

Helyi élelmiszer rendszerek a világban, az EU-ban és Magyarországon

Gyarmati Gábor Ph.D.

Adjunktus, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar,

gyarmati.gabor@kgk.uni-obuda.hu

Abstract: A helyi élelmiszer rendszereknek és azon belül a rövid ellátási láncoknak egyre nagyobb jelentőséget tulajdoníthatunk a vidékfejlesztésben. Ezeknek a rendszerek számos előnnyel rendelkeznek, többek között építik a helyi közösségeket, mélyítik a szereplők közti bizalmat, a megkérdezettek szerint egészségesebb, táplálódóbb élelmiszerekhez juthatnak hozzá a fogyasztók. Óvják a környezetet, társadalmi és gazdasági hasznot jelentenek. A Közös Agrárpolitika is kiemelten kezeli e rendszereket és a vidékfejlesztési programok része lett. Hazánkban azonban hiába jelentkezett ez az igény, még a termelői bizalmatlanság és a szabadság vágya nem tette lehetővé, hogy kiépüljenek ezek az összefogások és olyan mértékben éreztessék hatásukat, mint néhány vezető európai országban. Az elterjesztés egyik lehetősége a megbízható címkézési rendszer kiépítése, amely viszont egységes szabályozást kér az érintett európai országoktól. Viszont ezzel az egyedi megkülönböztető eszközzel megindulhatna a helyi élelmiszer térnyerése hazánkban is.

Keywords: Short food supply chain, trust, local food system.

1. Bevezetés

Az elmúlt évtizedekben a globális élelmiszer láncok térnyerése jelentősnek volt mondható. Láthatjuk, hogy nagy, globális cégeken keresztül jut el az élelmiszerek egy része a fogyasztókhöz. Az innovációs törekvésekkel az ellátási láncok nagy változásokon mentek keresztül az elmúlt időszakban. Hiszen a jól megszokott értékesítési csatornák megújulásra vártak, és hatékonyabb megoldásokra volt szükség ahhoz, hogy még nagyobb mennyiségben, még több ember számára biztosítsanak hozzáférést, alacsonyabb költségekkel. Viszont mindeközben megnőtt a környezet terhelése, amely kifizetendő kiadásban nem is jelent meg, de a környezeti helyreállítás költségei léteznek és a kiadások sem maradhatnak el. A helyi termelők és kereskedők számára ma úgy tűnik, hogy az egyetlen kilábalási lehetőség a rövid ellátási láncok (REL) létesítése. A hazai élelmiszerek esetében a pálinka, mint Hungarikum kapcsán elemezték átfogóan az etnocentrikus

magatartás fontosságát és előnyeit, a közösségi marketing jelentőségére is felhívva a figyelmet. (Fodor et al 2011). Maga a REL változatos formában jelenhet meg. A következő jellemzők valamelyikével bír. Kis távolság a következő jellemzőkben: földrajzi, társadalmi, kulturális vagy erős igényként jelenik meg az egészséges ételmisszer, amely legalább csökkentett vegyszerhasználatot jelent, de egyre népszerűbb a biotermék fogyasztás is, ahol sem a vegyszerhasználat sem a műtrágyázás nem megengedett.

Ugyanakkor másban is különbözhet a REL a hagyományos értékesítéstől. Megjelenhez a helyi, termelői piacok formájában. Ahol a helyi termelők és a helyi fogyasztók találkoznak, amely kapcsolatban az esetleges ismertség mellett jelen van a bizalom is (Lazányi, 2017a,b). A fogyasztói bizalom fontosságát más meghatározó szempontnak tekinthetjük más szolgáltatások esetében is (Rudolfné et al, 2012). A városban megjelenő közösségi kertek abban is különlegeseek, hogy a házak közt jelenik meg a termelés, és emellett a fiatalok kedvelt időtöltése lehet. Az interneten működő értékesítés is inkább a fiatalabb generációkra jellemző, mivel ők szocializálódnak ebbe bele, és ők használják magabiztosan, rutinszerűen ezeket a formákat, viszont az onlinekommunikációs eszközök többségének hatékonysága pontosan mérhető és költséghatékonyabb is mint az offline kommunikációs eszközöké. (Máté – Almádi 2016)

2. Anyag és módszer

Tanulmányomban a ma fellelhető legfontosabb hazai és nemzetközi szakirodalomból válogattam. Támaszkodtam az Agrárgazdasági Kutatóintézet legfőbb tanulmányaira és felméréseire, illetve a Scopus, Web of science és a Science direct oldalain fellelhető releváns művekre.

