

# E-CONOM

Online tudományos folyóirat  
*Online Scientific Journal*

Tanulmányok a gazdaság- és társadalomtudományok területéről  
*Studies on the Economic and Social Sciences*



# E-CONOM

Online tudományos folyóirat | Online Scientific Journal

**Főszerkesztő | Editor-in-Chief**  
KOLOSZÁR László

**Kiadja | Publisher**  
Soproni Egyetem Kiadó |  
University of Sopron Press

**A szerkesztőség címe | Address**  
9400 Sopron, Erzsébet u. 9., Hungary  
e-conom@uni-sopron.hu

**A kiadó címe | Publisher's Address**  
9400 Sopron, Bajcsy-Zs. u. 4., Hungary

**Szerkesztőbizottság | Editorial Board**  
CZEGLÉDY Tamás  
HOSCHEK Mónika  
JANKÓ Ferenc  
SZÓKA Károly

**Tanácsadó Testület | Advisory Board**  
BÁGER Gusztáv  
BLAHÓ András  
FÁBIÁN Attila  
FARKAS Péter  
GILÁNYI Zsolt  
KOVÁCS Árpád  
LIGETI Zsombor  
POGÁ TSA Zoltán  
SZÉKELY Csaba

**Technikai szerkesztő | Technical Editor**  
TAKÁCS Eszter

**A szerkesztőség munkatársa | Editorial Assistant**  
DURGULA Judit

**ISSN 2063-644X**



## Tartalomjegyzék | Table of Contents

**ERB Franciska – GŐZ András**

**Feleletválasztós tesztek kiértékelésének módszerei és a kiértékelést támogató alkalmazás fejlesztése**

*Methods for analyzing simple choice tests and developing an application which supports the evaluation* .....3

**UZONYI Antal**

**Hajdúböszörmény helyzetének elemzése, valamint az agrár- és vidékfejlesztési támogatások értékelése**

*Analysis of the situation of Hajdúböszörmény, and evaluation of agricultural and rural development subsidies* .....15

**BURKA Nikoletta Zsuzsanna**

**A hidegen sajtolt tökmagolaj mint helyi termék szerepe a térségi fejlődési folyamatokban**

*Role of the local production of the cold-pressed pumpkin seed oil in the local development processes*.....32

**LIPTÁK Lilla**

**A közösségi tagság hatása a vegán fogyasztók magatartására**

*The effect of community membership on vegan consumers' behavior*.....46

**ILYÉS Noémi**

**Láthatatlan turisták Budapest árnyékában**

*Invisible tourists under the shadow of Budapest*.....56

**MOLICH Kitti – STEFÁN Ádám**

**Check-in a jövőbe – robotizálás a szállodai recepción**

*Check-In To The Future – Robotisation At Hotel Reception* .....66

BURKA NIKOLETTA ZSUZSANNA<sup>1</sup>

## A hidegen sajtolt tökmagolaj mint helyi termék szerepe a térségi fejlődési folyamatokban<sup>2</sup>

Manapság a helyi termékek egyre keresettebbek országszerte, ugyanis kezd visszatérni a globalizáció ellentrendje, próbálunk tudatosabban vásárolni, keressük azokat a termékeket, élelmiszereket, amelyek hazánkban vagy esetleg a régióinkban készültek, onnan származnak. Ezeknek a termékeknek a vásárlása nem csak a fogyasztó tudatosságát tükrözi, hanem a hazai gazdaság fellendüléséhez is vezethet. Ha még szűkebb keresztmetszetben vizsgáljuk ezt, sok kistérség, település egyik esélye a gazdaságba való bekapcsolódásra a helyi termék. Ezzel egy időben a terület fejlődésében is szerepet játszanak a helyi termékek, ugyanis ahhoz, hogy valamit előállítsanak meg kell termelni a nyersanyagot, el kell készíteni a terméket és értékesíteni azt, ez mind foglalkoztatással jár. Dolgozatomban a vizsgált helyi termék a hidegen sajtolt tökmagolaj, és célom, hogy a tökmagolaj előállításával kapcsolatos lehetőségeket feltárjam, illetve kutassam, hogy különböző vállalkozási formák esetén a helyi gazdaságra irányuló hatásokban milyen eltérések adódhatnak. A két vizsgált vállalkozási forma: a közfoglalkoztatáshoz kapcsolódó önkormányzati működtetésű üzem és a hasonló terméket előállító családi vállalkozás. A két formában meglévő eltérő lehetőségeket feltárva egy komplex rendszerben mutatom be a tökmagolaj, mint helyi termék előállításának befolyásoló tényezőit, illetve hatását a helyi gazdaságra, társadalomra, és a környezetre.

*Kulcsszavak: helyi termék, helyi fejlesztés, tökmagolaj*  
*JEL-kód: P25*

## Role of the local production of the cold-pressed pumpkin seed oil in the local development processes

Hungary became an EU member state on 1 May, 2004, by which different financial sources and subsidy funds have been available for our country. Joining the Community is a major milestone for our agriculture as the agricultural and rural development subsidies take up approximately 70% of the annual profit of the farmers even today. Besides the actuality of this topic, it is important that the agriculture has great traditions in Hajdúböszörmény. The general aim of the study is to reflect a more accurate situation on the relations of the farmers in Hajdúböszörmény to the subsidies, and furthermore it highlights their personal opinions and views as well. Unfolding the ecological, social and economic characteristics of the settlement, which serves the presentation of the city's situation, has been formulated as a specific objective. In order to reach this goal, I set two hypotheses. According to the first one the amount and distribution of the agricultural and rural development subsidies have been large and balanced between the period of 2011 and 2015, while according to the second one the above mentioned farmers have a positive attitude towards this type of support. On the basis of the findings the first hypothesis was accepted, while the second hypothesis was partially accepted.

*Keywords: local product, local development, pumpkin seed oil*  
*JEL Code: P25*

<sup>1</sup> A szerző a Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Karának Regionális és Környezeti gazdaságtan mesterszakos II. éves hallgatója (burka.nikoletta@gmail.com).

<sup>2</sup> Az OTDK-pályamunka, illetve részei előzőleg a Társadalmi innováció és felelősségvállalás Észak-Magyarországon című tanulmánykötetben (Miskolci Egyetem, 2017., szerk.: Dr. Lipták Katalin, 43-54. oldal), valamint A falu című folyóirat XXXII. évfolyamában (7-21. oldal) jelent meg. A tanulmány a XXXIII. Országos Tudományos Diákköri Konferencia Közgazdaságtudományi Szekciójának Regionális Gazdaságtan és Területfejlesztés Tagozatában első helyezést elért dolgozat alapján készült. Az OTDK-pályamunka konzulense dr. G. Fekete Éva, egyetemi tanár.

## Bevezetés

Dolgozatomban a helyi termékekkel és a helyi fejlesztéssel, illetve ezek kölcsönhatásaival foglalkozok. Azt, hogy erre a témára esett a választásom, a helyi termékek iránti érdeklődésem adta, melyhez az előadásokon szerzett tudásomat szeretném bővíteni és gyakorlati példákön keresztül hasznosítani.

Amellett, hogy magáról a helyi termékről, annak előállításáról és értékesítési lehetőségeiről, a vállalkozásban résztvevők számára nyújtott előnyökről kívántam mélyebb, későbbiekben esetleg saját életemben is kamatoztatható ismereteket szerezni, az is érdekelt, hogy napjaink eme felkapott témája hogyan járulhat hozzá egy tágabb közösség jól-létének növeléséhez.

A cél elérése érdekében szakirodalmi elemzést, internetes adatgyűjtést, modellezést és két vállalkozásra vonatkozó interjúzást végeztem.

A szakirodalmi áttekintésben először a helyi termék létrejöttét, fogalmát, majd előállítási és értékesítési lehetőségeit tekintem át. A helyi fejlesztés lehetséges hatásait a helyi termékek előállítására és értékesítésére, valamint a helyi termék hatását a gazdasági, társadalmi és környezeti tényezőkre egy modellben foglalom össze.

