

A SZOCIÁLIS GAZDASÁG FEJLESZTÉSÉNEK TÁMOGATÁSA

HELYI TERMÉKFEJLESZTÉSI TANULMÁNY

*„Tolna Megye helyi gazdaságfejlesztését elősegítő,
befektetést ösztönző és a szociális gazdaság fejlesztési
tevékenységek megvalósítására vonatkozó szolgáltatások”*

OKT-FULL Kft.

2017. január 31.

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	1
Ábrajegyzék	2
I. A helyi termékek jellemzőinek áttekintése	3
I.1 A helyi termék előállításának és értékesítésének indokai	3
I.2 A helyi termék fogalma és kritériumai	5
I.3 A helyi termék típusai	8
I.4 A helyi termék előállításának és értékesítésének jogi keretei	11
I.5 A helyi termék fejlesztését segítő társadalmi innovációk	13
II. Jó gyakorlatok - a helyi termékek közösségi marketingjében és védjegyztetésében	18
II.1 Nemzetközi példák	18
II.1.1 Ausztria	18
II.1.2 Belgium	20
II.1.3 Dánia	21
II.1.4 Egyesült Királyság	22
II.1.5 Franciaország	23
II.1.6 Görögország	24
II.1.7 Írország	24
II.1.8 Olaszország	25
II.1.9 Portugália	25
II.1.10 Svédország	26
II.1.11 Spanyolország	27
II.2 Hazai példák	28
II.2.1 Helyi termékértékesítő hálózatok	28
II.2.2 Helyi termék védjegyek és klaszterek	30
II.2.3 Tolna megyei helyi gazdaságfejlesztési célú kezdeményezések	38
III. A Paktum terület helyi adottságai, helyzetképe	43
III.1 A kutató-feltáró munka módszere	43
III.2 Mezőgazdaság	47

III.2.1 Szántóföldi növénytermesztés	48
III.2.2 Zöldség- és gyümölcstermesztés	49
III.2.3 Szőlőtermesztés	51
III.3 Állattenyésztés	52
III.4 Vadállomány	52
III.5 Méhészet.....	53
III.6 Haltenyésztés.....	53
III.7 Ipar	54
III.8 Turizmus.....	58
III.8.1 Öko-, aktív- és vadászati turizmus	59
III.8.2 Borturizmus.....	61
III.8.3 Kulturális turizmus	62
III.8.4 Vízi turizmus	64
III.9 A Paktum terület termékei országos összevetésben	65
IV. Következtetések, javaslatok	67
V. A kulcsprojekt tervek azonosítása és rövid leírása.....	71
V.1. A kulcsprojektek azonosítási szempontjai	71
V.2. Kulcsprojektek azonosítása	72
V.2.1 Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja.....	72
V.2.2 „Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása	73
V.2.3 Tolna Megye Községi e-Piactere	74
V.2.4 Kompetencia inkubáció mentorálás révén.....	74
V.2.5 Községi Idősgondozói Hálózat	75
V.3. A kulcsprojektek célmeghatározása	76
V.4. A kulcsprojektek célcsoportja	80
V.5. A kulcsprojektek költségei	81
V.6. A kulcsprojektek várható eredményei	83
Felhasznált és ajánlott további irodalom	86

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A Tolna megye területén létrehozott termékek besorolása négyjegyű szakágazat kódokba (szófelhő)..... 66
2. ábra: Az ország egyéb megyéinek területén létrehozott termékek besorolása négyjegyű szakágazat kódokba (szófelhő)..... 66

Jelen dokumentum a Tolna Megyei Önkormányzat TOP-5.1.1-15-TL1-2016-00001 számú projektjének keretében jött létre. Ezen belül a *„Tolna Megye helyi gazdaságfejlesztését elősegítő, befektetést ösztönző és a szociális gazdaság fejlesztési tevékenységek megvalósítására vonatkozó szolgáltatások”* ellátása 3 részben című közbeszerzési eljárás első részéhez kapcsolódó tanulmány, nevezetesen a Szociális gazdaság fejlesztésének támogatása a helyi termékfejlesztésre irányulóan produktum teljesítése.

A megvalósíthatósági tanulmányban foglaltak szerint *„a megyei paktumoknak támogatniuk kell a szociális vállalkozások piacra jutását, segítséget kell nyújtaniuk a termék- és szolgáltatásfejlesztési folyamatban”*. Jelen tanulmány célja ehhez kapcsolódóan, hogy átfogó képet nyújtson a termék- és szolgáltatásfejlesztés folyamatáról és módszereiről, bemutassa a nemzetközi és hazai jó gyakorlatokat a területen, majd a Paktum terület adottságainak áttekintése révén a fentiek ismeretében javaslatokat fogalmazzon meg a témát illetően. Az áttekintés alapján kerülnek azonosításra és röviden ismertetésre azok a kulcsprojektek is, melyek leginkább támogatni tudják a megvalósíthatósági tanulmányban foglalt célokat, nevezetesen elősegítik a termelékenység és a versenyképesség növelését, a szűkebb környezetért való munkálkodást, a piacra jutás támogatását, a közszolgáltatások nyújtásának új módjait.

A tanulmányban foglaltak célcsoportját a Paktumban résztvevő szervezetek, a Paktum területen működő gazdasági szereplők, kiemelten a szociális gazdaság képviselői, illetve a fejlesztett minőségi termékek és szolgáltatások előnyeit élvező helyi lakosság jelentik. A megvalósíthatósági tanulmányban foglaltak értelmében a stratégia tartalmát javasolt – ahogy arra a vonatkozó rendezvények kapcsán részben ki is térünk – workshop-ok, műhelytalálkozók keretében validálni és megvitatni, illetve helyben nyilvánosan közzétenni.

I. A HELYI TERMÉKEK JELLEMZŐINEK ÁTTEKINTÉSE

I.1 A helyi termék előállításának és értékesítésének indokai

A modernizáció jegyében természetesnek vettük, hogy a termelés és a fogyasztás, a termelő és a fogyasztó eltávolodik egymástól, mindennapi szükségleteink kielégítéséhez egyre távolabbi helyekről származó árucikkeket vásárolunk. A választék bővítésén, az újdonság varázsán túl a tömegtermelés és a multinacionális cégek által kontrollált területi munkamegosztás következtében olcsó árak is vonzóvá tették ezt a megoldást. Piacaink megnyitásával hozzá szoktunk, hogy itthon is megvásárolhatjuk mindazon cikkek, melyek külföldön elérhetők és csak lassan ébredtünk rá, hogy saját ízeink eltűntek és már nem is tudjuk, mit fogyasztunk, és mivel etetjük gyermekeinket. A fogyasztótól eltávolodott, a profit maximalizálására törekvő tömegtermelés a minőség csökkenéséhez, a hatóságok által kidolgozott egészségügyi normáknak való megfelelés esetén is a környezeti biztonság romlásához, összességében a fogyasztói bizalom megingásához vezetett. Az áruk – köztük az élelmiszerek – több ezer km-es utaztatása pedig a felhasznált energiamennyiség és a közben kibocsátott szennyezőanyagok következtében erőteljes környezeti kockázattal jár, és hozzájárul a mindnyájunkat érintő globális környezeti problémákhoz.

A hagyományos ízek, formák elvesztésén, az élelmiszer biztonságon és a környezetterhelésen túl azonban a helyi termékek elvesztése komoly társadalmi problémákat is indukált. Itt nem csupán az alapanyag-termelők és bér munkások kapitalizmus belső logikájából következő, a legolcsóbb beszerzési forrásokat immár globális szinten elérő tőke általi kizsákmányolására, hanem annak más térségekben jelentkező hatásaira is gondolunk. Így pl. a hazai mezőgazdaságból 1990 és 1999 között a foglalkoztatottak kétharmada, 550 ezer fő távozott és vált – döntő mértékben – munkanélkülivé, vagy idő előtti nyugdíjassá. Többségük máig nem talált munkát, és szerény jövedelmi viszonyai miatt a szegénység által súlyosan veszélyeztetett. A vidéki népesség elszegényedése a más ágazatok fejlődési lehetőségeit is visszafogja. Nincs fizetőképes kereslet az iparcikkek, a szolgáltatások iránt, a kényszervállalkozásként beindított kereskedelmi és szolgáltató mikro-vállalkozások létalapja

labilis, nem tudják előteremteni a közterhek fedezetét, ezért sokan a feketegazdaságban próbálnak boldogulni. Ezzel persze további terheket raknak a legálisan vállalkozókra és dolgozókra, ami őket is az ellehetetlenülés felé taszítja. A közfoglalkoztatás végletes méreteket elérő felfuttatásával ugyan kikerülhető a feketemunka, és bizonyos fokú biztonság elérhető, de nem lehet tartós megoldás. Részint mert a köz nem tudja viselni a teljesítmény nélküli, vagy rendkívül alacsony teljesítményű tevékenység költségeit, részint mert csak konzerválja a szegénységet, és nem segíti elő az előbbre lépést sem a családok, sem a közösség számára. A csapdahelyzetből való menekülésre megoldás csakis a piaci jövedelemszerzési lehetőségek bővítése lehet.

A jövedelem szerzésének természetes módja a helyi természeti és kulturális erőforrásokat és alapanyagokat hasznosító termékek és szolgáltatások előállítása. Ezért nehezen érthető, hogy pl. miközben a világon megtermelt élelmiszerek mennyisége 20%-kal nőtt, Magyarországon ugyanekkor 25%-kal csökkent. Ez elfogadhatatlan egy olyan országban, mely az élelmiszerek termeléséhez kiváló környezeti adottságokkal rendelkezik. Az egyensúly megteremtéséhez első lépésben vissza kell állítani a helyi termékek megbecsülését, és helyet kell nekik biztosítani a hazai piacon. Ez utóbbi azt jelenti, hogy úgy a minőség, mint az ár-érték arány alapján vonzóvá kell válniuk a fogyasztók előtt, valamint a boltokban, heti piacokon, háznál árusítással biztosítani kell láthatóvá és elérhetővé válásukat. Koránt sincs még elegendő a már működő helyi termék polcokból, heti piacokból és az előállítás helyén kihelyezett cégtáblákból.

A helyi termékek előállításának és értékesítésének látványos növekedése esetén többletjövedelemmel elismert munkához juthatnak a termelők és a feldolgozásban résztvevők. Jobban járnak a fogyasztók, mert egészségesebb, frissebb, akár saját maguk által is ellenőrizhető minőségű, vagy éppen szüretelhető árut kapnak, a szállítási költségek megspórolásával a multik termékeihez hasonló áron. Javulhat a helyi közétkeztetés, ami gyermekeink és időseink egészségét és egyben az önkormányzati kiadások csökkentését erősíti. Az előállításban és értékesítésben résztvevők többletjövedelme további helyi szolgáltatások

iránti igényt és keresletet gerjeszt, ami újabb helyi kisvállalkozások indulását, illetve a már működők megerősödését szolgálhatja.

A helyi termékek egy, a térség egyedi karakterét kifejező köre a turizmus meghatározó elemévé tehető. Manapság vendéglátás nem képzelhető el egyedi ízek, tájételek felszolgálása nélkül, és a turisták emléktárgyat is szívesen vásárolnak az adott helyre jellemző, karakteres, kézzel előállított termékeket. A helyi termékeket felhasználó, kínálatába szervesen beépítő turizmus a szállásadáson, a vendéglátáson, a közlekedésen, az attrakciók bemutatásán, rendezvények szervezésén keresztül pedig újabb lakosoknak biztosít jövedelmet.

A helyi termék erősíti a térségi identitást, büszkeséggel töltheti el nem csak az előállítót, de a környezetében élőket is. Tartást ad, ami segít kijutni a letargiából, új célok kitűzésére ösztönöz. Az új ötletekből újabb, a segélyezetti létből kivezető munkaterületek szülehetnek.

A segélyre fordítandó pénzek csökkenésével és a helyi adóbevételek növekedésével az önkormányzati költségvetésből több jut a település fejlesztésére, az életkörülmények javítására, ami révén nő a település megtartó ereje. A fiatalok nem akarnak elvándorolni, netán máshonnan is szívesen költöznek be a településre. Mindennek szerepe lehet abban, hogy a jelenleg még erősen lefelé futó spirál visszajára forduljon, elinduljon vidéki térségeink posztmodern (a számukra csak lecsúszást hozó modernizáció utáni) fejlődése.

Összefoglalva: a helyi termékek iránti szükséglet a fogyasztó által kontrollálhatatlan tömegtermékektől való elfordulásból, a biztonság iránti vágyból, a környezettudatosság növekedéséből, valamint a termelők és foglalkoztatottak iránti szolidaritásból, a helyi közösségek élni akarásából fakad.

1.2 A helyi termék fogalma és kritériumai

A helyi termék fogalmát két irányból is közelíthetjük. Egyrészt – a termék helyhez kötöttségét és tájjellegét hangsúlyozva – helyi terméknek tekintjük a helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból, helyben kialakult eljárások (receptek) alkalmazásával, többnyire kisüzemi keretek között előállított, esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó – ily módon a hely sajátosságait megjelenítő – termékeket. Másrészt a

helyi munkaerővel a helyi lakossági igényeket kielégítő termékek sorolhatók ebbe a körbe. Mindkét értelmezésben a globalizációval szemben a helyi termelés és értékesítés fentebb indokolt felértékelődése jelenik meg. Az első megközelítésben az egyediségen, a másodikban a külső behozatal kiváltásán, a helyi ellátáson van a hangsúly. A két megközelítés egyesítésére ad lehetőséget az 40 km-es körön belüli lokalizáltság mellett a helyben hozzáadott érték, tehát az alapanyag, illetve emberi munka 50%-nál magasabb részesedésének megkövetelése.

A fenntartható fejlődés koncepciója minden esetben visszatükröződik. A helyi erőforrások megőrzve hasznosítása, a hozzáadott érték helyi munkaerő általi növelése, a szállítási költségek csökkentése, az egészséges, ellenőrzött eredetű – közvetlenül az ismert termelőtől vásárolt – termékek fogyasztási szerkezetünkben való növekedése, a helyi kulturális elemek megőrzése, a térségi összetartozás erősítése képviselik az ökoszociális értékeket.

A helyben előállított és fel is használt termékeket a területi munkamegosztásból való kirekesztődésük teszi lokalizálttá. A helyben élők fogyasztása helyi közösségi ráhatásokkal, a lokálpatriotizmus erősítésével, viszonyossági megoldásokkal erősíthető. A helyi piac szükségessége azonban arra ösztökél, hogy tágabb térségből is igyekezzenek vásárlókat toborozni, és ezáltal a térségbe pénzügyi forrást behozni. Ez vagy úgy lehetséges, hogy a terméket szállítják, vagy úgy, hogy a vevőt hozzák helybe. Ez utóbbi költségkímélőbb lehet és nagyobb esélyt ad a multiplikációs hatások (több termék és szolgáltatás összekapcsolódásának) kiaknázására is. A külső vevő vonzásához azonban alapvető a termék egyedi tulajdonságának tudatosítása.

A helyi terméktől elvárjuk tehát, hogy legyen a tömegtermékek alternatívája, azaz (1) egyedi, a helyhez kötődő tulajdonsággal bírjon, (2) kisüzemi, kézműipari technológiával készüljön, (3) garantált, megbízható minőséget képviseljen, és ennek érdekében tegye lehetővé a fogyasztói igények közvetlen beépülését, (4) se környezeti, se társadalmi feszültséget ne generáljon.

(1) *A helyhez való kötődés* megnyilvánul a táj egyedi, adott helyre jellemző természeti adottságaiban (talaj, mikroklíma, hagyományos flóra és fauna, domborzat, vízrajz stb.) és a tájban, valamint azzal évszázados kölcsönhatásban élő emberi közösség kulturális sajátosságainak (szokások, hagyományos szerszámok és eljárások, sajátos szervezeti

formák és munkamegosztás, hitvilág, tárgyi és szellemi kultúra, más térségekkel való kapcsolatok stb.) beépülésében a termék alapanyagába, az előállítás és a csomagolás technológiájába, az értékesítés módjába. Mivel ezek az adottságok mindenhol mások, más-más kombinációban vannak jelen, az egyediség garantált.

Főként a külső vevők számára azonban ezt az egyediséget láthatóvá is kell tenni.

A beregi szilvalekvár a hagyományos, a helyre jellemző szilvafajta mellett az alkalmazott receptnek és a mára kialakított szilkés csomagolásnak köszönheti egyediségét.

Egy varroda a felhasznált hagyományos szövessel készült lenvászon, vagy a helyi hímzésvilág motívumai révén állíthat elő helyi terméket.

Az akárhol is megtermelhető hagymából a termesztés csak itt jellemző technológiája, a sajátos felfűzési mód, vagy az értékesítéshez kapcsolt kulturális program formálhat helyi terméket.

A lényeg: a termék a helyhez kapcsolható tulajdonsága révén legyen megkülönböztethető a máshol előállítottól.

- (2) *A kisüzemi, kézműipari eljárásnak* az értékesítés mennyiségi korlátozottsága és a helyi foglalkoztatási potenciál maximalizálására való közösségi törekvés miatt van jelentősége. A kisszéria azonban nem jelenthet elavultságot, egészségtelen munkakörülményeket.
- (3) *A minőség biztosítását és a fogyasztói igények beépülését* leginkább a termelők és a fogyasztók közvetlen együttműködését lehetővé tevő szervezeti formák és értékesítési csatornák garantálják. Így gyakori a termelők és fogyasztók közös szövetkezete, a közösségi támogatottságú mezőgazdálkodás. A marketingben a termelőtől való közvetlen értékesítési csatornák mellett a co-creation alkalmazása jelent a követelménynek megfelelő megoldást.
- (4) *A környezettel való harmonikus együttélés és társadalmi befogadás* követelményeinek teljesülését a helyi termék előállítójának a helyi tájban és közösségben való élése, az azonnali visszajelzés szavatolják. A helyi varga vagy fűrészszek nem engedi ki a szennyező anyagot a saját lakóhelyére, ha mégis, szomszédjai, a közösség tagjai azonnal jeleznek. A feketemunka végzése, vagy a diszkrimináció már érzékenyebb kérdés. Társadalmunk, a helyi közösségek jelen állapotában a közösség reagálásának, fegyelmező erejének kisebb a

valószínűsége, mint a környezet sérülése esetén, de a potenciál ebből a szempontból is azonosítható.

1.3 A helyi termék típusai

A helyi termékek körében jellemzően élelmiszerek, kézműves technikával előállított használati tárgyak és szolgáltatások jelennek meg. A helyi termékcsoporthoz lehetnek pl. a következők (a teljesség igénye nélkül):

1. Élelmiszerek

1.1. Feldolgozás nélkül árusított élelmiszerek

Növényi eredetű termékek:

- gyümölcs (szőlő, alma, cseresznye, dió stb.)
- zöldség (paprika, burgonya, káposzta, karfiol)
- erdei termékek (erdei gyümölcs, gomba)
- gyógy- és fűszernövények

Állati eredetű termékek

- tojás
- tej (tehéntej, kecsketej)
- tőkehús
- baromfihús

1.2. Feldolgozott élelmiszerek

Növényi eredetű termékek:

- gabona őrlemény (búzaliszt, rozsliszt)
- tésztafélék, pékáruk, sütemények (szárzástészta, kenyér, péksütemény, pogácsa, percek, rétes, leveles tészta stb.)
- sajtolt vagy préselt olajok (tökmagolaj)
- savanyúság
- konzervált zöldség, gyümölcs (lecsó, lekvár, gyümölcsle)
- aszalt gyümölcs

fűszerek, tinktúrák

Állati eredetű termékek

húskészítmények (szalámi, szalonna, tepertő)

tejtermékek (sajt, vaj, túró, író)

méz, méztermékek

Készétel különlegességek (kenyérlángos, mézeskalács, szalonnába tekert zöldbab, gombóc)

Ásványvíz, szikvíz

Alkoholos italok

borok

pálinkák

sörök

2. Nem élelmiszerként hasznosított mezőgazdasági termékek

virág

kertészeti termékek (balkonnövény, virágpálánta, szőlő oltvány, facsemete)

tűzifa

energianövények

3. Kézműves termékek

3.1. Fából készült termékek

kádár termék (boros hordó, díszhordó)

asztalos termék (kisbútor, faintarzia)

faműves termék (faragás, faedények)

3.2. Kőből készült és kőműves termékek (kemence, kőedény, kőfaragás)

3.3. Vasból készült termékek (öntött- és kovácsoltvas)

3.4. Kerámia és üvegműves termékek

fazekas termékek

cserépkályha

üvegfestés

3.5. Textilipari termékek

fonás, csomózás

szövés

kézimunka (csipke, hímzés, horgolás, gobelin)

selyemfestés

viselatkészítés

3.6. Fonott termékek (szalmafonat, csuhé, vesszőfonat)

3.7. Virágkötészeti termékek (koszorú, virágkompozíció, ikebana)

3.8. Viaszból, faggyúból készült termékek (viaszfigura, viaszgyertya, szappan)

3.9. Egyék dísz tárgyak (festett tojás, szaru tárgy)

4. Szolgáltatások

4.1. Falusi turizmus

szállásadás

falusi vendégasztal

bemutató helyek üzemeltetése

helyi rendezvények, fesztiválok szervezése

4.2. Energiatermelés helyi energiaforrásból helyi hasznosításra

4.3. Szociális szolgáltatás egyedi, helyi adottságokat kiaknázó módszertannal

időseknek

gyerekeknek

rehabilitálandóknak

4.4. Kulturális szolgáltatás

helyi hagyományőrzés

kreativitásfejlesztés

népfőiskola

Forrás: Saját szerkesztés

Mindamellett, hogy a fenti lista korántsem teljes, arra is emlékeztetnünk kell, hogy a fentiek közül egy termék, vagy szolgáltatás akkor lesz helyi, ha az előbbiekben tárgyalt kritériumoknak megfelel.

1.4 A helyi termék előállításának és értékesítésének jogi keretei

A helyi termékekre termék csoportonként más és más jogi szabályozás vonatkozik. Az élelmiszerek előállításához és értékesítéséhez kapcsolódó jogszabályok jegyzéke különösen kiterjedt. Ebben a körben az általános szabályok mellett az egyes terméktípusokra vonatkozó speciális szabályozásra is ügyelni kell.¹

A kimondottan a házi, kisüzemi keretek közötti termeléshez kapcsolódó jogszabály a *52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszertermelés, előállítás és értékesítés feltételeiről.*

A kézműves termékek előállításához és értékesítéséhez kapcsolódó jogszabályok közül meghatározók lehetnek az *Adótörvények (SZJA Tv., ÁFA Tv.) adószámmal rendelkező természetes személyekre vonatkozó rendelkezései*, valamint a termékek zsűrizésére és minősítésére vonatkozó *12/2004. (V. 21.) NKÖM rendelet a népi iparművészettel kapcsolatos állami feladatok végrehajtásáról.*

A31/2011. (III. 17.) kormányrendelet alapján a népi iparművészettel kapcsolatos állami feladatokat a Hagyományok Háza látja el.

A *35/2011. (VI.27.) NEFMI rendelet* a népi iparművészettel kapcsolatos állami feladatok végrehajtásáról szóló jogszabály rendelkezik a zsűrizés menetéről.

¹ Az élelmiszer előállítás termék specifikus szabályai közül kiemelendők a gyümölcsborokra, a jövedéki termékekre, a szeszesitalokra, a pálinkára, a baromfihúsra, a tojásra, a kenhetőzsiradékokra, a tej és tejtermék megnevezések védelmére, a friss fogyasztásra szánt gyümölcs-zöldségre, a termék vizsgálati módszerekre vonatkozó előírások. (Élelmiszerekre vonatkozó jogszabályok jegyzéke. Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal Élelmiszer- és Takarmánybiztonsági Igazgatóság 2012. 04.20.)