3. Eredmények

Ahogy a bevezetőben említettem a helyi ételmisszer rendszerek egyik legfontosabb ága a rövid ellátási láncok. Az ellátási lánc meghatározásánál kiemelt szerepet kap a helyi, a lokáció fogalmának és a kapcsolódás meghatározásának újraértelmezése valamilyen szinten. Természetesen több tanulmány itt ragadja meg a REL lényegét. Mardsen kutatótársaival azt határozta meg, hogy a termelés, szállítás, kereskedelem és fogyasztás egy bizonyos földrajzi

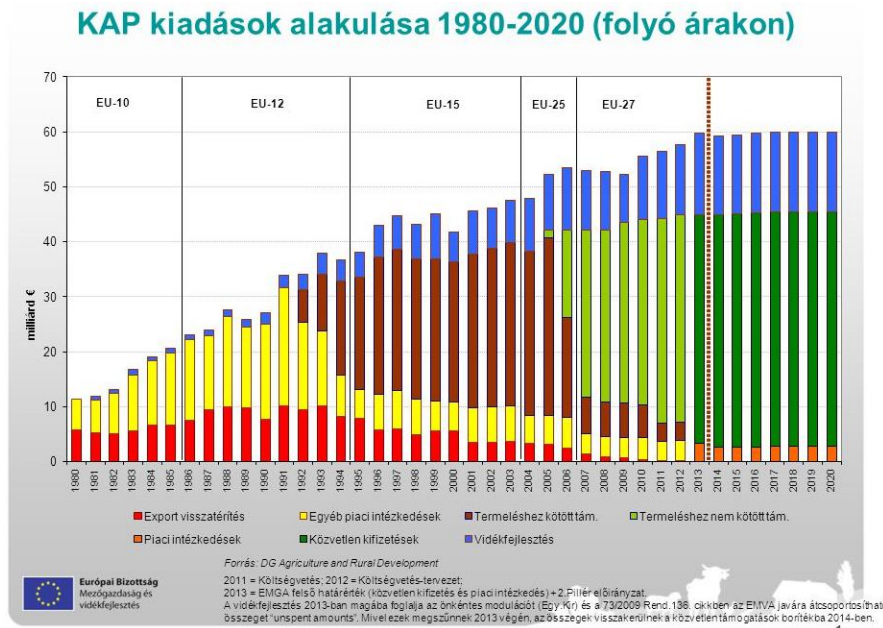
körön belül zajlik. Ez jellemzően 20 kilométertől 100 kilométerig terjedő kör. Ennek nem ellentmondva a másik lehetőség, a szállítási vagy ellátási láncban szereplők minimális száma. Adott esetben akár közvetlen értékesítésről is beszélhetünk. (Mardsen et al, 2000)

Szinte ugyanezt a meghatározást használja Kneafsey és kutatócsapata. Náluk ez a földrajzi kör 40 kilométer, de ez régió és országnagyságtól is nagyban függ. (Kneafsey et al., 2013) Az érintett élelmiszer azonosítása és nyomonkövethetőségének biztosítása is zajlik eközben. Ez akkor valósulhat meg a legkönnyebben, amikor a termelő és a fogyasztó közötti szereplőszám a minimális.

A 2014-2020-as vidékfejlesztési politikában a REL prioritást élvez, ami azt jelenti, hogy ebben az időszakban a REL vizsgálata és fejlesztése kiemelten fontos az EU számára. Az új KAP "elősegíti az élelmiszer-ellátási lánc szervezését és a mezőgazdasági ágazat kockázatainak kezelését, különös tekintettel az alábbiakra: az elsődleges termelők jobb integrálása az élelmiszer-ellátási láncba a minőségbiztosítási rendszereknek megfelelően; a termékek helyi piacokon való előmozdítása, a rövid beszállítói lánc, a termelői szövetségek és a szakmaközi szervezetek. "Az EU szerint a rövid élelmiszer-ellátási láncot" korlátozott számú gazdasági szereplő alkotja, akik az együttműködés, a regionális fejlesztés és a termelők és a fogyasztók közötti szoros társadalmi és területi kapcsolatok mentén haladnak. A rövid beszállítói láncok támogatása megszűnik egyszerű eszközként létezni, ugyanakkor a marginális és nem versenyképes mezőgazdaság támogatásával, és az általános vidékfejlesztéssel kapcsolatos célok és a vidéki területek életképességének fenntartásával éri el céljait." (Brunori - Bartolini, 2013)