Az általam vizsgált helyi termék a tökmagolaj, két különböző vállalkozási formában előállítva. Azért a hidegen sajtolt tökmagolajra esett a választásom, mert egészségesebb, mintha hagyományos (meleg) sajtolással készült. A hidegsajtolás közben több, a szervezetünk számára hasznos elem marad az olajban. A két helyszínen készített interjúk segítségével feltárom a vállalkozási forma adta különbségeket, és az ezek miatt jelentkező gazdasági, társadalmi és környezeti hatásokat. Elemzésem során vizsgálom külön-külön a két vállalkozást, az elméleti részben leírtak logikája szerint, majd a dolgozat végén összehasonlítom őket.

Hipotézisem szerint a hidegen sajtolt tökmagolaj perspektivikus helyi termék (1), amelyre életképes, a tágabb környezetére is kiható vállalkozást lehet alapítani (2), ám ezek a hatások függenek a szervezeti tulajdonságoktól és a helyi beágyazódástól (3).

## A helyi termék-előállítás és értékesítés elméleti alapjai

### *A globalizáció és a helyi termék kapcsolata*

A globalizáció korunk egyik meghatározó folyamata, még sincs egyértelmű és általánosan elfogadott definíció rá. A globalizációnak elsősorban a gazdasági oldalát szokták kiemelni, mely magában foglalja a nemzetközi kereskedelmi, pénzügyi, gazdasági kapcsolatok kiszélesedését és elmélyülését. Ha ebből a szemszögből nézzük, a globalizáció nem egy új jelenség, hanem már a világgazdaság fejlődésének kezdete óta megfigyelhető, csak a '90-es években gyorsult fel jelentősen, ami miatt jobban elkezdtünk vele foglalkozni, és már fogalmi szinten is a mindennapunk részévé vált (Chikán, 2002; Berend T., 2004). Természetesen a globalizáció nem csak a gazdaságban jelentkezik, hanem a társadalmi és kulturális folyamatokra is hatással van. Felgyorsult világunkban a társadalmi kapcsolatokat nagymértékben befolyásolja az információ elérhetősége. A technológiai fejlettségnek és a médiának köszönhetően az információ a világ egyik pontjából a másikba másodpercek alatt eljut. De nem csupán az információ jut el bárhová, a multinacionális társaságok révén ugyanazokkal a termékekkel találkozhatunk a Föld egymástól távoli pontjain. Mindez a fogyasztás uniformizálódásához és a termelés még erősebb koncentrációjához vezethet. A már most is erőteljes gazdasági koncentráció azonban egyes térségek gazdasági (ezt követően demográfiai) kiürüléséhez vezethet, növelve a társadalmi és politikai szempontból egyáltalán nem kívánatos munkanélküliséget, szegénységet, fokozódó társadalmi kirekesztődést (Szalai, 2002). A perifériák, különösen a vidéki térségek vannak kitéve ennek a kockázatnak. Ezek azok, melyek nem képesek a globalizációs versenybe bekapcsolódni, (főként mezőgazdasági alapú) vállalkozásaik gyengék a külső pia-

cok megszerzéséhez és a külső integrációhoz, a globalizáció következtében pedig belső piacokat is elvesztették, gazdasági kiürülésük folyamatos. Védekezésként indult el a helyi fejlesztés (Bajmócy, 2011) és annak különböző kezdeményezései között a helyi erőforrásokra alapozott helyi termékek előállítása és értékesítése (G. Fekete, 2011).

A helyi termék előállítása – a globalizációhoz hasonlóan – nem egy új keletű jelenség. Gondoljunk bele, a történelem során már a kezdetektől minden terület a saját maga által előállított terméket használta, fogyasztotta. A vidéki térségek önellátásra voltak berendezkedve, egészen addig, míg be nem kapcsolódtak szervesen a bolti kiskereskedelembe (Szendrei, 2011).

A bolti kiskereskedelem elindulásával és fellendülésével kezdtek „nem helyi” árukat is használni. Mindezen folyamatok felerősödésével, ahogy időben egyre közelebb érünk a modern korhoz, egyre jobban kiszélesednek ezek a kereskedelmi, pénzügyi kapcsolatok és az eddigi hagyományos társadalmak is megváltoznak, homogenizálódnak, a globalizáció hatására kezdenek a tradicionális értékek eltűnni (G. Fekete, 2001). A globalizációval szemben kibontakozó lokalizáció hozta magával a helyi termékek újbóli felfedezését, felértékelését.

A helyi erőforrásokra, a helyi egyedi természeti és kulturális adottságokra alapozott termékek által a lokalitások új, a helyiek életszínvonalát emelő lehetőséghez juthatnak. A helyi adottságok diverzitását kihasználó helyi termékek hozzájárulnak a lokalitások túlélő képességének növekedéséhez. Sőt a fogyasztás globalizációja közben a helyi termékbe beépülő egyedi vonások által megőrzött diverzitás a (vidéki) perifériák számára új lendületet adhat (Kis, 2014).

A térség versenyképességét a foglalkoztatáson, a gazdaság élénkítésén, a helyi imázs kialakításán vagy erősítésén keresztül tudják növelni, ugyanis egy termék vagy szolgáltatás előállításához munkaerő, alapanyag kell, amit a következő fogalmakból jól láthatunk, hogy a helyi termékek esetében ezt mind helyi erőforrásokkal próbálják megoldani.

### ***A helyi termék fogalma***

A helyi termék meghatározására több definíció is rendelkezésre áll. Egységesen elfogadott értelmezése ugyan még nem alakult ki, de csak minimális különbségekkel találkozhatunk a fogalmi meghatározásoknál. A jogszabály szerint helyi termék: „a helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból hagyományos, illetve az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült nem nagyüzemi termék, vagy gyáripari technológiával, eljárással készült, mikro- vagy kisvállalkozás által előállított, feldolgozott termék”<sup>3</sup>.

Hutflesz Mihály értelmezése szerint: „Azok a termékek, amelyek hozzátartoznak egy adott település, térség, tájegység, régió identitásához, és létrehozásukban a helyi gazdasági rendszer vesz részt. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez. A helyi termékeket jellemzően mikro- és kisvállalkozások termelik, amelyek között jelentős az önfoglalkoztató vállalkozás.” (Hutflesz, 2008).

Fehér I. szerint „speciális, helyi termékek fejlesztése keretében azokat a termékeket értjük, melyek közös helyi értéket képviselnek, és főként a történelmi örökség és hagyomány révén egy megnevezett településhez kapcsolhatók. Kis mennyiségben és közvetlen értékesítés útján jutnak el a fogyasztókhoz, gyakran kapcsolódnak a vidéki turizmus szolgáltatásaihoz.” (Fehér, 2007).

G. Fekete Éva egy valamelyest tágabb értelmezésben közelíti meg a helyi termék fogalmát: „Egyrészt – a termék helyhez kötöttségét és tájjellegét hangsúlyozva – helyi terméknek tekintjük a helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból, helyben kialakult

<sup>3</sup> FVM 141/2008. (X.300) rendelet (módosítja az FVM 123/2009 (IX. 17.) rendelet)  
[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0800141.FVM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0800141.FVM)

eljárások (receptek) alkalmazásával, többnyire kisüzemi keretek között előállított, esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó, ily módon a hely sajátosságait megjelenítő termékeket. Másrészt a helyi munkaerővel a helyi – kb. 50 km sugarú körön belüli – lakossági igényeket kielégítő termékek sorolhatók ebbe a körbe.” (G. Fekete, 2009).

Kelemen Zoltán, a Magosfa Alapítvány elnöke a következőképpen határozta meg, hogy mi is az a helyi termék: „50%-nál több legyen a portékában a helyben hozzáadott érték, tehát az alapanyag, illetve emberi munka. A „helyi” jelző mibenlétét pedig az 50 km-es sugarú kör rajzolja meg.” (Kelemen, 2007).