A *Nemzeti Kulturális Alapról* szóló 1993. évi XXIII. törvény módosítása rendelkezik a kulturális járulék megfizetésének kötelezettségéről.²

A 2007. évi CXXVII. törvény az általános forgalmi adóról; 85.§ (1) n pontja alapján mentes az adó alól „a népművészeti, népi iparművészeti és iparművészeti termékek kiállításának, vásárának és bemutatójának szervezése, rendezése és az ahhoz szorosan kapcsolódó, jogszabály által meghatározott minősítés szerint zsűriszámmal ellátott, egyedi vagy meghatározott példányszámban, nem ipari gyártástechnológiával előállított népművészeti, népi iparművészeti termék értékesítése, amelyet közszolgáltató vagy népi iparművész minősítéssel rendelkező személy, szervezet – ilyen minőségében – teljesít.”

A 4/1997. (I.22.) Kormányrendelet az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről, majd a 133/2007. (VI. 13.) Korm. rendelet az üzletek működésének rendjéről, valamint az egyes üzlet nélkül folytatható kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről szerint közterületen kizárólag zsűrizett népi iparművészeti, valamint népművészeti, iparművészeti, képzőművészeti, fotóművészeti termékek árusíthatók.

A 2015. évi CXXXVII. törvény a fogyasztóvédelemről szóló 1997. évi CLV. törvény, valamint egyes kapcsolódó törvények módosításáról és a 2008. évi XLVII. Törvény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról főként az étkezésekhez, gyermekekhez kapcsolódó kézműves termékekre írnak elő engedélyezési, illetve tanúsítási kötelezettségeket, valamint megszabják a forgalmazás során a fogyasztók tájékoztatása érdekében követendő feladatokat.

A helyi termékes piac, vásár szervezésének jogi feltételeit jelenleg a 2011. évi CXXXV. törvény, a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény módosításáról és az 55/2009. (III. 13.) Korm. Rendelet a vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról szabályozza.

²A kulturális járulékfizetésre kötelezett termékek köre: Fa anyagú dísz tárgyak, Üveg-és kerámia dísz tárgyak, Fém dísz tárgyak, Ékszerutánszat, Érme. Kizárólag kézzel készített másolat műalkotás (festmény, rajz, pasztellkép, kollázs, dekoratív tábla, metszet, nyomat, szobrászművészeti alkotás) alapján.

A korábbihoz képest rugalmasabb szabályozást hozott a vidékfejlesztési miniszter 51/2012. (VI. 8.) VM rendelethez a helyi termelők piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről.

A védjegyzetetés szabályait a 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról foglalja össze.

A vonatkozó szabályzatok között való eligazodás a helyi induló termelőknek/szolgáltatóknak komoly gátat jelenthet, félelmet ébreszthet bennük és megakadályozhatja piacra lépésüket. Emiatt érdemes a helyi termékötletet dédelgetőket speciális jogi és gazdasági mentorálásában, tanácsadásban részesíteni az akadályozó tényezők lebontása érdekében.

1.5 A helyi termék fejlesztését segítő társadalmi innovációk

A helyi termékek előállításának növelése tehát térségfejlesztési szempontból fontos, mert:

- hozzájárul a térségben élők, a termékek előállításába és értékesítésébe bekapcsolódó lakosok megélhetésének, a helyi foglalkoztatás és a térségi jövedelemtermelő képesség növeléséhez,
- az egészséges, környezetbarát termékek fogyasztásán keresztül javítja a lakosság életminőségét,
- programot, ajándéktárgyakat biztosít a térségbe látogató turisták számára, ezzel javítja a térség turisztikai kínálatát,
- hozzájárul a térség arculatát formáló, a térséggel azonosítható szimbólumrendszer formálásához, a térség önazonosságának erősítéséhez.

A helyi termék fejlesztése éppen ezért a legtöbb helyen kívánatos. A helyi termékek fejlesztésére nincsenek bevett forgatókönyvek. Nyitott kérdés és mindenhol egyedileg kell szembe nézni azzal, hogy hogyan lehet megoldani

- a hagyományos helyi fajták, motívumok és technológiák feltárását és a lényegét még nem sértő korszerűsítését,

- a hagyományok továbbvitelére alkalmas, de mégis korszerű kézműves technikai háttér kiépítését,
- a belső és külső piacok elérését,
- az értékesítés személyre szabott formáinak kialakítását,
- a termelők és fogyasztók együttműködésére alkalmas szervezeti keretek és menedzsment technikák létrehozását,
- a minőség, a környezeti és a társadalmi szempontok érvényesülésének garantálását,
- a folyamatos termékfejlesztést.

Ezen kérdések megválaszolása valamilyen új termék, új eljárás, új szervezet létrehozását célozza, az egyéni boldogulás mellett a közösség javát szolgálja, a helyi társadalom szélesebb körű együttműködését kívánja – azaz társadalmi innovációt feltételez. A társadalmi innováció tehát elválaszthatatlan a helyi termék előállításának és értékesítésének tényerésétől.

Napjainkban a helyi termékek fejlesztését különösen az alábbi négy területen kibontakozó társadalmi innovációk támogatják:

(1) A széleskörű társadalmi együttműködést megvalósító szervezeti formák – társadalmi vállalkozások (szövetkezetek).

A helyi termékhez kapcsolódó különböző érdekek összeegyeztetésére, a különböző tudások együttes hasznosítására és kockázatvállalás megosztására irányuló szándék olyan szervezeti formák kialakításához vezet, melyekben a társadalmi és az üzleti célok együttesen jelennek meg és a közös célok elérésére több ember egyenrangú szövetségét képesek megvalósítani. A társadalmi vállalkozások (olyan vállalkozás, melyben a társadalmi cél megelőzi az üzletit) számos formája közül a leggyakoribb a szövetkezetek / szociális szövetkezet létrehozása. A Szövetkezetek Nemzetközi Szövetsége által 1995-ben elfogadott manchesteri alapelvek szerint: „A szövetkezetek olyan személyek autonóm társulásai, akik önkéntesen egyesültek abból a célból, hogy közös gazdasági, társadalmi és kulturális céljaikat közös tulajdonuk és demokratikusan irányított vállalkozásuk útján megvalósítsák”. Működésük hét alapelve pedig: az önkéntesség és nyitott tagság elve; a demokratikus tagi ellenőrzés; a tagok gazdasági

résztvétele; az autonómia és függetlenség; az oktatás, képzés; a szövetkezetek közötti együttműködés és a közösség iránti elkötelezettség.

A helyi termék világában különösen gyakori a termelők és fogyasztók közös szövetkezete.

(2) Különböző termékek és szolgáltatások összekapcsolása - szinergia

A különböző helyi termékek előállítói akkor tudják eredményüket maximalizálni, ha egymással is együttműködnek az alapanyagok biztosításában, a feldolgozó kapacitások kiaknázásában, a termék szettek, többmesterséget érintő termékek összeállításában, a csomagolásban, a minősítési eljárásokban és az értékesítésben. Pl. a fazekas edények – szöttek terítők – kovácsoltvas gyertyatartók – gyertyák – fonott kosarak jól összehangolt készletben is megjeleníthetők, vagy az egyik kézműves által előállított termék felhasználható a mezőgazdasági termékek csomagolására (csupor a méznek, tasak a magoknak, kosár a zöldségnek stb.)

A legtermészetesebb a helyi termékek előállításának a turizmussal való összekapcsolódása. A termékek számára a turisztikai szolgáltatókon keresztül vagy közvetlenül a turisták piacot jelentenek, míg a turizmus számára a helyi termékek előállítása a programkínálatot bővítő bemutatókat, a gasztronómiai kínálathoz alapanyagot és tájjellegű terítéket, valamint reklámanyagként is használható, a térségi kínálatot népszerűsítő ajándéktárgyakat biztosítja.

Az egészséges és harmonikus együttműködés keretében a két terület szolgáltatói egymás termékeit, ill. szolgáltatásait kölcsönösen népszerűsíthetik. A helyi termékek előállítói joggal várhatják el a termékeik felhasználását és kiajánlását a turisztikai fogadókörhelyeken (szálláshelyen, vendéglátásban), ugyanakkor a termék-előállítóknak a termék magas minőségi színvonalának tartása mellett a telephely bemutatathatóságát garantáló rendezettséget, a látogatók fogadásához szükséges alkörülményeket illik biztosítani.

A helyi termékek előállítói legtöbbször tehát maguk is szolgálatnak, vendéget fogadnak és eközben ők ajánlhatják vendégeiknek a szállásadókat, éttermeket, egyéb programokat.

(3) Közösségi megoldások a termékértékesítésben – közösségi marketing.

A helyi terméktől elvárt közösségi előnyök érvényesülésének feltétele, hogy a termék valós fogyasztói igényeket elégítsen ki, kifogástalan minőséget képviseljen, beazonosítható legyen a helyi sajátosság, elérhető áron, a lakóhely / turisztikai desztináció közelében lehessen beszerezni.

A legfontosabb azonban a fogyasztói kereslet megléte. A helyi termékek iránti fogyasztói kereslet függ a fogyasztói tudatosságtól (a motivációtól), a fizetőképességtől és a beszerzés nehézségeitől.

A várható közösségi előnyök, a helyi természeti és kulturális örökséghez való kapcsolódás és a termelők és szolgáltatók forráshiánya együttesen indokolják a közösségi megoldások alkalmazását a marketingben. Ilyen közösségi megoldások lehetnek a turisztikai információs ponttal közösen működtetett helyi termékbolt, a kiskereskedelmi boltokban elhelyezett helyi termékpolcok, web-áruházak, közös promóciós anyagok megjelentetése, fesztiválok, közösségi piacok szervezése.

(4) A minőség és a helyi identitás biztosítása – védjegyztetés.

A védjegy az árujelzők legfontosabb fajtája. A védjegy, mint árujelző, az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, egymástól való megkülönböztetésére, a fogyasztók tájékozódásának előmozdítására szolgáló jogi oltalom. A gazdasági verseny alapvető eszköze, kiemelkedő szerepet játszik a marketing és a reklám területén.

Védjegy lehet szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket és a jelmondatokat, betű, szám ábra, kép, szín, színösszetétel, hang- vagy fényjel, hologram, sík vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy a csomagolás formáját, és ezek kombinációja, ha

- megkülönböztetésre alkalmas és grafikailag ábrázolható,
- nem áll fenn a lajstromozásával szemben feltétlen kizáró ok (pl. általánosan használják az áru megjelölésére), vagy
- viszonylagos kizáró ok (pl. más javára azonos vagy azzal összetéveszthetőségig hasonló védjegy már oltalmat nyert).

Védjegyoltalmat szerezhet bármely természetes és jogi személy, valamint jogi személyiség nélküli gazdasági társaság, függetlenül attól, hogy folytat-e gazdasági tevékenységet.

A védjegyjogosultnak kizárólagos joga van arra, hogy a védjegyet az árujegyzékben szereplő árukkal kapcsolatban használja, illetve használatára másnak engedélyt (licencia) adjon.

A földrajzi árujelzők fogalmát általánosságban mindazoknak a megjelöléseknek a gyűjtőneveként alkalmazzuk, amelyeket a forgalomban a termékek földrajzi eredetének azonosítására használunk. Iparjogvédelmi oltalom alá azonban csak meghatározott feltételek teljesítése esetén, hatósági eljárás eredményeképpen kerülhetnek. A földrajzi árujelzők oltalmának lényege, hogy – a termékek minőségi jellemzői és származási területük között bizonyíthatóan fennálló kapcsolatot elismerve – fellépési lehetőséget biztosít mindazokkal szemben, akik az adott megjelölést jogosulatlanul használják. (Ennek legjellemzőbb példája, ha az adott termék nem a megjelölt földrajzi területről származik, de ide tartozik az az eset is, ha nem felel meg a termékleírásban foglalt egyéb követelményeknek).

A földrajzi árujelzőre oltalmat szerezhet bármely természetes és jogi személy, valamint jogi személyiség nélküli társaság, amely az árujelzőben feltüntetett földrajzi területen olyan terméket termel, dolgoz fel, vagy állít elő, amelynek megjelölésére a földrajzi árujelzőt használják [Vt. 107.§ (2)- (4)]. Fontos látni, hogy nem csupán a bejelentők jogosultak az oltalom alatt álló földrajzi árujelző használatára, hanem bárki, aki az érintett földrajzi területen – amennyiben a termékleírás is feltétele az oltalomnak, úgy annak megfelelően – állítja elő a megjelöléssel ellátott terméket.

Az oltalom birtokosa jogosult a földrajzi árujelzőt a termékjegyzékben [16/2004. (IV.27.) IM rendelet 5.§ (1) d) pont] meghatározott termékek vonatkozásában használni, használati engedélyt (licenciát) azonban harmadik félnek nem adhatnak [Vt. 109.§.(1)]. A földrajzi árujelző bitorlása (Vt. 110.§) esetén bármely jogosult felléphet a bitorlóval szemben.

II. JÓ GYAKORLATOK - A HELYI TERMÉKEK KÖZÖSSÉGI MARKETINGJÉBEN ÉS VÉDJEGYEZTETÉSÉBEN

II.1 Nemzetközi példák

II.1.1 Ausztria

- **Genuss Region Österreich (Osztrák Ízek Régiója)** - Ausztriában a gazdaságpolitika részévé vált a helyi és a regionális élelmiszer támogatása. Teljesen természetes, hogy a mezőgazdasági termelő, az idegenforgalom, szállodaipar együttműködik, a vendéglátás a családi gazdaságok által helyben előállított élelmiszerekre épül. A Genuss Region Österreich (Osztrák Ízek Régiója) a Mezőgazdasági Minisztérium és az Agrármarketing Kft. által létrehozott együttműködés, melynek célja a regionális élelmiszer népszerűsítése. A Genuss Region Österreich egyesületi formában működik, tagjai mezőgazdasági termelők, feldolgozók, vendéglátók, szállodák egyszóval olyan szervezetek, akik a helyi élelmiszergazdaság bármely szintjén tevékenykednek. Három alapkritériumnak kell megfelelni: a nyersanyagot ugyanabban a régióban kell megtermelni, feldolgozni és eladni. A regionális élelmiszerek népszerűsítése hatalmas marketingkampánnyal folyik. A rendszeres kiadványok, rendezvények (Ízek étterme, Osztrák ízek hetei) mellett a főutak és mellékutak mentén egyaránt óriásplakátok hirdetik a tartományi jellegzetességeket. Tehát nemcsak a helyi emberek fogyasztását igyekeznek ily módon befolyásolni, az átutazók figyelmét is a helyben megtermelt élelmiszerekre irányítják. A programot 2008-ban 600 ezer Euróval finanszírozta az Osztrák Mezőgazdasági Minisztérium, ezt 2009-re 150 ezerre csökkentették, valamint a termelők hozzájuthatnak különféle EU-s vidékfejlesztési támogatásokhoz. Alapvető cél azonban a rendszert önfenntartóvá tenni.
- **Almenland: A kulináris élvezetek régiója.**³

³ Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007.

A térség az egyik legnagyobb olyan egybefüggő terület, amelyen tradicionális alpesi pásztorkodás folyik. Így az első osztályú marhahús előállítása a fejlesztési stratégiában központi helyen szerepel. Együttműködés jött létre a helyi termelők és a Schirnhofér cég között. A cég Ausztria szerte több mint 250 termékstanddal rendelkezik. A projekt két nagy komponensből áll: az egyik a 25 helyi szolgáltató helyi termékeire és együttműködésére épült klaszter, a másik a Schirnhofér és egy turisztikai cég által Almenland Marketing néven alapított társaság, amely a térséget az ízek és kulináris élvezetek régiójaként mutatja be és professzionális marketing tevékenységet folytat. A projekt keretein belül kidolgozták a régió védjegyrendszerét és jó gyakorlatok alapján meghatározták a minőségi szarvasmarhák nevelésének kritériumait. Az Almenland márkajelzés széles körben elfogadott és megbecsült. A tevékenységek hatására 80 teljes és 180 részmunkaidős állás jött létre, a turisztikai vendégéjszakák száma 10%-kal növekedett.

- **Meisterstrasse Salzkammergut/ Mesterek útja⁴**

A mesterségüket magas szinten művelő osztrák kézművesek, valamint a kézművesség népszerűsítésében, termékei értékesítésében szerepet vállaló turisztikai és kulturális partnerek térségi hálózatát hozta létre a projekt az egyedi ausztriai kézműves kultúra ismertségének növelése céljából. A kézműves mesterek (103 fő) évente 1350 EUR-t fizetnek tagdíjként, minek fejében csatlakozhatnak a régiók között is elismert márkához, így könnyebben szerezhettek megrendeléseket. Minden tag olyan cégekkel reklámozza kézműves üzletét, amelyen szerepel a minőséget jelző márkanev. Katalógusokat jelentetnek meg, honlapot működtetnek, rendezvényeket, kiállításokat szerveznek. A projekt eredménye, hogy a térségben a hálózatot alkotó egyes vállalkozások együttműködtek, egymást inspirálták, miáltal a kézműipar színvonala és

⁴ Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007. Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 9-12.

ismertsége emelkedett. Nőtt a kézművesek termékeinek értékesítése. A modellt más térségekben is átvették és egész Ausztriára ki kívánják terjeszteni.

II.1.2 Belgium

- **Biogazdálkodás⁵**

A Bruges városát körülvevő zöldövezetben kilenc helyi mezőgazdasági termelő azért ült össze több ízben is tanácskozni, hogy kitalálják, hogyan tudnák termékeiket népszerűbbé tenni. A biogazdálkodók szövetkezetet alakítottak, és a közös márkánév létrehozása és termékeik ezen márkánév alatti reklámozása mellett döntöttek. A közös marketing részeként pl. a résztvevő gazdákat bemutató naptár, ill. egyéb szóróanyagok kiadása, egy weboldal létrehozása, közös vásári és piaci stand kialakítása, az egyes gazdaságokat felfűző kerékpáros körút szervezése, valamint környezetbarát csomagolóanyagok közös beszerzése jelentek meg. A csoport mindegyik tagja egy-egy tevékenységért felelős.

- **Educatief Melkveebedrijf St. Jozefhoeve Nyitott tejgazdaság⁶**

A tejtermelő mezőgazdasági üzem diverzifikációjának szándékából indult ki a projekt. Oktatási és szabadidős szolgáltatásokkal bővítették a tevékenységeket. A gazdasági üzemi épületek új funkciók befogadására való átalakítása után multifunkcionális központot alakítottak ki iskolák, vállalkozások és a szociokulturális szektor műhelyei számára. Az oktatási és szabadidős idegenforgalmi csomagok a tejüzem és közvetlen környezetének felfedezése köré szerveződtek. Az első év tapasztalatai alapján évente harminc iskolai csoport látogatására számítanak. Vállalkozások számára csapatépítő tréningeket, mezőgazdasági anyagokra és termékekre épülő kreatív tevékenységeket szerveznek. Ismeretterjesztő gyalogtúra ösvényt alakítottak ki.

⁵ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2009/4. 15-17.

⁶ Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007. Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 17-20

- **Meetjesland: a regionális termékek fejlesztése és támogatása.**⁷

A lakosságot a helyi termékekkel megismertető, másrészt pedig a helyi termékek fejlesztését támogató projekt három részből épül fel. Az első rész a térségi gazdaságokat és helyi termékeket magába foglaló struktúra megszervezésére vonatkozik. A termékek lehető legteljesebb választékának különleges kombinációkban megjelenő kínálására törekszenek. A különböző árszintet képviselő standard csomagok, különleges alkalmakra összeállított ajándécsomagok és személyre szóló ajándécsomagolás igényelhető. A második rész a helyi termékek értékesítését elősegítő marketing stratégiáról szól. A promóció kiindulási pontja, hogy a fogyasztók maguk fedezzék fel az eredetjelző címkét. A címke tájékoztat az identitás formájáról, az eredetiségről és a termék származásáról. A termelők a minőségi üzletek és erős márkák megteremtése mellett döntöttek. A harmadik az értékesítés különböző csatornáinak kiépítésén munkálkodik.

II.1.3 Dánia

- **Bevételek növelése a dán regionális kisüzemi élelmiszertermelés területén**⁸

A projekt a magas színvonalú kisüzemi élelmiszertermelésben rejlő lehetőségek kiaknázását célozza. Ennek érdekében: különböző kutatásokat folytattak (45 termelő válaszolt a termelők igényeit felmérő kérdésekre); szemináriumot szerveztek 70 résztvevővel, terveket dolgoztak ki pl. az internetes kereskedelemre.

- **Dán élelmiszerek: a helyi identitás hangsúlyozása.**⁹

A kis dán szigetek élelmiszer-termelői felismerték a fogyasztók minőségi, ugyanakkor innovációt és a helyi identitást is biztosító, különleges termékekre vonatkozó igényeinek kiszolgálásában rejlő lehetőségeket. A helyzet elemzését követően létrejött az egy munkavállalót foglalkoztató, regionális élelmiszerfejlesztő központ. Az alkalmazott

⁷ Leader+ Magazine HU 2008. 10. 24-26.

⁸ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/3. 17-20

⁹ Leader+ Magazine HU 2008. 10. 19-23.

feladata a helyi élelmiszerek széles körű megismertetése volt. Emellett egy öreg szélmalomban egy közös kiállító terem kialakítására került sor. Az egykori malom első két szintjén kiállító termet, üzletet és bemutató konyhát alakítottak ki, a harmadik szinten pedig egy iroda és egy tárgyaló terem található. A malom ma már a sziget egészét képviselő idegenforgalmi információs központként is szolgál.

II.1.4 Egyesült Királyság

- **A Hesket Newmarket-i Szövetkezeti Sörfőzde fejlesztése.**¹⁰

A falu sörfőzdéje tulajdonosainak nyugdíjba vonulásakor a helyiek elhatározták, hogy nem hagyják, hogy a sörfőzde bezárjon vagy a hagyományos ízek egy nagyobb vállalkozásba beolvadva elveszenek. Községi vállalkozást hoztak létre, több szakaszban fejlesztéseket valósítottak meg. Egy év alatt 33%-kal növelték az értékesítést és 50%-kal magasabb nyereséget értek el. A sörfőzde vezetője úgy hiszi, a siker fő tényezői a sörök sokfélesége, minősége és egyenletes színvonala, az értékesítés és a marketing szakmai szempontú megközelítése, valamint a fokozottabb sörfőzdei kapacitás.

- **Tavaszi zsongás: kézművesség a közösségben**¹¹

A skóciai Dumfries & Galloway térség kézműves és iparművészeti kis- és középvállalkozásai nyitott műtermeiben évről évre megrendezett rendezvény a térséget mint a minőségi kézművesség színhelyét helyezi a figyelem középpontjába és vonz annyi látogatót egy hétvégén, amennyire egész év alatt is nehezen lehetne számítani. A kézművesek ezen a hétvégén megnyitják műhelyeiket, bemutatókat tartanak, megrendeléseket vesznek fel. A projekt tevékenységei között a marketinget és a kreatív fejlődést premizáló díjak odaítélése, kéthavonta hírlevél megjelentetése, személyes tanácsadás, kézműves és iparművészeti kiskereskedelembe és szakmai vásárokon való

¹⁰ Leader+ Magazine HU 2007. 8. 19-20.

¹¹ Leader+ Magazine HU 2008. 10. 28-29.

részvétel is szerepel. Az esemény hatására különböző kézműves vállalkozások kívülről is beköltöztek a térségbe.

II.1.5 Franciaország

- **Az ízek és zamatok hete**¹²

A Haute tartományban, a Luberon Nemzeti Park régiójának 90 településéből álló (közel 100 ezer lakosú) térség valójában kilenc napos rendezvényének programjaival nem csak a szakma képviselőinek (termelőknek, vendéglősöknek, forgalmazóknak), hanem a helyi közösségnek és a turistáknak is igyekeztek kedvében járni. A programokat különböző településeken rendezték meg, ezzel sikerült az emberek széles körét bevonni a megvalósításba. A rendezvényeket az „ízek és zamatok” világához kapcsolható témakörökhöz (mezőgazdálkodás, örökség, gasztronómia, egészség, kultúra) kötötték. A témák aztán számos interaktív tevékenységben (aromasétányok, nyílt kóstolónapok, telephelyi látogatások) öltöttek formát. A húsz különböző rendezvényre naponta átlagosan ezer látogató érkezett, akiknek száma a zárónapon tízezerre növekedett.