A REL támogatásának és kiemelésének egyik stratégiai célja a vidékfejlesztés, amelynek során nem csak gazdasági, hanem társadalmi és kulturális fejlődés is végbemegy. Annak ellenére, hogy a vidéki térség a mezőgazdaság, a környezetvédelem, a helyi kultúra és tradíciók fenntartásának alapja, gazdasági értelemben a vidéki térségek elmaradottnak számítanak. Egyes országoktól függően a mezőgazdaság, azaz jellemzően a vidéki térségek adják a GDP 1-7 %-át, míg a foglalkoztatottak aránya is hasonló. Minél fejlettebb egy állam, annál inkább nem engedi meg, és minél fejletlenebb annál inkább nem engedheti meg magának, hogy ne legyen mezőgazdasága, amely képes élelmiszerrel ellátni lakosait. (Buday-Sántha, 2011) Ezért rendelkeznek nagyon erős mezőgazdasággal a fejlettebb államok és kiemelten kezelik a kérdéskört és ezért foglalkoztat jelentős létszámot a fejlődő országok mezőgazdasága.

A Közös Agrárpolitika (KAP) kiadási szerkezetében előtérbe kerültek a közvetlen kifizetések mellett a vidékfejlesztési támogatások, a piaci intézkedések és megjelent a REL támogatása.



1. ábra

A KAP kiadások alakulása 1980-2020 Forrás: slideplayer.hu,

A REL megjelenési formái különbözőek lehetnek:

- helyi piac, amelyben megjelenhetnek kistermelők, adott esetben biotermelők is;
- közvetlen értékesítés a kiskereskedők által;
- kosár szolgáltatás, ahol a vevő kész termékinálat alapján kapja meg az árucsomagot hétről hétre vagy kiválasztott időszakban;
- közösségi kertek, ahol a fogyasztó maga a termelő is és sok esetben a sűrű nagyvárosi környezetben jelent kikapcsolódást és termelést;
- közvetítés, ahol a helyi termelő által termelt termék szolgáltatja az alapanyagot.

Egy másik megközelítés szerint a REL lehet Közösség által támogatott mezőgazdaság, amelynek különböző válfajai lehetnek a régiótól az országtól függően, de a közös ezekben, hogy egy meghatározott részét a terménynek a támogató kapja meg, amiért vagy pénzszeget, vagy munkát ad.

A termőföldön való közvetlen értékesítésnek is lehetnek különböző formái. Farm bolt vagy vendéglátás pl. (B&B), útmenti árusítás, vagy éppen szedd magad akciók.

A termőterülettől független kereskedés formái a következők lehetnek. Termelői piac, ahol a termelő kiviszi a termékeit és a helyi fogyasztók megvásárolhatják. A termelő által tulajdonolt kiskereskedelmi egység, ahol megjelennek a termelő termékei és ott azokhoz hozzá lehet jutni. Étel fesztiválok és egyéb turisztikai események. A fogyasztók által alkotott közösségek számára való közvetlen értékesítés. Olyan formák is lehetnek, amelyben a terméket a kiskereskedőknek adják el, ahol egyértelműen megkülönböztetik a termelő termékeit és a piaci egységet is. HoReCa szolgáltatások, ahol a végső felhasználó számára egyértelműen megkülönbözteti a termelőt. A catering sectorban is kínál lehetőségeket a REL. Ebben az esetben kórházak vagy iskolák számára kínál termékeket a termelő. Ebben a kapcsolatban a fogyasztó nyilván az adott intézmény. A következő kategória, ami megjelenhet a REL formájaként a már említett szállított kosarak vagy szatyrok, amelyben a termelt idényjellegű termékek kerülnek leszállításra. Végül a kutatók által megkülönböztetett kategória azok a szállítási rendszerek, amelyben közvetlen értékesítés zajlik akár interneten, akár termelőtől, akár speciális kiskereskedőn keresztül. (Kneafsey et al., 2013)

		Termelők		
A kompromisszum szintje		Alacsony	Közepes	Magas
Fogyasztók	Alacsony	Bio élelmiszer szupermarketben	Közvetlen beszerzés a termelőtől	Farmon lévő vásárlás
	Közepes	Vevők összefogása		Szatyor vásárlás
	Magas	A vevők összefogása vevőtársak által szervezve		A vevők összefogása vevőtársak és termelők által szervezve

1. táblázat

A REL formái a kompromisszumok szintje szerint. Forrás Kneafsey, M. et al, 2013.