Összefoglalva, minden definícióban közös a helyhez, kistérséghez, településhez kötöttség, a kisüzemi előállítás és valamilyen helyi hagyomány, érték megléte, a termékbe való beépítése.

### ***Helyi termékek előállításának és értékesítésének rendszere***

A helyi termékek esetében az előállítás és az értékesítés is speciális viszonyok között zajlik, amelyeket különböző tényezők befolyásolnak. Az általam fontosnak tartott tényezőket, elemeket és a köztük feltárt kapcsolatokat ismertetem a következőkben.

- *Települési háttér:* a helyi termékek esetében kiemelten fontosak a település földrajzi, társadalmi, demográfiai, kulturális és gazdasági jellemzői. A földrajzi jellemzők elsősorban a mezőgazdasági, növényi- és állati eredetű helyi termékek esetében meghatározóak, mivel ezek esetében fontos tényezők a térségben kialakult klíma, a meglévő talajviszonyok, a település fekvése. Sok esetben kapcsolódnak a helyi termékek a település kulturális adottságaihoz, valamilyen helyi tradícióhoz. Olyan termékeket „fedeznek fel” újra, kezdenek el ismét előállítani, amik korábban szervesen hozzátartoztak az adott hely hagyományaihoz. Ezeken felül a helyi termékek előállítását és értékesítését a település népességszáma, etnikai- és korösszetétele is befolyásolja. A gazdasági helyzet a munkaerőpiac, a megtermelt jövedelem, a piaci fekvés, és az infrastruktúra szempontjából is fontos. A települési háttérhez tartozik az infrastrukturális háttér (telephely, közlekedés, kommunikáció) és a helyi (ön)kormányzás és igazgatás által képzett támogató vagy gátló hatások is.
- *Választható vállalkozás- és üzemformák:* alapvetően a vállalkozási formákat Magyarországon a jogszabályok határozzák meg, de a vállalkozni kívánók több lehetséges mód közül választhatnak. A legnehezebb lépés még a vállalkozási forma kiválasztása előtt adódik, maga az a döntés, hogy vállalkozni szeretne az illető. A hagyományos társadalmakban a mai helyi termékek elődjének előállítására még nem is léteztek vállalkozási formák, hiszen csak családon belül, saját felhasználásra, fogyasztásra termeltek. A modern társadalmi keretek között a helyi termékek esetében, mivel általában kis mennyiségben készülnek, gyakoriak az egyéni termelők. Ide tartoznak az egyéni vállalkozók, az őstermelők, és az adószámmal rendelkező természetes személyek. Egy másik vállalkozási forma lehet a társas vállalkozások, azon belül is lehetnek jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaságok, mint a közkereseti társaság (kkt.) és a betéti társaság (bt.). Jogi személyiséggel rendelkező gazdaságok közé a korlátolt felelősségű társaság (kft.) és a részvénytársaság (rt.), ami lehet zártkörű (zrt.) és nyitott körű (nyrt.) is, de ezek már kevésbé jellemzőek helyi termékek esetében, mert nagyobb a tőkeigényük. Már a posztmodern társadalomra utalva szóba jöhetnek még a termelői integrációk különböző fajtái, mint például a szövetkezetek, a szociális szövetkezetek, a helyi termékklaszterek és integrátor vállalkozás és beszállítói hálózata is (G. Fekete, 2013). Ugyancsak a kis mennyiség okán az üzemi forma is jellemzően kisüzemi.
- *Technológia:* természetesen a technológia, a gyártás folyamata termékkategóriánként, termékenként eltérő, de alapvetően kézműves technológiák jellemzőek a helyi termékek előállításánál. Ezek a technológiák lehetnek tudásra, hagyományokra és anyagi befektetés-

sekre épülők is. A tudásalapú előállításnál a munkaerő szellemi értékei, tapasztalatai a legfontosabbak, a hagyományokra építkezéskor egy régebbi módszer, öröklött tudás az, amitől különleges lesz a termék. Kérdés, hogy ezek a hagyományos eljárások mennyire hatékonyak és minden esetben képviselnek-e olyan értéket, hogy megérje használni őket. Az anyagi befektetés esetében általában a korszerűség, az innováció a meghatározó, és az előzőekhez képest jóval nagyobb a kezdőtőke igénye.

- *Rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment:* az alkalmazott munkaerő mennyisége függhet a vállalkozási formától is, de egyéni vállalkozóknál vagy családi vállalkozásoknál jellemző a kis létszám, maximum 5 fő vagy az önfoglalkoztatás. A vállalkozás keretében történő foglalkoztatás gyakran atipikus, tehát nem a megszokott 8 órás munkarendben történik, inkább kiegészítő tevékenységként, családtagokkal, ismerősökkel, nyugdíjasokkal, többletjövedelem reményében. A termék előállításához szükséges szaktudást tekintve jellemzően a családi vállalkozásoknál általában áthagyományozódik a következő generációra, vagy a család már olyan iskolákba küldi a gyermeket, ahol a vállalkozás szempontjából hasznos tudáshoz hozzájuthat. A menedzsment feladatokat gyakran egy és ugyanazon személy látja el, aki a helyi termék előállítását végzi, tehát nem erre szakosodott személy. Nagy segítség lehet, ha szövetkezetbe tömörülnek a helyi termelők, vagy csoportosan megbíznak ezzel egy szakembert, hogy a menedzsmentfeladatokat ellássa.
- *Az alapanyag lehetséges forrásai:* a helyi termékek alapanyagát többféleképp, különböző forrásokból szerezheti be az előállító. Amennyiben van rá kapacitása, kitermelheti, előállíthatja saját magának, vagy megvásárolhatja helyben ugyancsak helyi termelőtől vagy beszerezheti bolti kis-és/vagy nagykereskedelemben a környékről is. Jellemzően a helyi termékhez, amennyiben az feldolgozásra kerül, nem tudnak minden kelléket és eszközt (pl.: csomagolóanyag, címke, palack) 100%-osan helyben beszerezni, ilyenkor a fontos, hogy a helyiség dominanciája, illetve a termék alapja maradjon helyben termelt alapanyagokból. Egyik ismérve még a helyi termékeknek, hogy a felhasznált erőforrásokat csak kismértékben, lassan használják.
- *Értékesítési lehetőségek:* a helyi termékek körében az egyik legelterjedtebb értékesítési forma a *közvetlen értékesítés*, ami azt jelenti, hogy az értékesítési csatornából kimaradnak a közvetítők, a termelő közvetlenül a fogyasztónak értékesíti a termékét. A közvetlen értékesítésnek jelentős társadalmi és gazdasági hatásai vannak az uniós térségben is, de az országok között számottevő különbségek adódnak. (pl.: Görögországban a gazdaságok 25%-a értékesíti a termékeit közvetlenül, addig ez az arány Spanyolországban csak 0,1%) (EC 2013). A közvetlen értékesítésnek több formája van, minden termelőnek ki kell tapasztalnia, hogy a termékének, a helyi fogyasztói igényeknek melyik a legmegfelelőbb módszer. A helyi termékek elsődleges felvevőpiacát a helyi háztartások, a közétkeztetés, vendéglátás és a falusi turizmus adja (HTK 2014).
- *Közvetett értékesítési csatornák jellemzői,* hogy egy vagy több közvetítő megjelenik a gyártó és a fogyasztó között. Ebben az esetben a közvetítők átvállalják az értékesítési feladatokat és az ezzel járó kockázatokat, ezen szolgáltatásért díjat számolnak fel a termelőknek. Ide tartoznak még a helyi termék adatbázisok is, amik a vásárlást ugyan nem teszik lehetővé, de összegyűjtik a helyi termékeket előállító termelőket elérhetőségükkel együtt, és a fogyasztó adott kategóriák alapján keresheti meg a számára szükséges termék termelőjét (pl.: [www.termelotol.hu](http://www.termelotol.hu)). Az interneten keresztüli értékesítés, a webáruházak tartozhatnak mindkét kategóriába, attól függően, hogy a termelő maga üzemelteti azt, vagy a webáruház üzemeltetője már viszonteladó, ugyanígy a szövetkezet vagy non-profit egyesület által üzemeltetett (közös) bolt esetében, ha a termelő maga árulja a termékeit a boltban, akkor az a közvetlen értékesítés ka-



tegoriájába tartozik, viszont, ha ez a bolt kiskereskedelemként üzemel, akkor már közvetett.

