



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

A RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCBAN REJLŐ LEHETŐSÉGEK ÉS VESZÉLYEK MAGYARORSZÁGON

SZABÓ DOROTTYA

Összefoglalás

Az elmúlt évtizedek egyre inkább modernizálódó vásárlói szokásai és ennek következtében koncentrálódó kiskereskedelem rohamos térhódítása után, az utóbbi években újra növekvő igény mutatkozik a szorosabb termelői-fogyasztói kapcsolatok kialakítása iránt. Ezt igazolta az Eurobarometer (2011) felmérése is, miszerint az Európai Unió országaiban - köztük Magyarországon - a válaszadók jelentős többsége vélte úgy, hogy az Uniónak támogatni kellene a rövid ellátási láncok (REL) megerősödését.

Magyarországon jelenleg a REL-en belül elsősorban a közvetlen értékesítés hagyományos formáinak (pl. piacok) alkalmazása elterjedt a termelők és a vásárlók körében, az innovatív, modern formák jóval ritkábbak (pl. közösség támogatta mezőgazdaság, doboz rendszer, házhozszállítás). A REL hazai fejlesztése nem könnyű feladat, hiszen a kínálat oldalán jellemzően a legkisebb (egyéni, vagy mikrovállalkozások) termelők találhatók, akiknek együttműködési és érdekérvényesítő képességük is gyenge. Ugyanakkor számukra lenne a legfontosabb az értékesítési lehetőségeik és piacképességük javítása. A kereslet oldalán a REL részvételének erősítése mellett a fogyasztói bizalom növelése, illetve a korlátos hazai vásárlóerőt figyelembe vevő REL megoldások kialakítása lenne kedvező.

A tanulmány elsősorban a REL hazai helyzetét vizsgálja, kiemelve azokat a lehetőségeket és veszélyeket, amely szempontok figyelembevétele feltétlenül szükséges az értékesítési csatornák e típusainak fenntartható működéséhez.

Kulcsszavak: Rövid ellátási lánc, Közvetlen értékesítés, Egyéni gazdaságok, Fogyasztói szokások

JEL: Q19

The possibilities and dangers of the short supply chain in Hungary

Abstract

The customers' habits have changed and the retailers gained ground in the past decades. Recently there is a growing need for direct consumer-farmer relationship. It was also verified by the evaluation of the CAP of Eurobarometer, where the majority of participants from the EU (including Hungary) thought that the EU should support the short supply chains (SSC).

At present mainly the traditional ways of direct marketing are popular within the short supply chains amongst Hungarian farmers and customers such as markets. The innovative, modern forms are rare, i.e. box scheme, home delivery, community supported agriculture.

Developing SSC in Hungary is not an easy task, as small farmers can typically be found at the supplier side such as single or micro entrepreneurs, whose co-operating and lobbying skills are not too strong. At the same time, it would be most important for them to develop their marketing possibilities and food safety. On the side of demands it is

important to strengthen the consumers' trust as well as the participation of SSC. It would also be useful to form new SSC solutions taking the limited local spending power into account.

The study mainly examined the local status of SSC, highlighting the possibilities and dangers of such channels in Hungary.

Keywords: *Short supply chain, Direct sales, Sole holders, Consumers' attitudes*

JEL: Q19

Bevezetés

Magyarországon a rövid ellátási láncok (REL) iránti tudományos érdeklődés ugyan valamelyest felélénkült az elmúlt két-három évben, de az Európai Unió régi tagállamaival, valamint az Uniót kívül pl. az Egyesült Államokhoz és Japánhoz viszonyítva, még mindig meglehetősen kevés információ áll rendelkezésünkre a REL hazai helyzetéről, illetve a REL-ben résztvevő szereplőkről. Ez magyarázható azzal, hogy a rövid ellátási láncok modern, innovatív, etikai értékeket is hordozó formái (pl. közösség által támogatott mezőgazdaság, dobozrendszer, vásárlói közösségek) itthon csak a közelmúltban jelentek meg ellentétben az Unió északi tagállamaival, ahol ezek a formák több évtizedes múltra tekintenek vissza. Hazánkban jelenleg a rövid ellátási láncok típusai közül a piacon történő vásárlás a legnépszerűbb a fogyasztók körében.