A REL-nek számos gazdasági, társadalmi és környezeti hatása van, amelyeket a következőkben szeretnék bemutatni. A UK Soil Association 2001-es meghatározása szerint a fenntarthatóság a helyi élelmiszergazdaságban a következőket jelenti. „Elsősorban az élelmiszertermelés fenntartható és szerves formáinak olyan rendszere, amely a termelés, a feldolgozás és a kereskedelem, továbbá a fizikai termelés és gazdasági tevékenység nagyrészt a termelés helyszínén vagy legalább annak régiójában van jelen. Az ellenőrzött, emiatt egészségügyi, gazdasági, környezeti és társadalmi előnyöket nyújt a közösség számára.” (UK SOIL Association, 2001) Ebben a meghatározásban a helyi nem szigorúan vett, de központi szereppel bír, és az ellenőrzöttség mellett az is megmarad, hogy a szállítási távolságok és költségek minimálisak. Értelemszerűen a helyi gazdaságban kiemeltebb szerepet kap a tisztesség (Pató-Freund, 2016), a bizalom (Pató-Kopácsi-Kreiner, 2017; Pató-Kopácsi-Kreiner, 2016, Lazányi, 2017c), az összefogás, együttműködés. A helyi termelők azon felül, hogy képesek lesznek megkülönböztetni, egyedivé tenni saját magukat és termékeiket, méltányos árat kap termékeikért, így képes fenntartani magát hosszabb távon is. A helyi fogalma pont ellentétes a globálissal, azzal ellentétes irányban megy. Ezzel a szembenállással lehetővé teszi azt, hogy a helyi termelők megmeneküljenek, védve legyenek a globális trendektől és cégektől. Ezekből úgy tűnik, hogy komoly ellentét van a helyi élelmiszerek értékesítése és a globális trendek között, és a globális cégek átveszik az irányítást a helyi közösségek tagjai felett. Úgymond kivesszik a kezükből a hatalmat. És ez igaz is, de úgy teszik, hogy közben a közösség tagjai ennek nincsenek tudatában. És mire ezt az egyén felfogja, ha egyáltalán megérti, addigra már késő, mert átalakult a helyi termelési szerkezet, megszűntek munkahelyek, vállalkozások.

Du Puis és Goodman (2005), valamint Born és Purcell (2006) arra figyelmeztettek, hogy a helyi élelmiszer rendszer inkább inkluzív, azaz etikailga és környezeti szempontból fenntartható, mert nem túl nagyok. A méret kialakulása nem egy belső tulajdonság, hanem társadalmilag és etikailag alakult így és maga a környezet védelem ennek járuléka nem elsődleges célja.

A Foundation for Local Food Initiatives (2003) tanulmányában közzétette a helyi élelmiszer-ágazatnak a fenntartható fejlődésre gyakorolt hatását, amelyet az 5 tőke eszköz szempontjából vizsgált meg.

Emberi tőke: nagyobb foglalkoztatási lehetőségek generálása helyi szinten, a készségek átadásának és képzésének ösztönzése

Pénzügyi tőke: a helyi szolgáltatók és beszállítók támogatása és a helyi gazdaságon belüli megnövekedett pénzmegtartás

Fizikai tőke: helyi üzletek és piacok támogatása

Társadalmi tőke: az étrend és az egészség javítása a tápláló élelmiszerekhez való hozzáférés révén; növeli a társadalmi kapcsolatot az emberek között; az élelmiszerek, a környezet és az egészség közötti kapcsolatok jobb megértése; növekvő lehetőség közösségi részvétellel; a vállalkozások közötti együttműködés fokozottabb felhasználása

Természeti tőke: a gazdálkodók ösztönzése a környezetbarátabb termelési rendszerek bevezetésére; kevesebb "Élelmiszer mérföld"-et termel; a környezetet előnyben részesítő hagyományos gazdálkodási rendszerek életképességének növelése; a levegő, a talaj, a víz megőrzése, beleértve a csökkent szennyezést és hulladékmennyiséget. (FLFI, 2003)

Milyen hatásai vannak a helyi élelmiszereknek és a REL-nek társadalmi szempontból?

