

SZÉCHENYI 2020



NEMZETGAZDASÁGI  
MINISZTERIUM

# NYÍREGYHÁZI FOGLALKOZTATÁSI PAKTUM TOP-6.8.2-15-NY1-2016-00001

Helyi termék- és szolgáltatásfejlesztési stratégia



Európai Unió  
Európai Strukturális  
és Beruházási Alapok



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE

Készítette:  
MEGAKOM Tanácsadó Iroda

Megbízó:  
Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzata



NYÍREGYHÁZA

Dátum: 2019. 09. 30.

A tanulmány a Nyíregyházi Foglalkoztatási Paktum című projekthez kapcsolódóan került kidolgozásra.

[www.megakom.hu](http://www.megakom.hu)



## TARTALOMJEGYZÉK

---

1	VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ .....	6
2	BEVEZETŐ .....	9
2.1	Háttér.....	9
2.2	A dokumentum célja.....	10
2.3	Módszertan.....	10
3	A HELYI TERMÉKEKKEL ÉS SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS GAZDASÁGI TRENDEK .....	12
3.1	A helyi termék és szolgáltatás fogalma .....	12
3.2	Helyi termékek és szolgáltatások kategóriái .....	13
3.3	A helyi termékek és szolgáltatások jogszabályi kerete.....	15
3.4	A helyi termékek és szolgáltatások előállításának, értékesítésének, fogyasztásának fő trendjei.....	17
3.5	A helyi termékek és szolgáltatások hatása .....	22
4	HELYZETELEMZÉS .....	23
4.1	Helyi termékek, termelők és piacok helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében .....	23
4.1.1	Szabolcs-Szatmár-Bereg megye bemutatása .....	23
4.1.2	Helyi termékek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében .....	24
4.1.3	Helyi termelők helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében .....	26
4.1.4	Helyi (termelői) piacok helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében .....	28
4.2	Helyi termék projektek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében.....	32
4.3	A helyi termékek kínálati oldalának elemzése Nyíregyházán és a környékén .....	37
4.4	A helyi termékek keresleti oldalának elemzése Nyíregyházán és a környékén .....	42
4.5	Kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása.....	43
4.6	SWOT-elemzés.....	46
5	STRATÉGIA .....	47
5.1	Jövőkép.....	47
5.2	Stratégiai célok .....	48
5.2.1	A program átfogó célja .....	48
5.2.2	A program specifikus céljai .....	50
5.3	Célcsoport meghatározása .....	52
5.4	A stratégia prioritásai .....	56
6	MELLÉKLETEK .....	59
6.1	Kérdőív.....	59
6.2	A Népi Tárgyalkotó Iparművész minősítő címhez szükséges alkotások kategóriánkénti megoszlása .....	66
6.3	Értéktárak .....	69

6.3.1 Szabolcs-Szatmár-Bereg megye értékek tára .....	69
6.3.2 A válaszadóra vonatkozó információk .....	73
6.3.3 A háztartásra, vásárlási szokásokra vonatkozó információk .....	74

## ÁBRAJEGYZÉK

---

1. ábra A stratégia háttérinformációi .....	10
2. ábra A rövid ellátási lánc formái .....	21
3. ábra Az elköteleződés és a rendszer-szintű változás szintjei a közösség által támogatott mezőgazdaság különböző formáiban .....	21
4. ábra Helyi termelők elhelyezkedése Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében .....	27
5. ábra LEADER Egyesületek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében.....	34
6. ábra Nyíregyháza és környéke.....	37
7. ábra A stratégia célrendszere .....	48
8. ábra A stratégia célcsoportjának összetétele.....	53
9. ábra A válaszadók nemek szerinti megoszlása (fő) .....	73
10. ábra A válaszadók korosztályok szerinti megoszlása (%) .....	73
11. ábra A válaszadók megoszlása az egy háztartásban élők száma alapján (%).....	74
12. ábra A háztartásokban egy főre jutó nettó havi jövedelem megoszlása .....	75
13. ábra A válaszadók megoszlása a vásárlási szokásaik alapján .....	76
14. ábra A válaszadók megoszlása a helyi piacon történő vásárlás gyakorisága alapján.....	77

## TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

---

1. táblázat A helyi termékek csoportosítása .....	13
2. táblázat A lehetséges értékesítési csatornák .....	19
3. táblázat Szabolcs-Szatmár-Bereg megye termékei .....	25
4. táblázat A „helyi termelői” és a „hagyományos” piac, vásárcsarnok közötti különbség .....	28
5. táblázat Helyi termelői piacok Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében.....	29
6. táblázat TOP-1.1.3-15-SB1 Helyi gazdaságfejlesztés pályázati kiírás piacfejlesztésre irányuló nyertesei ...	30
7. táblázat VP6-7.2.1-7.4.1.3-17 Helyi termékértékesítést szolgáló piacok infrastrukturális fejlesztése, közétkeztetés fejlesztése pályázati kiírás piacfejlesztésre irányuló nyertesei .....	31
8. táblázat Helyi termékekhez, szolgáltatásokhoz kapcsolódó intézkedések megjelenése a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiákban.....	35

9. táblázat Nyíregyháza és környéke települései és távolságuk Nyíregyházától.....	38
10. táblázat SWOT analízis.....	46
11. táblázat A program során érintett lakosság száma .....	53
12. táblázat A stratégia prioritásai .....	56
13. táblázat A háztartásokban élő 18 éven alattiak aránya .....	74
14. táblázat A háztartásokban önálló keresettel rendelkezők aránya .....	75
15. táblázat A válaszadók megoszlása az élelmiszerekre fordított havi összeg alapján .....	76
16. táblázat Az egyes termékkategóriák fogyasztási gyakorisága .....	77
17. táblázat A helyi/őstermelői/kistermelői termékek vásárlásához leggyakrabban igénybe vett platformok .....	78
18. táblázat A válaszadók megoszlása őstermelői/kistermelői termékekre költött pénzösszeg nagysága szerinti .....	79
19. táblázat A válaszadók motivációi a magasabb árú termékek megfizetésére .....	80
20. táblázat A termékek kiválasztása során figyelembe vett szempontok rangsora .....	81
21. táblázat Az élelmiszervásárlás helyszínének kiválasztási szempontjai.....	81
22. táblázat A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információszerzés platformjai.....	83
23. táblázat Az egyes terméktípusok beszerzési helyei.....	84
24. táblázat A helyi terméket árusító helyszínek felkeresésének valószínűsége a kirándulások/nyaralások során.....	87
25. táblázat A helyi termékeke vásárlása során felmerült problémák.....	87
26. táblázat A közétkeztetési és éttermi szolgáltatásokat igénybe vevők aránya .....	88
27. táblázat A helyi specialitásokkal kapcsolatos állítások a válaszadók körében .....	89
28. táblázat A helyi őstermelői/kistermelői termékek felkeresésre vonatkozó állítások.....	89

# 1 VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

---

Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzata **2,056 milliárd forint** 100 százalékos intenzitású támogatást nyert a „**Nyíregyházi Foglalkoztatási Paktum**” című, **TOP-6.8.2-15-NY1-2016-00001** azonosítószámú projekt megvalósítására, melyet a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Kormányhivatal partnerségével valósít meg.

A **dokumentum célja** olyan stratégia kialakítása, amely segítségével széles körben megismertethetők a nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások. A helyzetfeltárás alapján elkészült stratégiában kijelöltük a helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos fejlesztési irányokat. A jövőkép és a célrendszer kialakítása során figyelembe vettük a városi, a megyei, az országos és a nemzetközi tendenciákat.

A helyi termékek **fő jellemzője**, hogy **rövid a termelési lánc**, azaz a termelés, feldolgozás és az értékesítés, valamint a fogyasztó a lehető legközelebb vannak egymáshoz. Kiemelendő, hogy a helyi termék forgalma, keresletük megerősödése a helyi gazdaságot fejleszti, a helyi szereplőket segíti és **fenntarthatóbb gazdálkodáshoz** vezet.

Nyíregyházán jelenleg **viszonylag alacsony a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának szintje**. A probléma fő okai a következők:

## 1. A tudatos fogyasztói magatartás a lakosság jelentős részénél hiányzik.

- A potenciális vásárlók nem rendelkeznek megfelelő információkkal a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának előnyeiről, mint például a helyi gazdaság erősítése, a környezetvédelmi szempontok, a rövidebb ellátási lánc vagy a kevesebb növényvédő és érlelő szer használata.
- A vásárlók előnyben részesítik az egy helyen, gyorsan hozzáférhető bevásárlási módokat, mint például a hiper- vagy szupermarketekben való vásárlás, ez hátrányos helyzetbe hozza a helyi termelőket.
- A vásárlók jellemzően árérzékenyek, olykor téves prekoncepcióik vannak az árakat illetően. Jellemzően azt gondolják a vevők, hogy a helyi termékek drágábbak a nagyobb üzletekben kaphatótól.