- **Hűségkártya és tájékoztató kiadvány Monts du Lyonnais üzleteiről és szolgáltatásairól**¹³

Loyalty Card – Vásárlói hűségkártya. Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007.

A helyi gazdaság versenyképességének megőrzését és a régió termékeinek a helyi üzleteken keresztül történő terjesztését célzó projektbe öt szervezeten keresztül 230 kereskedő és kisiparos kapcsolódott be. A helyi kiskereskedelmi üzletek hűségös vásárlói számára kedvezményeket biztosító hűségkártya rendszert vezettek be. Ennek részeként kiadták a fogyasztók hűségét díjazó csekk-könyveket, a kártyát népszerűsítő információs kampányt szerveztek, valamint megjelentették a térség szolgáltatásait bemutató tájékoztató kiadványt, kialakították az infrastrukturális hátteret (kártyaterminál, szoftver, web-adatbázis). Két évvel a kártya bevezetését követően 96

¹² Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/3. 33-36.

¹³ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/3. 28-32

üzlet és kézműves csatlakozott a rendszerhez. A 36 ezer lelkes térség 15000 háztartásának $\frac{3}{4}$ része használta a kártyát és a lebonyolított 285 ezer tranzakció összesen 8,4 millió eurónyi forgalmat eredményezett.

II.1.16 Görögország

- **Hasonló vagy egymást kiegészítő vállalkozások hálózata (klaszter)¹⁴**

Huszonhét mezőgazdasági és idegenforgalmi helyi vállalkozás kezdeményezte a térségi klaszter létrehozását. Ezzel lehetőséget teremtettek a helyi termékek közös népszerűsítésére, a térségbe irányuló idegenforgalom növelésére. A klasztertagok használhatják a termékeik egyediségét és kiváló minőségét tanúsító, a helyi gasztronómia motívumait tartalmazó márkajelzést. Az előkészítő szakaszban piackutatást végeztek, tervet készítettek, honlapot készítettek és a médiában reklámozták a hálózatot. Ezt követően indult el a közös szolgáltatások (alapanyagok biztosítása, termékek promóciója, kereskedelmi kapcsolatok építése, minőségbiztosítás a tagok számára, képzések) kialakítása és a minőségi szolgáltatások és termékek előállításához szükséges feltételek megteremtését elősegítő „helyi minőségi egyezmény” kidolgozása és aláírása.

II.1.7 Írország

- **West Cork regionális márkája¹⁵**

A West Cork-i térségnek a változatos táj, a partvidék, az épített örökség, a régészeti kincsek, a sétányok, a falvak és városok egyedi vonásai adnak sajátos jelleget. A Fuchsia mint térségi márkanév köré csoportosuló márkaépítő kezdeményezés kihasználását a régió jellegzetes imázsának a helyi versenyképes előnyök támogatására, a régió promócióját, a helyi áruk és szolgáltatások márkanévvel ellátott, a regionális eredetre és termékminőségre épülő identitásának kidolgozását egyaránt célozza. A márkaépítő

¹⁴ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 49-52

¹⁵ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/3. 53-56.

kezdeményezések között sikerrel szerepelt: az „Impresszió” és a „Hívítás” fotósorozatok elkészítése és kiállítása; a helyi örökség értékének felismerését és szélesebb körű tudatosítását elősegítő képzés; a közösségi központtá vált kastély restaurálása; a helyi közösségek számára összeállított falutervezési útmutató; a csipkekészítés történetét összefoglaló kiadvány. A márkaépítés nem csupán a régió identitásának erősödését segítette, de jelentős számú munkahelyet is teremtett.

II.1.8 Olaszország

- **Területi címke (Marchio d’area Alto Casertano)¹⁶**

A régió különféle szolgáltatásainak és termékeinek a kiváló minőségre utaló címkével való kiemelése a hálózatépítésen túl magába foglalta a jogi keretek kialakítását és egy minősítési rendszer létrehozását. A minőségi charta minimumkövetelményeit minden egyes csatlakozónak teljesítenie kell. A charta fő témái között szerepelnek az alábbiak: helyi erőforrások és termékek használata, a környezet megőrzésének támogatása, védelmi és biztonsági intézkedések végrehajtása, az életminőség fejlesztése, a helyi erőforrások fenntarthatósága, valamint magas színvonalú termékek, szolgáltatások nyújtása. Közigazgatási, mezőgazdasági, élelmiszeripari, kézműves, idegenforgalmi, vendéglátó, állami szociális szervezet szerepelnek eddig a területi címke rendszerében.

II.1.9 Portugália

- **Rural Portugal Palace – A vidék termékeinek városi üzlete¹⁷**

A vidéki termelők termékeinek városi környezetben való értékesítésre hivatott első vidéki termékek boltja 1998-ban nyílt meg. Ennek sikerén felbuzdulva újabb bolt nyitására vállalkoztak. A 300 m²-es üzlethelyiségben kilenc akciócsoport kb. 700 termelőjének helyi termékeit árusítják. A berendezéseket és dekorációkat úgy alakították ki, hogy az a helyi termékek sokszínűségét mutassa, de egyúttal lehetőséget

¹⁶ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 64-66.

¹⁷ Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007.

adjon műhelytalálkozók, termékbemutatók, kézműves foglalkozások tartására is. Vasárnaponként friss termékek piacát, kiállításokat, gyermekprogramokat, adott helyi termékhez kapcsolódó sajtótájékoztatókat, kóstolókat szerveztek. A boltban népszerűsítették a Reciproco LEADER+ projektben kidolgozott közvetlen értékesítési modellt. Ennek lényege, hogy a termelők a rendeléstől függően különböző kiserelésekben elkészített termékkosarakat juttatnak el közvetlenül a vásárlókhoz, ezzel is elősegítve a fogyasztók és a termelők közötti kapcsolatok kialakulását. Az üzletek száma időközben tovább növekedett és tervezik a más tagállamok akcióscsoportjai termékeinek bevonását is.

II.1.10 Svédország

- **Látogasson Olofströngbe: egyediség új technológiával¹⁸**

Egy térségi internetes portál segítségével a helyi vállalkozások interaktív felülethez jutottak. Eredetileg céljuk a térség különféle idegenforgalmi vállalkozásainak koordinálása és egy magas színvonalú turisztikai termékeket kínáló portál létrehozása volt. Azonban nem elégedtek meg egy közönséges weboldallal. Mindenről tájékoztatás kapható, ami csak elérhető a térségben. 250 vállalkozó saját belépési jelszóval kezeli a saját felületét (termékek, nyitva tartás, elérhetőség). Programcsomagok és eseménynaptár is található az oldalon. Online rendelés is lehetséges. Valamennyi adminisztráció és fizetés a turisztikai központ bevonásával történik, ami 10%-os díjat számít fel a szolgáltatásért.

- **Sós báránypuszták – a helyi minőségi termékekben rejlő piaci vonzerő.¹⁹**

A helyi adottságon nyugvó hagyományoknak megfelelően sós vizes réteken legeltetett báránypuszták húsa sajátos ízének megőrzése, a sós vizes rétek biológiai sokszínűségének megőrzése és a helyi kistermelők megélhetési lehetőségeinek növelése érdekében Svédország nyugati partvidékének 37 ezer lakosú térségében kisüzemi vágóhidak

¹⁸ Leader+ Magazine HU 2007. 8. 25-27.

¹⁹ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/3. 90-93.

létrehozását alapozták meg képzéssel, tanulmányúttal, háttértanulmányok készítésével. Emellett egy új, kisüzemi termeléssel foglalkozó társulást is létrehoztak. Ez és a már meglévő társulások öt mobil, használaton kívüli, katonai vágóhidat vettek bérbe a honvédelmi minisztériumtól. A helyileg előállított hús felhasználásával roston sütést és egyéb rendezvényeket szerveztek a termék népszerűsítésére. A helyi neveltetésű birkák gyapjút áruba bocsátották. A legeltetés újraindításával korábban megközelíthetetlen területek nyíltak meg a turisták számára, ezáltal növekedett a turisztikai aktivitás.

II.1.11 Spanyolország

- **Szövetkezeti képzési és kézműves szolgáltatások²⁰**

A projekt során létrejött szövetkezet és az ahhoz kapcsolódó kézműves üzlet egyedi kézműves termékeket kínál és emellett pedig - főként vidéki nők számára – hozzáférhető, a régióban egyedi képzési szolgáltatást nyújt. Az üzlethelyiséget úgy alakították ki, hogy elegendő tér álljon rendelkezésre a termékek értékesítéséhez és kiállításokhoz, továbbá olyan terület is legyen, ahol képzési és tanulási célból asztalok találhatóak számítógépekkel. A kézműves termékek gyártásához egyedi, egyéni kézműves számára nem, vagy csak nehezen elérhető berendezéseket szereztek be. A termékek értékesítési biztonságának megteremtése érdekében marketing tervet dolgoztak ki. Sikerült a régióban elismert minőségi márkát megteremteniük és hozzájárultak a nők helybeni fenntartható foglalkoztatásához.

- **Calidad Rural helyi termék védjegy²¹.**

A projekt fő célja a Leader+ első fázisában (2002–2006) az volt, hogy „regionális minőségi márkát” hozzanak létre Spanyolország különböző vidéki gazdaságaiban (valamint külön-külön Olaszországban és Franciaországban). Ez olyan eszköz, amely a kiváló minőségű termékek és szolgáltatások kínálata révén javítja a régióról kialakult képet és a régió versenyképességét. Először a spanyol „El Condado de Jaén” Helyi

²⁰ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2008/2. 86-89

²¹ Válogatás a Leader+ keretében megvalósított legjobb gyakorlatokból HU 2007/1. 60-63

Akciócsoport (HACS), Cathare megye Franciaországban, valamint egy harmadik, olaszországi partner (Valle Umbra) tapasztalatot cserélt, és mozgósította a helyi szereplőket országában/régiójában.

Spanyolországban kilenc HACS vett részt az első fázisban, számos közintézmény, magántársaság és társadalmi csoport aktív bevonásával és velük együttműködve, hogy létrehozzanak egy „regionális minőségi márkát”, és megegyezzenek a kölcsönösen elfogadott elvekről és értékekről. A regionális minőségi márká területenként változik, mivel a „közös márkához”, azaz a „Calidad Rural” felirattal ellátott, valamennyi csoport által használt logóhoz mindegyik HACS hozzáad egy, a térség nevét feltüntető regionális logót. Az új fázisban (2006–2008) a transznacionális hálózat 19 (10 spanyol, öt görög, három olasz és egy francia) HACS-ből áll. A csoportok egy versenyképes „európai minőségi márkával” kapcsolatos rendelet megszövegezésén dolgoznak, és megbeszéléseket folytatnak egy közös minőségi márká európai szinten történő bevezetésének lehetséges módjairól (beleértve a kialakítást, a jövőbeli irányítást, az ellenőrzési mechanizmust, az együttes fellépéseket stb.). A védjegyet a termelők egy többlépcsős minősítési folyamat révén kaphatják meg egy térség helyi termékei és szolgáltatásai. A védjegy használatának engedélyezéséhez elengedhetetlen feltétel többek között a társadalmi felelősségvállalás, valamint a helyi erőforrások felhasználása.

II.2 Hazai példák

II.2.1 Helyi termékértékesítő hálózatok

- **Magosfa Alapítvány**²² - helyi termékes hálózat működtetése a Dunakanyar jobb partján és a Duna-Ipoly Zöldúton. Vácon ösztönként méltányos vásárokat rendeznek.

²² www.magosfa.hu

- **Szövetség az Élő Tiszáért**²³ - a termelőket összegyűjtve piacokat szervez országszerte, ill. szakértőivel közreműködik országos politikai döntések befolyásolásában is.
- **Falusi és Agrárturisztikai Szolgáltatók Országos Szövetsége**²⁴ - összefogja, szervezi, menedzseli azokat a mikro-vállalkozásokat, amelyek kitapossák az utat az ezután a falusi turizmusból megélni szándékozók számára.
- **Zsámbéki-medence** - helyi termék-polc, amit a kistérségben élő fafaragó készített el és az elsőt a Pátyon működő nagy forgalmú pizzeria állítja fel a saját üzletében. A cél az, hogy a vásárlók közvetlenül – e formában is – megismerhessék a helyi termékeket.
- **Duna-Ipoly Zöldút Program**²⁵ - Zöldpolc Rendszer: A zöldpolcokat a Duna-Ipoly Zöldút menti boltokban, éttermekben és szálláshelyeknél alakították ki. A zöldpolcokról helyi lakosok és turisták vásárolhatnak helyi, vagy környezetbarát, illetve méltányos kereskedelmi (fair trade) termékeket. A zöldpolcokkal is támogatják a helyi termékek eladását. A termékek külön kiemelt, egységes megjelenésű jelölést kapnak. A Zöldpolc Rendszerbe bekapcsolódó forgalmazó helyeket a bejáratnál elhelyezett emblémával jelölik, feltüntetik a településeken elhelyezett tájékoztató táblákon, adatbázisukban és minden helyi termékeket népszerűsítő megjelenési felületükön. A projektet az Európai Unió Europe Aid programja támogatja.
- **www.gazdapiac.com weboldal** - lehetőséget ad a termelő és a vevő találkozására. A termelő ingyenes hirdetésében felvezeti, hogy hol, mikor, mit és mennyiért szeretne eladni. A részletek alatt pontos helymeghatározást, termékleírást olvashat a potenciális vevő, sőt ha a termelő megadja az elérhetőségét, akár személyesen is felveheti vele a kapcsolatot. Az oldal eleget tesz a visszacsatolás igényének is, hiszen a vásárló 5 fokozatú skálán jelezheti elégedettségét. Az oldal a kattintható településnevekkel a

²³ www.elotiszaert.hu

²⁴ www.fatosz.hu

²⁵ www.budavidek.rulez.org

Google térkép közbeékelésével segít abban is, ha más településre vagy ismeretlen helyre kell elmennünk az áruért.

- **Nyugat-Pannon Ökorégió Információs és Promóciós Központ**²⁶ – GasztRoadShow c. dvd-t jelentettek meg, amely a régió tájételeit, borútjait, gasztronómiai különlegességeit mutatja be 20-szor 3 perces kisfilmben. Kétnyelvű, ezer példányban jelent meg, célja, hogy hazánkban és a német nyelvterületen reklámozza a régió helyi termékeit. Megalakították a Nyugat-Pannon Ökoklasztert is. 34 tag csatlakozott, köztük szintén a termelők, feldolgozók, értékesítők, turisztikai szervezők. Cél az egységes arculat, erős hálózati együttműködés.
- **Nagymilic 896 Akciócsoport**²⁷ – A Leader+ program keretében a Hegyköz települése in a helyi termékeket bemutató szekrény-hálózatot alakítottak ki.

II.2.2 Helyi termék védjegyek és klaszterek

*Helyi Termék Védjegy Címke*²⁸

A Helyi Termék Védjegy Címke arculatát, és szabályzatát a Helyi Gazdasági Társulások Szövetsége dolgozta ki, és az alábbi feltételekkel adja használatba a vele együttműködő magyarországi települések Helyi Gazdasági Társulásainak.

- A Helyi Termék Védjegy Címke nemzeti színű és egyszínű felirat együtteséből, és a település címeréből álló embléma, amely kifejezi, hogy az így megjelölt termék Magyarországon, a címkén megnevezett településen, kistérségben, megyében, ill. régióban készült és a termék gyártója, a megnevezett település Helyi Gazdasági Társulásának a tagja.
- A Helyi Termék Védjegy Címke, megjelölés alapvetően bizalom építő és garanciális célokat szolgál a termék gyártója és végső felhasználója között.

²⁶ http://munkaado.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403_termeljunk_helyi_termeket_lesz_munka_jobb_lesz_es_is

²⁷ Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007.

²⁸ <http://www.helyipiac.hu/>

- A Helyi Termék Védjegy Címke használatára jogosult az adott település Helyi Gazdasági Társulása ill. minden teljes jogú tagja egy éves időtartamra.
- A Helyi Gazdasági Társulásba rendes tagként felvételét kérheti minden olyan helyi termelő, kézműves, gyártó, valamint a kapcsolódó ágazatok területén működő gazdasági vállalkozás, amely a település Helyi Gazdasági Társulásának alapszabály rendelkezéseit magára nézve kötelezőnek elfogadja, a belépési nyilatkozatot aláírja és kötelezettséget vállal a célok megvalósítása érdekében történő közreműködésre és a tagdíj megfizetésére.
- A használati jog évente meghosszabbítható. Az időtartam nem igazodik a naptári évhez, kezdő napja a használati engedély kiadásának napja.
- A Helyi Termék Védjegy Címke használatának engedélyezését a Település Helyi Gazdasági Társulásának tagjaként a helyi Önkormányzat adja ki, és felügyeli.
- A hozzájárulás csak a használati feltételek hiányában tagadható meg.
- Amennyiben a védjegyet a szövetség engedélye nélkül, jogosulatlanul használja, a szövetség, mint jogtulajdonos bírósági eljárás indítását kezdeményezi a felhasználóval szemben.
- A megszűnt jogosultságot, illetve a fent említett eljárás kezdeményezését a helyipiac.hu, a honlapján teszi közzé, illetve erről tagjait közvetlenül is írásban tájékoztatja.

*Élő Tisza*²⁹

A Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület (a továbbiakban SZÖVET) és a védjegyfelhasználó szerződést köt. A felhasználó a szerződésben szereplő termékekre vagy szolgáltatásokra egy évre felhasználói jogot kap a jogtulajdonostól. A szerződést lejártá után rögtön meg lehet újítani.

²⁹ <http://www.elotisza.hu/>

A SZÖVET, mint jogtulajdonos ellenőrizheti a védjeggyel megjelölt termékek vagy szolgáltatások körét és minőségét, hogy megfelel-e a szerződésben foglaltaknak. A SZÖVET a védjegy felhasználói részére az alábbi lehetőségeket biztosítja:

Egyszeri, 2.000 Ft regisztrációs díj ellenében (Élő Tisza védjegy alapsomag):

- A védjegyhasználatból befolyó díjakból folyamatosan marketing és reklám feladatokat lát el a védjegy ismertségének növelésére, az Élő Tisza védjegyet használó termékek és szolgáltatások jobb piaci pozíciójának elérése érdekében.
- A közös, www.elotisza.hu honlapon megjelenés lehetőségét biztosítja a felhasználónak. A honlap adatait frissíti a felhasználó által adott információkkal. A honlap folyamatos elérhetőségét biztosítja.
- Információt nyújt a felhasználónak az Élő Tisza védjegyrendszer működésével kapcsolatban, a jogtulajdonos által üzleti titoknak minősített információk kivételével.

Jutalékos díjfizetési kötelezettség mellett, külön megállapodás szerint (melytől a jogtulajdonos el is tekinthet pályázati forrásaitól függően):

- Értékesítési pontokat biztosíthat felhasználó védjegyes termékei számára (Élő Tisza tájboltok, tájtermék sarkok, piaci standok stb.).
- Egyéb értékesítési lehetőségeket biztosíthat a védjegyes termékek, szolgáltatások számára (közvetlen értékesítés felvásárlóknak, feldolgozóknak, fogyasztói csoportoknak nagy tételben stb.).
- Az értékesítést támogató logisztikai szolgáltatásokat biztosíthat (szállítás, raktározás, beszállítások szervezése).
- Reklám elhelyezési lehetőséget biztosíthat a jogtulajdonos által létrehozott reklámfelületeken (pl. heti hírlevél, honlap, katalógus, magazin stb.).
- A jogtulajdonos vagy mások által rendezett programokon való részvételi (kiállítási / kóstoltatási / árusítási stb.) lehetőséget biztosíthat a rendezvény jellegétől függően.
- A jogtulajdonos vagy mások által rendezett programokon való részvétel (kiállítás / kóstoltatás / árusítás stb.) lehetőségét felajánlhatja felhasználó részére a rendezvény jellegétől függően, ingyenesen, vagy jutalékos keretek között.

Az egyszeri regisztrációs díjon túl külön díj megfizetése ellenében, külön megállapodás szerint, igény esetén Egységes grafikai arculattal reklámhordozó készíttetést vállalhat a felhasználó számára, a felhasználó kérésére és finanszírozásával (szórólap, névjegykártya stb., igény szerint).

A védjegy a fogyasztónak különleges minőséget kínál. Ezért a felhasználók a szerződésben vállalják, hogy termékük megfelel az alábbiaknak:

Kötelezően teljesítendő feltételek:

1. A Tisza vízgyűjtő területének magyarországi részéről származik
2. Magyar termék vagy szolgáltatás
3. Helyi termék vagy szolgáltatás
4. Megfelel a termék/szolgáltatás előállítására vonatkozó hatályos előírásoknak
5. Az előállítás módja:
 - a) Általános gazdálkodás
 - b) Kímélő gazdálkodás vagy
 - c) Minősített biogazdálkodás vagy
 - d) Tájgazdálkodás
6. Természetes talajon termesztett
7. Ionizáló / radioaktív sugárzással nem kezelt

Van számos olyan jellemző, amit a terméknek vagy szolgáltatásnak nem kötelező teljesítenie, de önként vállalható. Az alábbi, előnyös jellemzők feltüntethetők a terméken és segíthetik az eladást.

Az Élő Tisza védjegynek kialakult grafikai arculata van, mely jól illik a márka által képviselt gondolatokhoz, érzelmekhez.

Gyulai Termék³⁰

A "Gyulai Termék" jelzés használata ösztönzi a helyi mezőgazdaságot, segíti a Gyulán és környékén termelt friss és tartós élelmiszerek piacra jutását, a zöldség és a gyümölcs értékesítését.

A jelölés segítség a lakosságnak és a Gyulára látogató turistáknak, akik szívesebben költik pénzüket valóban helyben termelt termékekre, mint bizonytalan származású és minőségű árura.

Az önkormányzat tervezi a minősítési rendszer kiterjesztését más gyulai szellemi és fizikai termékekre. A védjegyprogram az önkormányzati tulajdonú Gyulai Mezőgazdasági-Városfejlesztési Kft. keretein belül zajlik, a társaság szakértők bevonásával dolgozta ki a minősítési rendszer szigorú feltételeit, a "Gyulai Termék" cím odaítélésének és használatának szabályait.

Göcseji termék

A Göcsej-Közép Zala Akciócsoport – Göcsej védjegyrendszert hoztak létre a kistáj minőségileg kiemelkedő termékeire. Leader+ Gyakorlati példák Európában 2007.

A Göcsej Kistérségi Társulás alapított Védjegyet a helyi termékeknek. Az aszalt szilva, a tökmagolaj, az akácméz és nem utolsósorban az erdőben gyűjtött gombák aszaltványai méltón képviselik Magyarországot a külföldi piacokon is. A védjegyet, a hozzá tartozó grafikai ábrázolással, a Magyar Szabadalmi Hivatal regisztrálta.

A védjegy használata kérelemmel indul, amelyet a termelő egy pályázati dokumentáció benyújtásával kezdeményez. A pályázatokat a Szakértői Testület bírálja el, majd javaslatot tesz a védjegy használatra. Az eddig eltelt rövid idő alatt tucatnyi termelő élt a lehetőséggel és lett védjegytulajdonos.

³⁰ <http://gyulahus.hu/>

Pannon Helyi Termék Klaszter³¹

A Pannon Helyi Termék Klaszter – mint példa értékű összefogás – közel 100 Nyugat-magyarországi helyi termelő használati-, ajándék- és élelmiszer termékeinek népszerűsítését, közös értékesítését tűzte ki céljául.

Díszdobozos kollekcióik kiváló lehetőséget nyújtanak arra, hogy barátait és üzleti partnereit egyedi, az alkalomhoz illő ajándékkal lepje meg. Az egyedileg készített, igényes fa dobozok csak olyan termékeket tartalmaznak, melyek kis szériában készülnek, és előállításuk egyértelműen egy személyhez vagy helyszínhez kapcsolódik. Így ezek valódi helyi termékek, hagyományokra épülő minőséggel és tartalommal. A Pannon Helyi Termék bejegyzett védjegy megtalálható valamennyi termékükön.