A kutatások többsége megerősíti azt, hogy a helyi élelmiszereknek és a REL-nek egyik fő előnye a bizalmi kapcsolatok kiépülése. Sinnreich (2007) tanulmánya a lengyel mezőgazdasági termelők piacáról készült, amelyben arról ír, hogy a fogyasztók és a termelők közötti kapcsolatok kiépítése "alapvető", és "egyedi élményt nyújt" mindkét fél számára. Azt hogy a termékismerettel rendelkeznek és a termelő magyarázattal látja el a fogyasztó számára és sokan (különösen az idősek) szívesen beszélgetnek valakivel, aki tud valamit a termékről. Sage (2003) tárgyalja a kapcsolatok jelentőségét a gazdálkodói piacokon Írországbán. Kirwan (2004) megállapította, hogy a bizalom épült a termelők és a fogyasztók között szemtől-szembeni interakcióján keresztül az Egyesült királyságbeli Farmers' Markets-ban. Hasonlóképpen, Hendrickson és Heffernan (2002) megvizsgálta a Kansas City Food-et Circle (USA), és azt sugallják, hogy a bizalom "nem utal az élelmiszer termékre önmagában, hanem az a fogyasztó elképzelése, hogy bízhat a gazdálkodóban, hogy az élelmiszert "biztonságos" módon hozzák létre, mert a fogyasztó ismeri a gazdálkodókat és felelősséget viselnek az előállításért". A "bizalom" magában foglalja a gyártó felelősségét (az egészséges, teljes értékű ételeket állít elő, amelyeket az emberek fogyasztanak akik tudják ezt), és a fogyasztók felelőssége is egyben (afelé a termelő felé, akik a közösség részét képezik). Smithers et al. (2008) 15 db kanadai Farmer's Markets-et vizsgáltak tanulmányában, és megállapították, hogy az vásárlók általában szeretnének támogatást, lehetőleg helyi gazdálkodást és termelők / fogyasztók közt a bizalom központi elem, ennek megléte sokkal fontosabb, mint az, hogy mennyire szakértő maga a termelő. Úgy érződik, hogy a gazdálkodási gyakorlat nem érdekli annyira a vásárlókat, hanem inkább a bizalom az, ami gyakran mozgatója őket igénylik az

információkat és a részleteket a termelésről és a termelőről. Murphy (2011) elkészített felmérése 252 ügyfelet kérdezett meg 11 mezőgazdasági termelői piacon Új-Zélandon, úgy találta, érdekes módon, hogy a termelők és fogyasztók közti kapcsolat nem különösebben értékelték a fogyasztók, akik inkább a tradicionálisabb, passzívabb szerepet értékelték (Murphy, 2011). Sőt, a kutatás során vizsgálták a termelői és fogyasztói motivációkat a mezőgazdasági termelők piacain, Kirwan (2004) úgy találta, hogy a szociális juttatások gyakran "üdvözlött melléktermékeknek" tekintették, sőt elsődleges motivációnak.

Sok nemzetközi tanulmány kiemeli a helyi élelmiszerek és a REL közösségépítő hatását. Számos nemzetközi tanulmány megerősíti ezt. DeLind (2011) a "közösség" szempontjából is tárgyalja a piacot; arra mint a helyszínen való közösségépítésre tekint, ahol a kapcsolatok javítása mellett élelmiszerbeszerzés is történik. Chiffolleau (2009) tanulmánya a dél francia gazdák piacán és dobozrendszerekben azt találta, hogy "alternatív az ellátási láncok megújíthatják a termelők közötti kapcsolatokat a politikai kapcsolatok szétválasztása és a beágyazottság révén értékesítési tevékenység valósul meg, valamint műszaki és baráti kapcsolatokban változások következnek be, és mindkettő elősegítik az együttműködést az innováció irányában." Lawson et al. (2008) úgy találták, hogy a közösségre dimenziók az új-zélandi mezőgazdasági termelők piacán csak azért merülnek fel, mert "a gazdálkodók hajlandóak összejönni és felismerik a lehetséges előnyöket együttműködési tevékenységben." Végeredményben mind a termelők, mind a fogyasztók sok lehetőséget látnak a közösségi összefogásban, amely azonban hazánkban még igen gyenge. Azt tapasztaljuk, hogy a termelők összefogása alacsony mértéket ér el, mivel azok bizalmatlanok, nem rendelkeznek elegendő információval illetve szeretnék megőrizni függetlenségüket. (Baranyai and Szabó G., 2017.) Ez a látszatfüggetlenség azonban már a nemzetközi tapasztalatok alapján állítható, hogy kevésbé fontos a termelőknek, mint az a számos előny, amely az összefogással jár. És számos szerző és tanulmány tapasztalja azt, hogy a fogyasztóknak sokkal fontosabb, hogy kapcsolódjon a termelőhöz, sőt egyes esetekben még hajlandó lemondani a minőségi elvárásairól azért, hogy attól a termelőtől vásároljon, akivel napi kapcsolatban, bizalmi viszonyt épített ki.