## 2. A termelőknek és a szolgáltatóknak működési nehézségei vannak.

- Biztos felvásárló hiányában bizonytalan az értékesítésük.
- Magasak az előállítási költségeik a kis méretű gazdaságból adódóan. A kisléptékű előállításban az egy termékre jutó fajlagos költség magasabb, mint nagyipari keretek között.
- Az ágazat munkaerőigénye ingadozó. Drága és nehezen elérhető a megfelelő készségekkel és szaktudással rendelkező munkaerő. Ez a termelés kiszámíthatóságában, a sztenderd minőség garantálásában is gondot okoz, valamint gátolják, nehezítik a fejlesztések, beruházások végrehajtását.
- A gyakran bonyolult jogi szabályozási rendszerben a termelők és szolgáltatók nehezen tudnak eligazodni.
- A multinacionális üzletek bizonyos előnyeivel nehezen vehető fel a verseny.

- Gyakori az előállítók közötti konkurálás az együttműködés helyett.
- Kevés a vállalkozói készségekkel rendelkező termelő és szolgáltató, jellemzően hiányosak az ismereteik; a számukra rendelkezésre álló továbbképzési, információszerzési lehetőségek korlátozottak.

### 3. Öregedő a termelői és a fogyasztói réteg.

- A fiatal potenciális vásárlók megszólítása nehézséget jelent a termelők és szolgáltatók számára.
- A hagyományos előállítási módokat egyre kevesebben ismerik, mérsékelt az utánpótlás, az ágazat a fiatalok számára kevésbé számító vonzó munkaerőpiaci alternatívának.
- Jellemzően a hagyományos értékesítési csatornákon keresztül történik az értékesítés.

### 4. Nem kapcsolódik kifejezetten Nyíregyháza terméke és szolgáltatása.

- Nincsen hagyományos Nyíregyháza köthető helyi termék vagy szolgáltatás.
- A történet- és élményalapú értékesítésben rejlő lehetőségek kiaknázatlanok.
- A nyíregyházi termékekhez nem kapcsolódik jól felépített, átgondolt és hatékony marketing tevékenység - elsősorban a helyi szakértelem, a munkaerő és a pénzügyi keretek korlátozottsága miatt.

### 5. Nem valósul meg a turisztikai kínálat és a helyi termékek, szolgáltatások összekapcsolása.

- Az egyébként turisztikai értékkel rendelkező tirpák hagyományok, ételek kevésbé ismertek.
- A pejoratív jelző miatt nem vonzó a „tirpák” kifejezés.
- A városi éttermekben nincs lehetőség hagyományos étel kóstolásra.
- A boltok kínálatában csak részben található meg a helyiek által termelt áru.

## A projekt célcsoportját alapvetően három alcsoportra bonthatjuk.

1. Az első alcsoport **Nyíregyháza és a környező települések lakossága**, akik érdekeltek abban, hogy a helyben keletkezett jövedelem jelentős arányban helyben kerüljön elköltésre, erősítve ezzel a város gazdaságát. Természetesen a helyiek számára is nagyon fontos, hogy gyorsan megbízható, jó minőségű termékekhez és szolgáltatásokhoz jussanak, melyre remek lehetőséget tudnak nyújtani a helyben megtermelt élelmiszerek és szolgáltatások. A vásárlók számára egyre fontosabb, hogy az adott termékről vagy szolgáltatásról minél pontosabb információkat kapjanak, melyről előzetesen gyakran az online platformokat veszik igénybe.
2. A második alcsoportot **a városba érkező turisták** alkotják, akik kirándulásaik során vehetik igénybe a szolgáltatásokat, valamint vásárolhatnak, kóstolhatnak különböző termékeket. A turisták körében is megváltoztak a fogyasztói szokások, egyre többen keresik a magas minőségű, prémium termékeket és szolgáltatásokat. Az elmúlt években megfigyelhető gazdasági növekedés magával hozta az elkölthető jövedelem növekedését, mely elősegíti a belföldi turizmus fokozódását is. A turisták körében megnövekedett és egyre népszerűbb az ún. élmény alapú szolgáltatások iránti kereslet.

3. A harmadik alcsoportot pedig minden, **a városban és annak 25 km-es körzetében tevékenykedő helyi termelő és szolgáltató** alkotja, akik számára lehetőség adódik a programban való részvételre. A helyi termelők és szolgáltatók körében is megfigyelhető egyfajta elmozdulás a magasabb minőség előállítása és szolgáltatás nyújtása irányába. A több száz helyi termelő és szolgáltató egy része számára nehézséget jelent a változó fogyasztói igények kiszolgálása. A fogyasztókkal való kapcsolat kiépítéséhez, valamint a minél szélesebb körű elérésük céljából az online térben való megjelenés jelentős lehetőséget tartogat magában.