Völgy-Vidék Helyi Termék Klaszter³²

A Völgy Vidék Helyi Termék Program keretében helyi termék katalógust szerkesztettek, amiben már 120 termelő 200 terméke szerepelt 12 helyi termék kategóriában.

A Völgy Vidék Helyi Termék Klaszter létrehozásával lehetőség nyílt a helyi termék előállítók és más érdekeltek számára, hogy a menedzsment-szervezettel a közösen szervezhető tevékenységeiket összehangoltan, és minél hatásosabban végezzék. A tagok számára nyújtott szolgáltatások széles köre (például marketingkommunikáció, védjegyoltalom, pályázatfigyelés, piackutatás, érdekvédelem) segít a termelőknek és szolgáltatóknak, hogy saját életszínvonaluk javítása mellett a közösség érdekeit is szolgálják.

A klaszteren belül a tagoknak lehetősége van a Völgy Vidék Helyi termék védjegy használatára. A védjegyhasználatból befolyó díjakból a klaszter folyamatosan marketing, reklám, piacépítési feladatokat lát el a védjegyes termékek és szolgáltatások ismertségének növelésére, az értékesítés javítására. A védjegyes termékek forgalmazásához meg kell felelni a terméktanúsítási kritériumoknak. E feltételek is a helyi közösség érdekeit szolgálják és a környezettudatos gondolkodást erősítik.

³¹ <http://www.pannonproduct.hu/>

³² <http://volgyvidek.hu/>

Zempléni Helyi Termék és Szolgáltatás Klaszter³³

A Zempléni Helyi Termék és Szolgáltatás Klaszter olyan önállóan működő, jogi személyiséggel nem rendelkező szervezet, amelyet tagjai szabad akaratukból hoztak létre, abból a célból, hogy önállóan, illetve más gazdasági és érdekképviselői szervezetekkel együttműködve a tagjai egységes technológiaorientált fejlesztését, hazai-, illetve nemzetközi szintű versenyképességük fokozását támogassa.

A klaszter tagjai a közös tevékenységüket folyamatosan együttműködve az eredeti célkitűzés érdekében végzik, egymás közti folyamatos információáramlás biztosítása mellett.

A klaszter tagjai lehetnek az ágazatban tevékenykedő vállalkozások, intézmények, civil szervezetek, valamint kutatóintézetek és felsőoktatási intézmények, akiknek célja a közös célok elérésének érdekében történő együttműködés. A klasztertagságból fakadó előnyök közé tartozik a csak klaszterek számára rendelkezésre álló pályázati források elérése (mind hazai, mind, nemzetközi területen) – termékfejlesztés, eszközberuházás támogatására; továbbá a közös, koordinált termékfejlesztés örökségvédelem témakörben. Előny még a folyamatos kommunikáció biztosítása a partnerek között, közös akciók, projektek, közös termékek kifejlesztése.

Gömör-Tornai Hagyományos Termék- és Szolgáltatásfejlesztési Klaszter³⁴

A Gömör-Tornai Hagyományos Termék- és Szolgáltatásfejlesztési Klaszter célja a vidék értékeinek felkarolása az összefogás szellemiségében.

A klaszteralapítás célja, hogy a gömör-tornai kötődésű termékek minél szélesebb körben eljussanak a fogyasztókhoz, piaci szerepük erősödjön, a termékfejlesztési törekvések támogatást kapjanak.

E mellett fontos célkitűzés, hogy a termékek és a turisztikai szolgáltatások hálózata egymásra kölcsönösen pozitív hatást gyakoroljon, ami a helyi vállalkozásokat segíti.

³³ http://www.komloskaitisztas.hu/komloska_bemutatkozik/

³⁴ <http://www.gomortorna.hu/>

Szeretnék, hogy a vidékre látogatók olyan kínálatot kapjanak, mind termék, mind szolgáltatás tekintetében, ami Gömör-Torna és a Bódva-völgy természeti szépségével és kulturális örökségével párosulva meghatározó élmény legyen számukra.

Szatmár-Beregi Helyi Termék Klaszter³⁵

Magyarország keleti felének egyik legjellegzetesebb tájegysége a Szatmár-Bereg.

A tájegység "otthona" több gyümölcsnek, így messze földön híres többek között az innen származó "naményi" jonatánalma, a népnyelvben csak "nemtudom" szilvaként elkönyvelt penyigei szilva és a milotai dió.

A Szatmár-Beregi Helyi Termék Klasztert 2011 év elején hozta létre 16 szervezet (10 vállalkozás és 6 nonprofit szervezet) hosszas előkészítő munkát követően.

A klaszter a Szatmár-beregi régióban megtermelt mezőgazdasági alapanyagok feldolgozásával előállított márkázott élelmiszeripari valamint az ehhez a tájegységhez kötődő kézműipari termékek összefogását és piacra jutásuk segítését tűzte ki céljául. A klasztermenedzsment szervezet és a klasztertagok együttműködésének eredményeképpen az alapítás óta eltelt időszakban elkészült a klaszter arculata, számos belföldi rendezvényen vett részt a klaszter-csak felvillantásképpen a legjelentősebbek a budapesti Foodapest kiállítás, a gyulai Pálinkafesztivál, a szolnoki Gulyásfesztivál-ezáltal is piacot teremtve a Szatmár-beregi régió helyi termékeinek és turistákat csábítva a térségbe.

Dél-alföldi Helyi Termék és Gazdaságfejlesztő Klaszter³⁶

A klaszterhez 17 Békés megyei vállalkozó, civil szervezet és önkormányzat csatlakozott alapítóként. Az Orosházi kistérségből Orosházáról, Csorvásról, Tótkomlósról, Csanádapácáról és Nagyszénásról jelentkeztek az új klaszterbe, de a tagok sorába tartozik a Békés Megyei Cigány Kisebbségi Önkormányzat is.

³⁵ <http://www.szatmarberegitermek.hu/>

³⁶ G. Fekete Éva: Helyi termék kataszterek a vidékfejlesztésben

A klaszter legfontosabb vállalásai között szerepel a nagy vásárokon, kiállításokon való megjelenés. Ott voltak az Osliban megrendezett Rába-menti agrárnapokon, mert úgy vélték, hogy a Dél-Alföld fontos termékei legyenek jelen olyan térségben is, ahol az osztrák bevásárló turizmus nagyon erős. Megjelentek a csabai kolbászfesztiválon is. Terveik között szerepel az is, hogy bővítik a földrajzi márkánévvel ellátott dél-alföldi terméknevek számát. A Csabai kolbász mintájára el tudják képzelni a levédett Lökösházi kenyér, vagy a Tótkomlói szárazkolbász neveket is.

Céljaik elérése érdekében az Új Széchenyi Terv Dél-alföldi Operatív Program támogatási rendszeréhez nyújtottak be nyertes pályázatot. Az elnyert majdnem 28 millió forint a vállalt önerővel együtt több mint 35 millió, amit a helyi termékek gyártóinak támogatására fordíthatnak. A pályázati összeg felhasználásával kapcsolatban 2016-ban névtelen feljelentés alapján nyomozás indult el költségvetési csalás büntettének gyanúja miatt. Az ügyel kapcsolatban további információk egyelőre nem állnak rendelkezésre, azonban ez is felhívja a figyelmet a terület pályázati források felhasználásával kapcsolatos terheltségére. Az elmúlt időszak tapasztalatai mind a pályázati hajlandóságot, mind a befektetői bizalmat rombolták.

A napjainkban szinte teljesen a feketegazdaság és kereskedelem csatornáin keresztül értékesítendő helyi termékeknek a legális kereskedelemben való megjelenítésére használják a Leader-programot is, melyben azok az üzletek, amelyek vállalják a helyi termékek forgalmazását, 5 millió forint pályázati lehetőséghez jutnak.

II.2.3 Tolna megyei helyi gazdaságfejlesztési célú kezdeményezések

A nemzetközi és hazai példákból látható, hogy adaptálható mintákból nincs hiány, és több előremutató kezdeményezést is látunk a megyében. A szociális szövetkezetekhez kapcsolódó jó gyakorlatokat ezen a helyen nem tárgyaljuk részletesen, hiszen azokra kitért a Paktum foglalkoztatási stratégiája, illetve a jelen dokumentummal párhuzamosan készülő vonatkozó

helyzetelemzés 1. számú melléklete³⁷ a megye területén működő összes szociális szövetkezet tevékenységét kilistázza a Szociális Szövetkezetek Országos Regiszterének és a cégnyilvántartás adatainak alapján.

A helyi gazdaság- és társadalomfejlesztés kapcsán alapvető fontosságú az árucseré funkcionális befolyásoló tényezők, piacok, értékesítési láncok helyzetének ismerete; a következőkben bemutatjuk, hogy a vidéki Tolna tekintetében melyek a legfontosabb kereskedelemhez, értékesítéshez kapcsolódó körülmények, helyi kezdeményezések. A bemutatott helyi példák, jó gyakorlatok hozzájárulnak ahhoz, hogy kiderüljön, Tolna megye területén milyen válaszok adhatók a termékfejlesztés sikerével kapcsolatban ismertetett nyitott kérdésekre (I.5-ös fejezet).

Mindenekelőtt látni kell, hogy a legtöbb előremutató kezdeményezés a szekszárdi térségben – és főleg Szekszárdon található (Szekszárdi Helyi Termék Bolt, Sió Termékház, Szekszárdi Helyi Élelmiszerbolt, Tolnaicum – Tolna Megyei Különlegességek Boltja, piac szervezéssel egybekötött termelői fórumok, konferenciák). Szekszárdi illetékességű az Eco-Sensus által fenntartott „Minőségi Helyi Élelmiszer – Szekszárd és Vidéke” nevű védjegy is, azonban a helyi termékrendszer kedvezményezettjei között nem csak járási termelőket találunk,

³⁷ A szociális szövetkezetek országos regiszteréből származó adatokat az Igazságügyi Minisztérium által működtetett Céginformációs és az Elektronikus Cégeljárásban Közreműködő Szolgálat alapján kerültek aktualizálásra január 17-22. között. Az ekkor lekért információk alapján adtuk meg a státuszokat a következő módszertan szerint: A megyében létező szociális szövetkezetek vizsgálata során a szervezetek a működés szempontjából 3 típusba lettek sorolva – működő, alvó, törlés alatt álló – az elérhető cégjegyzék információk és egyéb források alapján. A „törlés alatt” állók az elérhető céginformációk alapján megszűnés, felszámolás alatt állnak; az „alvó” egyesületekről a cégjegyzéken kívül nincs elérhető információ, kifejezetten alacsony a jegyzett tőkéjük, nem volt az elmúlt egy évben árbevételük, nem volt bejelentett alkalmazottjuk. A működő szervezetek közé lett besorolva egy szervezet, ha a fenti feltételek közül bármelyik teljesült.

hanem a szomszédos települések eladóit is. Ugyanakkor az internetes adatbázissal is operáló kezdeményezés, noha mint helyi termék-védjegy az egyetlen a megyében, mint helyi termék gyűjtemény – vagyis mint kvázi piac – nem egyedülálló. A vidéki tolna termelői/gyártói számára más internetes gyűjtemények is elérhetők: Országos Helyi Termék, ezmagyar.hu, ugyanakkor számos nagyobb helyi termelő saját webshopot tart fent. Természetesen a hagyományos értékesítési csatornák is nyitva állnak a termelők előtt: Ozorán, Pakson, Tolnában, Simontornyán, Dombóváron, Bonyhádon, Hőgyészen, Faddon stb. is működik állandó piac, illetve szezonálisan, különböző időközönként állat- és kirakodóvásárok is várják az érdekelteket – gyakorlatilag a nagyobb települések mindegyikén (de leginkább Dunaföldváron). További lehetőségük természetesen a közvetlen, háznál történő értékesítés mellett (elméletileg a turistautak mentén) a különböző fesztiválokon (Kolbásztöltő Fesztivál, Marhafesztivál), versenyeken, nem rendszeres, vásárral egybekötött helyi termékbemutatókon való megjelenés – láthatóan közösségi marketingben kevésbé fejlett a vidék. Ezek mind olyan a megyében már meglévő működő gyakorlatok a belső és külső piacok elérésére melyekre építeni lehet, és a megye egyéb részein is adaptálhatók lehetnek.

A szekszárdi járáson túli vidéki Tolna említésre méltó kezdeményezése ugyanis – a későbbiekben majd részletesen bemutatott szövetkezeti tevékenységén és a paksi Agricum helyi termék boltján, valamint a Völgység Cipőgyártásáért Egyesület bonyhádi mintaboltján túl – a tamási Zöldalma-Ház projektben öltött testet. Mint rövid értékesítési lánc egyrészt bármilyen helyi termelőt elfogad partnerként, azonban főleg a tamási környéki közmunka programok keretében termelt árukat értékesíti – a közétkeztetés irányába is, másrészt mint „fenntarthatósági infópont” is funkcionál (és egy helyi minősítési rendszer kidolgozását is céljává tűzte). Mindemellett megemlíthető Dombóvár helyi gazdaságfejlesztési megoldása; a Dombóvár kártya, mellyel kedvezmények vehetők igénybe bizonyos kártyaelfogadó helyeken. Utóbbiban az értékesítés személyre szabott formáinak megtalálására fedezhetünk fel jó gyakorlatot.

A fentebb már említett „Minőségi helyi élelmiszer – Szekszárd és vidéke” védjegy³⁸ egy olyan embléma, amelyet csak és kizárólag Tolna megye 26 meghatározott településéről származó élelmiszer csomagolására teheti fel az a termelő, aki jogosulttá vált a védjegy használatára. A védjegyet működtető komplex környezeti és helyi gazdasági szemléletformálást zászlajára tűző szekszárdi ECO-SENSUS Nonprofit Kft. 2009-óta aktív; a védjegy és a termelői adatbázis, valamint a helyi termék bolt fenntartása mellett, több innovatív megoldással is felhívta a figyelmet a komplex helyi gazdaságfejlesztés fontosságára, alternatív módszereire: a szervezethez kötődik esztétikai célú szőlőültetvény telepítése az egyik szekszárdi körforgalomban, az „Okos kert lépésről lépésre” nevű kampánya – melynek keretében egyebek mellett a környezettudatosságot és fenntarthatóságot népszerűsítő képzőművészeti pályázatot hirdetett kisiskolások számára –, de a fellelhető információk alapján több más helyi kutatás illetve marketingkampány is a nonprofit szervezethez köthető.

Ahhoz, hogy egy termelő jogosulttá váljon a védjegy használatára, kérvényeznie kell azt az ECO-SENSUS Nonprofit Kft-nél. A kérelem egy egyszerű űrlap kitöltéséből, illetve termékminta beadásából áll. A benyújtott kérelmet és a termékmintát egy helyi szakértőkből álló bizottság megvizsgálja, s amennyiben alkalmasnak találja, úgy a csekély védjegyhasználati díj megfizetése után a termelő már használhatja is a védjegyet, termékein feltüntetheti az emblémát. A termelőnek a védjegyhasználat jelentős plusz terhet nem jelent. A termelő legfontosabb feladata az, hogy a termékét helyben állítsa elő és környezetbarát módon csomagolva értékesítse azt. A védjegy használatához szükséges kérelmezéshez termékenként egy egyszeri nettó 5.000 forintos regisztrációs díjat kell a termelőnek fizetnie, ennyibe kerül a védjegy megszerzése. Ezen felül a termelőnek havi nettó 1.000 forintos védjegyhasználati díjat kell fizetnie, ez utóbbi díj azonban független a regisztrált termékek számától. Éves szinten a védjegy használatáért tehát legfeljebb nettó 12.000 forintos díjat kell csak fizetni, függetlenül attól, hogy a termelő hányféle, korábban regisztrált termékén tünteti fel az emblémát.

³⁸ <https://szekszarditermek.hu/vedjegy-projekt>

Az ECO-SENSUS Nonprofit Kft. által működtetett komplex társadalmi innováció egyidejűleg garantálja a minőséget, valamint a környezeti és a társadalmi szempontok érvényesülését. A már működő rendszerre ráépülve, azt térben és termék/szolgáltatás palettáját szélesítve a teljes megyét lefedő innováció hozható létre.

Nemcsak regionális viszonylatban, hanem abszolút értelemben is mintaadónak tekinthető a Gyulajon működő gyakorlat, mely mintapéldáját adja a folyamatos termékfejlesztésnek, a termékpaletta időről-időre történő bővítésének, a termeléshez kapcsolódó közösségfejlesztő és képzési elemek összehangoltan működő rendszerének. A gyulaji példa az igényekre alapozott folyamatos megújulás mellett az értékesítés, a piacok elérése tekintetében is mintaadó kezdeményezésnek tekinthető (a részletekről lásd a Foglalkoztatási stratégia vonatkozó fejezetét).

Az akár évtizedes távlatban egymásra épülő, folyamatos fejlesztéseket biztosító források megszerzésére és felhasználásuk egymásra épülő megszervezésére jó példa Belecska közösségi foglalkoztatási programja, ahol 2000–2010 között mintegy 70 millió Ft értékű forrást sikerült elnyerni.³⁹ Ugyanakkor hangsúlyoznunk kell, hogy a programnak szüksége is van a külső forrásokra, mert a bevételek egyenetlensége és szezonaritása okán az önfenntartás jelentős nehézségekbe ütközik. A változó környezet, lehetőségtér és igények lekövetésére azonban folyamatos megújulásra képes a kezdeményezés, számos fejlesztési lehetőség fogalmazódik meg a működtetőkben, aminek köszönhetően méltán mutatják be különféle jó gyakorlat gyűjteményekben és esettanulmányokban a Belecskán működtetett rendszert.

Hangsúlyoznunk kell ugyanakkor a meglévő gyakorlatok alapján, hogy a sikeres társadalmi innovációk sok esetben jelentősen személy- és team függőek. Egy elhivatott, szakmai tudással is bíró, stratégiai célokban gondolkodni képes és forrásokat sikeresen megszerző helyi csoport nélkül a hasonló innovációk létrejötte és fenntartása nem képzelhető el. Emiatt is különösen hangsúlyos a kulcsprojekt tervek között is kifejtett kompetencia

³⁹ http://videkstrategia.kormany.hu/download/c/b9/70000/Belecska_kozosegi_foglalkoztatasi_programja.pdf

inkubáció, mely megteremtheti a Paktum területén élő stabil, innovációra nyitott és képes humán erőforrás bázist.

III. A PAKTUM TERÜLET HELYI ADOTTSÁGAI, HELYZETKÉPE

III.1 A kutató-feltáró munka módszere

A szakirodalmi áttekintésből kiderült, hogy a sikeresség egyik legfontosabb tényezője a szociális gazdaság és a helyi termékek láthatósága, piacra lépése, illetve a befektetők érdeklődésének felkeltése. Ebből a szempontból a választott módszertan – tudniillik az elérhető információk célzott másodelemzése – alkalmasnak tűnik annak feltárására, hogy a Paktum terület jelenleg milyen képet fest magáról, mennyire láthatók termékei, szervezetei, kulcsszereplői. A részletes helyismerettel rendelkező konzorciumi tagok munkájához jelentősen hozzájárulhat egy ilyen külső szempontú elemzés eredményeinek becsatornázása a fejlesztésekbe. A megvalósítás során rendelkezésre álló időkeretek és a lentebb kifejtett szakmai megfontolások mentén az alábbi kutatási módszerekkel és adatforrásokkal dolgoztunk:

- 4 db szakértői interjú került felvételre a következő szereplőkkel:
 - A Szociális Szövetkezetek Országos elnökével, aki a teljes országra – beleértve Tolna megyére vonatkozóan is – átfogó információkkal tudott szolgálni.
 - Egy fő EU szakértővel, aki az előző programozási időszakban részt vett a szociális gazdaság szempontjából releváns 2. prioritás átfogó helyzetértékelésében, amely az összes kedvezményezett kérdőíves megkeresésén és számos interjú felvételén alapult. Az interjúalanyt külön kértük arra, hogy a helyzetértékelő kutatást Tolna megyére, és különösen a szociális gazdaságra vonatkozóan tekintse át, és számoljon be annak tapasztalatairól. A megkérdezett szakértő emellett részt vett a TÁMOP 7.2.1 számú, a TÁMOP keretében megvalósuló projektek projektfelügyeleti feladatainak ellátása elnevezésű, „projektdoktori mentor” tevékenység lebonyolításában, aminek

keretében több szociális szövetkezet pályázati mentoraként első kézből is rendelkezik tapasztalatokkal.

- További egy fő EU szakértővel, aki a vonatkozó pályázati konstrukciók tervezésében, kiírásában, értékelésében és helyszíni ellenőrzésében vett részt. A megkérdezett szakértő egyidejűleg tudott információkat szolgáltatni a szociális szövetkezetek helyzetével kapcsolatban és a befektetés ösztönzés szempontjából.
- Egy fő Tolna megyéből származó és ott szolgáló, civil szervezetekkel intenzív kapcsolatot ápoló lelkésszel, aki helyi szereplőként széles rálátással rendelkezik a megye helyzetére, így általános körképet tudott nyújtani, melyet célzott, egyéb módszertannal végzett vizsgálatokkal mélyítettünk.
- Emellett a produktumok megírásához kapcsolódóan részt vettünk két szakmai workshopon, ahol a téma szakértői és érintett szereplői vitatták meg a jelenlegi helyzetet, a kínálgó lehetőségeket és a körvonalazódó fejlesztési irányokat:
 - A társadalmi vállalkozások munkahely teremtésben játszott szerepét kiértékelő szakmai workshop és az ahhoz kapcsolódó szakértői vita
 - A jelenleg Magyarországon elérhető befektetési lehetőségek bemutatását célzó workshop

A primer kvalitatív adatfelvételek mellett az alábbi szekunder elemzések kerültek még lebonyolításra a kutatás keretében:

- Dokumentum- és honlapelemzés
- Elérhető korábbi kutatások adatbázisának másodelemzése
- Meglévő statisztikai adatvagyron másodelemzése (KSH kutatószóba, TeIR, KIR, DPR adatintegráció, KH, BM stb.)
- Szociális Szövetkezetek Országos Regiszterének elemzése
- Cégnylvántartás adatainak elemzése
- EMIR és EUPR adatok elemzése

Tekintettel arra, hogy a megyében országos összevetésben is igen kevés szociális szövetkezet működik, önmagában a Paktum terület elemzése révén kevés adathoz juthattunk volna. Emiatt sokkal inkább az országos összevetésre, és a nemzetközi és hazai egyéb jó gyakorlatok becsatornázására, adaptálhatóságára helyeztük a hangsúlyt. Emellett természetesen elengedhetetlen a megye szereplőinek tapasztalatait és azok Projektbe történő becsatornázását is elvégezni, emiatt készült javaslat helyzetfeltáró workshop szervezésére a rendezvények fejezetben.

A szekszárdi járáshatáron túli Tolna megye (továbbiakban vidéki Tolna, tolnai vidék, vagy csak egyszerűen Tolna vagy vidék) gazdasági életének feltárásakor alapvetően a honlap- és dokumentumelemzés módszerét követtük – több lépcsőben, többféle logika mentén, iteratíván, „hóglyószerűen” – a kellő forráskritika mellett – kerestünk információkat; a gyűjtőmunka során honlapok százait dolgoztuk fel, melyek teljes körű listázásától az elemzés során eltekintünk. A módszer elkerülhetetlen velejárója, hogy nem törekedhettünk a teljesség igényére, ugyanakkor a helyi gazdaság- és társadalomfejlesztés lehetőségeinek szem előtt tartására koncentrálni végeztük a feltáró munkát.

Emellett a megyét jól ismerő, ott élő helyi lelkésszel készült interjú is támogatta a helyi adottságok első kézből való megismerését, az online esetleg nem fellelhető tartalmak megtalálását és helyzetelemzésbe való becsatornázását.

A minél pontosabb kép megismerése érdekében országos lefedettségű statisztikai adatok másodelemzése révén is feltárjuk Tolna megye⁴⁰jelenlegi termékszerkezetének sajátosságait. Ez megkövetelte a szervezeti szinten gyűjtött információk elemzését, ami adatvédelmi okokból KSH kutatószobai hozzáférés nélkül nem volt biztosított. A kutatószobai környezetben megtörtént a kikért adatkörök szervezeti szinten történő anonim adatkapcsolása – melynek módszertanát a teljesítés 2. produktumában már részletesen kifejtettük.

