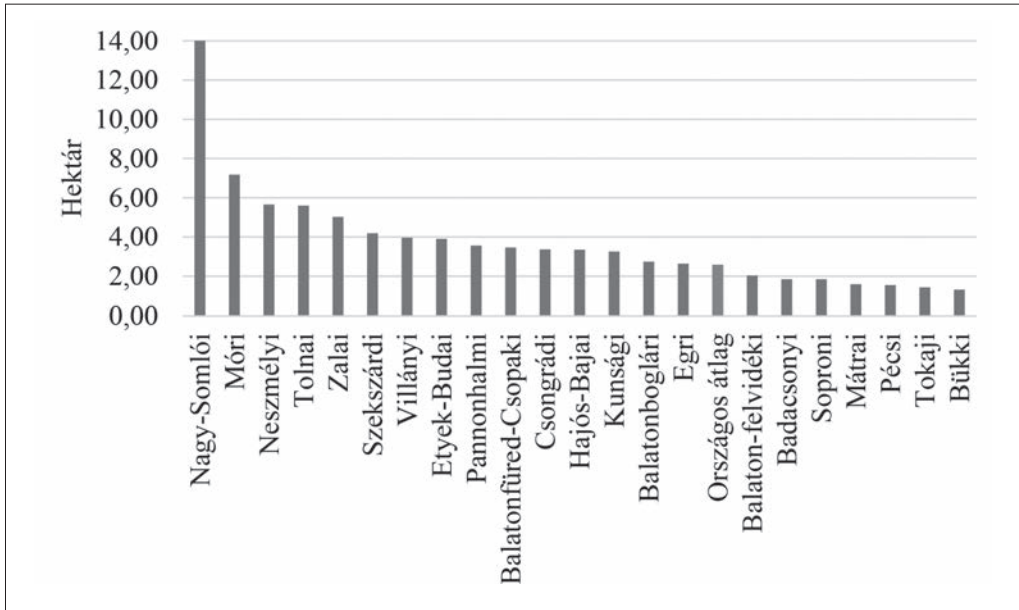
alapján a két mutató között szoros kapcsolatot ( $rs=0,958$ ) áll fenn, mely kapcsolat  $p=0,01$  szinten szignifikáns.

A 2019-2020 évek viszonylatában egy szőlőtermelőre Magyarországon átlagosan 2,74 hektár termő borvidéki szőlőterület jutott. A borvidékeket vizsgálva megállapítható, hogy e fajlagos mutató a Nagy-Somlói borvidéken vette fel a legnagyobb, 14,04 hektár/szőlőtermelő értéket. Mint az a 4. ábrán is jól látszik, ez az érték markánsan kiugró. Az egy szőlőtermelőre jutó átlagos termő borvidéki szőlőterület 22 borvidékre számított adatsorának szórása 2,7 értéket vett fel, míg a Nagy-Somlói borvidék adatától tisztítva a fennmaradó 21 borvidék esetén a szórás értéke csupán 1,55.

2019-2020 átlagában a magyar borvidékekről 405.265.800 kg került betakarításra. A betakarított szőlőtermés közel 2/3-a, 65,86%-a mindössze 4 borvidékünkéről, a

Kunsági borvidékről (40,28%), a Mátrai borvidékről (9,02%), az Egri borvidékről (8,61%), valamint a Balatonboglári borvidékről (7,94%) származott. A betakarított terméshozam tekintetében ki kell emelnünk nyolc borvidéket, mely e tárgykerben még az 1%-os részesedést sem érte el. Ezek a Zalai- (0,9%), a Balaton-Felvidéki- (0,83%), a Pannónhalmi- (0,78%), a Móri- (0,71%), a Bükki- (0,69%), a Csongrádi- (0,64%), a Pécsi- (0,52%), illetve a Nagy-Somlói- (0,41%) borvidékek. Ezek mellett három borvidékünk 2%-os részesedés alatt maradt, úgymint: Soproni borvidék (1,57%), Neszmélyi borvidék (1,4%), Badacsonyi borvidék (1,19%).

A 2019-2020 átlagában számított borvidéki termő szőlőterületek és a vonatkozó borvidéki átlaghozamok közti összefüggésvizsgálat eredménye alapján az adatok között szoros kapcsolatot tártunk fel ( $rs=0,951$ ). Az eredmény  $p=0,01$  szinten szignifikáns.



4. ábra: A 2019-2020-as évek egy szőlőtermelőre jutó átlagos borvidéki területe Magyarországon hektárban