A REL szempontjából jelenleg tapasztalható pozitív irányú folyamatok ellenére sem a rövid ellátási láncok hagyományos, sem pedig a modern típusainak hosszú távú fennmaradása nem garantált. A REL-ben elsősorban a kisebb gazdaságok termelői vesznek részt, a méretgazdaságosság megtartása és a kapacitáskorlát pedig általában nem teszi lehetővé, még a köztes szereplők kizárása ellenére sem, hogy a termékeik a nagy élelmiszerláncok által kínálnál kedvezőbb áron juthassanak el a vásárlókhoz, különösen a magas hozzáadott értékű árucélcsoportok esetében. Ahogyan az a mezőgazdaság egészére jellemző, a rövid ellátási láncok termelőit is fenyegeti az elöregedés és a generációváltás veszélye. Ezen felül a gazdák többnyire nem élnek a formális szakmai oktatás és képzés lehetőségeivel, ami azért is kockázatos, mivel a rövid ellátási láncban résztvevőknek nem csak a termeléshez kell érteniük, hanem többek között a feldolgozáshoz, raktározáshoz, szállításhoz, az értékesítéshez és a marketing tevékenységhez szükséges tudást is birtokolniuk kell az eredményes működés biztosításához. Emellett a kistermelők élelmiszerhigiéniai szaktudása is sok esetben hiányos, ezért élelmiszerbiztonsági kockázatot jelenthetnek. Elsősorban a fent leírtak következtében a REL-termelők önszerveződési, érdekérvényesítő és pályázati versenyképességük gyenge, a sok szempontból megoldást jelentő együttműködések pedig ritkák.

Fogyasztói oldalról a témában végzett kutatások eredményei azt igazolták, hogy a vásárlás során a legtöbb vevő számára a termékek ára és a széles áruválaszték a legfontosabb szempontok, emellett ténylegesen nagyon kevés vásárló hajlandó magasabb árat fizetni a magyar termékekért, ha egy hazai és egy külföldi, ugyanolyan minőségű áru közül lehet választani (Szakály et al., 2010). A fogyasztó-termelő közvetlen kapcsolata garantálja a vevők számára a termékek iránti bizalmat, amely kapcsolat így rendkívül sérülékeny, így a REL-ben értékesített termelői termékek iránti kereslet növekedése sem önműködő folyamat.

Ezek a problémák rávilágítanak azokra a szempontokra, amelyek fejlesztése feltétlenül szükséges a REL rendszerek hosszú távú fennmaradásához.

Anyag és módszer

A rövid ellátási láncokkal kapcsolatos adatok gyűjtése nehézségekbe ütközik, mivel sem a magyar, sem pedig az Unió szintű statisztikákban nem történik reprezentatív adatgyűjtés speciálisan a REL-ben résztvevő szereplőkre nézve. Az európai gazdaságszerkezeti összeírás (Eurostat: Farm Structure Survey - FSS) 2005 és 2007-es tagállami összefoglalóiban található kapcsolódó adatok, de csupán arra vonatkozóan történik adatgyűjtés, hogy a mezőgazdasági egyéni gazdaságok közül mennyire jellemző az, hogy a „végfogyasztóknak történő közvetlen értékesítés az üzem teljes gazdasági értékesítésének több mint 50%-át teszi ki” (A Bizottság 1200/2009/EK rendelete). A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) Általános Mezőgazdasági Összeírásában (ÁMÖ) és a Gazdaságszerkezeti Összeírásban (GSZÖ) az egyéni és társas gazdaságok szerint található adat a nem mezőgazdasági tevékenységet is végző gazdaságok számáról, amely magába foglalja a REL-hez kapcsolódó tevékenységeket is. A rövid ellátási láncokkal kapcsolatban az egyéb tudományos felmérések is hiányoznak a hazai vizsgálatokból, a rövid ellátási láncokkal kapcsolatos témákkal eddig csak néhány kutatás foglalkozott Magyarországon (Agrárgazdasági Kutató Intézet, ESSRG, Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont, Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet).

A REL helyzetének feltárása során a hazai és nemzetközi tudományos, illetve nem tudományos forrásmunkák, valamint az Eurostat és a KSH releváns eredményei kerültek feldolgozásra.