⁴⁰ Ebben az esetben adatvédelmi megfontolásokból sajnos nem kerülhetett sor a járási szintű adatok elemzésére, emiatt a dokumentum vonatkozó adatai a Szekszárdi járás adatait is tartalmazzák.

A megfigyelésbe gazdálkodási forma szerint a jogi személyiségű vállalkozások, a jogi személyiség nélküli vállalkozások, az egyéb gazdasági szervezetek kerültek bevonásra, illetve ezen felül az adatok tartalmazzák a 2014. év folyamán a vállalkozási szférából a nonprofit szektorba sorolt nonprofit gazdasági társaságok adatait is. Ezen belül a másodelemzés kiindulási célcsoportját azok a kis- és középvállalkozások (KKV-k) alkotják, amelyekre a vizsgált időszakban (2014) teljesülnek az alábbiak: legalább 2 főt, de 250-nél kevesebb személyt foglalkoztató vállalkozások⁴¹, amelyek éves árbevétele nem haladja meg az 50 millió eurót, vagy az éves mérlegfőösszegük értéke nem haladja meg a 43 millió eurót.⁴²

Az adatok ebben a formában a 2014-es évre vonatkozóan állnak rendelkezésre. A Gazdasági Szervezetek Regisztere (továbbiakban GSZR) listázott információi mellett az OSAP 1039 kérdőív adattartalmát használtuk fel. Az adatforrásokra vonatkozó leírás az alábbiakban olvasható:

- Gazdasági Szervezetek Regisztere (GSZR)⁴³

A Központi Statisztikai Hivatal folyamatosan karbantartott alapnyilvántartása, amely valamennyi, Magyarországon adószámmal rendelkező gazdasági szervezet és magánszemély

⁴¹ Az adatszolgáltatók tárgyévi éves, tényleges létszáma az adatszolgáltatói kör meghatározásakor még nem ismert, így ennek hiányában az adatszolgáltatói kör kijelölése gazdasági szervezet által korábbi időszakra vonatkozóan közölt, illetve adott gazdasági szervezetre vonatkozó adminisztratív forrásból beérkezett létszám-információk alapján történik. Az adatszolgáltató által az OSAP 2241-es jelentésben a tárgyévre megadott éves tényleges létszáma a kijelöléshez használthoz képest értelemszerűen eltérhet. Mivel a KKV kör meghatározásához a tárgyidőszaki tényleges létszámot használják, így az adatszolgáltatók leválogatása is az alapján készül. Emiatt előfordul a célcsoportban olyan szervezet is, amely az egyes adatgyűjtések a vonatkozási körüknél meghatározott létszám-kategóriába nem tartozik bele a tényleges tárgyévi létszáma alapján. Az adatállomány értelemszerűen a KKV körből kizárólag azokat az adatszolgáltatókat tartalmazza, akik a kérdőívet beküldték.

⁴² Az adatkérésben meghatározott mérlegfőösszegre vonatkozó határérték megállapítása adminisztratív adatforrásból, a kettős könyvvitелеsek társasági adóbevallásából származik.

⁴³ A részletekről lásd:

https://www.ksh.hu/apps/meta.objektum?p_lang=HU&p_menu_id=710&p_ot_id=700&p_obj_id=R004_2012&p_session_id=69600820 Utolsó letöltés: 2017. január 17.

statisztikai adatgyűjtésekhez és feldolgozásokhoz szükséges adatait tartalmazza. Ebből következően a GSZR a fenti célcsoport meghatározásra vonatkozóan teljes körű adatokat képes szolgáltatni.

- OSAP 1039 Éves termékstatisztikai jelentés⁴⁴

A jelentés adatszolgáltatói körébe a megfigyelésbe bevont gazdasági szervezetek tartoznak bele, a statisztikáról szóló 1993. évi XLVI. törvény (Stt.) 8. § (2) bekezdése alapján az adatszolgáltatás kötelező.

III.2 Mezőgazdaság

A tolnai vidéken földrajzi adottságainál fogva tradicionálisan magas a mezőgazdasági művelésű területek aránya, a megye gazdasági életében ebből kifolyólag más régiókhoz viszonyítva a mezőgazdasági tevékenység kiemelkedő jelentőséggel bír. Mindez elsősorban a jó termőhelyi adottságoknak és a kedvező agroökológiai tulajdonságoknak köszönhető. Termőhelyi értékszámban Tolnát csak Békés megye előzi meg, a termőtalaj vidék legnagyobb természeti kincse. A terület 43%-a síksági, alföldi jellegű - Duna-menti síkság-, míg 57%-a változatos terepfelszínű, magasabb fekvésű, dombvidéki jellegű - Külső-Somogy, a Baranya-Tolnai-dombság és a Mezőföld. A napsütéses órák száma átlagosan meghaladja a 2000-et, az átlagos évi középhőmérséklet az országos átlag körül alakul. A megye területét túlnyomóan barna erőtalajok uralják, a mezőgazdaság terjeszkedésének következtében azonban új, vegyes talajformák kezdenek kialakulni, a talajkép erősen mozaikos. A terület átlagos kataszteri tiszta jövedelme 20 AK felett van, ezen belül a szántó átlagos aranykorona értéke meghaladja a 26 AK-t⁴⁵.

A szektorban az országos átlagnál jóval több vállalkozás tevékenykedik, a legutolsó gazdaságszerkezeti összeírás alapján (2013) a megyében 335 gazdasági szervezet és mintegy 18 ezer egyéni gazdaság működik. A megye összes bruttó hozzáadott értékének

⁴⁴ A kapcsolódó OSAP kérdőív az alábbi linken érhető el:

<https://www.ksh.hu/docs/hun/info/02osap/2014/kerdoiv/k141039.pdf> Utolsó letöltés: 2017. január 17.

⁴⁵http://dload.oktatas.educatio.hu/megyei_fejlesztesi_tervek/Tolna_Megyei_Fejlesztesi_Terv_2013.pdf

hozzávetőlegesen 11%-át teszi a mezőgazdaság, ami az országos 4,5%-os átlagnak több mint kétszerese (2014). A 342 ezer hektáros összes földterület 71%-a mezőgazdasági terület, túlnyomó részben szántó (2015)⁴⁶.

Ugyan a térség az ország élelmiszergazdaságának kitűnő alapanyag előállító vidéke – a megyei termésátlagok évről évre kiemelkedők, 2015-ben a kukorica, a búza, a napraforgó, valamint a repce is az első helyen szerepelt a megyék rangsorában – a többletmunkával járó mezőgazdasági feldolgozóipar az előállításhoz képest alacsony mértékű, emellett a területi jellegzetességeket tükröző sajátos egyedi mezőgazdasági termékek is ritkák a termelés volumenéhez viszonyítva. Ennek következtében a kedvező termőhelyi adottságok ellenére rendkívül alacsony a mezőgazdaságban foglalkoztatottak aránya, melynek mértéke az alapanyag termelő jelleg erősödése mellett a termelési szerkezet egyszerűsödése – gépesítettség, rezisztens növények termesztése, hatékony növényvédőszeres és lombtrágyák, totális gyomirtók széleskörű használata – végett az utóbbi években csak tovább fokozódott. Mindemellett a szántóföldi növények – kukorica, búza – jelentős túlsúlyba kerülésével visszaesett a hagyományosan magas élőmunka-igényű hüvelyes és pillangós növényekkel bevetett területek aránya, valamint a kertészeti- és zöldség termelés is. A gazdasági haszonállat tenyésztés a 2000-es évek eleji nagyobb leépülést követően enyhén növekedő pályára lépett, jelentősen egyedül a szarvasmarha állomány emelkedett.

III.2.1 Szántóföldi növénytermesztés

A szántóföldi növénytermesztés igen jelentős részét képezi a terület mezőgazdaságának, a művelés alatti terület mintegy 84%-a szántó. A megye 4 mezőgazdasági tájközete közül 3-ban is intenzív szántóföldi növénytermesztés folyik. Ezek közül a legnagyobb a Sárköz-Dunamenti-síkság, ahol gabona-, ipari növény-, és burgonyatermesztés a jellemző. A legmagasabb szántóföldi aranykorona értékkel a megye nyugati részén elhelyezkedő Somogy-Tolnádombvidék rendelkezik, ahol szintén magas arányú szántóterület mellett gabona-, ipari növény-

⁴⁶https://www.ksh.hu/docs/hun/agra/agrar/agrarium2016/agrarium_2016_17to.pdf

és takarmánynövényeket termelnek. A megye középső részén, a legrosszabb talajadottságokkal rendelkező Mezőföldön pedig leginkább csak a gabonatermelés a jellemző.

A gabonafélék és olajos magvak – napraforgó, repce - termelési területének növekedésével párhuzamosan folyamatosan esik vissza a magasabb élőmunka-igényű ipari növények – cukorrépa – és burgonya vetésterülete. Ennek oka a gabonafélék termelési szerkezetének egyszerűsödésében, az elérhető magas termésátlagban, a gabona tárolhatóságában és kedvezőbb későbbi értékesítési lehetőségében keresendő. Fontos megjegyezni, hogy a megye kedvező természeti adottságai szinte minden növény eredményes termelését lehetővé teszi, köztük a sajátos klimatikus viszonyokat igénylő szójáét és a magas munkaigényű, gabonafélékhez illeszkedő borsóét. Ehhez szorosan kapcsolódik, hogy a gabonatermelés növekedésével párhuzamosan folyamatosan nőtt a magángazdaságok termelésben betöltött szerepe és csökkent a családi gazdaságok száma.

A szántóterület növekedése kedvezőtlen hatással van a tájesztétikára, a mikroklimára, a turizmusra, az egészségre; az erdőterületek csökkenése miatt növekszik a szélerózió kártétele, a mezőgazdasági termelés feltételeinek rontása következtében csökken a vidék megtartó ereje, szűkülnek a helyi munkalehetőségek és a helyi piac sokszínűsége, eltűnnek a helyi jellegzetességek.

A lokális mezőgazdasági gazdaságfejlesztés egyik legfontosabb feltétele a szántóként használt területek csökkentése mellett a szántókon termelt növények diverzifikációja, magasabb munkaerő-igényű növények termesztése, a családi gazdaságok számának növelése.

III.2.2 Zöldség- és gyümölcsstermesztés

Mindamellet, hogy a talajadottságok számos térségben kedveznek a zöldségtermesztésnek, a megye zöldség előállítására országos viszonylatban nem tekinthető jelentősnek. A 4 mezőgazdasági tájkörzet közül csupán a Sárköz-Duna-menti-síkságon állítanak elő elsősorban paprikát, a rosszabb adottságokkal rendelkező Mezőföldön – Tamási, Högyész, Gyöngyös térsége- pedig családi gazdaságokban van jelen a zellerfélék közül sárga- és fehérrepa, petrezselyem; valamint különböző tökfélék. A korábban sem meghatározó ágazat a

paksi konzervgyár bezárásával tovább veszített súlyából, a termelők mára leginkább helyi piacokon értékesítik áruikat. Zöldséget értékesítő helyi termelőket Regöly térségében – sárgarépa, sütőtök -, Tolna település körzetében – káposzta, hagyma, fűszerpaprika -, Mórágyn és Pörbölyön – cékla, uborka találunk. A szociális szövetkezetek termékpalettáján zöldség alapú termékek a gyulai Jovánczai Hétepcsétes savanyúságai – csalamádé, csemege cékla, uborka, lecsó, paradicsomlé, a lengyeli Völgység Kincse Gyümölcsfeldolgozó – céklalé, sütőtöklé – között lelhetők fel. Gombát leginkább Bátaszéken és Alsónyéken termesztnek.

Tolna megye a zöldségtermesztés mellett kiválóan alkalmas gyümölcstermesztésre is. Habár a termőterület a rendszerváltást követően folyamatosan csökkent a fejlesztéseknek köszönhetően a termésmennyiség stabilizálódott, több térségben pedig növekedésnek indult. Hagyományosan gyümölcstermő vidéknek számít a Dunaföldvár és Bölske közötti terület, Gyöngyös körzete, Závod, Kisvejke, Nagyvejke, Mucsfa, Nagydorog-Györköny magasabban fekvő része. A gyümölcstípusok közül Bonyhádon a kajszi és alma, Dombóváron és Pakson a szilva, Tamásiban a meggy és a kajszi, Tolnában pedig a kajszi és őszibarack a legjellemzőbb. A legnépszerűbb gyümölcsnek a kajszi tekinthető, megyeszerte több mint 350 hektáron termelik (2016)⁴⁷.

Említést szükséges tenni emellett a diótermesztésről is, amely elsősorban a rosszabb talajadottságú Mezőföldön kiterjedt – Tamási, Kisvejke, Ozora –, de találhatóak ültetvények Bonyhádon és Dunaföldváron is. A dió talaj szempontjából kevésbé igényes növény, vízigénye viszont magas, ezért árterekre való telepítésre – melyből a megye bővelkedik – kifejezetten alkalmas. A szárított dió és a dióbél emellett egész évben forgalmazható termék, melyre Európa szerte növekvő igény mutatkozik. Ehhez hozzájárul a magyar dió hagyományosan jó hírneve is.

⁴⁷http://www.regscience.hu:8080/jspui/bitstream/11155/312/1/horeczki_novenytermesztes_2013.pdf

Tolna megyéhez köthető az ország első fügeültetvénye is, Pörboly településen egy őstermelőként gyümölcsfeldolgozással foglalkozó házaspár lekvárkészítés mellett újak számító gyümölcsök honosítását tűzte ki célul⁴⁸.

III.2.3 Szőlőtermesztés

A megye természeti környezete kifejezetten kedvez a szőlőtermesztésnek, korábban csaknem valamennyi településhez tartozott szőlő- és gyümölcssterület. Kifejezetten szőlőtermő térség a Tolnai borvidék részét képező Völgység-Hegyhát és Somogy-Tolnai-dombvidék mezőgazdasági tájkörzete, de a Sárköz-Duna menti síkságon is intenzív szőlőtermesztés folyik. Tolna a Dél-dunántúli térség legnagyobb szőlőterületével rendelkezik, jelentős mind a kékszőlő, mind a fehér borszőlő fajták termesztése. A Szekszárdi borvidéken a fehér fajták közül leginkább a Chardonnay-t és Olaszrizlinget termelik, a kékek közül pedig a Kékfrankost, a Merlot-ot és a Cabernet sauvignon-t. A Tolnai borvidéken a Chardonnay a legelterjedtebb fehér borszőlő, a kék borszőlők közül pedig itt is a Kékfrankos a legnépszerűbb, de nagy területen van Zweigelt és Merlot is.

Mindkét borvidéket a kisebb borászatok jellemzik, nagy különbség a két termőterület között, hogy a szekszárdi nagyobb hagyománnyal rendelkező, éppen ezért minőségi borok előállítására képes térség; míg a Tolnai borvidék csupán 20 éves múlttal rendelkezik, a megfigyelések és tapasztalatok hiányából fakadóan jelenleg még nem képes vetekedni a szekszárdi minőséggel, annak ellenére, hogy a termőhelyi sajátosságok a borvidék számos községében felveszik a versenyt Szekszárddal. Az értékesítés jelenleg jobbára a helyi piacokon folyik, de kijelenthető, hogy a szőlő- és bortermelésben mind kulturális, mind turisztikai potenciál akad még⁴⁹.

⁴⁸<http://itthon.hu/deldunantul/bor-es-gasztronomia/-/article/del-dunantul-gasztronomia-virtualis-turautvonal-tolna;jsessionid=E24BF5C4E720D8163D985EC81EB92D50>

⁴⁹http://www.borterasz.hu/tolnai_borvidek

III.3 Állattenyésztés

Az állattartás volumene a kertészethez és zöldség-gyümölcsstermeléshez hasonlóan alakult az elmúlt évtizedekben. A megye állattenyésztése korábban országos viszonylatban is jelentős volt, ugyanakkor a rendszerváltást követően jelentősen romlott az ágazat jövedelmezősége (takarmány- és energiaár emelkedés miatt) és így csökkent az állatállomány, csökkent az állattartási kedv és csökkent az állati termékek termelése is. Az uniós támogatásoknak és az elmúlt évek fejlesztéseknek köszönhetően az állatállomány mára stabilizálódott, több helyen növekedésnek indult.

A gazdasági haszonállatok tartása a mezőgazdasági területek magas aránya végett gyakorlatilag az egész megyére jellemző, területi bontásban Mezőföld és Sárköz-Dunamenti síkság tájegységeken inkább sertést, Völgyesség-Hegyháton és a Tolnai dombvidéken pedig inkább szarvasmarhát tartanak.

Az elmúlt években jelentős mértékben a szarvasmarha állomány emelkedett – 5 év alatt mintegy 60% –, a sertés- és juhállomány enyhén növekedett, a baromfiállomány pedig mintegy felére csökkent⁵⁰. Több helyen megjelent családi gazdaságokban – Gyulaj, Nagydorog – a mangalicatartás, néhány helyen, elsősorban a juhtenyésztéssel párhuzamosan – kecsketartás is jellemző (Szálka, Dombóvár, Bata).

III.4 Vadállomány

Tolna megye igen gazdag vadállománnyal rendelkezik, ezen felül számos őshonos állatfaj él a területen. Turisztikai nézőpontból releváns a gyulaji dámszarvas rezervátum, a rétság és fekete gólya telepek a Gemenci-erdőben, a kapszegi tó gém és kócsag világa, valamint a vidra lakóhelyei. A vízi világ gazdag halakban és jó néhány tájegységre jellemző lakó- és költöző madár is fellelhető. A szikes részekben elterjedtek a védett hüllők, kételtűek és denevérek.

⁵⁰https://www.ksh.hu/docs/hun/agar/agrarium2016/agrarium_2016_17to.pdf

III.5 Méhészet

Ugyan a megye erdős területnagysága elmarad az országos átlagtól és a gazdasági célú fátelépítések aránya sem kimagasló az utóbbi időben megnőtt a méhészkedéssel (is) foglalkozó családi gazdaságok száma. A helyi méhészeket a szedresi székhelyű Tolna Megyei Méhész Egyesület fogja össze; méz alapú készítmények Őcsény, Zomba, Bátaszék, Bonyhád, Tolna, Decs és Mórág helyi termékei között is jelen vannak. A Tolnai értéktárban bejegyzett megyei értékek (továbbiakban az egyszerűség kedvéért Tolnaikumok) között szerepel továbbá a szekszárdi Mézeskalács Múzeum és Mintabolt, ahol a mézeskalácsból készült kiállítási tárgyak és eszközök megtekintésén kívül mézeskalács készítésre is lehetőség van, ezen felül mézeskalács és gyertya ajándékbolt is várja az érdeklődőket. A Múzeum és a Brill Pálinkaház között példaértékű együttműködés valósul meg. Szintén Tolnaikumká váltak Dömötör Gergely márczból készült, egészséges üdítő különlegességei.

III.6 Haltenyésztés

Tolna megye felszíni vizekben viszonylag gazdag terület. Vízkészletek szempontjából legjelentősebb a megye keleti természetes határát is jelentő Duna, amely 101 km hosszan képezi a megye határát, mesterséges folyóvizek ezen felül a Sió-csatorna és a Sárvíz- csatorna. Az állóvizek közül legismertebbek a Pacsmagi-halastavak, a Simontornya melletti tavak és a dombvidéki völgyzárógátas halastavak. Ezen kívül mintegy 40 természetes és mesterséges horgászvíz is a tolnai táj részét képezi. A halak közül a ponty, a kárász, a dévérkeszeg, az amur, a csuka és a süllő a legelterjedtebb fajták.

Az egyik legjelentősebb halgazdálkodással foglalkozó helyi vállalkozás a Czikkhalas Havastavi Kft., amely mintegy 220 hektáron állít elő évi 550-580 tonna halat, 90%-ban pontyot. A magas volumenű tenyésztést a tavak folyamatos tápanyag visszapótlásának köszönhetően sikerült elérni, a vállalkozás saját fejlesztésű trágyaszóró hajójával juttatja ki a szervesanyagot a vízfelszínre, a tárgya beszerzése a környékbeli állattartó telepekről történik. A megyéhez köthető továbbá az ország egyik legnagyobb halexportőr vállalkozása, a bonyhádi Csibi Hal Kft.. A 30 éves múlttal rendelkező családi vállalkozás kiskereskedelmi élőhal értékesítéssel

kezdte, majd tavak és telephely vásárlással bekapcsolódott a magyarországi haltermelés körforgásába, a kétezres években már az ország egész területére szállították halaikat. Mára Ausztriába, Lengyelországba, Romániába, Németországba és Franciaországba is rendszeresek a szállítmányok, az értékesítés mellett a felvásárlás is a cég profiljává vált.

III.7 Ipar

Tolna Megye ipara országos viszonylatban nem számottevő – köztudott, hogy az energetikai ipar (Paks) termeli a megye ipari kibocsátásának jelentős hányadát és a mezőgazdasághoz kapcsolódó feldolgozóipar mutat számottevő bővülést, viszont a nem, vagy a nem közvetlenül mezőgazdaságra épülő iparágak viszonylag fejletlenek⁵¹ – a megye hagyományosan mezőgazdasági jellegű –, ennek ellenére van mozgás, bővülés az iparban, így a kapcsolódó helyi gazdaságfejlesztési célú beavatkozások előtt nyitottak a lehetőségek.

A gyümölcstermelés felfutásával párhuzamosan a gyümölcsfeldolgozás is egyre nagyobb hangsúlyt kap a megyében, a 2010-ben alapított Völgység Kincse - Gyümölcsfeldolgozó Szociális Szövetkezet szociálisan hátrányos helyzetben lévő tagoktól vásárol fel terményeket, illetve kínál munkát a feldolgozás során, majd gondoskodik az arányos ellenszolgáltatás kifizetéséről. Termékeik között megtalálhatóak a megyében termelt hagyományos gyümölcsfajták, ezen felül vadgyümölcsből és homoktövisből is állítanak elő italokat. A jó példát más települések is átvették, Belecskán a közelmúltban épült lekvárok, befőttek és gyümölcslevek készítésére alkalmas feldolgozó. Almából, szőlőből és meggyből készült üdítők előállításával foglalkozik továbbá a faddi Dunarét Kft., de találunk példát bergyümölcslé készítésre specializálódott családi vállalkozásra is Závodon.

A kiváló minőségű gyümölcsöknek köszönhetően számos magas gasztronómiaértékű családi pálinkamanufaktúra működik a megyében, melyek közül a Brill Pálinkaház a Tolnaikumok közé is besorolást nyert. A többszörösen díjazott, nemzetközi viszonylatban is eredményes főzde elsősorban törkölypálinkát állít elő, de számos prémium minőségű

⁵¹http://www.tolnamegye.hu/teruletfejleszes_2013/terfej_koncepcio_felmunkveg.pdf

gyümölcspálinka és zöldségpárlat is része a kínálatnak. Szintén elismert a Györkönyben található Márton és lányai pálinkafőzde, mely érlelt párlataival, gyümölcs- és szőlő pálinkáival, mézes likőrjeivel, valamint Reserve válogatásával számos érmet szerzett hazai és nemzetközi viszonylatban egyaránt. Híres még ezen felül a Kisvejkei és Döbröközi pálinkafőzdeket birtokló Schmieder Pálinkaház, valamint a Felsőnyéki Pálinkafőzde is.