Figure 4: Average vineyard area per vine grower in Hungary in 2019-2020

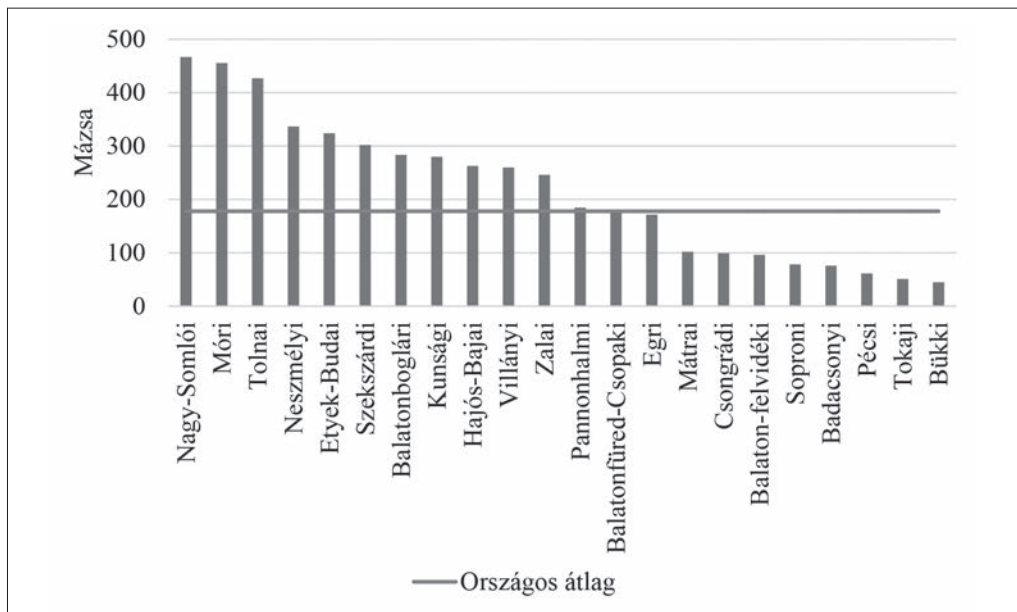
Forrás: HNT és OPTEN adatok alapján saját számítás és szerkesztés

A magyar borvidékeken a vizsgált időszak viszonylatában egy szőlőtermelőre átlagosan 177,72 mázsa betakarított szőlőmennyiség jutott. E fajlagos mutató tekintetében átlag felett 14, míg átlag alatt 8 borvidéki szőlőtermelők teljesítettek (5. ábra). A Nagy-Somlói borvidéken, a Móri borvidéken, és a Tolnai borvidéken az országos átlag több, mint kétszerese a számított mutató értéke.

2019-ben országosan 2023 pályázó, az összes szőlőtermesztés főtevékenységgel foglalkozó gazdálkodó 7,97%-a kapott zöldszüreti támogatást, mindösszesen 2.399.123.558, - Ft értékben. Ez átlagosan 1.185.924, - Ft támogatás/gazdálkodó összeget jelent. A támogatott gazdálkodók 97,23%-a természetes személy volt, és az összes támogatás mintegy 91,31%-a került részükre megítélésre. A zöldszüreti támogatást is igénybe vevő gazdálkodók mezőgazdasági tevékenységükkel összefüggő egyéb jogcímenek kapott összes támogatásá-

nak összege a 2019-es évben 11.135.266.759, - Ft volt, tehát a zöldszüreti támogatás esetükben az összes támogatásnak mintegy 21,55%-át tette ki országos szinten átlagosan.

2020-ban országosan 1498 pályázó, az összes szőlőtermesztés főtevékenységgel foglalkozó gazdálkodó 5,73%-a kapott zöldszüreti támogatást mindösszesen 1.974.262.570, - Ft értékben. 2020-ban az átlagos támogatás értéke 1.317.932, - Ft/gazdálkodó volt. Jól látható, hogy 2019-hez képest 2020-ra amíg a támogatott gazdálkodók száma 25,95%-kal, az összes zöldszüreti támogatás pedig 17,71%-kal esett vissza, addig az átlagos zöldszüreti támogatási összeg 10,02%-kal nőtt. A támogatottak közül a természetes személyek részesedése 95,86%-os értéket vett fel, mely 1,37% pontos visszaesést jelet az előző évhez képest. A zöldszüreti támogatást is igénybe vevő gazdálkodók mezőgazdasági tevékenységükkel összefüggő egyéb jogcí-



5. ábra: A 2019-2020-as évek adatai alapján kimutatható egy szőlőtermelőre átlagosan jutó betakarított szőlőmennyiség mázsában kifejezve

Figure 5: Average quantity of grapes harvested per vine grower, expressed in 100 kg, based on data for 2019-2020

Forrás: HNT adatok alapján saját számítás és szerkesztés

meken kapott összes támogatásának összege a 2020-as évben 8.253.469.052, - Ft volt, így esetükben a zöldszüreti támogatás az összes támogatásnak 23,92%-át tette ki.

2019-ben a zöldszüreti támogatások 96,1%-át borvidéki területi lehatároláson belül gazdálkodó szőlőtermesztők nyerték el. 2020-ban ez az arány 94,98% volt. A zöldszüreti támogatások borvidéki adatait a vizsgált időszakra vonatkozóan a 3. táblázat tartalmazza.