A rövid ellátási lánc (REL) fogalma

Az Európai Parlament és a Tanács 1305/2013/EU Rendeletének 2 cikk m) szerinti fogalom meghatározása alapján a „rövid ellátási lánc”: az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők, feldolgozók és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt elkötelezett, korlátozott számú gazdasági szereplő által alkotott ellátási lánc. Azaz a termelők és termelők csoportosulása a fogyasztóknak, vagy fogyasztók csoportosulásának közvetlenül, vagy egy közvetítőn keresztül értékesítik élelmiszer-termékeiket. A közvetlen, vagy az egy közvetítő REL értékesítési formákat négy főtypusba (közvetítőn keresztül, házhoz szállítással, nyitott gazdaságban és értékesítési ponton), valamint azokon belül két altípusba (hagyományos és újszerű) sorolhatjuk (1. táblázat).

1. táblázat: A REL értékesítési formáinak kategóriái

| | |
|---|--|
| <p>1. REL típus: Közvetítőknak</p> <p>a. Hagyományos: Közvetlenül értékesítő feldolgozó</p> <p>b. Újszerű: Vendéglátás, Intézményi étkeztetés, Kiskereskedelem</p> | <p>2. REL típus: Házhoz</p> <p>a. Hagyományos: Házaló értékesítés, Mozgó bolt</p> <p>b. Újszerű: Doboz rendszer, Internetes házhozszállítás</p> |
| <p>3. REL típus: Nyitott gazdaság</p> <p>a. Hagyományos: Bolt a gazdaudvaron, Szedd magad, Falusi vendégasztal</p> <p>b. Újszerű: Közösség Támogatta Mezőgazdaság</p> | <p>4. REL típus: Értékesítési pontok</p> <p>a. Hagyományos: Piac, vásár, Ideiglenes kitelepülés</p> <p>b. Újszerű: Termelői piac, Fesztivál, Gazdabolt településen, Automata</p> |

Forrás: Munkadokumentum tervezet - SFC2014 technikai útmutató, 2014

A rövid ellátási láncokban rejlő lehetőségek a kínálat oldaláról

A nemzetközi és a hazai tapasztalatok alapján egyaránt a REL-ben résztvevő termelők számára a piacok a legfontosabb közvetlen értékesítési csatorna (Thilmany és Watson 2004; Juhász és Szabó, 2013; Benedek et al., 2013, Csíkné Mácsai, 2013).

A piacoknak nincsenek jól elkülöníthető, teljes egészében homogén kategóriái, illetve országonként, sőt sokszor régióként más-más tényezőkre kerül a hangsúly, ezért a piacok különböző típusainak pontos és teljes körű meghatározása nehéz feladat. (INRA, 2007/a, és 2007/b; Martinez et al., 2010; Hamilton, 2002; FARMA; Stephenson et al., 2008). A jelenkori élelmiszer kiskereskedelmi formák és az ellátási láncok jellegzetességeit figyelembe véve és a tanulmány témájához igazodva a piacok osztályozását a REL értékesítési formái alapján célszerű meghatározni:

Hagyományos (állandó) piacok: lehet nagyobb fedett, csarnok jellegű, szabadtéri vagy félig fedett piac, esetleg ezek kombinációja. A kereskedők és a termelők vegyesen, jól, vagy kevésbé jól elkülöníthetően értékesítenek rajta.

Újszerű termelői piacok: időszakos, vagy állandó piacok, ahol kizárólag termelők értékesítik a saját maguk által előállított termékeket. Ezek többnyire (de nem feltétlenül) a helyi termelői piac 2012-ben történt jogszabályi lehatárolásának megfelelően működő piacok (51/2012. (VI. 8.) VM rendelet a helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről).

A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (NÉBIH) adatai szerint a hagyományos és a helyi állandó piacok száma összesen 531 db volt a 2013. novemberi összeírás szerint, amelyen belül a helyi piacok aránya 32% volt. Összességében a 2012-es felmérés adataihoz képest 18%-kal növekedett a piacok száma, ami zömmel a helyi piacok számának gyarapodását jelentette (45% növekedés) (2. táblázat).