Itt érdemes említést tenni a megyében 1993 óta működő dombóvári Kissler Sörfőzderől⁵², amely a nemzetközi jó gyakorlatok bemutatása alapján szintén nagy potenciált hordozhat magában. A Sörfőzde hagyományosan a helyi igények kiszolgálására rendezkedett be, azonban az utóbbi időszakban megjelent a sörfesztiválok is, palackozásba kezdett, illetve a Dombóváron elérhető két vendéglátó ipari egysége mellett webshopon keresztül is rendelhetők termékei. Világos és barna csapolt sörei mellett különleges fűszerezésű, palackozva kapható söreivel, és sörpárlataival járul hozzá a helyi és hazai sörpalettához. A tolnai tejipar legfontosabb szereplője a szekszárdi székhelyű Tolnatej Zrt., Magyarország legnagyobb félkeménysajt gyártója. A magyar tulajdonú vállalkozás több mint 500 embert foglalkoztat, évi 150 millió liter tej kerül feldolgozásra. A termékpalettán sajtok, túrok, vajkrémek, tejfölök egyaránt megtalálhatók. Szintén fontos szereplő a Paksi Dunamenti Mezőgazdasági Zrt. A Paks környéki tejtermelő cégek összefogására jött létre a Dunamelléki Tejértékesítő Beszerző és Szolgáltató Szövetkezet, amely körülbelül 30 Paks környéki cég és egyéni vállalkozás tejtermelő csoportként való működését teszi lehetővé, tejvizsgáló készülékkel és tejbegyűjtő tartálykocsival segítve az értékesítést.

A szántóföldi növénytermesztés magas volumene ellenére a megyében nem jelentős a gabona-feldolgozás, élelmiszer előállítás kapcsán említést kell még tenni a Kaposszekcsői Gluténmentes Bt-ről, amely egy diétás élelmiszereket előállító családi vállalkozás. A búza-, árpa-, rozs-, és zablisztben megtalálható glutén mellőzésével olyan élelmiszerek kerülnek előállításra, mely segítséget nyújt a lisztérzékenységekben szenvedőknek.

⁵² <http://kisslersorfozde.webnode.hu/>

A megyében számos helyen működik húsfeldolgozó üzem, a nagyobb városokon – Dunaföldvár, Simontornya, Paks, Tamási, Dombóvár, Bonyhád, Szekszárd, Bátaszék – kívül Gyöngyös, Szakályban, Tolnában és Nagyvejkén is találhatók húsipari vállalkozások.

A helyi termékek között népszerűek a füstölt áruk és a mangalica húskészítmények, a tej-, túró- és sajt produktumok.

Példaértékű az elsősorban hústermékek feldolgozásával és értékesítésével foglalkozó Hetedhét Határ Szociális Szövetkezet által felépített Jovánczai Hétpecsétetes termékcsoporthoz, melynek kínálatában olyan Gyulaj településről és annak környezetéből származó magas minőségű húsaruk érhetők el, melyek a helyi szokásoknak és ízvilágnak megfelelően készültek.

A megyei hálózati állításban, vad- és erdőgazdálkodásban jelentős szerepet játszik a Czikkhalas Halastavi Kft.. A piaci haltermelés 212 hektáron történik évi 580 tonna mennyiségben. A cég emellett megközelítőleg 600 hektár erdőterületen gazdálkodik, melyek nagy része akácos, kisebb hányadában fenyves.

Az erdő és vadgazdálkodásban a Gyulaj Erdészeti és Vadászati Részvénytársaság és a Gemenci Erdő- és Vadgazdaság Rt. játszik döntő szerepet.

A megyére jelentős mértékű faipari tevékenység jellemző, a legnagyobb faipari vállalkozás a Regös és Regös Faipari Kft., amely mintegy 30 főt foglalkoztat, fő profiljuk a kerítés, lépcső és tetőablakgyártás. Emellett még körülbelül 10 kisebb-nagyobb vállalkozás tevékenykedik Tolna szerte, a legjelentősebbek közülük a bonyhádi V-Plast Termékgyártó, Szolgáltató és Kereskedő Kft., a bátaszéki BÁT-FA Épületasztalos, Építőipari és Kereskedelmi Kft., és a dombóvári DBK-SZET építő és kivitelező Kft..

A tolna megyei „helyi kötődésű kézművesipar” vonatkozásában a legszembetűnőbb jellemző, hogy ez a fajta tevékenység a tolnai vidék hagyományosan gazdag és jelenleg is aktív népi kulturális hagyományörzéshez kapcsolódik (még hozzá zárt, céhszerű jellemzőket mutatva). A szövés, a hímzés, a szálanyag-fonás, a bőrművesség, a fafaragás, a fazekasság, babakészítés, népi hangszerkészítés (Verseghy Ferenc, Könyvne Szabó Éva, Beréti István, Makrai Béla, Farkasné Pál Bözsi stb.) köreibe tartozó, egyedileg tervezett „magas hozzáadott művészeti értékkel bíró” kisszériás (turisztikai attrakció számba menő) „termékek” jelentik a

hagyományos helyi kézművesipar egyik pillérét. (Nem egy esetben a termékek és szolgáltatások „szinergikus összekapcsolására” – közös kiállítások – is találunk példát.) A kifejezetten népi-helyi hagyományokkal bíró ipar másik pillérét a bonyhádi Zománcáru Kft. (megyei értéknek minősített termékeket gyártó vállalkozás), illetve az effektíve is termelő manufaktúra-jellegű dunaföldvári és tolnai Kékfestő-bemutatóhelyek jelentik.

A megyei ipari kibocsátás nagy részét természetesen a tömegáruk termelése adja; az évtizedes múltú iparágak feltámasztására tett kísérletek és a nem elhanyagolható, részben szociális célú fejlesztési források következtében van élet a szekszárdi járás közigazgatási határán túl is. Az ipari termelő munkahelyfenntartó kapacitások és a legnagyobb beruházások (ipari parkok) természetesen a nagyobb városokban összpontosulnak. A könnyűipari múltjára visszatekintő Bonyhádon egyedi fejlesztéseket (cipőtálp) sem nélkülözve cipőipari termékek és az autóiparhoz kapcsolódóan bőripari termékek (autóbelső) gyártása jellemző. Dombóváron és vonzáskörzetében számos fém-, és textilipari vállalkozás is fellelhető, illetve Kaposszekcső kiemelkedő szerepe is megemlíthető (szárazzeledel-gyártás). Tamásit már részben geotermikus energia fűti, de a mezőgazdasági gépgyártás (Hantech) is jellemző, ugyanakkor természetesen Paks és Dunaföldvár ipari parkjában is számos vállalat folytat ipari tevékenységet (autó és repülőgép-kábelgyártás, fémmegmunkálás). Mindezek mellett természetesen a legtöbb nagyobb településen van bizonyos szintig ipari tevékenység, azonban volumenüket, ismertségüket, egyedi-helyi jellemzőiket tekintve nem mérhetők a fentiekhez (szállítás, hulladékgazdálkodás, építőipar, stb.) – egy kivétellel: a Pári Ezeremester Szociális Szövetkezet a fából, textilből, műanyagból, papírból készített dísz-és használati tárgyakat gyártó és több csatornán (webshop) is értékesítő szövetkezet a helyi gazdaság- és társadalomfejlesztés egyik jó gyakorlatát jelentheti.

Mindezeket túl köztudott azonban, hogy a városhiányos térségek sokszor hátrányos helyzetű munkavállalói körében jellemző az ingázás, és sok esetben csak a megyehatáron túli munkavállalás a járható út. Továbbá az sem mellékes, hogy „lappangó kapacitások” szép számmal találhatók a megyében – elég a gazdag folklór-múlta, vagy a selyemgyártás hagyományára gondolni, ugyanakkor számos olyan ipari műemlék rozsdásodik a térségben

(fácánkerti Szeszgyár, Cserénygáti Vízimalom stb.), melyek jobb (turisztikai, kereskedelmi) sorsra érdemesek.

III.8 Turizmus

A megye gazdasági/földrajzi jellemzőinél fogva a tolnai vidék legígéretesebb kiugrási pontjának az idegenforgalom tűnik – annak ellenére, hogy a területet turisztikai vákuumtérségnek látszik: erős térségei versenytársakkal körbevéve, az országhatároktól távol, komolyabb szállás- és vendéglátóipari kapacitások és nagyobb városi turisztikai centrumok híján a vidék turisztikai kínálata mérsékeltnak hathat. Noha az elmúlt években komoly idegenforgalmi fejlesztések történtek a megyében (szekszárdi borturizmus felfuttatása, Sió-projekt, infrastrukturális beruházások, értéktárak, marketing-pozicionálás), készült turizmusfejlesztési koncepció és a pályázati forrásokból turizmusfejlesztésre is jutott (tanösvények, kedvezménykártya, információs központ, turisztikai szervezetek támogatása stb.), a megye adottságai mégsem teljesen kihasználtak – a saját Duna szakasz, a kiterjedt vadászati területek, a termáladottságok, a gazdag néprajzi hagyomány erős alapot képezhet a további helyi gazdaság-fejlesztésszáma. (Noha alább csoportokba sorolva vesszük számba Tolna Megye idegenforgalmi adottságait és lehetőségeit, illetve a már létező helyi identitással összefüggő szolgáltatásait/termékeit, hangsúlyoznunk kell, hogy a turizmus mint gazdasági szektorokon átnyúló komplex társadalmi gazdasági jelenség kategóriákba osztása szükségképp tömörítéssel jár, ugyanakkor tisztább képet is eredményez, így a helyi turizmus kapcsán a releváns beavatkozási lehetőségek, kitörési pontok könnyebben azonosíthatók.

Mindezek mellett fontos leszögezni azt is, hogy a megye említést érdemlő, helyi identitással is bíró szolgáltatói szektora nagyrészt a turizmushoz kapcsolódik (ezért nem tárgyaltuk a szolgáltatói szektort külön fejezetben; noha például Gyulaj felzárkóztatása az említett szociális szövetkezeten túl olyan komponenseket is magában foglalt – közösség- és hitéletfejlesztést –, melyek által akár komplex helyi terméknek is tűnhet a „gyulaji modell”, de meg lehetne említeni a paksi népfőiskolát is mint „helyi kulturális szolgáltatást”, azonban a „horderő javára” meg kellett húznunk egy határt.)

III.8.1 Öko-, aktív- és vadászati turizmus

A megye ökológiai adottságai messze földön híresek: a táj változatos, a számos természetvédelmi terület és vadaspark mellett érinti a megyét a Duna-Dráva Nemzeti Park, a világhírű Gemenci Erdő; az országos turistaútvonalak hosszabb szakaszokon érintik a megyét, az állatvilág gazdag (erdei vadak: gyulaji dámvad, gemenci rétisas és fekete gólya telepek, vízi világ: fajta gazdag halállomány, lakó- és költöző madarak), röviden az öko- és aktív turizmus lehetőségei táglatosak és a köreibe tartozó tevékenységek feltételei viszonylag kiépültek – nem véletlen, hogy Tolna Megye turisztikai imázsában a szelíd vidéken és a gazdag ökológiai adottságokon alapuló aktív pihenés a leghangsúlyosabb elem.

Az Alföldi Kéktúra és a Rockenbauer Pál Dél Dunántúli Kéktúra tolna megyét érintő szakaszai karbantartottak, látnivalókban bővelkednek és szálláslehetőséget is biztosítanak, de kerékpárutakból sincs hiány (és a kerékpártúrákból sem: Gemenc Béda Kerékpártúra, Országos Kerékpáros Körtúra 4. szakasz), ugyanakkor a Megyei Önkormányzat Sió projektje a kerékpáros turizmus további fejlesztését is célul tűzte megállóhelyek kialakításával, bicikliútak összekapcsolásával, illetve új utak építésével, valamint a biciklis infrastruktúra vízi turizmushoz való illesztésével.

Helyi specialitásnak és mint komplex turisztikai csomagot megvalósító jó gyakorlatnak tekinthető a Tengelic-Szedres-Sióagárd-Medina vonalon európai uniós forrásokból kialakított „Borok-Vizek-Kúriák” Zöldút, mely a természeti látnivalók mellett a helyi kulturális attrakciókat is előtérbe helyezi, így könnyen felfűzhetők lehetnek a helyi termelők, szolgáltatók, falusi vendéglátók, szálláshely szolgáltatók. Kiemelkedő a mezőnyben a Gyulaj Erdészeti és Vadászati Zrt. ökoturisztikai kínálata (tematikus tanösvények, erdei iskolák, vendégházak, interaktív kiállítások, kerékpár-kölcsönzési lehetőség, lovaglás, íjászat, zöld energia programok, interneten elérhető 24 órás élő vadkamera-közvetítés stb.), de hasonlóan erős a Gemenc Zrt. által kínált turisztikai csomag (vadfigyelés, vízitúra vezetés, lovas erdei kirándulások, erdei vasút). A nagy állami társaságok mellett ugyanakkor természetesen magánkézben lévő ökoturisztikai kezdeményezések is ismertek a megyében (Ágneslak Ökoturisztikai Centrum), ahogy a lovas turizmushoz is igyekeznek kapcsolódni a turisztikai

szolgáltatók (Cseresznyépusztai Lovasudvar, simontornyai Gácsi Ménes Birtok, Bezzegpuszta Póni Lovasudvar, németkéri Beanett Fogadó és Lovasudvar stb.) Mindezek mellett további komoly potenciált tartogat a Tolna megyei Önkormányzat Sió-projektje: a Balatont a Dunával összekötő csatornát az országos vízi turisztikai lánc integráns részévé tevő beruházás kiszálló pontok és megállók – turisztikai pihenőcsomópontok –, illetve Medinán egy foglalkoztató központ kialakításával fokozza a turisztikai vonzerőt (intermodalitás), így biztosít a környékbeli szolgáltatók számára plusz jövedelmet, illetve teremt új munkahelyeket.

Az öko-aktív turizmus mellett, de természetesen annak részeként a vadászturizmus mint jellemzően vidékhez kötődő idegenforgalmi tevékenység adottságai is kiválóak a megyében – Tolna területének 90 százaléka vadászatra kijelölt és alkalmas terület, a vadállomány jelentős (vaddisznó, gímszarvas), a vadgazdálkodás „infrastruktúrája” hagyományosan erős (Gemenc ZRt, Gyulaj, vadásztársaságok) a vendégeket közvetítő – többnyire szekszárdi központú – vadászatszervező irodák, szállások, vadászházak többé-kevésbé adottak, így a vendégvadászok turisztikai látványosságok, idegenforgalmi attrakciók, rekreációs lehetőségek iránti igényei – bizonyos szintig – kielégíthetők. A tehetős és gyakran családos turistákat megmozgató vadászati turizmus nemzetközi ismeretségű és a kapcsolt szolgáltatások további fejlesztésével a vidéki Tolna potenciális kiugrási lehetőségének tűnik.

Mindazonáltal a vendéglátó egységek, szállodák, fesztiválok, az ökoturisztikai lehetőségek (kerékpározás, lovaglás, horgászat) vadászturizmushoz kapcsolására (ami a vadászturizmus kapcsán is a jövedelmezőség/foglalkoztatottság lényeges javulásának kulcsa) inkább kivétel mint szabály (az említett két állami erdőgazdaság, vagy pl. a németkéri Tolna Megyei Horgász- és Vadásznapi) és a célzottan vadászat tematikájú programok, események kapcsán sem probléma a bőség zavara (a Gyulaj Zrt. vadászfestő vándorkiállítása, tamási Vadgasztronómiai Fesztivál), ahogy kézműves helyi termékek között sem találni kifejezetten vadászathoz kapcsolódó produktumokat (emléktárgyak), vagy ha igen, akkor azok a vadásztársaságok „érdekeltségei” –nem csoda, hiszen hagyományosan belterjes kultúra a vadászat, ennek ellenére a környező vidékkel való szinergiák kiterjesztése által valószínűleg még jövedelmezőbbé tehető.

III.8.2 Borturizmus

Tolna Megye kapcsán a Szekszárdi borvidék a legismertebb szőlőtermesztő terület és borturisztikai célpont, ugyanakkor a megye jelentős része ökológiai adottságainál fogva szintén kiváló szőlőtermő terület; a megyehatárokon átnyúló – tradicionális, ám „hivatalosan” fiatalnak minősülő – Tolnai borvidék a megye jelentős területeit lefedi, így több vonatkozásban lényeges különbségeket mutat, abban azonban hasonlóak a Szekszárdi Járáson kívüli körzetekhez tartozó települések, hogy potenciális borturisztikai célpontként biztosan fejleszthetők – a vidéket a kisebb borászatok és a minőségi bor ugyanúgy jellemzi, mint az eladásra termelt szőlő és termelői bor (és a nemzetközileg is jegyzett szereplők) – a helyi termékek eladására az ahhoz kapcsolódó vendéglátásra és így helyi termékekre épülő borkultúra még mindig népszerűnek tűnik a magyar és külföldi turisták körében⁵³.

A Tolnai Borvidék legfontosabb „borturisztikai terméke” a Kölesd központú Tolnai Borút – jellemző példája a helyi együttműködésen alapuló, kedvező társadalmi hátsokkal járó (foglalkoztatottság, regionális kooperáció stb.) komplex turisztikai termékeknek. A borút számos pincefalu – mint építészeti, gazdasági és kulturális különlegesség – épített örökségét őrzi (15 település 28 állomás) és bizonyos mértékig kapcsolódik a vidék turisztikai erényeihez (táj, vadvilág, népi hagyományok, gasztronómia), azonban az útvonal nem összefüggő, kevés a helyi kapcsolódó rendezvény (mint pl. a tamási Tolnai Borok Éjszakája), a jelentősebb helyi vállalkozásokat és borászatosokat elkerüli az út (vagy a vállalkozások az utat), hiányoznak a kuriózumnak számító termékek – röviden az út kihasználtsága alacsony – főleg ha az egész borvidék mutatói tükrében nézzük a helyzetet – 2014-ben 595 vendéglátóhely várta a közönséget és 792 szőlőtermesztőt vettek számba. Noha a Szekszárdi borvidékkel össze nem mérhető, problémái ellenére a Tolnai borvidék adottságai lényeges kiaknázatlan lehetőségeket valószínűsítenek – elég csak a gasztro- vagy a falusi turizmusélnépszerűsítésére mint opcióra gondolni (a KSH statisztikája szerint a falusi szállásadók néhány ezernél több vendégéjszakát nem

⁵³http://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/pdf/moborvid_14.pdf

produkálnak, annak ellenére van pl. Dél-Dunántúli Falusi Turizmus Klaszter, és számtalan falusi turizmussal összefüggő egyesület is.)

III.8.3 Kulturális turizmus

A vadász- és borturizmus mellett a kulturális szférában felhalmozódott adottságok képez(het)nek – az előzőekkel karöltve – komplex turisztikai vonzerőt és egyedivé tehetik pozitív értelemben a tolnai vidéket.

A kulturális turizmus kapcsán a legfontosabb megyei adottság Tolna néprajzi gazdagsága és szervezett hagyományőrzése, melyet – úgy tűnik – a folklorizáló „piaci logika” csak részben érintett meg. A megye néprajzi specialitása a multikulturális jellege, vagyis hogy szinte az egész Kárpát-medencei magyar népiség összesűrűsödik a területen – Szekszárd és környéke mellett aktív hagyományőrzés jellemzi a rác, a bukovinai székely, a felvidéki és a sváb területeket, de egyes roma csoportoktól sem idegen ez a fajta tevékenység. Az aktív folklórt jelzi számtalan népi hagyományőrző előadó-művészeti csoport, egyesület, országszerte ismert népművész, iparművész és a nagymennyiségű néprajzi kincs, mely komoly turisztikai értéket jelent.

A folklórtartalmú rendezvények között a legfontosabb idegenforgalmi vonzerőt a fesztiválok képviselik. Szekszárdot és környékét nem számítva azonban a Bonyhádi Bukovinai Székely Találkozó (a Duna Menti Folklórfesztivál tolna megyei helyszínei visszalépése után) az egyetlen, nemzetközileg is ismert néprajzi fesztivál a megyében – annak ellenére, hogy a helyi adottságokat legintenzívebben kiaknázó falunapokat, népünnepélyeket, búcsúkat tucatszám rendezik meg minden évben (Sárközi Lakodalom, Pál Napi Vigasságok), de változó helyszínű néprajzi táborokra, és a nem tisztán folklór tartalmú fesztiválokra is akad jó néhány példa (bonyhádi Tarka Marhafesztivál, Batai Keszegfesztivál, Tengelici Kolbásztöltő és Forraltbor Fesztivál, paksi Nemzetközi Gasztroblues Fesztivál stb.), és tájházakból, tájszobákból, tájegységi gyűjteményekből sincs hiány (györkönyi Tájház, gyönki Német Nemzetiségi Tájház, nagydorogi Kalap- és Sipkamúzeum stb.). Természetesen a tisztán idegenforgalmi események mellett a hagyományőrzés a helyi kézműves termékek szintjén is

számottevően megjelenik: a kézművesekhez/iparművészekhez kapcsolódó rendszeres bemutatók, valamint árusítások, kiállításuk önmagukban turisztikai vonzerőt jelentenek.

A folk-turizmus mellett a valláshoz kapcsolódó idegenforgalom kecsegtet némi reménnyel – az utóbbi években történtek fejlesztések: „elindult” a Magyar Zarándokút tolna megyei szakasza (Szekszárd, Grábóc, Bába, Bátaszék) és vallási épületek, események (bátaszéki Virágvasárnapi Passiójáték, Grábóci Búcsú) és az úthoz kapcsolódó fejlesztések sem maradtak el – nemzetközi vonatkozásban attraktív, helyi viszonylatban jövedelmező idegenforgalmi helyszínt lehetne az út mentén kialakítani (nemzetközi Mária út).

A tolnai vidék kulturális turizmushoz kapcsolódó erényei között megemlíthető – ha már a Tolna Megyei Értéktár nevesítve hivatkozza – az atomenergia, melynek kapcsán a Paksi Atomerőmű (és a bátaapáti „atomtemető”) bemutató központjai kiemelkednek ismertségüket és interaktivitásukat tekintve az egyébként nem túl gazdag vidéki múzeumi kínálatban. Az épített környezet tekintetében a bölcskei kőtár, a dunakömlődi római őrtorony maradványi és rekonstrukciója, vagy az ozorai kővár nyújthatnak az idegen látogató számára olyan érdekességeket, melyek más – akár helyi termékekkel/szolgáltatásokkal – összecsomagolva komolyabb vonzerőt jelenthetnek. (Ugyanakkor a nemzetközi hírű O.Z.O.R.A. Fesztivál tízezer számra mozgatja meg a külföldi turistákat, és – noha közigazgatásilag Fejér Megyéhez tartozik – a speciális szubkultúrában érdekelt fesztiválozók Ozorát (is) sűrűn látogatják.)

Mindezen erények ellenére a kulturális turizmus fejlesztése során lényeges korlátok kell figyelembe venni: alig van legalább országos ismeretségű műemlékek a megyében, hiányoznak az alapozó-összefüggő városképek, a neves építészek által tervezett épületek, a művészeti (Petőfi, Illyés, Liszt, Lázár Ervin) vagy ipari emlékhelyek (cserénygáti Vízimalom, tolnai Selyemgyár és Ipartörténeti Gyűjtemény, tolnai Selyemgubóraktár) lokális jelentőségűek és/vagy elhanyagoltak, a közművelődési intézmények helyi szinten sem generálnak érdeklődést, a tudományos kapacitások hiányában a konferenciaturizmus jelentéktelenségre kárhoztatott.

III.8.4 Vízi turizmus

A tolnai vidék vízrajzi szempontból kedvező adottságú területek közé tartozik, mégpedig mind a felszíni, mind a felszín alatti vízkészlet tekintetében; a vízi turizmusra épülő helyi gazdaságfejlesztés előtt több irány is elképzelhető; az elmúlt időszak beruházásai, fejlesztései széles perspektívákat nyitottak, noha a vízben rejlő lehetőségek még mindig nem teljesen kihasználtak.

A térségben jelentős hévíz készletek kerültek feltárára (főleg) az utóbbi évtizedekben és a rétegvizekre épülő gyógy-, élmény- és termálfürdők – és a hozzájuk kapcsolódó szálláshelyek – hálózatának kiépülése is megkezdődött (Tamási, Dombóvár, Tengelic, Dunaföldvár). Annak ellenére, hogy a fürdők igyekeznek egyedivé tenni kínálatukat, akár a környező térségre jellemző helyi specialitások kínálatukba történő emelésével (Dunaföldvár: mézes, eperpálinkás wellness szolgáltatások), akár a környék látnivalóinak hangsúlyozásával (Tengelic), akár egyszeri „akcióikkal” (Tamási) a keresleti oldal megosztása által egymás versenytársává kezdenek válni.