A 3. táblázatból kiolvasható, hogy két borvidéken – a Nagy-Somlói, és a Zalai – működő gazdálkodók egyikében sem éltek a zöldszüreti támogatás lehetőségével, míg a Neszmélyi és Villányi borvidéken gazdálkodók, csak 2020-ban vették igénybe e támogatási formát. A 2019. és 2020. évi zöldszüreti támogatások adatainak azon borvidékek esetén, melyen a gazdálkodók mindkét évben igénybe vették a zöldszüreti támogatást a leg-

nagyobb elmozdulást a Balaton-felvidéki és a Balatonboglári borvidékeken tapasztaltuk, ahol 696,0%-kal, illetve 578,5%-kal növekedett meg a támogatások nominális értéke. További két borvidéken duplázódott meg 2019-ről 2020-ra a megítélt támogatási összeg, a Badacsonyi borvidéken 139,7%-os, illetve a Tokaji borvidéken 134,8%-os emelkedés volt. A legnagyobb visszaesés a Mátrai borvidék esetében realizálódott 61,6%-kal, ezt követi az Etyek-Budai borvidék 60,9%-os csökkenéssel, majd a Soproni és Kunsági borvidékek csaknem azonos mértékű visszaesése 44,5% illetve 43,5 %-os érték mellett. Mindössze három borvidéken maradt 5%ponton belül a változás mértéke, ezek: Pécsi borvidék -4,1%, Bütkki borvidék -2,9%, Móri borvidék -1,1%.

A 2019-ben és 2020-ban is zöldszüreti támogatást nyert borvidéki gazdálkodók esetében az egy szőlőtermesztőre jutó átlagos





Borvidék	Zöldszüreti támogatás összege 2019	Zöldszüreti támogatás összege 2020	Változás 2019-2020	Nyertes projekt 2019	Nyertes Projekt 2020
Badacsonyi	2 012 109 Ft	4 823 081 Ft	139,70%	2	6
Balatonboglári	2 806 771 Ft	19 043 508 Ft	578,48%	5	8
Balaton-felvidéki	682 099 Ft	5 429 287 Ft	695,97%	1	4
Balatonfüred-Csopaki	11 161 558 Ft	9 916 870 Ft	-11,15%	21	18
Bükki	44 706 854 Ft	43 418 782 Ft	-2,88%	39	39
Csongrádi	59 746 628 Ft	36 026 404 Ft	-39,70%	57	31
Egri	55 730 348 Ft	60 964 732 Ft	9,39%	59	46
Etyek-Budai	33 974 139 Ft	13 293 768 Ft	-60,87%	5	5
Hajós-Bajai	9 546 493 Ft	20 849 714 Ft	-29,43%	21	12
Kunsági	1 517 831 451 Ft	857 245 665 Ft	-43,52%	974	563
Mátrai	157 519 649 Ft	60 419 446 Ft	-61,64%	290	108
Móri	4 073 434 Ft	4 027 947 Ft	-1,12%	5	2
Nagy-Somlói	0 Ft	0 Ft		0	0
Neszmélyi	0 Ft	5 572 158 Ft		0	2
Pannonhalmi	5 977 384 Ft	4 252 805 Ft	-28,85%	5	3
Pécsi	50 358 941 Ft	48 318 089 Ft	-4,05%	3	5
Soproni	58 343 664 Ft	32 407 231 Ft	-44,45%	58	26
Szekszárdi	1 235 463 Ft	1 471 138 Ft	19,08%	3	3
Tokaji	239 871 478 Ft	563 322 904 Ft	134,84%	387	507
Tolnai	30 065 019 Ft	59 258 879 Ft	97,10%	18	24
Villányi	0 Ft	25 183 441 Ft		0	16
Zalai	0 Ft	0 Ft		0	0
Összesen	2 305 643 482 Ft	1 875 245 849 Ft	-18,67%	1953	1448

3. táblázat: A zöldszüreti támogatások alapadatai borvidéki bontásban, 2019-2020  
Table 3: Basic data on green harvest subsidies by wine areas, 2019-2020

Forrás: MÁK adatok alapján saját számítás és szerkesztés

zöldszüreti támogatás a legnagyobb mértékben a Balatonboglári borvidéken emelkedett (325,05%). A legnagyobb visszaesés e mutató tekintetében az Etyek-budai borvidéken volt tapasztalható (-60,87%).

A zöldszüreti támogatások területi egyenlőségének feltárására országosan és települési szinten számított HHI értéke a 2019-es évben 481,677 értéket vett fel, a 2020-ra számított HHI érték pedig 244,627 volt. A két

index értékét összevetve megállapíthatjuk, hogy a zöldszüreti támogatások nominális összegének területi egyenlőtlensége 2020-ra 2019-hez képest mérséklődött.

A zöldszüreti támogatások borvidékekre számított HHI értéke 2019-ben 4522,015 volt, a 2020-as HHI érték ezzel szemben 3046,96-ra módosult, tehát a borvidéki gazdálkodók zöldszüreti támogatásának területi egyenlőtlenségi mutatószámainak alakulása kor-

relál a települési szintű adatok változásának irányával.