### ***A helyi fejlesztés szereplői***

A helyi fejlesztési folyamatok elsődleges szereplői a helyi vállalkozások, civil szervezetek, önkormányzatok és a helyi fogyasztók, lakosok.

A *helyi vállalkozások* általában mikro- és kisvállalkozások, egyéni vállalkozók, őstermelők, akik a termékeikkel próbálnak helyt állni a piacon. A fennmaradásukban és fejlesztésükben sokat segíthet, ha különböző együttműködések hoznak létre, ami kapcsán segíteni tudják egymás tevékenységét. Ezekbe az együttműködésekbe bele lehet vonni más szereplőket is, mint az önkormányzat vagy a civil szervezetek.

Az *önkormányzatok* a közmunkaprogramon, a szociális szövetkezeteken keresztül a helyi gazdaság kiszolgálásával még többet tudnak tenni a közösség fejlődéséért, de fontos, hogy ne torzítsák a piaci résztvevők helyzetét.

A *civil szervezeteknek* elsősorban a közösség fejlődését helyezik előtérbe, de ezzel egy időben létrehozhatnak olyan eseményeket is, amik a helyi gazdaság élénkítését célozzák meg, vagy a helyi termelők megismertetését a helybeliekkel.

A *helyi fogyasztók*, a lakosok fontos szereplői a helyi fejlesztési folyamatoknak. Tudatosságukkal, kezdeményezéseikkel támogatni tudják a helyi termelőket, amennyiben a háztartásuk vezetéséhez szükséges alapanyagokat helyben, helyi termelő-előállítóktól szerzik be (Kujáni-Szabadkai, 2015).

### ***A helyi fejlesztés eszközei a helyi termék-előállítás és értékesítés tényezőinek alakításában***

A helyi fejlesztés jellemző eszközeiként tartjuk nyilván a települési háttér alakítását, a vállalkozás adminisztratív terheinek csökkentését, a technológiai fejlesztéseket, a rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment kompetenciáinak javítását, és az értékesítési lehetőségek bővítését.

A következőkben vizsgálom meg, hogy mit tehet a helyi fejlesztés a helyi termékek előállításának és értékesítésének növelése érdekében.

- *Települési háttér alakítása:* A helyi fejlesztés ki tudja használni a település földrajzi adottságait, biztosíthatják a helyi vállalkozók számára az infrastrukturális háttérrel, a telephelyet, segíthetnek a tulajdonviszonyok rendezésében, ezáltal könnyebben és gyorsabban juthatnak föld- vagy építési területekhez a helyiek. A kulturális adottságok feltárása is eszköz lehet a fejleszteni, vállalkozni kívánók számára.
- *Vállalkozás adminisztratív terheinek csökkentése:* a helyi fejlesztések létrehozhatnak olyan kiegészítő tevékenységeket, amelyek a helyi vállalkozások működését segítik, mint például könyvelés, jogi tanácsadás. Emellett a vállalkozási szándék segítése, információk rendelkezésre bocsátása az induláshoz is fontos lehet.
- *Technológiai fejlesztés:* a technológia kialakításához pénzügyi eszközöket adhatnak a vállalkozóknak, vagy olyan partnerségi hálót szervezni, amiben a termék feldolgozására egymásra épülő vállalkozások vannak jelen, itt fontos a szoros együttműködés.
- *Rendelkezésre álló munkaerő és menedzsment kompetenciáinak javítása:* nagy segítség lehet az is, ha a helyi fejlesztési intézkedések révén átvállalnak, szerveznek bizonyos képzeteket, amin a megszerzett tudást a helyiek hasznosítani tudják. A munkaerő tekintetében az is egy eszköz lehet a helyi foglalkoztatás fejlesztés indukálására, ha az önkormányzat átvállalja a munkáltatói járulékok egy részét, ezzel támogatva, hogy több főt foglalkoztassanak a helyi vállalkozások.
- *Értékesítési lehetőségek bővítése:* itt is a partnerségen, az együttműködésen van a hangsúly, az önkormányzat üzemeltethet egy helyi termék boltot, ahova a termelők bevihetik a termékeiket és ott kerülnek értékesítésre, így az értékesítési költségek minimálisra csökkennek. Ugyanezen az alapon interneten is lehet webáruházat működtetni, ahol összegyűj-

tik a helyiek által termelt árukat. Ezekkel a lehetőségekkel nőhet a település imázsa, a turisták is felkereshetik a helyi termék boltot, ami akár a turizmus fellendüléséhez is hozzájárulhat. Az önkormányzat vagy más helyi vállaltok az előállított termékek egy részét fel is vásárolhatják alapanyagként, ami ugyancsak kedvezően hathat a helyi gazdaság egészére (Czene–Ricz, 2010).

### ***A helyi termék hatása a helyi fejlődési folyamatokra***

A helyi termékeknek több szempontból van szerepük a helyi fejlődésben. Hatással vannak a helyi gazdasági, társadalmi és környezeti folyamatokra is.

#### *Gazdasági hatás*

Gazdasági szempontból a helyi termékeknek több dimenzióban van szerepük a helyi fejlődésben. Részben a foglalkoztatással, hogy munkát teremt a lakosoknak, így megélhetést az elmaradott, hátrányos területeken is. Részben mivel az árbevétel helyben képződik, ez nem csak az adott vállalkozásnak, hanem az egész helyi gazdaságnak jövedelmet hoz. A termék előállításához alapanyagra van szükség, és ha ezt nem magának termeli ki az előállító, akkor az ő beszerzései, vásárlásai révén mások is jövedelemhez jutnak a térségben. Mivel a vállalkozás helyben adózik, növeli az adóbevételeket, amiket az önkormányzat közösségi fejlesztésekre költ, illetve a helyi turizmust (és a termék értékesítését) is fellendítheti, ha a vállalkozó különböző bemutatókat szervez a helyi termékkel kapcsolatban.

#### *Társadalmi hatás*

A társadalmi folyamatoknál elsősorban élelmiszeripari helyi termékek esetében többek között a helyi fogyasztási szokások kiszolgálásán és alakításán keresztül formálhatja a helyiek életmódját, tudatos fogyasztását, egészség megőrzésére való törekvésüket. Ezenfelül, ha a helyi termékek előállításához olyan embereket foglalkoztatnak, akik korábban a társadalmi kirekesztés áldozatává váltak, megjelenik náluk a társadalmi befogadás. Tradicionális helyi termékek esetében fontos a hagyományok őrzése, ezzel a közösség erősítése és a szolidaritás növelése. Amennyiben a terméket jól, tudatosan menedzselik, olyan imázst építenek rá, ami könnyen beépülhet a település imázsába is.