A 3. előnye a helyi termelésnek az, hogy a megnövekedett tudás magatartásváltozást okoz. Saltmarsh et al. (2011) a CSA-kal (Common supported Agriculture; Közösség által támogatott mezőgazdaság) kapcsolatos tanulmányukban megállapították, hogy a CSA tagok 70% -a mondta azt, hogy a főzési és az étkezési szokásaik megváltoztak, elsősorban azért, hogy több helyi, szezonális és egészséges táplálékot használtak; 66%-uk mondta a vásárlási

szokásaik megváltoztak, elsősorban azért, hogy a helyi vásárlási lehetőségeket használják. Érdekes, hogy a CSA tagok érzékelték azt, hogy a helyi fogyasztás hatással volt a tagok egészségére, készségeire és jólétére: 70%-uk állította, hogy általános életminőségük javult; 46% mondta, hogy az egészség javult; 32% azt állítja, hogy új készségeket fejlesztettek ki; 49% tudta beazonosítani az egyéb személyes előnyöket. Az alkalmazottak gyakran jelezték azt vissza, hogy a munkahelyi elégedettség magas, és a rendszeres a közösségi kapcsolattartás kezdeményezése.

Ezekon kívül számos környezeti hatás jelenik meg a pozitívumok között.

Potenciális indikátor	Lehetséges környezeti előnyök ezzel az indikátorral kapcsolatban	Említendő probléma
Helyi	Szállítás által csökkentett mennyiségű üvegházhatású gázkibocsátás	Hogyan határozható meg a helyi, lehet, hogy nem lehetséges készíteni egy olyan definíciót ami érvényes minden EU-országban Ennek jogi definíciónak kell-e lennie; egyébként jogellenesen felhasználható?
Szezonális	Csökkentett mennyiségű üvegházhatású gázkibocsátás a raktározásban	Az évszakok meghosszabbíthatók, pl. fűtött üvegházak használatával Ennek jogi definíciónak kell-e lennie; egyébként jogellenesen felhasználható?
Ökológiailag megfelelő termelési mód	Az üvegházhatást okozó gázok kibocsátásának csökkentése a termelésben; Csökkentett vagy semmilyen peszticid használata Csökkentett talaj- és vízszennyezés Csökkentett talajromlás A biológiai sokféleség fokozása Vízvédelem Minimális feldolgozás: csökkenti az üvegházhatást okozó gázokat feldolgozás és tárolás folyamán, A nem helyi inputok minimalizálása	A gazdálkodás választott módjaiban nagy eltérések vannak. Az "ökológiailag" kell azt jelenti, hogy a gyártók találkoznak ezen viselkedés összességével, a többségével vagy néhányal? Ha a termelőknek csak néhány intézkedést kell teljesíteniük, akkor ökológiailag megbízhatónak tekinthető. A kritériumok súlyozottak vagy rangsoroltak? Minimálisra csökkenti a nem helyi inputok lehetséges vagy tisztességes szintjét, mivel az erőforrások egyenlőtlenül vannak elosztva?

2. táblázat

A környezeti előnyök potenciális indikátorai. Forrás: Kneafsy, M. et al, 2013.

Az üvegháztartású gázok kibocsátása lecsökken több terület miatt, szállítás, raktározás, vagy éppen egyéb környezeti szempontok miatt (pl. talajhasználat változása).