2. táblázat: A piacok száma és megoszlása típus szerint (2012-2013)

| Piac kategóriák | 2012 | | 2013 | | Változás (%) |
|-----------------|-------------------|---------------|-------------------|---------------|--------------|
| | Piacok száma (db) | Megoszlás (%) | Piacok száma (db) | Megoszlás (%) | |
| Hagyományos | 335 | 74,0 | 360 | 68,0 | +8,4 |
| Helyi termelői | 118 | 26,0 | 171 | 32,2 | +44,9 |
| Összesen | 453 | 100,0 | 531 | 100,0 | +17,9 |

Forrás: NÉBIH (2012, 2013)

A termelői piacok számának ugrásszerű növekedése egyrészt a jogszabályi környezet kedvező változásainak, másrészt a fogyasztói kereslet növekedésének köszönhető.

A gasztronómiában a termelői termékek iránti igény növekedése leglátványosabban a Magyarországon egyre nagyobb számban megrendezett fesztiválokra érhető tetten. Ezen belül a helyi termék fesztiválok, a népi hagyományokon alapuló rendezvények, vagy kifejezetten valamilyen termékköre összpontosító tematikus fesztiválok azok, ahol a helyi és/vagy hagyományos élelmiszerek hangsúlyosan jelennek meg. Az ELTE TáTK és a NÉBIH saját adatgyűjtést végzett a termelői termékértékesítést is biztosító, 2013-ban megrendezett fesztiválok körében, amely során összesen 327 rendezvény került az adatbázisba.

A közösség által támogatott mezőgazdaság (Community supported agriculture = CSA) keretében a termelők és fogyasztók mindkét résztvevő számára előnyökkel járó elköteleződést vállalnak egymás felé. A közösségi mezőgazdaság egy gazdából vagy gazdacsoportból és egy vásárlói körből áll, akik kölcsönösen elkötelezik magukat az együttműködés mellett. A vásárlók vállalják, hogy a gazdaság termékeit sokszor előre meghatározott áron és az egész szezonban, vagy az egész évben megveszik. A gazda pedig vállalja, hogy ebben az időszakban a közösség számára a legjobb tudása szerint termel, így a termelés kockázatát a termelő és a fogyasztó megosztva viseli. (Réthy és Dezsény, 2013; Tudatos Vásárlók Egyesülete, 2013).

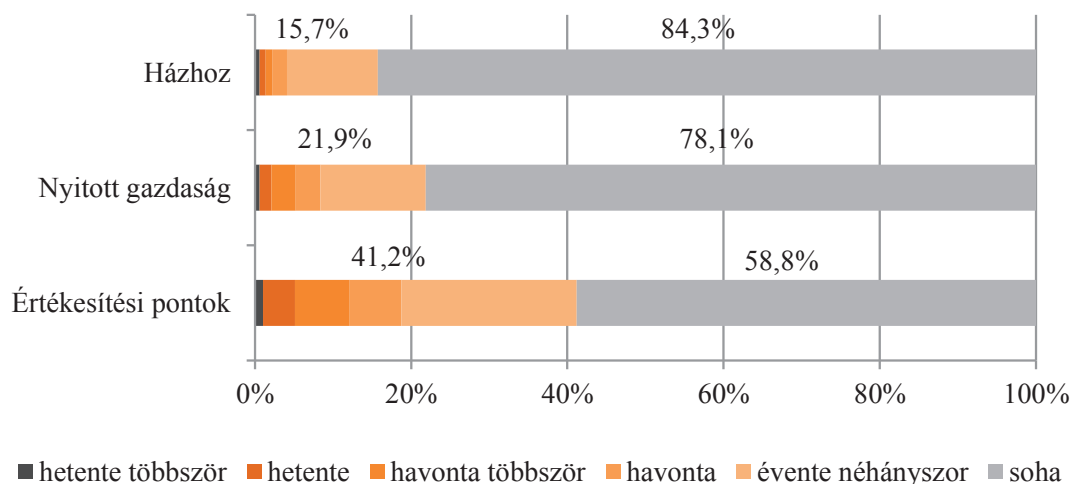
A vásárlói közösségek alapja, hogy több helyi termelő, egy civil szervezet vagy a fogyasztók kisebb közössége (ki)szállítási és elosztói rendszert szervez (háztól házig vagy egy állandó átvevőpontra) a jellemzően kistermelői, helyben vagy regionálisan előállított áruk számára. A vásárlói közösségek nagyfokú változatosságot mutatnak attól függően, hogy hogyan működnek és milyen termékkel foglalkoznak (Réthy és Dezsény, 2013).