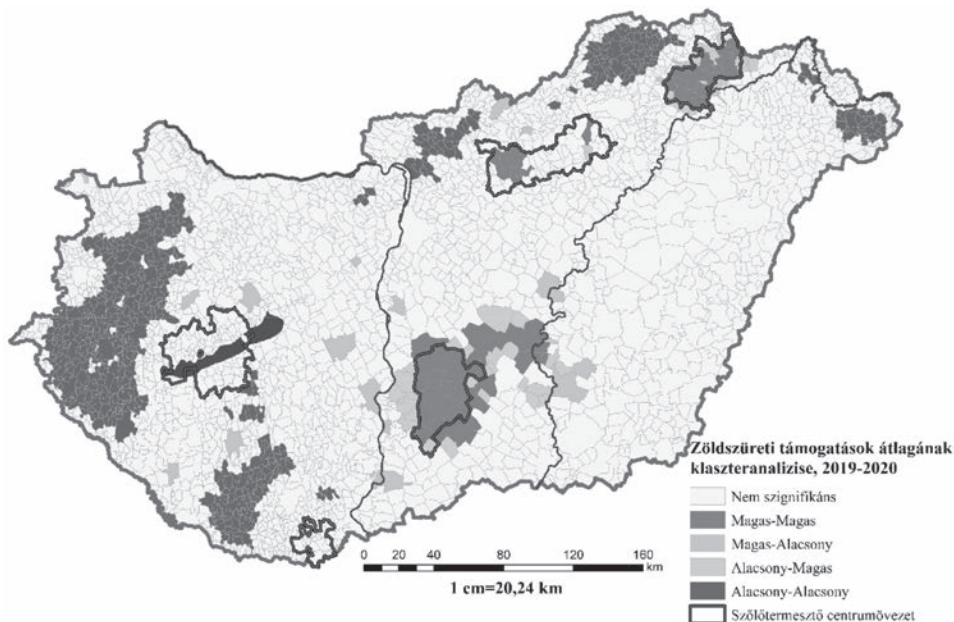
A zöldszüreti támogatások összegének támogatott projektek számával súlyozott, települési szintre számított  $G_s$  együtthatója 2019-ben 33,01%, míg 2020-ban 31,37% volt. A  $G_s$  együttható megerősíti a HHI értékek által is felvázolt területi kiegyenlítődési folyamatot.

A települési szintre számított területi egyenlőtlenségi mutatók eredményei arra engedtek következtetni, hogy a zöldszüreti támogatások klaszteresedést alkotnak a térben, mely feltételezésünk megerősítésére Local Moran-féle területi autokorrelációs vizsgálatot végeztünk, a települési szintű, 2019-2020 évek-re számított, átlagos zöldszüreti támogatási összegek felhasználásával. Az alkalmazott módszer eredménye szerint a vizsgált mutató vonatkozásában klaszteresedés alakult

ki a térben ( $I = 0,587446$ ,  $Z = 57,385069$ ), mely eredmény  $p=0$  szinten szignifikáns.

A területi statisztika 6. ábrán szemléltetett eredményéből jól látszik, hogy a vizsgált mutató vonatkozásában Magas-Magas klaszterezettség alakult ki a Tokaji borvidéken található szőlőtermesztő centrumövezet szinte teljes területén, a Mátrai borvidék nyugati határmenti övezetében, valamint nagy kiterjedés mellett a Duna borrhégyi Kunsági borvidékének centrumában. Fontos megjegyezni ezek mellett, hogy a Balaton borrhégyi területén található szőlőtermesztő centrumövezet, valamint a Villányi borvidéken elhelyezkedő szőlőtermesztő centrumövezet területére az alkalmazott módszer nem mutatott ki szignifikáns eredményt.

Alacsony-Alacsony klaszterezettséget mérünk a Felső-Magyarországi borrhégyi északi határterületeinek Bükki borvidékhez, vala-



6. ábra: A zöldszüreti támogatások 2019-2020-as átlagának klaszterezettsége  
Figure 6: Clustering of average green harvest subsidies for 2019-2020

Forrás: MÁK adatok alapján saját számítás és szerkesztés



mint Mátrai borvidékhez közel eső területein, továbbá a Pécsi borvidék nyugati periferiáján, valamint a Soproni és Zalai borvidékek közti nagy kiterjedésű területen. Mindenképpen meg kell jegyezzük, hogy az Alacsony-Alacsony klaszterezettség alá eső települések 92,8%-a nem tartozik semmilyen borvidéki lehatárolási terület alá, míg a Magas-Magas klaszterezettséggel érintett téregységek 100%-a borvidéki lehatárolásokon belül található.

A borvidékenkénti átlagos zöldszüreti támogatás összegének, és az adott borvidéken működő összes szőlőtermesztő száma közti összefüggésvizsgálat eredménye szerint a két változó közt közepesen erős ( $r_s=0,652$ ) kapcsolat áll fenn,  $p=0,01$  szignifikancia-szint mellett.

A nyertes projektek darabszáma, és a borvidéki szőlőtermesztők száma közti összefüggésvizsgálat szerint a két változó közt közepesen erős ( $r_s=0,765$ ) kapcsolat áll fenn, mely  $p=0,01$  szinten szignifikáns.

A borvidéki zöldszüreti támogatások területi egyenlőtlenségeinek 2019 és 2020 közti változását súlyozott GINI együtthatók összehasonlításával végeztük. A termő szőlőterülettel súlyozott zöldszüreti támogatás  $G_s$  értéke 2019-ben 45,96% volt, mely 2020-ra 47,18%-ra módosult, tehát a termő szőlőterület tekintetében koncentráltabban jelentek meg a zöldszüreti támogatások borvidékeinken. A terméshozammal súlyozott zöldszüreti támogatáshoz számított  $G_s$  együttható 2019-ben 42,77%-os értéket vett fel, mely 2020-ra 51,71%-ra változott. E tekintetben nagyfokú koncentráció ment végbe a vizsgált fajlagos mutató területi megoszlásának tekintetében.