2012-ben kutatták az étel- és ital-fogyasztási mintákat Magyarországon. (Median, 2012). 2012 júliusában 1200 emberrel készítettek interjúkat. A magyarok gyakran vásárolnak ételeket akár helyi kisboltokban, akár szuper- vagy hipermarketekben. A lakosság 50% -a kedveli a hipermarketeket és a piacokat, míg 37%-a a diszkont üzleteket preferálja. Mindösszesen 13% rendszeresen vásárol közvetlenül a gazdálkodóktól. A 60 évnél idősebb emberek ritkán mennek el a szupermarketekbe vagy a diszkont üzletekbe. Csak a 9% az, akik 40 év alattiak szupermarketekben vásárolnak ételt. 30% a legmagasabb háztartási jövedelemkategóriába tartozik. (Median, 2012)

Következtetések, javaslatok

Nagyon sok jel mutat arra, hogy a REL-ek Magyarországon is kulcsfontosságú szerepet képesek játszani a helyi gazdaság élénkítésében, illetve a vidékfejlesztésben. Nem véletlen, hogy az EU kiemelten kezeli e kérdéskört és egyre nagyobb figyelem, támogatás jut a területnek. A címkézés által lehet segíteni és támogatni a helyi termelőket. Az EU különböző országai különböző szakaszokban vannak a REL használatában. A címkézés nem egységes, amelyeket az EU-s jogszabályok harmonizálásával lehet elérni. A helyi fogyasztó ezzel a megkülönböztetési eszközzel találja meg a számára fontos termelőt és termékkört. A helyi termék, termelő a fogyasztó számára bizalmi háttérrel rendelkező jel, amelynek eredményeképpen mind társadalmi, mind gazdasági, mind közösségépítési előnyökhöz jutnak a fogyasztók és a környezetben élők egyaránt.

Mindezeknek az előnyöknek a kiaknázásához szükséges az EU és a források elosztóinak a támogatása, mind szakmailag, mind pénzügyileg, de ezzel megalapozódik egy stabilabb helyi étel- és ital-ellátás.

References:

- [1.] Born, B. – Purcell, M.: Avoiding the Local Trap. Scale and food systems in planning Research. Journal of Planning Education and Research 26(2) 2006. p. 195-207.
- [2.] Brunori G.-Bartolini, F.: La filiera corta: La opportunita offerte dalla nuova PAC. Agriregioneuropa anno 9 n 35. 2013
- [3.] Buday-Sántha, A.: Agrár- és vidékpolitika, Saldi Kiadó, Budapest, 2011.
- [4.] Chiffolleau, Y.: From politics to cooperation: The Dynamics of Embeddedness in Alternative Food Supply Chains. Sociologia Ruralis 49(3) 2009. p. 218-235.

- [5.] DeLind, L.B.: Are local food and the local food movement taking us where we want to go? Or are we hitching our wagons to the wrong stars? *Agriculture and Human Values*
- [6.] DuPuis, M. – Goodman, D.: Should we go home to eat? Toward a reflective politics of localism. *Journal of Rural Studies* 21., 2005. p. 359-371.
- [7.] Fodor, M- Hlédik E., Totth G. (2011): Fogyasztói vélemények és preferenciák a pálinka piacán Fogyasztói vélemények, *ÉLELMISZER, TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING* 8:(1-2) p. 41-47.
- [8.] Foundation of Local food Initiatives: FLAIR report – The development of the local food sector 2000 to 2003 and its contribution to sustainable development. letöltve 2018.04.21. <http://localfood.org.uk/library/FLAIR-2003-report-final.pdf>
- [9.] Hendrickson, M.- Hefferman, W.: Opening spaces through relocalization: Locating potential resistance in the weaknesses of the global food system. *Sociologia ruralis* 42 (4) 2002. p. 347-369
- [10.] Kirwan, J.: Alternative Strategies in the UK Agrofood system: irrogating the alterity of farmers’markets. *sociologia ruralis*, 44(4) 2004. p. 396-415.
- [11.] Kneafsy, M. et al.: Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics JRC Scientific and policy reports. 2013. ISBN 978-92-79-29288-0, ISSN 1831-9424, doi 10.2791/88734 download 04.01.2018. http://agrilife.jrc.ec.europa.eu/documents/SFSCchainFinaleditedreport_001.pdf
- [12.] Lazányi K.: A bizalom és a társasság kapcsolata és annak hatása a döntéshozatalra, *Közép-Európai Közlemények*, 10: (2) 2017a pp. 120-130.
- [13.] Lazányi, K.: Entrepreneurial Attitude – Does Trust Matter? *ERENET PROFILE*, 12: (2) 2017b pp. 3-15.
- [14.] Lazányi K.: Innovation - the role of trust, *Serbian Journal of Management*, 12: (2) 2017c pp. 331-344.
- [15.] Lawson, R. et al.: Creating value through cooperation Sn investigation of farmers’market in New Zealand. *British food journal* 110 (1) 2008. p. 11-25.
- [16.] Mardsen, T.K.: Food supply chain approaches: Exploring their role in Rural development. *Sociologia Ruralis*, Vol 40, Number 4, October 2000. p 424-438.
- [17.] Máté B., Almádi B.: a hazai termékek preferenciájának megteremtése online marketinggel. In: Kulcsár László, Resperger Richárd (szerk.) *Európa: Gazdaság és Kultúra = Europe: Economy and Culture: Sopron: Nyugat-magyarországi Egyetem Kiadó, 2016. pp. 974-981.*
- [18.] Median: Attitudes towards the social effects of food oerchasing . Reports for ESSRG. Manuscript in Hungarian in Balázs, B.: *Local Food System Development in Hungary. Int. Jrnl. of Soc. of Agr. & Food*, Vol. 19, No. 3,