A Joint Research Centre (Kneafsey et al., 2013) felmérésében az adatbázisában szereplő gazdaságok egynegyede felelt meg a CSA típusú rendszereknek. Ugyanakkor az értékesítésnek e formái, amelyek erős etikai feltételek mellett működő alternatív csatornák, nem jelennek meg egyforma arányban Unió szerte: északon és Franciaországban sokkal gyakoribb, mint a déli régiókban és az újonnan csatlakozott országokban, köztük Magyarországon.

A REL modern, formái itthon csak a közelmúltban kezdtek kibontakozni. Francia mintára néhány fiatal és képzett gazda meglátta a lehetőséget a közvetlen értékesítés e speciális formájában és elkezdtek átállni a hagyományos termelői piacról a dobozrendszer módszerére. Ez a közelmúltban elindult folyamat, illetve a helyi ételmisszer iránti lassú igénynövekedés hatására fokozódott az érdeklődés a CSA kezdeményezések iránt is. Becslések szerint a dobozrendszerek, az előfizetési rendszerek és a közösség által vezetett gazdaságok száma jelenleg 14 körül mozog, emellett ha a bevásárló közösségeket is ebbe a körbe soroljuk, ez a szám akkor is csupán 24 (Dezsény, 2013).

A rövid ellátási láncokban rejlő lehetőségek a kereslet oldaláról

Csíkné Mácsai (2013) 2011-ben végzett hazai fogyasztói felmérésének eredményei szerint a válaszadók 84%-a nyilatkozott úgy, hogy legalább évente néhány alkalommal vásárol élelmiszert közvetlenül a termelőktől. A REL típusok közül a hagyományos értékesítési pont csoportba tartozó piacok látogatottsága volt a legnagyobb arányú, összesen 71%. Ezért nem véletlen, hogy a közvetlen értékesítésből a vásárlások rendszeressége az értékesítési pontok esetében volt a leggyakoribb, mivel a vásárlók 41%-a élt ezekkel a lehetőségekkel legalább évente néhányszor. A nyitott gazdaságok esetében ez az arány 22%, a házhozszállítást illetően pedig mindössze 16% volt (1. ábra).



1. ábra: A vásárlás gyakorisága az egyes közvetlen értékesítési típusok keretében
Forrás: Csikné Mácsai (2013) alapján saját szerkesztés

A GfK Háztartáspanel adatai szerint a piacok reneszánszukat élik, hiszen az elmúlt évtizedben a piaci költés megkétszereződött: a 2000. évi 70 milliárd forintról 2011-re 130 milliárd forintra nőtt. Ez azt jelenti, hogy a piac, mint értékesítési csatorna megőrizte 5 százalék körüli részarányát a napi fogyasztási cikkek háztartási fogyasztásából, ami tekintettel a piacon kívüli nem modern kereskedelmi formák (egyéb értékesítés és független kisboltok) folyamatos térvesztésére, jelentős teljesítmény.

Juhász és Szabó (2013) a piacok termelői és fogyasztói megítélésével foglalkozó tanulmánya is hasonló eredményt hozott. A részvevő válaszadók közül legtöbben (30%) heti rendszerességgel látogatták a magyar piacok valamelyikét, 14%-uk pedig akár hetente többször is ezen az értékesítési csatornán keresztül intézte a vásárlásait. Emellett azonban azoknak a résztvevőknek az aránya is magas volt (27%), akik csak havonta vagy ennél is ritkábban jártak piacra. Ugyanakkor a kérdéssorra válaszoló 730 fogyasztó közül mindössze 67-en (9%) állították magukról, hogy soha nem választják ezt a vásárlási lehetőséget.