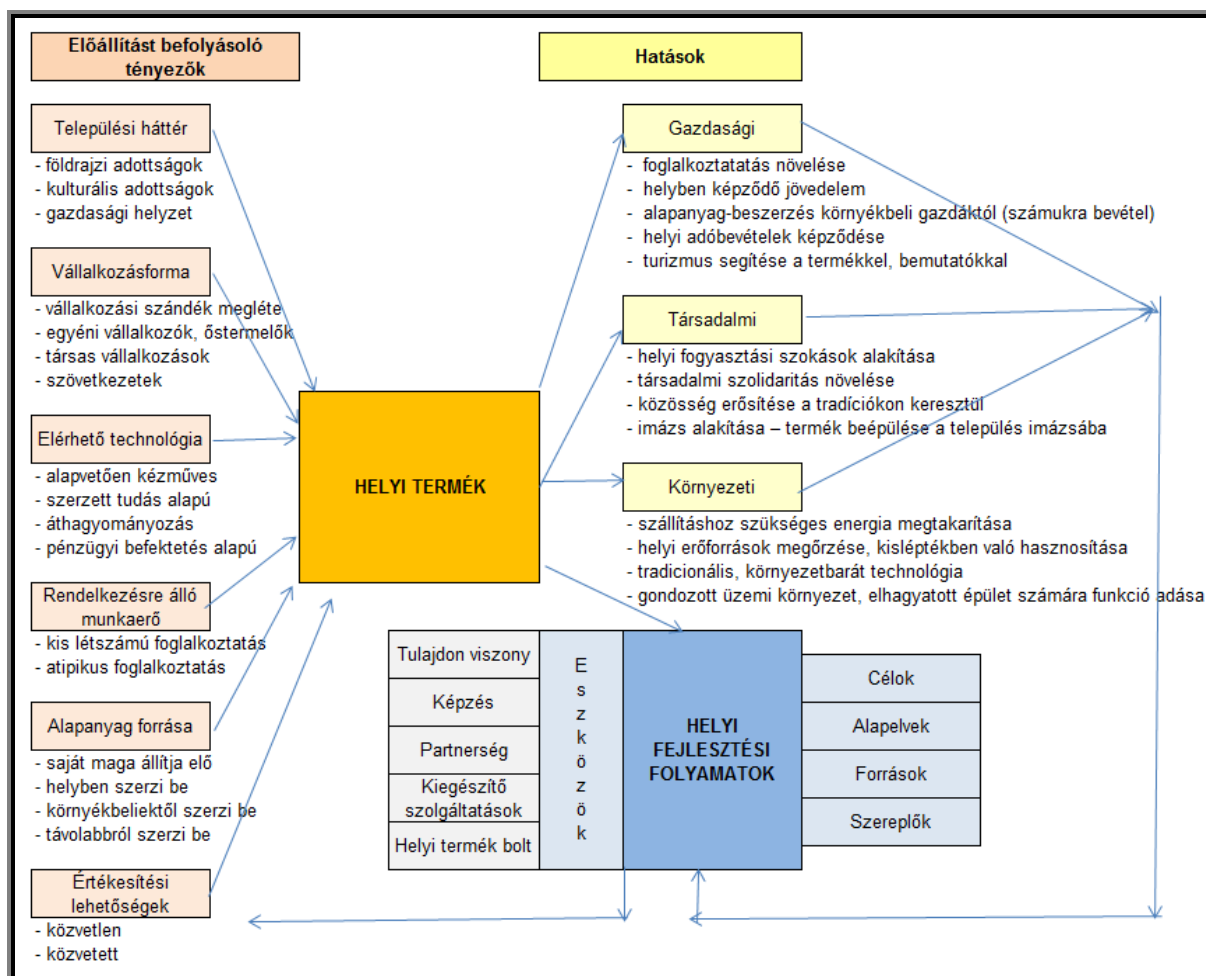
#### *Környezeti hatás*

A helyi termékeknek – a definícióból kiindulva- a környezetterhelésük a minimális szállítás miatt jóval alacsonyabb, amivel a termelő is megtakaríthat energiát, pénzt és időt. A helyi erőforrások a kisüzemi, tradicionális kézműves technológia miatt csak kisléptékben, megőrizve kerülnek hasznosításra, így nem merülnek ki gyorsan. De ez a kisüzemi, tradicionális előállítási mód sokkal környezetbarátabb, mint a nagyüzemi technológiák. A helyi termék előállítója a gyártás helyén gondozza a területet, nem lesz elhanyagolt és az ott lévő épület is kaphat új funkciót a feldolgozás során.

### ***A helyi fejlesztés és a helyi termék egymásra hatásának modellje***

A helyi fejlesztési folyamat sajátossága, hogy a megváltozott fizikai, társadalmi, gazdasági környezet visszahatnak a helyi fejlesztés folyamatára, a fejlesztési célokra, szereplőkre, eszközökre, ezáltal új hatások érhetik a helyi termék-előállítást és értékesítést is.

Elméleti megfontolásaim összegzéseként a helyi fejlesztés és a helyi termékek kölcsönhatásának rendszerét az 1. ábrában foglaltam össze.



1. ábra: A helyi fejlesztés és a helyi termékek kölcsönhatásának rendszere

Forrás: saját szerkesztés

### A hidegen sajtolt tökmagolaj hazai gyártói

A következőkben a hidegen sajtolt tökmagolaj hazai gyártói közül 13 vállalkozást gyűjtöttem össze internetes kereséssel, tehát a lista nem teljes, összességében a következők megállapíthatók:

Ha a gyártók földrajzi megoszlását nézzük, elmondható, hogy nagyrészt Dunántúlon találhatóunk tökmagolajgyártással foglalkozó vállalkozásokat. Ez következhet abból is, hogy az Őrségben és Ausztria keleti részén nagy hagyománya van az olajtök termesztésnek és az olajgyártásának is, azzal az eltéréssel, hogy a hagyományok szerint az olajütés meleg sajtolással történik, de ezekre a termelőkre a kutatásom nem terjed ki. Jellemzően a települések népesszámát tekintve a kisebbeken található olajüzemek, mint Szalafő, Bicsérd, Szalapa, Pakod.

A *vállalkozási formák* közül legnagyobb számban a korlátolt felelősségű társaságok jelennek meg, de előfordul betéti társaság, közkereseti társaság, egyéni vállalkozó és szociális szövetkezet is. Feltehetően a kisebb vállalkozási formák, mint egyéni vállalkozók és östermelők többen jelen vannak a piacon, csak internetes felületeken nem elérhetőek.

A *tevékenységükre* általában jellemző, hogy nem csak tökmagolaj présseléssel foglalkoznak, hanem más magokat is sajtolnak hidegen, de vannak vállalkozások, akik hagyományos présseléssel is foglalkoznak. Több helyen megjelenik a bérpérelés is, ezek a kiegészítő tevékenységek mind a minél nagyobb kihasználtság miatt jellemzőek.

*Az értékesítés* terén is megoszlanak az egyes termelők, ugyanis sok helyen figyelhetünk meg közvetlen értékesítést, akár a gazdaság telephelyén, akár az általuk kialakított mintabol-  
tokban hozzájuthatunk a termékekhez, de jelentős számban vannak azok is, akiknél saját vagy  
más webáruházakon keresztül értékesítenek. Megjelenik olyan vállalat is, aki csak kereske-  
dőknek értékesít, tőlük fogyasztók nem tudnak sem rendelni sem beszerezni tökmagolajat.

*A termékek csomagolása és értékesítése* általában kisebb mennyiségben történik, talál-  
hatunk 40 ml-től 1 literesig sokféle kiszerelést. Az árak tekintetében látszik, hogy a cégek kü-  
lönböző árpolitikát folytatnak, a fél literes kiszerelés ára például 3000 Ft és 5000 Ft között  
mozog.

## **Esettanulmányok**

Az elméleti rendszer elemeit felhasználva két tökmagolajüzemet vizsgáltam meg részleteseb-  
ben. Az egyik a boldvai tökmagolajüzem az önkormányzat működtetésében, a másik pedig a  
Hejőkeresztúron található Verimpex 2000 Bt. által családi vállalkozás formájában üzemelte-  
tett hideg préselő. Az esettanulmány elkészítéséhez mindkét helyszínen jártam, és interjút ké-  
szítettem az érintett vezetőkkel, ezek szolgálnak forrásul az elemzésben szereplő tényadatok-  
nak. A két helyi termék üzemet ugyanazon, az elméleti részben felrajzolt logikai rendszer  
alapján elemzem és hasonlítom össze. Az elemzés célja annak kiderítése, hogy a hidegen saj-  
tolt tökmagolaj, mint helyi termék a két kiválasztott terepen

- mennyire perspektivikus üzlet, min múlhat a siker?
- milyen szerepet tölt be a helyi természeti-társadalmi-gazdasági környezetben, befo-  
lyásolja-e, ha igen, hogyan a helyi fejlődést?
- az eltérő gazdálkodási forma (közösségi és családi vállalkozás) jelent-e eltérést a  
gazdálkodásban és a helyi fejlődéssel való összekapcsolódásban?