2012. pp. 403–421 letöltés 2018.04.13.
<http://www.ijsaf.org/archive/19/3/balazs.pdf>
- [19.] Murphy, A. J.: Farmers’markets as Retail Spaces. *International Journal of Retail and Distribution Management* 39 (8), 2011. p. 582-597.
- [20.] Pató G-né et al.: Gondolatok a bizalom szerepéről a beszállítói kapcsolatokban. in *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VII. tanulmánykötet*, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar http://kgk.uni-obu-da.hu/sites/default/files/35_PatoBeata_KopacsiEvelin_KreinerBarbara.pdf , 2016 pp, 495-513.
- [21.] Pató G-né et al.: Beszállító értékelés vizsgálata SWOT analízis segítségével. in *Vállalkozásfejlesztés a XXI. században VI. tanulmánykötet*, Óbudai Egyetem, Keleti Károly Gazdasági Kar http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/19_Kiss-Kopacsi-Pato.pdf , 2016. pp, 253-270
- [22.] Pató G-né et al.: Etika a beszerzésben – avagy emberközpontú beszerzés. in *Magyarságtudományi kutatások V. A fenntarthatóság perspektívái a Kárpát-medencében. Multidiszciplináris vizsgálatok*. Szerk.: Garaczi I. ISSN: 2062-1124; ISBN: 978-615-5360-08-4, 2016 pp. 273- 287.
- [23.] Rudolfné, K.M. – Karakasné M. K. Fodor M.(2012): Lojalitásvizsgálat a magyar éttermi vendéglátásban, AGORA: A BGF KVIFK KULTURÁLIS - TUDOMÁNYOS FOLYÓIRATA 8:p. 7-24.
- [24.] Sage, C.: Social Embeddness and Relations of Regard: Alternative good food networks in south west Ireland. *Journal of Rural studies* 19, 2003. p. 47-60.
- [25.] Saltmarsh, M. et al.: The impact of community supported Agriculture, Final report. UK. Soil Association. 2011. letöltés: 2018.04.21. <https://communitysupportedagriculture.org.uk/wp-content/uploads/2015/03/The-impact-of-community-supported-agriculture.pdf>
- [26.] Sinnreich, H.: Baluty Market. A study of food space. *Food, culture and society* 10 (1), 2007. p. 73-84.
- [27.] slideplayer.hu: A KAP kiadások alakulása 1980-2020 letöltés: 2018.04.21.
- [28.] Smithers, J. et al.: Unpacking the terms of engagement with local food at the farmers’market. *Insight from Ontario. Jousnal of rural studies* 24, 2008. p. 337-350.
- [29.] Szabó G, G-Baranyai, Zs. edit: *A szövetkezés-együtműködés akadályai, feltételei és fejlesztési lehetőségei a magyar élelmiszer-gazdaságban*. Agroinform Kiadó, Budapest, 2017. p. 359.
- [30.] UK. Soil Association: *Local Food Routes*. Soil Association Bristol. letöltve 2018.04.21.https://www.soilassociation.org/media/4948/policy_2001_local_food_routes.pdf