A rövid ellátási láncokban rejlő veszélyek a kínálat oldaláról

A nemzetközi és a hazai tapasztalatok alapján egyaránt a REL-ben elsősorban a kisebb gazdaságok termelői vesznek részt (Thilmany és Watson, Benedek et al., 2013, Réthy és Dezsény, 2103). Juhász és Szabó (2013) tanulmánya szintén alátámasztotta a fentieket. Azoknak a termelőknek, akik rövid ellátási láncon keresztül értékesítették a termékeiket az éves nettó árbevétele többnyire nem haladta meg a 7 millió forintot a 2010-es. Míg a REL-ben értékesítő termelők átlagosan 26 hektár nagyságú földterületen gazdálkodtak, addig a hosszú láncokon keresztül árusítók esetében 83 hektár volt az átlagos földterület mérete. Rocchi és munkatársai (2010 in: Juhász és Szabó, 2013) tapasztalatai szerint, ha a termelők versenyképesek akarnak maradni, és a hagyományos kiskereskedőknél alacsonyabb áron adják a termékeiket, akkor ez nem minden esetben jelent megfelelő jövedelmezőséget. Emellett, mivel általában kisméretű vállalkozásokról van szó, azt is kockáztatják, hogy a méretgazdaságosságuk tovább csökken. A kis gazdaságok legfőbb nehézségeként a kapacitásuk korlátait említették, illetve a disztribúciós rendszer hiányát, ami által a vezető piacok felé tudnának elmozdulni.

A kistermelők élelmiszerhigiéniai szaktudása sok esetben hiányos. Emellett a hatósági vizsgálatok elsősorban a magas kockázatú élelmiszer előállítók ellenőrzésére fektetnek hangsúlyt, így a kevés fogyasztóhoz eljutó kistermelői termékek élelmiszerbiztonsági megfelelőségének ellenőrzése alacsony arányú. A NÉBIH adatai szerint 2012-ben az ellenőrzött termékek 2,8%-a kapcsolódott kistermelői élelmiszer-előállítás és forgalmazás tevékenységeihez és vendégasztal szolgáltatáshoz. Az ellenőrzések eredményeként a vizsgált termékek 2,2%-ában szabtak ki bírságot, amely közel 1 százalékponttal volt magasabb a 2010-es aránynál. A 2013. évben július 31-i adatok szerint ez az arány tovább növekedett (2,7%). Amíg a forgalomból kivont tételek aránya 2011-ben 0,5%, 2012-ben pedig 1,7% volt, addig 2013-ban a megvizsgált termékeknek közel 6%-át vonták ki a forgalomból.

Az Eurostat 2005-ös és 2010-es gazdaságszerkezeti összeírása során vizsgálta a gazdaságvezetők képzettségének szerkezetét. Magyarországon a kisméretű gazdaságok vezetőinek 87,4%-a rendelkezett kizárólag gyakorlati tapasztalattal 2010-ben, ez közel 11 százalékponttal volt magasabb, mint az Uniós átlag és 29 százalékponttal a régi EU 15 tagok átlagánál. A 2005-ben mért adatokhoz képest nem csökkent a csak gyakorlati tapasztalattal rendelkezők aránya hazánkban. A teljes mezőgazdasági képzésben résztvevő kisebb gazdaságok vezetőinek aránya csupán 2,5% volt Magyarországon 2010-ben, ami 5 százalékponttal volt alacsonyabb, mint a 2005-ös évben. Ugyanakkor az Európai Unió egészében sem volt nagyon magas ez az érték, mindössze 4,6%. A képzetlen munkaerő pedig kevésbé képes az innovációs technológiák, fejlesztések alkalmazására, ami az ágazat versenyképességét csökkenti (Biró et al., 2012).

A JRC (Kneafsey et al., 2103) tanulmánya azt bizonyította, hogy a termelők kommunikációs és marketing kompetenciájának fejlesztése szükséges. A rövid ellátási láncban értékesítő termelőknek nem csak a termeléshez/előállításához kell érteniük, hanem a feldolgozáshoz és a marketinghez is. Juhász és Szabó (2013) eredményei szerint a piacok marketingkommunikációs stratégiája – ha egyáltalán létezett – kevés olyan eszközt tartalmazott, ami el is érte a fogyasztókat, azaz érzékelhető lett volna a vásárlók számára. A legfőbb marketingkommunikációs eszközüknek a vásárlókkal való közvetlen kapcsolatot tekintették. Ugyanakkor a fogyasztói megkérdezés eredményeiből kiderült, hogy a termelők túlértékelték teljesítményüket, a vevői elégedettség szintje a legtöbb kérdésben alacsonyabb volt, mint ahogy azt a termelők gondolták.