## Következtetések és javaslatok

Hipotézisvizsgálatok eredményei a 2019-es és a 2020-as évi adatok feldolgozásának tükrében:

H1 hipotézisünket részben elfogadjuk, hiszen a mért változó térbeli koncentrációja egyértelműen kirajzolódott, azonban e kon-

centráció csak részben igazodik a borvidéki lehatárolásokhoz.

H2 hipotézisünk megerősítést nyert, a borvidéki átlagos termő szőlőterület, és a borvidékeken működő szőlőtermelők száma egymással szorosan összefügg, egyikből következik a másik, a két változó közti determinációs együttható igen magas, 91,78%.

H3 hipotézisünket igazoltuk, a 2019-2020 átlagában számított borvidéki termő szőlőterületek és a vonatkozó borvidéki átlaghozamok közt erős a kapcsolat, 90,44%-os determinációs együttható mellett.

H4 hipotézisünket részben fogadjuk el. A zöldszüreti támogatások összege és kérelemszáma 2020-ban csökkent a 2019-es évhez képest, ez pedig kihat a területi egyenlőtlenségekre, azonban ez területi szintenként eltérő módon jelentkezett. Míg országos – települési – szinten tompultak a területi különbségek a vizsgált mutatók tekintetében, addig borvidéki lehatárolásokat alapul véve fokozódtak a területi egyenlőtlenségek.

H5 hipotézisünk igazolást nyert, a zöldszüreti támogatások helyenként koncentráltan jelennek meg a térben.

Kimutattuk, hogy a zöldszüreti támogatásokat elsősorban a Tokaji borvidéken, és a Duna-borrégió Kunsági borvidékének centrumövezetében, és annak közvetlen környezetében vették igénybe nagy arányban a gazdálkodók, míg három nagyobb szőlészeti centrumövezetben nem mértünk szignifikáns eredményt. Véleményünk szerint ez több okra is visszavezethető. Azoknak a borrégióknak – elsősorban a Pannon borrégióknak és a Balaton borrégióknak – a borvidékeiken, ahol hagyományosan magas terméshozam-korlátozással folyik a szőlőművelés (1-1,5 kg/töketerhelés) a lehető legmagasabb minőségű borok elkészítésének érdekében, a gazdálkodók már nem engedhettek meg további terméshozamcsökkentést, mivel az a borászatok alapanyag-ellátását lehetetlenítette volna el. Az ezekben a borrégiókban dolgozó borászatok e mellett ma-



gas márkaértékkel jelennek meg a piacon, valamint fejlett retail piaci lefedettséggel és hálózatosodott rövid ellátási láncolatokkal is rendelkeznek borvidékeik, ennek okán még gazdasági válsághelyzetben sem számoltak számottevő forgalomcsökkenéssel, szükségük volt a megfelelő mennyiségű és minőségű alapanyagra.

A Tokaji borvidék esetében – ahol ugyancsak komoly hagyományai vannak a termés-hozam-korlátozásnak – azért jelenhetett meg releváns mértékben a zöldszüreti támogatások igénybevétele, mert a borvidék borainak jelentős része exportpiacokon kerül értékesítésre, és e piacok működését a koronavírus okozta gazdasági válsághelyzet erősen megtépázta. Mindemellett esetükben a belföldi piacok is a megszokott volumen alatt teljesítettek, hiszen boraik a retail piaci csatornában kevésbé reprezentáltak, a HoReCa piacaik az egészségügyi válságkezelés miatt átmenetileg megszűntek, és az idegenforgalom szinte teljes visszaesésével a külföldiek magyarországi tokaji bor vásárlásai is erőteljesen megcsappantak.

Fentiekén túl legnagyobb arányban a Kunsági borvidéken vették igénybe a zöldszüreti támogatást a gazdálkodók. Ezen a borvidéken a legkisebb hazánkban a termés-hozam-korlátozás, és a legtöbb tömegbor is itt készül, a szőlészet jövedelmezőségi viszonyai ugyanakkor itt viszonylag alacsonyak. Mivel amúgy is értékesítési nehézségekkel terhelt a szőlőtermesztési szektor a területen, így tömegesen éltek a termelők e támogatási lehetőség lehívásával.

Bár a zöldszüreti támogatás sok esetben lehetőség volt a veszteségek minimalizálására, véleményünk szerint át lehetne gondolni a rendszert akként, hogy a gazdálkodóknak ne kelljen az egész termést éretlen állapotban eltávolítani a tőkéről, hanem egyfajta motiváció legyen a terméshozam-korlátozás fokozására, a jobb minőség elérésére, így a magasabb jövedelmezőségi színvonal realizálására. Ebben

az esetben a zöldszüreti támogatás összegét javasoljuk a felvásárlási árakban érvényesíteni, így garantált szőlőfelvásárlási árakkal elérhető a szőlősgazdák működésének magasabb rentabilitása, ezen keresztül megélhetésük hosszú távú biztosítása, ültetvényeik megőrzése, karbantartása és fejlesztése az újabb felvásárlói igényeknek megfelelően. Ez illeszkedik a Közös Agrárpolitika célkitűzéseihez, és megjelenhet a következő költségvetési ciklus prioritásaiban is. Így a zöldszüreti támogatásból nem kényszer, hanem lehetőség válhat belőle az ágazat minden szereplője számára.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

Ábel I. – Hegedűsné Baranyai N. (2017): Szőlőtermelő gazdaságok jövedelmezőségének vizsgálata. Borászati Füzetek 3 pp. 29-33.