A hévíz mellett jelentős turisztikai potenciált jelent a megye változatos felszíni vízhálózata – elsősorban a Duna, illetve a Duna menti holtágak (valamint a kisebb folyók, de főleg a Sió), valamint a mesterséges és természetes (halas) tavak (Kiskondai Halastavak, Szálkai tó, Hónig-pusztai halastavak, illetve a kisszékelyi Barátok tava, mint unikális, középkori eredetű halastó).

A két legnagyobb kijelölt fürdőhely és kemping – a Fadd-Dombori Holt-Duna ágon, valamint a Szálkai víztározó tavon – az utóbbi években jelentős fejlesztési forrásokban részesült, és egyre népszerűbb üdülőhelynek számít, nem kis részben a korszerűsítések és az üdülőfalvak igénybe vehető komplex szolgáltatásai miatt – a „strandolás” mellett versenyek (sárkányhajó verseny, autóstalálkozó), versenypályák (strandröplabda, kajak-kenu, football), ökoturisztikai látnivalók, kerékpárutak is várják a turistákat. A vízi turizmus idényjellegét kompenzálандó a horgászturizmus is egyre kihasználtabb (nem mellesleg a „műfajnak” komoly hagyományai vannak a megyében) – a horgászatot sok más aktív-öko turisztikai szolgáltatással – paintballal, nordic walkinggal, kerékpártúrákkal, geocachinggel – csomagban kínáló komoly

potenciállal bíró vállalkozás nem példa nélküli a megyében (ozorai Ozorádói Horgászparadicsom).

III.9 A Paktum terület termékei országos összevetésben

A fejezet zárásaként az elérhető statisztikai adatvagyon másodelemzésén keresztül is feltárjuk a megye termékstruktúráját és annak országos megoszláshoz képest vett sajátosságait.⁵⁴

A KSH 2014-re vonatkozó éves termékstatisztikai jelentésének kérdőíve nyilvánvalóan nem alkalmas a helyi termékek és a tömeggyártás eredményeként születettek elkülönítésére, azonban még így is egyedülálló információkat hordozhatnak, és segíthetnek a vizsgált terület sajátosságainak vagy hiányterületeinek azonosításában. Ezek szerepet játszhatnak a helyi termékként felfuttatható, helyben gyakorta előforduló terméktípusoknak a megismerésére, illetve a piaci rések körvonalazása révén a szociális gazdaság potenciális terepeinek meghatározásában.

A termékek szakágazatának kétjegyű kódjait vizsgálva kiderül, hogy Tolna megyében az átlagosnál nagyobb súlyt képvisel a bőr, bőrtermék, lábbeli gyártása; a villamos berendezés gyártása, illetve a nemfém ásványi termék gyártása. A többi megye termékstruktúrájához képest ugyanakkor kevésbé jelenik meg a gép, gépi berendezés gyártása; a vegyi anyag és termékgyártása; és a bútorgyártás. A részletesebb, négyjegyű szakágazatkódok alapján készült, gyakoriságalapú szófelhőket Tolnára vonatkozóan az 1. ábrán, a többi megye esetében pedig a 2. ábrán közöljük.

⁵⁴A jelen fejezet a Központi Statisztikai Hivatal GSZR és OSAP 1039 adatállományai felhasználásával készült. A dokumentumban foglalt számítások és az azokból levont következtetések kizárólag az OKT-FULL Kft., mint szerző szellemi termékei.

[illegible]

2. ábra: Az ország egyéb megyéinek területén létrehozott termékek besorolása négyjegyű szakágazat kódokba (szófelhő)



Forrás: KSH – Éves termékt statisztikai jelentés, 2014

IV. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Az alábbiakban röviden összefoglaljuk a helyi termékfejlesztés elméletéből és a megismert jó gyakorlatokból levezetve, hogy a helyi adottságok alapján milyen fejlesztési irányokat, ajánlásokat fogalmazhatunk meg a Paktum területét illetően:

- A vidéki Tolna adottságai – az atomerőművet nem számítva – leginkább a mezőgazdaságnak és a turizmusnak kedveznek. A helyi gazdaságfejlesztés lehetséges irányait meghatározó ágazatok körülményeit áttekintve annyi biztosan mondható, hogy a mezőgazdasághoz kapcsolódó feldolgozóipar, az ökológiai kincs, valamint a gazdag néprajzi hagyomány erős alapot képez; ezekhez kapcsolódóan számos előremutató kezdeményezést, társadalmi vállalkozást, helyi terméket azonosítottunk.
- A mezőgazdaságban jelenleg az alapanyag előállítás dominál, ugyan a megye jelentős mezőgazdasági területekkel rendelkezik a fő profil a szántóföldi növénytermesztésen – kukorica, búza, napraforgó – van, melynek zöme nem helyben kerül feldolgozásra. Az elmúlt években ugyanakkor ismét fejlődésnek indult a korábban intenzív zöldség- és gyümölcstermesztés, a Tolnai-dombvidék szőlészeteiben még sok piaci potenciál rejlik, az állattartásban pedig főleg a szarvasmarha állomány növekedése figyelhető meg. Figyelemre méltó emellett a méhészetek számának emelkedése, illetve növénytermesztésben az új, nem őshonos fajok – dió, füge – terjedése. A megye ezen felül kivételes vadállománnyal és nagymértékű halállománnyal rendelkezik, melyekre szintén érdemes alapozni a fejlesztés során.
- Az igazi előrelépést ugyanakkor a mezőgazdasági feldolgozóipar fejlesztése jelentené. Ugyan több helyen is megjelentek már a helyi termékek, és két példaértékű szociális szövetkezet is működik a vizsgált területen, mind a zöldség- és gyümölcsfeldolgozás, mind a borászat, mind az egyéb helyi termékek terén szükséges további innovatív megoldások felkutatása és felfuttatása.
- A mezőgazdasághoz nem közvetlenül kapcsolódó, de helyi identitással bíró feldolgozóipar tekintetében a hagyományos kézművesipar a legaktívabb, de láttuk, hogy

már a megyében is létezik olyan szociális szövetkezet, mely jó példát mutathat ezen a területen. Emellett azonban a gazdag és világszerte ismert helyi néprajzi kincs további felhasználásra kínálja magát.

- A turizmus kapcsán a komplex szolgáltatások azok a megoldások, melyek tényleges turisztikai vonzerőt gyakorolhatnak; ugyan láttunk ilyenre több jó példát (Tolnai borút, „Borok-Vizek-Kúriák” Zöldút, magánszálláshelyek komplex szolgáltatáskínálata, Sió projekt), de a helyi gazdasági szereplők egymás irányába mutató effektív kapcsolódási szintje a befektetések ellenére sem megfelelő.
- A hálózatosodás, a hatékonyságot növelő együttműködések a helyi kereskedelem-közösségi marketing tekintetben is sem érik el a megfelelő szintet, bár néhány előre mutató, és tovább fejlesztésre, adaptációra alkalmas példával már ez a terület is büszkélkedhet.
- Az elmaradott térségek helyi lakossága jellemzően bizalomhiányos mind individuálisan – egymás között – mind az intézmények irányába; ennek fejlesztése nem egyszerű feladat, de a helyi adottságokhoz adaptált bizalomépítő technikák elérhetők, ahogy saját fejlesztésű próbálkozásokról is van információ (az önkormányzatok, az egyházak és a civil szervezetek példái, Gyulaj). A társadalmi szövet sűrítésére, az interakciók élénkítésére, egyszóval a közösségépítésre számtalan technika ismert és elengedhetetlen a közösségi gazdaság minden vonatkozásában; helyi termékek értékesítésének közösségi szolgáltatásokkal kombinálása (Zöldalmaház; ésszerű, és előremutató minden olyan kezdeményezés, mely az értékek tudatosítását tűzi célul).
- A közösségépítéshez is kapcsolódva gazdasági jelentőséggel bírhatnak a közösségi önszolgáltató rendszerek és a helyi fizetőeszközök, pénzhelyettesítő eszközök. Ezek a megoldások általában a helyi termékek forgalmának élénküléséhez vezetnek; a kihasználatlan kapacitások kapcsolásának, a kereslethiány enyhítésének módszerei, melyek kellő körültekintés mellett célravezetők lehetnek; ennek ellenére a megye egyáltalán nem bővelkedik a hasonló megoldásokban.

- Nyilvánvaló, hogy a Tolna megyei vidék és az elmaradott térségek fejlesztésében az önkormányzatoknak vagy azok társulásainak, illetve az önkormányzati fenntartású szervezeteknek nagy szerep jut. Az önkormányzatok együttműködése evidens módon bővíti a lehetőségeket; a regionális szemlélet szem előtt tartása a pályázati forrásoknak köszönhetően egyáltalán nem példa nélküli; mindenesetre a mennyiségi együttműködés fokozása a minőséget is magával emeli – ez köztudott, de mégsem lehet elégszer hangsúlyozni (jelentős munkaerőkapacitás, a térségi munkamegosztás racionális kényszere).
- Ugyanakkor az önkormányzatokhoz kapcsolódó helyi intézmények – elsősorban mint felvevőpiacok – helyi gazdaságfejlesztésben betöltött szerepe sem elhanyagolható; ennek ellenére a rövid értékesítési – élelmiszer – láncokban rejlő potenciál kihasználása inkább kivétel mint szabály. Evidens példa a helyi iskolai közétkeztetés helyben termelt/feldolgozott termékekkel való ellátása; de a kvázi bedolgozás, a helyben jelentős szereplő önkormányzatok részére más területeken is kialakítható.
- A rövid értékesítési láncokban közösségi marketingben ugyanakkor jóval több potenciál elképzelhető, a helyi termékek létrehozásának és fellendítésének kapcsán, mint amennyi kihasználásra kerül. A helyben történő értékesítés a megyében is jól ismert példái mellett (termelői piac, út menti értékesítés, szedd magad, webáruház) más eszközök is rendelkezésre állnak; kevésbé ismert, de annál jobban kombinálható helyi adottságokkal és lehetőségekkel például a heti szatyor, vagyis a dobozrendszer, vagy egy ahhoz hasonló megoldás. Ennek lényege, hogy a fogyasztó egy olyan „szatyrot” rendel, amelynek tartalmát előre nem ismeri pontosan, azt a termelő vagy a szövetkezeti bolt – állítja össze számára egész heti ellátás biztosítása alapon a szezonnak és a termésnek megfelelően. A közösségi marketing megoldások adaptálása számára az adottságok tehát megvannak, a meglévő jó gyakorlatok ismertek, mégis kevés kezdeményezést látunk intézményesített formában. Az esetleg mégis létező vagy informálisan zajló megoldások feltárása, és támogatása elengedhetetlen fontosságú a fejlesztéshez.

- A tanúsítvány-rendszerek további kiterjesztése, esetleg újak létrehozása is létező út; ha Szekszárdon és környékén létezik ilyen, akkor Szekszárdon túl sem lehet akadálya a szavatolás rendszereinek megteremtésére. Ezen törekvések megtámogatására; mindazonáltal elgondolkodtató az a meglátás, hogy ahol minőségbiztosításra van szükség, ott nem történt meg a termék helyi beilleszkedése.
- Nem lehet eléggé a helyi termékek fejlesztése kapcsán hangsúlyozni, hogy a helyi vonatkozások mellett a globális körülmények ugyanannyira meghatározóak a fejlesztési irányok; kivált a turizmus fejlesztése kapcsán. A nagyon erős, akár nemzetközi erejű marketing-hadjáratok, láttuk, a nemzetközi jó gyakorlatoknál is lényegesebbek (noha nem feltétlenül elégséges feltételek), azonban a globális perspektíva lényege a nemzetközi trendekre való azonnali reakcióképességben rejlik. Erre nézve hatékony tájékoztatásra, szakértői kompetenciák igénybevételére, tudásközpontokra van szükség, mégis csak nyomokban láthatók ebben az irányban helyi kezdeményezések.
- Ezzel összefüggésben – de főleg a turizmus kapcsán– fontos hangsúlyozni, hogy a megye lappangó kulturális kincse valóban komoly perspektívát jelent. A nemzetközi turisztikai divathullámok kiszámíthatatlansága okán valószínűtlennek tűnő attrakciók egyik napról a másikra tömegeket mozgathatnak meg; a modern technológiák eredeti ötletekkel kombinálva nemzetközi hírnevet szerezhhetnek. A technológia fontosságát több múzeum is felismerte, azonban a néprajzi kincsben, a multikulturalitásban rejlő lehetőségek semmiképp sem piacósítottak számottevő mértékben (pl. a sváb örökség kapcsán).

V. A KULCSPROJEKT TERVEK AZONOSÍTÁSA ÉS RÖVID LEÍRÁSA

A javasolt kulcsprojekt tervek a műszaki leírásban foglaltaknak megfelelően a szociális gazdaság fejlesztése okán kerültek kiválasztásra, ugyanakkor minden esetben figyelembe vettük annak lehetőségét, hogy a megye egyéb gazdasági szereplői is csatlakozni tudjanak a kezdeményezésekhez, aktív résztvevői és haszonélvezői lehessenek a javasolt projektek eredményeinek. A projektek azonosításakor emellett törekedtünk arra is, hogy a lehető legszélesebb körben kapcsolódjanak a megye Foglalkoztatási Stratégiájában meghatározott prioritásokhoz. A kulcsprojektek megvalósításához a finanszírozási háttér biztosítása szükséges, mely különféle forrásokból történhet.

A kulcsprojekt tervek részletezése önálló dokumentum keretében történik.

V.1. A kulcsprojektek azonosítási szempontjai

A kulcsprojektek azonosítása az alábbi szempontok figyelembe vételével történt:

- A kulcsprojektek összhangban legyenek az Európai Unió hivatalos dokumentumaiban megfogalmazott prioritásokkal, ezen belül különösen az Európai Bizottság „szociális vállalkozás” kezdeményezés (Social Business Initiative) elnevezésű dokumentumában megfogalmazott tizenegy kiemelt intézkedési javaslattal.
- A hazai jogszabályi környezet alapján pontosan meghatározható a szociális gazdaság helye a nemzetgazdaságon belül. A kulcsprojektek azonosítása során kiemelt szempont volt a jogszabályokból levezethető koncepcionális fejlesztési irányok lekövetése.
- Tolna megye különböző stratégiai dokumentumai részletekbe menően taglalják a megye gazdaságfejlesztési és foglalkoztatáspolitikai prioritásait, ill. a fejlesztési irányokat kijelölő intézkedéseket. Valamennyi azonosított kulcsprojekttel szemben elvárás volt, hogy szorosan kapcsolódjon a megyei stratégiákban foglaltakhoz.

- Tolna Megyei Foglalkoztatási Együttműködési Program (Paktum) megvalósíthatósági tanulmánya elsődleges információforrás volt a kulcsprojektek azonosítása során, ahogy erre a projektek részletes leírása során többször is hivatkozunk.
- Helyzetelemzésünkben társadalmi és gazdasági szempontokat figyelembe véve részletesen feltártuk Tolna megye helyi sajátosságait, melyeket a kulcsprojektek azonosítása során magas prioritással vettünk figyelembe. Ezen belül a jó gyakorlatok figyelembe vétele elsődleges szempont volt.
- Az infokommunikációval foglalkozó megyei szintű elemzésünk rámutatott arra, hogy az internet által kínált megoldások rendkívül perspektivikus lehetőségeket rejtenek a szociális gazdaság vonatkozásában is, így ezen szempontot szintén figyelembe vettük a kulcsprojektek kiválasztása során.
- A költséghatékony megvalósíthatóság és a hosszú távú fenntarthatóság minden azonosított kulcsprojekt meghatározó jellemzője.

V.2. Kulcsprojektek azonosítása

A tanulmány keretében öt kulcsprojektet azonosítottunk az előző fejezetben megadott azonosítási szempontokat figyelembe véve. A kulcsprojektek részletes terveit a harmadik produktum tartalmazza, itt csak annak tematikus kivonata található. A kulcsprojektek minden esetben kapcsolódnak a szociális gazdaság fejlesztésére irányuló stratégiában és akciótervben foglalt célkitűzésekhez és beavatkozásokhoz, a kapcsolódás megjelölésére a fejezetben külön kitérünk.

V.2.1 Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja

A projekt keretében létrejön Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja, mely elsősorban a szociális gazdaság Tolna megyei szereplői számára kínál információáramlást hatékonyan segítő szolgáltatásokat, valamint piacbővítést szolgáló közösségi együttműködési

lehetőségeket. A Platform internet alapú szolgáltatásokra épül, melyek a megye csaknem minden településén elérhető ingyenes internet elérési pontokon is igénybe vehetők.

A Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja kulcsprojekt *A helyi közösségek gazdaságfejlesztésre gyakorolt hatásának növelése* stratégiai célkitűzésen belül a 2.2. *Közösségfejlesztés korszerű infokommunikációs technológiai megoldásokra alapozva* beavatkozáshoz kapcsolódik.

A Foglalkoztatási Stratégia kapcsolódó prioritásai:

- 1. Fiatalok munkaerő-piaci integrációja,
- 4. Munkaerő-piaci alkalmazkodóképesség fejlesztése, munkáltatói igényeken alapuló munkaerő-fejlesztési programok támogatása
- 8. Szociális gazdaság nonprofit foglalkoztatási programok támogatása
- 9. Munkaerő-piaci belépés segítése,
- 10. Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása,

V.2.2 „Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása

A projekt célja egy Tolna megyei tanúsítvány rendszer létrehozása, mely a Tolna megyében előállított és elsősorban helyi, tehát Tolna megyei fogyasztóknak szánt termékek és szolgáltatások tanúsítására szolgáló rendszer. A tanúsítvány célja a gazdasági, ezen belül a szociális gazdasági szereplők megrendelői körének bővítése, a helyi termékek láthatóvá tétele és a tudatos vásárlói attitűdök kialakítása helyi közösségi együttműködés keretében.

A „Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása kulcsprojekt a *Helyi termékek és szolgáltatások fejlesztése* stratégiai célkitűzésen belül az 5.1. beavatkozáshoz kapcsolódik, mely beavatkozás ugyanezt a nevet viseli.

A Foglalkoztatási Stratégia kapcsolódó prioritásai:

- 4. Munkaerő-piaci alkalmazkodóképesség fejlesztése, munkáltatói igényeken alapuló munkaerő-fejlesztési programok támogatása
- 8. Szociális gazdaság nonprofit foglalkoztatási programok támogatása

- 10. Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása,

V.2.3 Tolna Megye Községi e-Piactere

A Tolna Megye Községi e-Piactere internet alapú közösségi kereskedelmi rendszer, mely a megye gazdasági szereplői – így többek között a szociális gazdaságok – számára nyújt elektronikus kereskedelmi szolgáltatásokat. A rendszer különlegessége a tipikus webes áruházakhoz képest, hogy a rendszerszereplők közötti belső fogyasztást kifejezetten ösztönzi, valamint tolnai specialitásokat kínáló termelői és szolgáltatói közösségként jeleníti meg a vállalkozásokat az internetes látogatók számára.

A Tolna Megye Községi e-Piactere kulcsprojekt *A helyi közösségek gazdaságfejlesztésre gyakorolt hatásának növelése* stratégiai célkitűzésen belül az *2.1. Helyi fogyasztás ösztönzése, fogyasztási közösségek létrehozása* beavatkozáshoz kapcsolódik.

A Foglalkoztatási Stratégia kapcsolódó prioritásai:

- 1. Fiatalok munkaerő-piaci integrációja,
- 4. Munkaerő-piaci alkalmazkodóképesség fejlesztése, munkáltatói igényeken alapuló munkaerő-fejlesztési programok támogatása
- 8. Szociális gazdaság nonprofit foglalkoztatási programok támogatása
- 9. Munkaerő-piaci belépés segítése,
- 10. Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása,

V.2.4 Kompetencia inkubáció mentorálás révén

A projekt célja a megye területén induló / működő mikro- és kisvállalkozások, kiemelten pedig a szociális gazdaság szereplőinek (szak)mentorálása, napi gyakorlatba ágyazott képzése olyan területeken, melyek speciális, a megyében korlátozottan és/vagy drágán elérhető szakképzettséget igényelnek. Ilyen terület a pénzügy, a menedzsment, a jog, a marketing és az elemzés. A mentorháló emellett a forráskataszterben szereplő lehetőségekhez kapcsolódóan

projektgenerálásban és pályázatírásban is közreműködik. A projekt keretében nyújtott ingyenes szolgáltatások hozzájárulnak ahhoz, hogy a megyében kitermelődjön egy olyan gyakorlati speciális tudással rendelkező réteg, aki a továbbiakban alulról szerveződő módon, helyi tudásmegosztás formájában hosszútávon hozzájárulhat a megye gazdasági fejlődéséhez.

A Kompetencia Inkubáció mentorálás révén kulcsprojekt *A jól működő szociális gazdaságok alkalmazkodóképességének növelése* stratégiai célkitűzésen belül az *1.3. Támogató mentorhálózat létrehozása* beavatkozáshoz kapcsolódik.

A Foglalkoztatási Stratégia kapcsolódó prioritásai:

- 1. Fiatalok munkaerő-piaci integrációja,
- 2. Egész életen át tartó tanulás ösztönzése a szak- és felnőttképzés támogatásával és fejlesztésével,
- 4. Munkaerő-piaci alkalmazkodóképesség fejlesztése, munkáltatói igényeken alapuló munkaerő-fejlesztési programok támogatása
- 6. A jogszerű foglalkoztatás ösztönzése, foglalkoztatói fejlesztések támogatása
- 8. Szociális gazdaság nonprofit foglalkoztatási programok támogatása
- 9. Munkaerő-piaci belépés segítése,
- 10. Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása,

V.2.5 Közösségi Idősgondozói Hálózat

A projekt célja olyan átfogó megyei hálózat kialakítása, amely a szolgáltatáshiányos területeken a szociális gazdaság keretein belül, munkaerő-piaci szempontból hátrányos helyzetű csoportok bevonása révén kívánja ellátni a demográfiai és elvándorlási tendenciák okán egyre növekvő számú helyi időskorú népességet. A projekt keretében első lépésben a bevont célcsoport képzése, alkalmassá tétele valósul meg a szaktudást nem igénylő tevékenységek ellátásához. A munkához jutás elősegítése, illetve a megyei szolgáltatási kapacitás és színvonal fejlesztése mellett a projekt hozzájárul az aktív korú népesség rokonai ápolása miatt fellépő leterheltségének csökkentéséhez, illetve a helyi időskorúak által ismert

tradíciók, tudás generációk közötti megosztásához is. Utóbbi akár a helyi termékfejlesztés kapcsán is megtermékenyítő hatást gyakorolhat. A Községi idősgondozói hálózat – sikeres működés és kedvező tapasztalatok birtokában – a későbbiekben tovább fejleszthető minden olyan irányba, amikor a személyes jelenlét megoldást jelent egy-egy adott helyi problémára. Ilyen fejlesztési irány lehet a gyermekfelügyelet ellátása, a meglévő struktúra „pótnagyi” hálózattá történő bővítése.

A Községi idősgondozói hálózat kulcsprojekt a *Helyi termékek és szolgáltatások fejlesztése* stratégiai célkitűzésen belül az 5.2. *Idősgondozási és betegápolási rendszer kibővítése a szociális gazdaságra alapozva* beavatkozáshoz kapcsolódik.