A rövid ellátási láncokban rejlő veszélyek a kereslet oldaláról

Juhász és Szabó (2013) kutatásában vizsgálta a fogyasztók piacokkal, a piacon értékesítő termelőkkel, illetve termékeikkel kapcsolatos elvárásaikat és tapasztalataikat. A vásárlói értékeléseket összevetették a termelők saját, piaci jelenlétükkel kapcsolatos véleményekkel is. A vizsgálat eredményei szerint a piacok egy dimenzió mentén sem felelt meg a fogyasztói elvárásoknak, emellett a termelők minden szempont mentén megfelelőbbnek ítélték a piacot, mint a fogyasztók. Ebből arra következtetésre jutottak, hogy a piac eladói túlértékelték saját helyzetüket és a közvetlen kapcsolat ellenére sem minősítették teljesen reálisan a fogyasztói igényeket, ez pedig veszélyes lehet a piaci értékesítés jövőjére nézve.

Annak ellenére, hogy a REL-ben értékesített termékek iránt folyamatosan növekedni látszik a kereslet, a termelői termékek iránt elkötelezett vásárlói csoport még mindig csak egy szűk vásárlói réteget jelent hazánkban. A témában végzett fogyasztói kutatások (pl. GfK, 2012; Juhász és Szabó, 2013; Csíkné Mácsai, 2013) eredményei azt igazolták, hogy a vásárlás során a legtöbb vevő számára a termékek ára a legfontosabb szempont.

Szakály és munkatársai (2010) felméréséből pedig az is kiderült, hogy ténylegesen nagyon kevés vásárló hajlandó magasabb árat fizetni a magyar termékekért, ha egy hazai és egy külföldi, ugyanolyan minőségű áru közül lehet választani. A jelenlegi hazai gazdasági helyzet alapján van rá esély, hogy nem fog növekedni a zömében magasabb árkategóriájú termelői termékek iránti fizetőképes kereslet.

Következtetések, javaslatok

Jelenleg a hagyományos REL formák mind a fogyasztó, mind a termelő számára viszonylag könnyen elérhetők, azonban az együttműködések kialakítása nélkül mind a modern REL típusok terjedése, mind pedig a hagyományos formák fenntartható működése meglehetősen bizonytalan. Mindemellett a gazdálkodók, különösen az önállóan nem versenyképes kisméretű gazdaságok nehezen tudnak fejlesztésekkel válaszolni a kihívásokra. A rövid ellátási lánc társadalmi elfogadottság erősítésének szükséglete azt jelenti, hogy egyaránt fontos lenne a REL termelői és vevői ismertséget és elismertséget is erősíteni. Mindez biztos alapokra épül Magyarországon, mivel a REL – elsősorban hagyományos formáinak – elterjedtsége és elfogadottsága a modern kiskereskedelem és a globális ellátási láncok évtizedes térhódítása ellenére viszonylag állandó maradt hazánkban. Ezt támasztják alá, hogy a REL-ben értékesített termelői termékekre stabil a fogyasztói kereslet, értékesítési pontjai pedig könnyen elérhetőek a fogyasztók és a termelők számára.

A REL társadalmi elfogadottságának és a keresletnek a növeléséhez azonban néhány akadályozó tényezőt le kell küzdeni. A termelők, azaz a kínálat oldalán az előregedés jellemző, különösen a hagyományos REL formák esetében nehéz a generációváltás megoldása. Emellett a REL-ben résztvevő termelők szakmai képzettsége nem megfelelő, ami különösen nagy jelentőségű az értékesítéshez kapcsolódó tevékenységek megfelelő szintű biztosítása szempontjából. A REL terjedésének jelenlegi trendjét és hitelességét veszélyeztetik a termelők étel- és higiéniai ismereteinek hiányosságai is. A kereslet oldalán a költséghatékony globális ellátási láncok alacsony árú termékeinek a térhódítása a jellemző, amit tovább erősített az elhúzódó válság korlátozta fizetőképes kereslet és az ennek nyomán megváltozott fogyasztói szokások általánossá válása.

Össességében a hazai rövid ellátási láncok fenntartható működéséhez a REL szereplői számos kihívás elé néznek, ugyanakkor a fejlesztési szükségletek pontos meghatározásával eredményes támogatási rendszer alakítható ki.