Agronapló (2020): Szüret után: ilyen évet zár a hazai borászat. 2020.12.09.<https://www.agronaplo.hu/hirek/szuret-utan-ilyen-ebet-zar-a-hazai-boraszat> Letöltés: 2022.01.13.

Brazsil D. (2017): A magyarországi szőlő- és bor ágazat stratégiája 2016-2025. Kiskőrös, 2017.02.14. (kézirat) 45. p.

Douglas E. (2018): What is green harvesting? Interview with Chris Foss, who head of the wine division at Plumpton College. August 22, 2018. <https://www.decanter.com/learn/advice/what-is-green-harvesting-ask-decanter-399834/> Letöltés: 2022.01.10.

Fekete K. (2022): Zöldszüretre vonatkozó támogatási adatok nyilvántartása. 2022.01.13.

Fórián Z. (2021): A borpiacról értékelemzői szemmel. Agrofórum 32 (12) pp. 12-14.

Frittmann J. (2019): Már most igyekezzünk feszültségmentessé tenni a szüretet. Borászati Füzetek 3 p. 2.

Györe D. (2022): személyes közlés 2022.01.12. Az Agrárminisztérium Borászati és Kertészeti Főosztály Szőlő-Bor és Eredetvédelem osztály vezetője.

Győri T. – Egri Z. (2020): A munkanélküliek – mint potenciális munkaerő-tartalék – tér-



szerkezetének vizsgálata Békés megyében. *Studia Mundi - Economica* 7 (2) pp. 2-17.

Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (2016): A magyarországi szőlő- és borágazat stratégiája. 19. p. [https://www.borrend.hu/borrend\\_s/oldsiteimgs/hirek/a\\_magyaroszag\\_i\\_szolo\\_bor\\_agazat\\_strategiaja.pdf](https://www.borrend.hu/borrend_s/oldsiteimgs/hirek/a_magyaroszag_i_szolo_bor_agazat_strategiaja.pdf) Letöltés: 2022.01.13.

Hegyközségek Nemzeti Tanácsa (2021): Statisztikák. <https://www.hnt.hu/statisztikak/> 2022.01.05.

Járdány K. (2021): Borászati üzemfejlesztési támogatások területi megoszlásának vizsgálata Magyarországon 2014-2020 között. *Északmagyarországi Stratégiai Füzetek* 18 (1) pp. 58-71.

Kispál G. (2017): Examination of adapting the contractual system in the Hungarian wine sector. *Annals of the polish association of agricultural and agribusiness economists* 19 (2) pp. 108-113. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.293501>

Komarek L. (2012): A magyar ipar makroszintű specializációjának kérdései. PhD értekezés. Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar Széchenyi István Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Sopron. 193. p.

Lukácsy Gy. – Fazekas I. (2019): Zöldszüreti kisokos. *Borászati Füzetek*. 3 pp. 5-6.

Masa N. – Ledóné Darázsi H. – Komarek L. (2021): The impact of a precision monitoring system on vegetable cultivation in rural areas. *Review on Agriculture and Rural Development* 10 (1-2) pp. 3-8. <https://doi.org/10.14232/rard.2021.1-2.3-8>

Nagy-Kovács E. (2011): A szőlő- és bortermékpálya jövedelmezőségének vizs-

gálata. PhD értekezés. Szent István Egyetem Gazdálkodási- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Gödöllő. 123. p.

Pusztai Cs. (2022): Telefonos interjú a Csongrádi hegyközség elnökével 2022.01.13-án.

Sidlovits D. (2008): Vertikális koordináció a szőlő- és borágazatban. PhD értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem Interdiszciplináris Doktori Iskola, Budapest. 316. p.

Szabó J. – Molnár I. (2017): Borexportunk eredetvédett hányada. *Agrofórum. Iránymutató a mezőgazdaságban* 28 (12) pp. 18-21.

Szamosköziné Kispál G. (2018): A magyarországi bor termékpálya jövedelmezőségének vizsgálata. PhD értekezés. Szent István Egyetem, Gazdálkodási- és Szervezéstudományi Doktori Iskola, Gödöllő. 203. p.

Tóth G. (2014): Térinformatika a gyakorlatban közgazdászoknak. Miskolci Egyetemi Kiadó, Miskolc. 107. p.

Vidékfejlesztési Minisztérium: Nemzeti Vidékstratégia 2012 – 2020 Szőlő- és borprogram („a magyar vidék alkotmánya”). 136. p.

Vrochidou E. – Tziridis K. – Nikolaou A. – Kalampokas T. – Papakostas G. A. – Pachidis T. P. – Mamalis S. – Koundouras S. – Kaburlasos V. G. (2021): An Autonomous Grape Harvester Robot: Integrated System Architecture. *Electronics* 10 (9) 1056 pp. 1-22. <https://doi.org/10.3390/electronics10091056>

Zanathy G. (2014): Zöldszüret más-ként. <https://www.agronaplo.hu/szakfolyoirat/2006/11-12/kerteszet/zldsztretmsknt> Letöltés: 2022.01.10.