A Foglalkoztatási Stratégia kapcsolódó prioritásai:

- 1. Fiatalok munkaerő-piaci integrációja,
- 2. Egész életen át tartó tanulás ösztönzése a szak- és felnőttképzés támogatásával és fejlesztésével,
- 4. Munkaerő-piaci alkalmazkodóképesség fejlesztése, munkáltatói igényeken alapuló munkaerő-fejlesztési programok támogatása
- 5. A munkahelyi rugalmasság ösztönzése, a munka és a magánélet összehangolásának elősegítése, a kisgyermekes nők foglalkoztatásának támogatása
- 8. Szociális gazdaság nonprofit foglalkoztatási programok támogatása
- 9. Munkaerő-piaci belépés segítése,
- 10. Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása

V.3. A kulcsprojektek célmeghatározása

Az egyes kulcsprojektek célmeghatározását az alábbiakban foglaljuk össze:

Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja

- Átfogó célok
 - A munkaerő-piaci szereplők közötti együttműködés erősítése
 - A területi sajátosságokon alapuló fejlettségbeli különbségek mérséklése

- Együttműködés ösztönzése a munkaerő-piacra történő belépés elősegítése érdekében
- Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása
- Hátrányos helyzetű munkavállalók aktivizálása
- Konkrét célok
 - Községi tevékenységek létrejöttének támogatása, melynek keretében az ágazat szereplői közötti együttműködési hajlandóság növekszik.
 - Kapcsolatépítés lehetőségének biztosítása
 - Szociális gazdaság szereplői közötti belső információáramlás felgyorsítása, minőségének és hatékonyságának növelése
 - Munkaerő-piaci szempontból releváns tapasztalatok megosztása
 - Tolna megye szociális gazdaságának szereplői közötti elektronikus kommunikáció intenzitásának növelése
 - Az elektronikus kommunikáció feltételrendszerének megteremtése, mind infrastruktúra, mind pedig humán erőforrás kompetenciaterületek vonatkozásában

„Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása

- Átfogó célok
 - Piaci munkahelyek bővítése helyi vállalkozóknál, vállalkozásösztönzés
 - A helyi gazdaság és a szociális gazdaság fejlesztése
 - A helyi termékek és szolgáltatások fejlesztésének ösztönzése
 - Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása
 - Hátrányos helyzetű munkavállalók aktivizálása
- Konkrét célok

- A megye lakossága számára megkülönböztető jelzéssel ellátni azokat a termékeket és szolgáltatásokat, melyek megvásárlásával a helyi gazdaság fejlesztéséhez, ezáltal a munkahelyek megtartásához hozzájárulnak
- „Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” (továbbiakban: TaT) tanúsítvány használatára vonatkozó szabályok kialakítása, tanúsítási rendszer kidolgozása és bevezetése
- A TaT tanúsítvány népszerűsítése a megye lakossága körében
- egységes marketing tevékenység elősegítése

Tolna Megye Községi e-Piactere

- Átfogó célok
 - Széles körű, gazdasági célú vállalkozói együttműködések (klaszterek, projektszervezetek) támogatása a Tolna megyei vállalkozások piaci szerepvállalásának megerősítése érdekében ágazatonként, illetve termékpályánként
 - A helyi gazdaság és a szociális gazdaság fejlesztése
 - A helyi termékek és szolgáltatások fejlesztésének ösztönzése
 - Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása
 - Hátrányos helyzetű munkavállalók aktivizálása
 - Vállalkozások foglalkoztatási képességének erősítése
 - Termék-, technológiai és szervezeti újítások ösztönzése és támogató környezet megteremtése
 - Kis- és középvállalkozások szolgáltatásfejlesztése
 - IKT- technológiák használatának ösztönzése az üzleti életben
 - Bevé尔特ermelő, értéknövelő, költségcsökkentő fejlesztések
 - A helyben előállított termékek piaci értékesítésének elősegítése
- Konkrét célok

- A helyi vállalkozások nyereségének növelése, ezáltal a munkaerő-piaci szempontú stabilitásuk erősítése
- Közösségi vásárlási rendszer keretében a helyi közösség erősítése
- A szociális gazdaság láthatóságának növelése
- Fenntartható és korszerű információs rendszer kifejlesztése és piaci jelenlétének megerősítése

Kompetencia inkubáció mentorálás tévén

- Átfogó célok
 - Piaci munkahelyek bővítése helyi vállalkozóknál, vállalkozásösztönzés
 - A helyi gazdaság és a szociális gazdaság fejlesztése
 - A helyi termékek és szolgáltatások fejlesztésének ösztönzése
 - Piaci keresletnek megfelelő átképzés, továbbképzés támogatása
 - Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása
 - Hátrányos helyzetű munkavállalók aktivizálása
- Konkrét célok
 - A vállalkozói tevékenységhez kapcsolódó speciális ismeretek bővítése
 - Vállalkozói hajlandóság növelése, vállalkozói kultúra meghonosítása
 - Hozzájárulás a megye gazdasági szereplőinek hatékonyságnöveléséhez
 - A szociális gazdaság szereplői közötti tudásmegosztás ösztönzése
 - Munkaerő-piaci szempontból releváns tapasztalatok megosztása
 - A projekt fejlesztői, pályázat írói képességek fejlesztése

Közösségi Idősgondozói Hálózat

- Átfogó célok
 - Hátrányos helyzetű munkavállalók aktivizálása
 - Hátrányos helyzetű munkanélküliek és inaktívak foglalkoztathatóságának javítása

- Piaci keresletnek megfelelő átképzés, továbbképzés támogatása
 - A szociális gazdaság fejlesztése
 - A helyi termékek és szolgáltatások fejlesztésének ösztönzése
 - Partnerség kialakítása az önkormányzatok és a szociális gazdaság szereplői között
- Konkrét célok
- Célcsoport képzettségi szintjének növelése
 - Célcsoport munkába állásának támogatása
 - Helyi igényekhez alkalmazkodó, fenntartható munkahelyek létrehozása
 - Megyei szolgáltatási kapacitás és színvonal fejlesztése
 - Aktív korú népesség leterheltségének csökkentése
 - Idős generációk életminőségének javítása, generációk közötti tudásmegosztás ösztönzése

V.4. A kulcsprojektek célcsoportja

A kulcsprojektek közvetlen és közvetett célcsoportjait a jelentős átfedések miatt nem ismertetjük jelen fejezetben kulcsprojektenkénti bontásban, miután a részletes projekt tervek tartalmazzák a célcsoportok projektenként történő szétválasztását.

Külön bontás nélkül összefoglalva az öt projekt által érintett főbb közvetlen célcsoportot az alábbi felsorolást kapjuk:

- A programba bevonható hátrányos helyzetűek
 - Alacsony iskolai végzettségűek
 - 25 év alatti fiatalok, vagy 30 év alatti pályakezdő álláskereső
 - 50 év felettiek
 - GYED-ről, GYES-ről, ápolási díjról visszatérők, vagy legalább egy gyermeket egyedül nevelő felnőttek
 - Foglalkoztatást helyettesítő támogatásban részesülők
 - Tartós munkanélküliséggel veszélyeztetettek

- Megváltozott munkaképességű személyek
- Roma nemzetiséghez tartozó személyek
- Alacsony iskolázottságú vagy elavult szakképzettséggel rendelkező álláskereső
- 25 év alatti fiatalok, vagy 30 év alatti pályakezdő álláskereső célcsoportja
- 50 év feletti célcsoportja
- A GYES-ről, GYED-ről visszatérni kívánó nők
- A tartós munkanélküliséggel veszélyeztetett célcsoport
- A megye gazdaságának, azon belül szociális gazdaságának szereplői
- Tolna megye lakossága
- A házi segítségnyújtás biztosításában jelenleg érintett szervezetek, munkavállalók, az ellátott időskorú lakosság
- Önkormányzatok
- Civil szervezetek

V.5. A kulcsprojektek költségei

Elöljáróban fontos megjegyezni, hogy a tanulmány készítésének időpontjában a költségkeret felosztása nem ismert, ezért szükség esetén a táblázatban megadott érték utólagos korrekciója válhat szükségessé.

Az alábbi táblázat összefoglalja a kulcsprojektek teljes körű megvalósításának tervezett költségeit. Fontos megjegyezni, hogy a költségtervezés során figyelembe vettük, hogy a projektek nemcsak a szociális gazdaság számára nyújtanak szolgáltatásokat, ezért a megjelölt projektek esetében nemcsak a szociális gazdaságra esetlegesen elkülönített forrásokat vettük figyelembe, hanem további prioritások és egyéb pályázati lehetőségek bevonásával is számoltunk.

1. táblázat: A kulcsprojektek költségterve

Kulcsprojekt megnevezése	Tervezett bruttó költség [Ft]
Tolna Megye Gazdasági Együtműködési Platformja	45 000 000
„Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása	15 000 000
Tolna Megye Községi e-Piactere	41 000 000
Kompetencia inkubáció mentorálás tévén	47 500 000
Közösségi Idősgondozói Hálózat	26 000 000
Összesen:	174 500 000

A Befektetés ösztönzés a szociális gazdaság fejlesztésére irányuló stratégia és akcióterv megnevezésű dokumentumban – modellszámítás segítségével – javaslat szinten meghatároztuk azokat a kiadásokat, melyeket a Paktum Projekt az akcióterv egyes elemeiből finanszírozhat. Ezen eredményeket az egyes kulcsprojekt leírásokban is közöljük, ill. az alábbi táblázatban összefoglaljuk.

2. táblázat: Javasolt Paktum Projekt finanszírozás költségmeneként	Javasolt Paktum Projekt finanszírozás költségmeneként		
Kulcsprojekt megnevezése	Célcsoport személy jellegű ráfordításai [Ft]	Célcsoport lakhatási és útiköltsége [Ft]	Célcsoport képzési költségei [Ft]
Tolna Megye Gazdasági Együtműködési Platformja	6 400 000	0	4 000 000
„Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása	2 300 000	0	0

Tolna Megye Községi e-Piactere	6 100 000	0	3 700 000
Kompetencia inkubáció mentorálás tévén ⁵⁵	3 800 000	800 000	2 200 000
Közösségi Idősgondozói Hálózat ⁵⁶	2 300 000	0	1 300 000
Összesen:	20 900 000	800 000	11 200 000

Összefoglalva megállapítható, hogy a Paktum Projekt bevonni javasolt forrásai mellett a további költségeket a projektgazda saját forrásának, egyéb támogatásnak vagy pályázati forrásnak terhére szükséges biztosítani.

V.6. A kulcsprojektek várható eredményei

A kulcsprojektek várható eredményeit felsorolás-szerűen tartalmazza a fejezet.

Tolna Megye Gazdasági Együttműködési Platformja

- A munkanélküliek és közfoglalkoztatottak aktivitása növekszik.
- A szociális gazdaság szereplői sikeresebbé válnak a különböző pályázatokon.
- A szociális gazdaság fejlődése „láthatóvá válik” a megye lakói számára.
- A szociális gazdaság szereplői időben megkapják a tevékenységeik tervezéséhez és végzéséhez szükséges információkat.
- Az érintettek közötti kommunikáció hatékonysága növekszik.
- A jó gyakorlatok megismerése által lehetővé válik a sikeresen működő vállalkozások tevékenységének bővítése.
- A megyei szociális gazdaságának működését koordináló és felügyeletét ellátó szervezetek adminisztrációs terhei csökkennek a kommunikációs csatorna leegyszerűsítésével.

„Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” tanúsítvány rendszer kialakítása

- A szociális gazdaság fejlődése „láthatóvá válik” a megye lakói számára.
- A megye lakói azonosítani tudják a helyi termékeket és szolgáltatásokat.
- A fizetőképes kereslet egy része helyi termékek és szolgáltatások felé orientálódik.
- A kereslet növekedése által a vállalkozások munkaerő megtartó képessége növekszik.
- A helyi közösségek szerepe növekszik a megyei gazdaság fejlesztésében
- Közösségmegtartó és erősítő szerepe okán a „Tolnaiaktól a Tolnaiaknak” mozgalommá válik, mely a helyi lehetőségeket részesíti előnyben és ezt bátran felvállalja és hirdeti.

Tolna Megye Községi e-Piactere

- A helyben előállított termékek piaci részesedése kimutathatóan növekszik.
- A szociális gazdaság szereplői új értékesítési csatornához jutnak, ami által költségcsökkentés valósítható meg.
- A hátrányos helyzetű munkavállalók foglalkoztatottsága növekszik.
- A közmunkaprogramban résztvevők egyre inkább a szociális gazdaság keretein belül vállalnak munkát.
- Az internetes technológia mintapéldaként jelenik meg a vállalkozások előtt, mely újabb igényeket indukál az infokommunikációs technológiai megoldások területén.
- Széles körű vállalkozói és fogyasztói együttműködések jönnek létre.
- A fiatalok munkaerő-piaci integrációját elősegíti a korszerű, célcsoport által napi szinten alkalmazott infokommunikációs technológiák alkalmazása.

Kompetencia inkubáció mentorálás révén

- Vállalkozói hajlandóság növekedése a megyében
- A helyi termékek és szolgáltatások minőségének és láthatóságának javulása
- A munkanélküliek és közfoglalkoztatottak aktivizálása
- Pályázati hajlandóság növekedése
- A szociális gazdaság szereplőinek sikeresebbé válása a különböző pályázatokon
- A szociális gazdaság szereplőinek kompetencia készlete és ismeretei fejlődnek
- A megszerzett ismeretek és gyakorlati tudás egymás közötti megosztása fokozódik
- Az elérhető tájékoztató anyagok, tananyagok mennyisége és minősége javul

Közösségi Idősgondozói Hálózat

- A munkanélküliek és közfoglalkoztatottak aktivizálása
- Foglalkoztatás bővülése fenntartható módon
- Képzettségi szint növekedése a Hálózat munkájába bevont célcsoporttagok esetében
- Helyi igények kielégítése a szociális gazdaság révén
- Működő modell fejlesztése az alapellátások szociális gazdaság általi biztosítására
- Helyi alapellátás szolgáltatási színvonalának és kapacitásainak fejlesztése
- Aktív generációk tehermentesítése
- Időskorúak életminőségének javulása

FELHASZNÁLT ÉS AJÁNLOTT TOVÁBBI IRODALOM

- A Bakony és Balaton Keleti Kapuja Egyesület LEADER HACS területén a nyitott pincék hálózatával szembeni minőségi elvárások. Bakony és Balaton Keleti Kapuja Egyesület http://www.bakonyesbalaton.hu/media/downloads/Helyi_elelmiszerek_marketingje.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.18)
- A Bizottság Jelentése az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak. A helyi termelésre és a közvetlen értékesítésekre vonatkozó címkézési rendszerről {SWD(2013) 501 final} Brüsszel, 2013.12.6. COM(2013) 866 final http://ec.europa.eu/agriculture/quality/local-farming-direct-sales/pdf/com-report-12-2013_hu.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.29)
- Alapozó tanulmány a Mecseki Mézeskörút kialakításához (szerző: Kovács Dezső PhD) Baranya Megyei Falusi Turizmus Közhasznú Szövetség. Pécs 2014 <http://mezeshaz.ewk.hu/feltolt/MEZESKORUTTANULMANY.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.22)
- Amilien, Virginie – Vittersø, Gunnar (Szerk.,2005): Local Foods Anthropology Of Food 4 | May 2005 : <http://aof.revues.org/305> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.24)
- Bessière, Jacinthe: Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas Sociologia Ruralis Volume 38, Issue 1, pages 21–34, April 1998
- Brown, Cheryl – Miller, Stacy: The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA) *Am. J. Agr. Econ.* (2008) 90 (5): 1298-1302
- Buller, Henry: Re-creating rural territories: LEADER in France Sociologia Ruralis Volume 40, Issue 2, pages 190–199, April 2000

Családi gazdaságok alapanyagtermelésére épülő, helyi jelentőségű feldolgozók megvalósíthatósága. Savanyúság előállító üzem / Mézfeldolgozó üzem Készítette: Granex-Food Élelmiszeripari és Környezetvédelmi Kft. Szeged 2002
http://www.homokhatsag.hu/portal/e107_files/downloads/tanulmany/savanyito.pdf,
http://www.egrimehesz.hu/wp-content/uploads/irodalom/tanulmany_mezfeldolgozo.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.16)

Darby, K., Batte, M.T., Ernst, S., and Roe, B. (2008). Decomposing local: A conjoint analysis of locally produced foods. American Journal of Agricultural Economics, 90(2), 476-486.

Esettanulmányok gyűjteménye a helyi hozzáadott érték növeléséhez (Szerkesztő: Kajati György) A Kárpát-Medence Civil Társadalmának Tudományos és Ismeretterjesztő Közleményei VIII. szám Kárpátikum Közhasznú Alapítvány Eger 2011.
<http://www.karpatikum.hu/doc/VIII.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.30)

European Handbook on Community Supported Agriculture Sharing Experiences Community Supported Agriculture for Europe project Vienna, June 2013
http://www.urgenci.net/uploads/CSA4EUrope_Handbook.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.28)

G. Fekete É. (2011): Helyi termékek előállításának és értékesítésének kistérségi koordinációja A Falu 2011 tavasz-nyár 47-56.

HAGYOMÁNYOK – ÍZEK – RÉGIÓK: Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye. Készítette: Agrármarketing Centrum, Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium, 2002.
<http://www.amc.hu/vedjegyek/hir/hagyomanyok%E2%80%93izek%E2%80%93regiok-hir-program> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.19)

Hand, Michael S. – Martinez, Stephen: Just What Does Local Mean? Choices 1st Quarter 2010 | 25(1) <http://farmdoc.illinois.edu/policy/choices/20101/2010102/2010102.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.17)

Hardesty, Shermain D.: The Growing Role of Local Food Markets *Am. J. Agr. Econ.* (2008) 90 (5): 1289-1295

Helyi közösségek a mezőgazdasági sokféleségért Magyarországon (Szerzők : Kiss Csilla, Bela Györgyi és Bodorkós Barbara) Védegylet Egyesület Budapest, 2012. <http://www.vedegylet.hu/kepek/201208tajfajtaskiadvany.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.26)

Helyi termék értékesítése és előállítása a Szentlőrinci és Szigetvári kistérségekben Szinergia Egyesület 2011 <http://leaderszinergia.hu/upload/document/documents/HelyitermektanulmanySzinergia.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.24)

Helyi termék és környezeti fenntarthatósági ÚTMUTATÓ. Készült: a Göcsej Védjegytől a Hungaricumig – környezettudatosság az élelmiszerfogyasztásban című, KEOP 6.1.0/B/11-2011-0013 számú projekt keretében. Humán Esély Tanácsadó Nonprofit Közhasznú Kft. 2010 <http://www.humanesely.hu/files/Utmutato2.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.21)

Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termárvölgyében Kutatási Zárótanulmány (készítette: Dr. G. Fekete Éva) Zala Termárvölgye Egyesület 2009.november 30. http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.19)

Helyi termékek és termelői önszerveződés A Nemzeti Fenntartható Fejlődési Keretstratégiát támogató tanulmány (Készítette: Bördös Katalin, Luksander Alexandra, Megyesi Boldizsár, Mike Károly - Balás Gábor és Csité András közreműködésével) HÉTFA

Kutatóintézet Budapest, 2012. május 30. http://hetfa.hu/wp-content/uploads/file/NFFT_zarotanutmany.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.30)

Helyi termelői piac jó higiéniai gyakorlat útmutató (Szerzők: Dr. Lukács Attila (Lupi-Vet Kft.), Szabadkai Andrea (SZÖVET), Dr. Török József) Élő Tisza Szövetség 2012. november <http://elotisza.hu/uploads/dokumentumtar/helyi-termelo-piac-jo-higieniai-gyakorlat-utmutatotanutmany.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.18)

Helyi termelői piac kialakításának feltételei és működtetése Csákberényben (Készítette: Baloghné Bóna Eszter) Csákberény Község Önkormányzata; 2013. http://vercse.hu/tanulmany_csakbereny_piac_2013.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.22)

Helyi, minőségi termékek a közétkeztetésben – közbeszerzési kisokos (Szerző: dr. Perczel Zsófia) Védegylet Egyesület Budapest, 2012. <http://www.vedegylet.hu/doc/kozetkeztetes.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.16)

Környezettudatos Göcseji Helyi Termék Iránytű: Humán Esély Tanácsadó Nonprofit Közhasznú Kft. 2010 <http://www.humanesely.hu/images/stories/anyagok/iranytu.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.27)

Martinez, Steve (2010): Local Food Systems - Concepts, Impacts, and Issues. Economic Research Report Number 97 May 2010 United States Department of Agriculture <http://permanent.access.gpo.gov/lps125302/ERR97.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.23)

Ostrom, M. (2007). Everyday meanings of 'local food': Views from home and field. Community Development 37, 65-78.

Piacképes helyi termékek a Gerence – Marcal – Rába partján és a Somló környékén Készítette: „Kristály-völgy” Terület- és Vidékfejlesztési Egyesület Ajka, 2009 http://www.gemarask.hu/files/Gemara_SK_helyitermek_tanulmany.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.16)

- Pirog, E. – McCann, N. (2009): Is Local Food More Expensive? A Consumer Price Perspective on Local and Non-Local Foods Purchased in Iowa Leopold Center for Sustainable Agriculture <http://www.leopold.iastate.edu/sites/default/files/pubs-and-papers/2009-12-local-food-more-expensice-consumer-price-perspective-local-and-non-local-foods-purchased-iowa.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.25)
- Popovics, A. (2009): A földrajzi helyhez kapcsolódó és a hagyományos magyar termékek lehetséges szerepe az élelmiszerfogyasztói magatartásban. Doktori (PhD) értekezés, Szent István Egyetem - Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola, Gödöllő, 2009
- Schneider, M.L., and Francis, C.A. (2005). Marketing locally produced foods: Consumer and farmer opinions in Washington County, Nebraska. Renewable Agriculture and Food Systems, 20(4), 252-260.
- Severson, K. (2009, May 13). When ‘Local’ Makes it Big. The New York Times, p. D-1.
- Somló Zöldítő. Az értékteremtés, értékmentés és a fenntartható fogyasztás komplex mintaprogramja „Kristály-völgy” Egyesület Ajka 2012.<http://umvp.kormany.hu/download/7/7f/50000/K%C3%B6nyvezettudatos%20helyi%20term%C3%A9k%20fesztiv%C3%A1l%20kialak%C3%ADt%C3%A1s%C3%A1nak%20koncep%C3%B3ja.pdf> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.21)
- Suvák Andrea (2009): A helyi élelmiszertermeléshez köthető stratégiák. In: LI Georgikon napok, elektronikus kiadvány ISBN 978-963-9639-35-5 <http://www.georgikon.hu/napok/pub.aspx> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.19)
- Tregear, A. Arfini, F. Belletti, G. Marescotti, A. (2007) Regional foods and rural development: The role of product qualification (Regionális élelmiszerek és vidékfejlesztés: A termékminősítés szerepe) Journal of Rural Studies 23 (1) pp. 12–22.

Troján Szabolcs, Varga Zsuzsanna, Kalmárné Hollósi Erika (2009): Állati eredetű „helyi termékek” értékesítési lehetőségei, avagy termékpálya – röviden. Animal Welfare, Etológia és Tartástechnológia Volume 5 Issue 4 Különszám Gödöllő

Védjegyekalauz. Készült: a Göcsej Védjegytől a Hungaricumig – környezettudatosság az élelmiszerfogyasztásban című, KEOP 6.1.0/B/11-2011-0013 számú projekt keretében. Humán Esély Tanácsadó Nonprofit Közhasznú Kft. 2010 http://www.humanesely.hu/images/stories/anyagok/vedjegyekalauz_web.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.31)

Völgy vidék Gazdaságfejlesztési Stratégiája. (szerk.: Bodó Erzsébet Tünde) Völgy vidék Vidékfejlesztési Közösség Közhasznú Egyesület Baracska, 2009. szeptember 30. http://www.volgyvidek.hu/attachments/VVK_helyi_termek_tanulmany.pdf (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.25)

Weerdt De, Sarah (2013): Is Local Food Better? World Watch Magazine, May/June, Volume 22, No. 3 <http://www.worldwatch.org/node/6064> (Utolsó letöltés dátuma: 2017.01.19)

Válogatás helyi termékekkel foglalkozó honlapokból:

<http://helyitermek.com/>

<http://magyartermekkereskedohaz.hu/>

<http://www.elestar.hu>

<http://www.elotisza.hu>

<http://www.helyitermekfesztival.hu/>

<http://www.helyitermekmagazin.hu/>

<http://www.magyarkezek.hu/>

<http://www.naturhalo.hu/>

<http://www.orszagoshelyitermek.hu>

<http://www.pannonproduct.hu>

<http://www.pannonproduct.hu/>

www.helyipiac.eu

<http://www.sustainabletable.org/254/local-regional-food-systems>

<http://localfoods.about.com/od/>