Hivatkozott források

- [1.] Benedek Zs. - Baráth L. - Fertő I. - Tóth J. (2013): Hogyan kapcsolódhatnak a mezőgazdasági termelők a modern élelmiszerláncokhoz? A rövid ellátási láncok működésének hazai sajátosságai és lehetőségei: egy empirikus vizsgálat tapasztalatai, Vidékkutatás 2012-2013, MTA KRTK, Budapest, 53.o.
- [2.] Bíró Sz. (szerk) - Hamza E. - Molnár A. - Rácz K. - Székely E. (szerk.) - Tóth K. - Tóth O. - Varga E. (2012): *A mezőgazdasági foglalkoztatás bővítésének lehetőségei vidéki térségeinkben*, Agrárgazdasági Könyvek, AKI, Budapest, 121.o.
- [3.] Csikné Mácsai É. (2013): *Közvetlen értékesítés a mezőgazdasági termékek piacán*, Doktori (Ph. D.) értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő, 191.o.

-
- [4.] Eurostat – Farm Structure Survey 2005, 2010, Forrás: epp.eurostat.ec.europa.eu
- [5.] Eurobarometer (2011): *The Common Agricultural Policy, Report, Special Eurobarometer 368*, September 2011, p.64.
- [6.] GfK Hungária (2012): *Megduplázódott a piacok árbevétele*, GfK Sajtóközlemény, 2012. május 3
- [7.] Hamilton, N. D. (2002): *Farmers' Markets Rules, Regulations and Opportunities, An Agricultural Law Research Article*, National AgLaw Center Publications, Arkansas, June 2002, p.47.
- [8.] Institut National de la Recherche Agronomique INRA (2007/a): *Les Marchés Paysans hebdomadaires Ouverts toute l'année*, Projet C. R. O. C. INRA Fiche Commercialisation No 1, Montpellier, p.4
- [9.] Institut National de la Recherche Agronomique INRA (2007/b): *Les Marchés classique de plein vent Ourverts toutle l'année*, Projet C. R. O. C. INRA Fiche Commercialisation No 2, Montpellier
- [10.] Juhász A. - Szabó D. (2013): *A piacok jellemzői fogyasztói és termelői szemmel*, Agrárgazdasági Könyvek, AKI, Budapest, 142.o.
- [11.] Kneafsey, M. - Venn, L. - Schmutz, U. - Balázs B. - Trenchard, L. - Eyden-Wood, T. - Bos, E. - Sutton, G. - Blackett, M. (2013): *Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics*, JRC Scientific and Policy Reports, Publications Office of the European Union, Luxemburg, p. 128
- [12.] KSH: ÁMÖ, GSZÖ 2005, 2010, Forrás: www.ksh.hu/agrarcenzusok
- [13.] Martinez, S. Michael S. Hand, Michelle Da Pra, Susan Pollack, Katherine Ralston, Travis A. Smith, Stephen Vogel, Shellye Clark, Luanne Lohr, Sarah A. Low, and Constance Newman (2010): *Local Food Systems: Concepts, Impacts an Issues*, Economic Research Service Report Summary, U.S. Department of Agriculture, p. 87
- [14.] Munkadokumentum tervezet - SFC2014 technikai útmutató, Rövid Ellátási Lánc tematikus alprogram, Budapest, 2014, tervezet
- [15.] Réthy K. - Dezsény Z. (2013): *Közösség által támogatott mezőgazdaság*, ÖMKI, Budapest, 27.o.
- [16.] Stephenson, G. - Lev, L. - Brewer, L. (2008): *When Things Don't Work: Some Insight Why Famers' Markets Close*, Sepcial Report Number 1073, Oregon State University Extension Service, Corvallis, OR. p. 21.
- [17.] Szakály Z. - Pallóné Kisérdi I. - Nábrádi T. (2010): *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán*, Kaposvári Egyetem Gazdaságtudományi Kar, 268.o.
- [18.] Thilmany, D., Watson, P. (2004): *The Increasing Role of Direct Marketing and Farmers Markets for Western US Producers*, Western Economic Forum, April 2004, p.19-25
- [19.] Tudatos Vásárlók Egyesülete (2013): *Közösségi mezőgazdálkodás - Légy Te is a részese!* Letöltés dátuma: 2013. június 29. Forrás: www.tudatosvasarlo.hu: http://tudatosvasarlo.hu/sites/tudatosvasarlo.hu/files/kozossegi_mezogazdalkodas_legy_a_reszese_0.pdf

Szerző:

Szabó Dorottya

tervezési referens

Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal,

1024 Budapest Kis Rókus u. 15/b.

PhD hallgató

Szent István Egyetem

Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola

szabodo@nebih.gov.hu