### ***A termék***

A Boldván található olajüzem átadására csak 2016. szeptemberében került sor, tehát az ő ese-  
tükben még javarészt tervekről beszélhetünk. Az olaj bevizsgálására is csak októberben ke-  
rült sor, viszont mivel minden engedélyt megkaptak, azóta már értékesíthetik a terméküket.  
Az üzem kialakításának terve már korábban megfogalmazódott a helyi polgármesterben, de  
csak pályázati pénzekből tudták megvalósítani az üzemet, ezért váratott idáig magára ez a  
projekt. Az egész a közfoglalkoztatáson alapszik, és a tök termesztésétől kezdve most már a  
préselésen át a palackozásig minden folyamatot közmunkásokkal fognak kivitelezni. Az olaj-  
tök termesztését 3 évvel ezelőtt kezdték, majd a felvásárlóknak való értékesítés helyett a fel-  
dolgozás mellett döntöttek. Jelenleg 4 hektáron termesztenek olajtököt, aminek a magjából  
olajat préselnek. Az árazást tekintve az összegyűjtött hazai gyártók közül az alacsonyabb ár-  
kategóriába tartoznak.

A hejőkeresztúri Verimpex 2000 Bt. nagyobb múltra tekint vissza, 1994-ben alapították  
a céget, elsősorban napraforgómag hidegsajtolási profillal. A vevői igények hatására 2012-  
ben kezdtek el más olajokat (tökmag, dió, szőlőmag, mák), is gyártani. A vállalkozás ötlete a  
jelenlegi ügyvezető édesapjától származott, aki a helyi hagyományos olajpréselő üzemben  
dolgozott, tehát volt tapasztalata a témában, és látott benne lehetőségeket. Így a fia belefogott  
a vállalkozásba, de nem hagyományos préseléssel kezdtek el foglalkozni, hanem hideg sajto-  
lással. A családi vállalkozási forma azóta is fennmaradt. A termékek ára inkább az alsó kate-  
góriában mozog, ha a hazai termelőkkel vetjük össze. A Verimpex 2000 Bt. évente körülbelül  
10 mázsa olajtök magot vásárol, ebből kb. 250 liter olajat tud kinyerni. Az éves árbevétele a  
tökmagolajból megközelítőleg 1.250.000 Ft.

### *A két üzem összehasonlítása*

Települési adottságok, amelyek befolyásolhatják az üzem létrejöttét és működését hasonlóak mindkét községben. A hejőkeresztúri üzemnek előnye, hogy a település korábban rendelkezett olajütővel, így ennek a tevékenységnek már van helyben tradíciója, illetve, hogy már maga az üzem több mint 20 éves múltra tekint vissza, mely idő alatt már megszerezte a szükséges tapasztalatokat és piacot a vállalkozás sikeres működtetéséhez. Ehhez az is hozzájárult, hogy sikerült a megyében megtalálnia azt a piaci rést – a napraforgó- és egyéb különleges olajok hidegsajtolásával-, amire kereslet is van.

A tökmagolaj a boldvai olajüzemben az elsődleges termék, ennek előállítására hozták létre, míg a Verimpex 2000 Bt. alapvetően napraforgóolaj sajtolással foglalkozott, és csak később, 2012-ben vezették be a tökmagolaj sajtolást a tevékenységeik közé. Az üzem kapacitása, sajtológépek száma, és az üzemben dolgozó munkaerő száma hasonlóan alakul mindkét esetben.

A vállalkozás formájából adódó különbség a foglalkoztatás jellegében jelenik meg, ami az vizsgált üzemek tekintetében elsősorban az alapanyag forrására van hatással. A közfoglalkoztatás államilag támogatott foglalkoztatási forma, célja a minél nagyobb számú foglalkoztatás, ezzel a munkanélküliség csökkentése. Boldván ez a Start Közmunkaprogram keretein belül többek között a földműveléssel, gyógynövény, olajtök és egyéb mezőgazdasági termékek termesztésével történik. Ebből következik az is, hogy itt olyan logika szerint alakították ki az üzemet, hogy az olajtök termesztésével, betakarításával, a magok présselésével, az olaj csomagolásával minél több embernek adjanak munkát. Ezzel szemben Hejőkeresztúron állami támogatás nélkül, saját tőkével kell megoldani az egész tevékenységet, emiatt nem fektetnek a termelési részbe munkaerőt és tőkét, mert sokkal gazdaságosabb, ha a tökmagot már préselhető formában vásárolják fel. Ez visszavezethető az eladási árak közötti különbségekre, a boldvaiak árai alacsonyabbak a hejőkeresztúriakénál. Az értékesítési csatornák kiválasztásánál ugyancsak a korábbi tevékenységre való tekintettel, a Verimpex 2000 Bt. már jobb helyzetben volt, kialakult értékesítési rendszerrel, vásárlókörrrel és tapasztalatokkal rendelkezett a tökmagolaj bevezetésekor. Számomra érdekes volt, hogy az együttműködések kapcsán a boldvai önkormányzat által működtetett üzem a helyi vállalkozókat emelte ki, mint leendő partnerek, a hejőkeresztúri vállalkozó pedig a környékbeli önkormányzatokat, akikkel kapcsolatban áll és rendszeresen hívják a rendezvényeikre, vásáraikra. A helyi lakosság mindkét esetben inkább negatív hozzáállást mutat az üzemmel szemben, ennek okát mindkét részről az irigységben foglalmazták meg.

Összességében a különbségek vannak nagyobb arányban, amik alapvetően a vállalkozási forma különbségeiből adódnak. Emellett az is szerepet játszik az eltérésekben, hogy a hejőkeresztúri egy tapasztalt, már évek óta működő vállalkozás, a boldvai pedig egy most létrejövő, a tevékenységgel és a piaccal ismerkedő üzem. Az összehasonlítás szempontjait és a két üzemre vonatkozó megállapításokat a *1. táblázatban* foglaltam össze.

**1. táblázat: A két üzem összehasonlítása**

<b>Összehasonlítási szempontok</b>	<b>Boldva</b>	<b>Hejőkeresztúr</b>
<b>Vállalkozási forma</b>	Önkormányzati működtetés	Családi vállalkozás, betéti társaság formában
<b>Tevékenység kezdete (tökmagolaj préselés)</b>	2016	2012
<b>Főtevékenység</b>	tökmagolaj hidegsajtolása	napraforgómag olaj hidegsajtolása
<b>Települési adottságok</b>	mezőgazdasághoz kedvező földrajzi fekvés, csökkenő népességszám, kisebbségek növekvő aránya, tőkehiány, magas munkanélküliség	
<b>Tradíció</b>	tökmagolaj sajtolással kapcsolatos nincs	korábbi olajütő üzem a településen
<b>Üzemméret/kapacitás</b>	2 db sajtológép	3 db sajtológép
<b>Alapanyag forrása</b>	saját magoknak állítják elő	tisztított, szárított formában vásárolják fel
<b>Foglalkoztatás jellege</b>	közfoglalkoztatás	önfoglalkoztatás, családon belüli foglalkoztatás
<b>Foglalkoztatottak száma</b>	3-4 fő	3 fő
<b>Szaktudás forrása</b>	szakirodalmak, működő üzemeltetőktől információgyűjtés	családi örökség, áthagyományozás
<b>Értékesítés módja</b>	helyben, tervben van kereskedőkön keresztül	helyben, kereskedőkön keresztül, fesztiválokon, vásárokon
<b>Kiszerezés/ár</b>	0,05 l / 300 Ft	0,25 l / 1715 Ft
		0,25 l (PET palack) / 1524 Ft
		0,5 l (PET palack) / 2921 Ft
		1 l (PET palack) / 5715 Ft
<b>Melléktermék értékesítés</b>	tervben, magliszt formájában	állati takarmányként, pelletként
<b>Együttműködések</b>	helyi és környékbeli vállalkozókkal	helyi és környékbeli önkormányzatokkal
<b>A helyiek viszonyulása az üzemhez</b>	kíváncsiság, irigység	irigység

Forrás: saját szerkesztés

### ***A tökmagolaj mint helyi termék hatásai***

A tökmagolaj, mint helyi termék hatásait a két település helyi fejlődési folyamataiban nehéz mérni, számszerűsíteni. Ennek oka a kis létszámú foglalkoztatás, illetve Boldva esetében még nagyon rövid idő telt el az üzem beindítása óta.