## A FALU – szerzői útmutató

„A FALU” c. negyedévente megjelenő lektorált szakmai folyóirat, amely magyar nyelven tesz közzé a vidékfejlesztés témaköréhez kapcsolódó eredeti kutatási eredményeket. A folyóirat akadémiai besorolása:

- MTA IV. Agrártudományok Osztálya - magyar nyelvű folyóiratok: A,
- MTA IX. Gazdaság- és Jogtudományok Osztálya, Regionális Tudományok Bizottsága - magyar nyelvű folyóiratok: C.

A folyóiratot 1985-ben alapította az Agroinform Kiadó és Nyomda Kft. A kiadás joga 2012-ben a Nemzeti Agrárszaktanácsadási, Képzési és Vidékfejlesztési Intézethez (NAKVI), majd pedig a mostani Herman Ottó Intézet Nonprofit Kft.-hez (HOI) került át.

„A FALU” nagy hagyományokkal rendelkező, minősített, – azaz két lektor által értékelt – tudományos folyóirat, a benne található közlemények megfelelnek ezeknek a követelményeknek. A cikkek által feldolgozott témakörök tudományos szemléletűek, módszertanilag megalapozott, igényes szakmai nyelvezettel íródnak. Valamennyi tanulmányhoz angol nyelvű összefoglaló (abstract) is tartozik. A tanulmányok végén a felhasznált szakirodalmat szabályos jegyzékben tüntetik fel. A cikkek – noha tudományos igényűek – ismeretterjesztő jelleggel és az igényes vidéki olvasóközönség számára is közzétett nyelvezettel íródnak.

A folyóiratban publikált tanulmányok tematikája változatos, lefedik a modern vidéktudományok szakterületeit úgy, mint az agrárgazdaságtan, a földrajztudomány, a környezettudomány, a közgazdaságtan, a közigazgatás, a politikatudomány, a regionális tudomány, a szociológia, a természetvédelem és a turizmus területeit. Míg az egyes diszciplínák szabályai szerint készült közlemények módszertani megközelítései különbözőek, a vizsgálatuk tárgya minden esetben a vidékre és a vidéki térsége fejlesztésére fókuszál.

### A kéziratok elkészítése:

Az elkészült és benyújtásra kerülő kézirat hossza – táblázatokkal, ábrákkal és irodalomjegyzékkel együtt – nem haladhatja meg a 20 oldalt. A kézirat szövege A4-es lapméretben, Times New Roman betűtípussal és 12-es betűmérettel, sorkizártan készüljön.

A címdalton sorrendben a következők szerepeljenek:

- a kézirat címe, esetleg alcíme,
- a szerző(k) neve, a szerző(k) tudományos fokozata (ha van), munkahelye, beosztása, elérhetősége.

A kéziratok szerkezete:

- absztrakt magyar nyelven,
- absztrakt angol nyelven,
- bevezetés, irodalmi feldolgozás,
- felhasznált anyag és alkalmazott módszertan,
- eredmények és azok értékelése,
- következtetések, javaslatok,
- köszönetnyilvánítás (amennyiben indokolt),
- felhasznált irodalom.

Az absztraktot magyar és angol nyelven is el kell készíteni. Az nem tartalmazhat rövidítéseket, s fontos, hogy a magyar és angol nyelvű összefoglalás hossza igazodjon egymáshoz. Az absztraktok hossza minimum 10, maximum 25 sor legyen.

A kézirat elkészítésekor kérjük, vegyék figyelembe, hogy annak közérthetősége különösen fontos az olvasók számára. A cikk elején, annak bevezetőjében kérjük feltüntetni a leglényegesebb szakmai-tudományos kérdéseket, állításokat, kutatási problémákat, amelyre a tanulmány reagálni kíván. Ehhez kapcsolódóan egyértelműen megfogalmazandó(k) a tanulmány célkitűzése(i), amennyiben releváns hipotézise(i). Elvárás, hogy már ez alapján derüljön ki a közlemény újszerűsége, érdekessége. A szövegben az egyes fejezetek között a lényegre törő közcímek használatát kérjük.



A módszertani részben világosan és pontosan kell bemutatni vagy hivatkozni azokat a módszereket, adatbázisokat, amelyek alapján a szerzők a kutatást, vagy elemzést elvégezték és az eredményeket megkapták. Fontos bírálati szempont a közlésre szánt tanulmány elfogadásakor, hogy a kézirat összefoglalójának szövege hiteles és értékelhető választ ad-e a felvetett és vizsgált vidéki problémá(k)ra.

Az irodalmi hivatkozásokat a legújabb eredeti közleményekre és összefoglalókra kell korlátozni. Csak azok az irodalmi hivatkozások sorolhatók fel, amelyekre a szövegben utalás történt és direkt kapcsolatban vannak a vizsgált és bemutatott kérdésekkel, problémákkal, eredményekkel.

A szövegen belüli szakirodalmi utalásokat a következő módon, zárójelben kérjük feltüntetni:

- Egy szerző esetén a szerző nevére hivatkozással: a szerző neve, ezt követi a közlemény megjelenésének évszáma vesszővel elválasztva (Kovács, 2009).
- Három vagy több szerző esetén: az első szerző pontos neve után „et al.” és a közlemény megjelenésének évszáma vesszővel elválasztva (Benedek et al., 2014).
- Ha két szerző van, akkor mindkettő nevét ki kell írni gondolatjellel elválasztva (Szöllősi – Molnár, 2018).
- Egy szerzőnek ugyanazon évben megjelent több munkájára történő hivatkozás esetén a szerző neve, az évszámok „a”, „b”, „c” stb. megjelöléssel (Szöllősi, 2010a).
- Szó szerinti idézetnél az oldalszám megadása kötelező.