#### ***Gazdasági hatások***

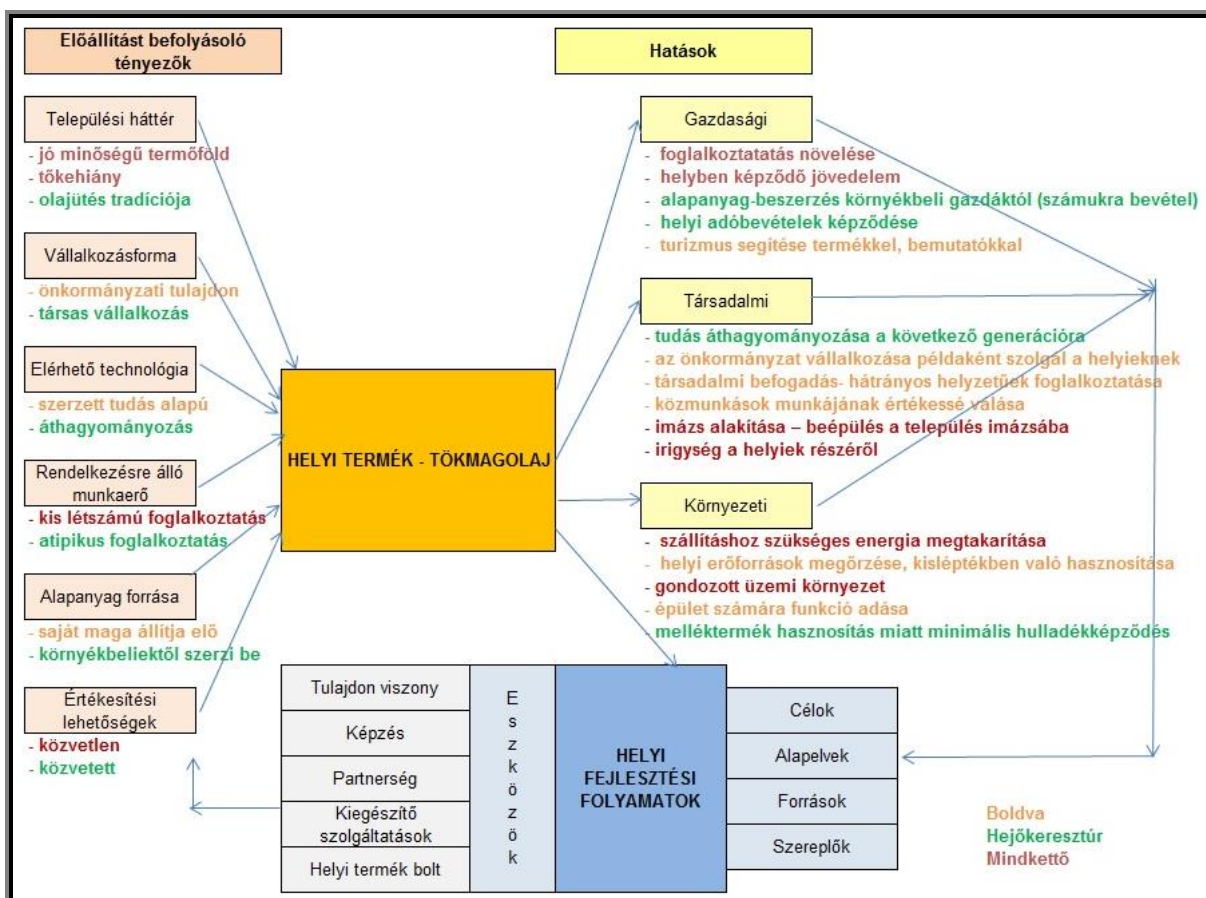
Mindkét esetben megjelenik a foglalkoztatás, mint pozitív gazdasági hatás, viszont a kis létszám miatt nem annyira jelentősen. Boldván az értékesítésből származó bevételek az önkormányzathoz kerülnek, amit az üzembe forgatnak vissza, hosszútávon az önfenntartás lenne a cél. Hejőkeresztúron a vállalkozás vagyonát gyarapítja a haszon, de mivel helyben adóznak, közvetetten az önkormányzatnak itt is lesz bevétele, amit fejlesztésekre fordíthatnak. Míg Boldván a saját alapanyag termelés inkább foglalkoztatási szempontból jelentős, a Verimpex 2000 Bt. a környékbeli gazdáktól vásárolja a magokat, így őket is jövedelemhez juttatja. A boldvai értékesítés, hogy már egy működő turisztikai látványosság épületében (Barátok Háza) történik, illetve az üzem elhelyezkedése és megjelenés (a községen belül központi helyen, az útról jól észrevehető, szépen kidíszített házfal) a jövőben várhatóan még több turistát fog vonzani. Ezzel szemben, Hejőkeresztúron egy kicsit félreeső helyen, egy kis tábla mutatja, hogy milyen tevékenység folyik az udvarban, de előny, hogy itt előzetesen tudunk informálódni a vállalkozás honlapjáról.

## Társadalmi hatások

A társadalmi hatások kevésbé érvényesülnek, a boldvai üzem még annyira kezdetleges, hogy messzemenő következtetéseket nehéz lenne levonni. Ami mindkét esetben az interjúk során kiderült, hogy a helyiek fogyasztását nem igazán befolyásolják az üzemek, csak néhány közszégbeli vásárlójuk van, a többiek általában irigységből nem is keresik a termékeiket. A boldvai esetben az önkormányzat vállalkozási sikerei viszont egyes embereket arra ösztönöznek, hogy ők is vágjanak bele, ezek a projektek példaként szolgálnak a helyieknek. Boldván a közmunkaprogramban a közmunkások közösségét talán még jobban erősíti, hogy a munkájuknak kézzelfogható és értékesíthető terméke van. A települések imázsát viszont mindkét üzem formálja, ha nem is olyan erőteljesen. A Veripmex 2000 Bt. esetében a családi vállalkozásban áthagyományozódik az eddig megszerzett tudás a következő generációra, ezzel már alapot képezve a saját elhelyezkedésének és a helyben maradásának.

## Környezeti hatások

A helyben értékesített árukészletnél a szállítási költségekhez szükséges energia megtakarításra kerül mindkét esetben. Boldván amiatt, hogy az olajtöket saját földterületen termesztik, félig gépesített eljárással, nagyban hozzájárulnak a helyi erőforrások kisléptékű hasznosításához, illetve az „alapanyag beszerzés” során is a szállítási költségek kiesnek, minimalizálódnak. A melléktermékek hasznosítása és értékesítése miatt a hulladéktermelés is alacsonyabb. A gondozott üzemi környezet mindkét esetben megjelenik, Boldván pedig egy korábban kihasználatlan, elhagyatott épületet újjítottak fel az üzem számára.



2. ábra: A hejőkeresztúri és boldvai tökmagolaj mint helyi termék hatásainak rendszere

Forrás: saját szerkesztés

## Összefoglalás

Az áttekintett helyi fejlesztéssel, vidékfejlesztéssel foglalkozó szakirodalmi írások rávilágítottak arra, hogy a globalizáció és a helyi fejlesztés nem összeférhetetlen folyamatok. Bár a jelenkori helyi fejlesztés a globalizációs ártalmak elleni védekezésékként jött létre, kiteljesedésében segítenek a globalizáció vívmányai is, valamint a helyi fejlesztés által megőrzött, sőt erősített diverzitás új energiákat biztosít a globalizáció számára is. A helyi erőforrásokra alapozott helyi termék a területi sokszínűség egyik fontos eleme egyben a perifériákon a lakosság életminőség javításának egyik lehetősége.

A hidegen sajtolt tökmagolaj kisüzemi előállítására perspektivikus vállalkozásnak látszik a termék kedvező élettani hatásai és az abból következő kereslet, a technológia viszonylagos egyszerűsége és a helyi alapanyag termeléssel és csomagolással összekapcsolható helyi vertikum és az abból adódó várható szinergikus hatások révén.

A helyi termékek előállítása és a helyi fejlesztés, a közöttük lévő kölcsönhatás egy komplex modellben foglalható össze. A modell a tökmagolaj előállítására is értelmezhető. Az empirikus kutatás során bebizonyosodott a modell konkrét esetekben való használhatósága (2. ábra).

Az önkormányzati üzemeltetésű boldvai és a családi gazdaságként működő hejőkeresztúri üzemek hasonlóan bizonyultak a kisüzemi technológia, az üzemben foglalkoztattak száma, az értékesítés módja és a helyiek hozzájuk való viszonyulása tekintetében.

A legtöbb szempontból viszont a különbözőség a jellemző. Ezek a szempontok a foglalkoztatás jellege, és az ebből adódó szemléleti különbségek, az alapanyag beszerzésének forrása, a szaktudás megszerzése, az árak kialakítása és az együttműködések alakulása.

A vállalkozások érzékeny, a sikert meghatározó pontjai a termékük egyediségében, különlegességében és a megfelelő pozicionálásában rejlik. Ehhez hozzátartozik a kereslet megtalálása és a megfelelő értékesítési csatornák kiválasztása.

A helyi gazdasági – társadalmi – környezeti hatások közül a foglalkoztatás növelése, helyben képződő jövedelem, a település imázs formálása, szállításhoz szükséges energia megta-  
karítása és a gondozott üzemi környezet emelhetőek ki, melyek mindkét esetben megjelennek.

Az eltérő vállalkozási forma a már mérhető és a várható hatásokban a foglalkoztatást és a település imázs alakítását tekintve hozhat különbségeket.

## Irodalomjegyzék

- Bajmócy Z. (2011): Bevezetés a helyi gazdaságfejlesztésbe. Szeged: JATEPress.
- BAZ MKFI (2013): Borsod – Abaúj – Zemplén Megyei Kormányhivatal  
Földművelésügyi Igazgatósága, Tájékoztató Borsod-Abaúj-Zemplén megye mezőgazdaságáról. Miskolc (letöltve: 2016.09.13.)  
[http://www.baz.hu/content/cont\\_53b16a8bcb9336.47060047/1407\\_14\\_Mezogazdasag.pdf](http://www.baz.hu/content/cont_53b16a8bcb9336.47060047/1407_14_Mezogazdasag.pdf)
- Berend T. I. (2004): A globalizáció és hatása a centrum-periféria kapcsolatokra Európában. Mindentudás Egyeteme V. szemeszter, 2004.09.06. videoelőadás
- Chikán A. (2002): A gazdaság globalizációja és a civilizációk különbözősége. Magyar Tudomány, 2002/6, 730.
- Czene Zs. – Ricz J. (szerk.) (2010): Helyi gazdaságfejlesztés – Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Területfejlesztési füzetek 2. Budapest, VATI Nonprofit Kft. Területi Tervezési és Értékelési Igazgatóság Stratégiai Tervezési és Vidékfejlesztési Iroda
- EC (2013): A Bizottság jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak A helyi termelésre és a közvetlen értékesítésekre vonatkozó címkézési rendszerről. 2013.12.6. COM (2013) 866 final Brüsszel (letöltve: 2016.09.28.)  
[http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:be106719-60e5-11e3-ab0f-01aa75ed71a1.0013.04/DOC\\_1&format=PDF](http://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:be106719-60e5-11e3-ab0f-01aa75ed71a1.0013.04/DOC_1&format=PDF),



- Fehér I. (2007): A közvetlen élelmiszerértékesítés marketing lehetőségei és vidékfejlesztési sajátosságai. Mosonmagyaróvár: Direktértékesítés Konferencia Kiadvány
- G. Fekete É. (2001): Innovációk a kistérségi fejlesztésekben. (Együtt! – De hogyan? 2.) Pécs-Miskolc: MTA Regionális Kutatások Központja (MTA RKK), 194 p.
- G. Fekete É. (2011): Helyi termékek előállításának és értékesítésének kistérségi koordinációja. A FA-LU 26:(1-2), pp. 47–56.
- G. Fekete É. (2013): Borsod- Torna- Gömör - Helyi termék stratégia és védjegyrendszer. Észak-magyarországi Regionális Kutatásokért Alapítvány, Iroda.
- HTK (2014): Helyi termék kézikönyv. Kaposvár: Somogy Megyei Vállalkozói Központ Közalapítvány (letöltve: 2016.09.13.)  
[http://videkstrategia.kormany.hu/admin/download/5/53/f0000/Helyi\\_termek\\_kezikonyv\\_Zselic-Dr%C3%A1va.pdf](http://videkstrategia.kormany.hu/admin/download/5/53/f0000/Helyi_termek_kezikonyv_Zselic-Dr%C3%A1va.pdf)
- Hutflesz M. (2008): Termeljünk helyi terméket - Lesz munka, jobb lesz a gazdaság és még értékeket is őrünk! c. cikkben készült interjú alapján (letöltve: 2016.09.12.)  
[http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403\\_termeljunk\\_helyi\\_termeket\\_lesz\\_munka\\_jobb\\_le\\_sz\\_es\\_is](http://www.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403_termeljunk_helyi_termeket_lesz_munka_jobb_le_sz_es_is)
- Kelemen Z. (2007): Helyben hagyva – Helyi termékek a Dunakanyarban és az Alsó-Ipoly mentén- a Magosfa Alapítvány elnökével készült interjú alapján (letöltve: 2016.09.21.)  
<http://tudatosvasarlo.hu/cikk/helyben-hagyva-helyi-termekek-dunakanyarban-es-also-ipoly-menten>
- Kis K. (2014): Vidékgazdaság, kultúra, lokalizáció: eltérő válaszok és fejlődési differenciák, Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2014. IX. évfolyam, 1–2. szám, pp. 9–28.
- Kujáni K. O. – Szabadkai A. (2015): A helyi élelmiszerrendszer fejlesztési lehetőségei a Zala termál-völgye egyesület térségében - Hova tovább a helyi termékek és értékek fejlesztése terén 2014-2020 között? Zalaszentgrót, Zala Termálvölgye Egyesület (letöltve: 2016. 09. 13.)  
[http://zalatermalvolgye.hu/manual\\_files/egyeb/helyi\\_elelmiszerrend\\_tanulmany\\_zte\\_2015.pdf](http://zalatermalvolgye.hu/manual_files/egyeb/helyi_elelmiszerrend_tanulmany_zte_2015.pdf)
- Szalai J. (2002): A társadalmi kirekesztés egyes kérdései az ezredforduló Magyarországon. Szociológiai Szemle 4., pp. 34–51.
- Szendrei O. (2011): A helyi termékfejlesztés elmélete és folyamata, Esettanulmányok gyűjteménye a helyi hozzáadott érték növeléséhez, A Kárpát-medence civil társadalmának tudományos és ismeretterjesztő közleményei VIII. szám, Eger. Kárpátikum Közhasznú Alapítvány (letöltve: 2016.09.13.) <http://www.karpatikum.hu/doc/VIII.pdf>