Az irodalomjegyzéket a tanulmány végén abc-sorrendben kérjük közölni a következők szerint:

- Folyóirat esetében: Benedek Zs. – Fertő I. – Baráth L. – Tóth J. (2014): Termelői heterogenitás a rövid ellátási láncokban: a piacokon értékesítő gazdák jellemző különbségei. A Falu 25 (4) pp. 15-30.
- Könyv esetében: Kiss I. (2014): Az Alföld helyzete és perspektívái. Alföld Kiadó, Szeged. 250. p.
- Könyvfejezet esetében: Csatári B. (2018): Rendszerváltoztatás Kelet-Közép-Európa vidé-

kein és egy alföldi faluban, többféle nézőpontból. pp. 262-275. In.: Pénzes J. (szerk.) Falu - város - periféria: határon innen és túl. 374. p.

- Honlap esetében: [www.ksh.hu](http://www.ksh.hu), a letöltés dátuma 2021. július 20.

A táblázatokat magyar és angol nyelvű címmel kell ellátni. A táblázatok címét a táblázat alatt, középre igazítva kérjük elhelyezni. A táblázatokat – annak érdekében, hogy a szerkesztésnél pontosak legyenek – kérjük az adatsorokkal együtt megadni. A táblázatok forrását kérjük megjelölni, a szövegben megfelelő helyen jelenjen meg a táblázatokra való hivatkozás (1. táblázat). A táblázatok ne képként kerüljenek beillesztésre, azokat a Word dokumentumban kérjük elkészíteni.

Az ábrákat magyar és angol címmel kell ellátni. Az ábrák címét az ábra alatt, középre igazítva kérjük elhelyezni. Az ábrákat – annak érdekében, hogy a szerkesztésnél pontosak legyenek – kérjük az adatsorokkal együtt megadni. Kérjük a mértékegység és a jelmagyarázat megadását. Az ábra forrását kérjük megjelölni, a szövegben megfelelő helyen jelenjen meg az ábrákra való hivatkozás (1. ábra). Az ábrákat szerkeszthető excel file formában kérjük megküldeni.

A kézirattal együtt kérjük külön-külön csatolják a cikkben közölni kívánt táblázatokat, ábrákat (excel file), illetve képeket (jpg vagy tif file). Ezek fájlcíme jelezze az ábrák, táblázatok, képek sorrendjét. A kéziratban az ábrák, táblázatok és képek helyét, címét kérjük arab számokkal jelölni.

A kéziratokat elektronikus formában küldött levél mellékleteként kérjük beküldeni a következő e-mail címre: [komarek.levente@mgk.u-szeged.hu](mailto:komarek.levente@mgk.u-szeged.hu)

Köszönjük, hogy megfelelően előkészített kézirattal segíti munkánkat!

Budapest, 2021. július 1.

*A Falu c. folyóirat szerkesztősége*



# Szerzők

Angler Kinga – tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Élelmiszergazdasági és Turisztikai Tanszék

Csóka László – tanársegéd, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

Farkas Jenő Zsolt – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Alföldi Tudományos Osztály

Gonda Tibor – adjunktus, Pécsi Tudományegyetem, Közgazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

Gyurcsik Petronella – osztályvezető, Nemzeti Adó- és Vámhivatal

Hardi Tamás – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Nyugat-Dunántúli Tudományos Osztály

Hoyk Edit – tudományos főmunkatárs, Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Regionális Kutatások Intézete, Alföldi Tudományos Osztály; egyetemi docens Neumann János Egyetem, Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar, Agrárökonómiai és Vidékfejlesztési Tanszék

Járdány Krisztián – PhD hallgató, Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Gazdaság- és Regionális Tudományok Doktori Iskola

Sánta Ádám Kálmán – PhD hallgató, Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola; Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet, Turizmus-Vendéglátásmenedzsment Tanszék

Szamosköziné Kispál Gabriella – adjunktus, Szegedi Tudományegyetem, Mezőgazdasági Kar, Gazdálkodási és Vidékfejlesztési Intézet

Szentesi Ibolya – adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Számviteli és Pénzügyi Intézet

Szóllós-Tóth Andrea – PhD hallgató, Debreceni Egyetem, Ihrig Károly Gazdálkodás- és Szervezéstudományok Doktori Iskola; Gazdaságtudományi Kar, Világgazdasági és Nemzetközi Kapcsolatok Intézet

Tóth Róbert – adjunktus, Károli Gáspár Református Egyetem, Állam- és Jogtudományi Kar, Gazdaság- és Vezetéstudományi Intézet, Gazdaságelméleti és Módszertani Tanszék

Túróczy Imre – főiskolai tanár, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Számviteli és Pénzügyi Intézet

Vargáné Csobán Katalin – adjunktus, Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Vidékfejlesztés, Regionális Gazdaságtan és Turizmusmenedzsment Intézet, Turizmus-Vendéglátásmenedzsment Tanszék