#### **A stratégia jövőképe:**

Nyíregyházán a helyi gazdaság fejlődéséhez a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztása iránti igény növekedése jelentősen hozzájárul. A városban jelen van a fizetőképes kereslet a magas képzettségű és magas jövedelmű munkavállalói rétegnek köszönhetően. A városban változatosak és jó minőségűek a helyi termékek, széles a kínálat, a helyi lakosok jól ismerik és fogyasztják a helyi termékeket és igénybe veszik a szolgáltatásokat. Ezzel bővülnek a munkalehetőségek, megerősödnek a helyi vállalkozások, javul a város arculata és erősödik a helyiek identitása. A magas minőséget előállító termelők és szolgáltatók hosszú távon is képesek fenntartani vállalkozásukat, az ismereteiket átadják a fiatalabb generációk számára. A magas minőségű termékek és szolgáltatások fogyasztása általánossá válik, és minden korosztály szívesen vásárolja ezeket.

#### **A stratégia célrendszere:**

## A nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának tartós növekedése

S1. A tudatos fogyasztói magatartás erősödése

S2. A nyíregyházi termelők és szolgáltatók versenyképessé válása

S3. A termelői és fogyasztói oldalon is fiatalodó korszerkezet

S4. Nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások hatékony működése

S5. A helyi termékek és szolgáltatások fokozottabb turisztikai célú hasznosítása



## 2 BEVEZETŐ

---

### 2.1 Háttér

Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzata 2,056 milliárd forint 100 százalékos intenzitású támogatást nyert a „Nyíregyházi Foglalkoztatási Paktum” című, TOP-6.8.2-15-NY1-2016-00001 azonosítószámú projekt megvalósítására, melyet a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Kormányhivatal partnerségével valósít meg.

A foglalkoztatási paktum átfogó céljai a komplex gazdaság- és foglalkoztatásfejlesztés a vállalkozói környezet és a versenyképesség javítása, valamint a hátrányos helyzetű lakosság tartós munkaerőpiaci integrációja. Mindezek a foglalkoztatottság bővülését és a kiegyensúlyozott munkaerőpiac megteremtését szolgálják.

A foglalkoztatási paktum projekt keretében lehetőség nyílt Nyíregyháza számára a helyi gazdaság megerősítése céljából több kiegészítő tevékenység igénybevételére is, melyek segítségével tovább bővíthető a városi foglalkoztatási szint. Jelen dokumentum - a városban eddig még hiányzó, de a helyi gazdasága számára nagyon fontos tevékenység alapjait hivatott lefektetni - a helyi termékek és szolgáltatások fejlesztését. A tevékenység erősítheti a foglalkoztatási szint növekedését, a vállalkozások számának és stabilitásának a fokozódását, ezáltal hozzájárulva a helyi gazdaság diverzifikációjához.

A projekt keretében sor kerül egy komplex helyi termék- és szolgáltatásfejlesztési csomag megvalósítására, amelyben többek között kidolgozásra kerül egy helyi termék- és szolgáltatásfejlesztési stratégia, illetve egy akcióterv, továbbá elkészül egy elektronikus kataszter is, mely a helyi termelők és szolgáltatók számára megjelenési lehetőséget biztosít, valamint segíti a termékek széles körben való megismertetését.

A helyi termékek és szolgáltatások iránti igény az elmúlt időszakban jelentős mértékben megemelkedett. Mára, a fogyasztók számára felértékelődtek a helyi termékek, a hagyományos módon előállított dolgok, értékke vált az előállításukhoz kapcsolódó, generációról generációra átörökített tradicionális tudás. A helyi termékek létrehozása, széles körben történő értékesítése és népszerűsítése egyrészt a turizmus és a gasztronómia, másrészt a helyi gazdaság fejlesztésének elengedhetetlen eleme. A turisták körében is egyre keresettebbek a helyi termékek, vásárlásuk, fogyasztásuk divattá vált az utazások, kirándulások során. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerekre alapuló attrakciók a turisták számára vonzerőt jelentenek. Napjaink tendenciái azt mutatják, hogy felértékelődik a hagyományos módon előállított termék, értékke válik a generációról generációra átörökített tradicionális tudás.

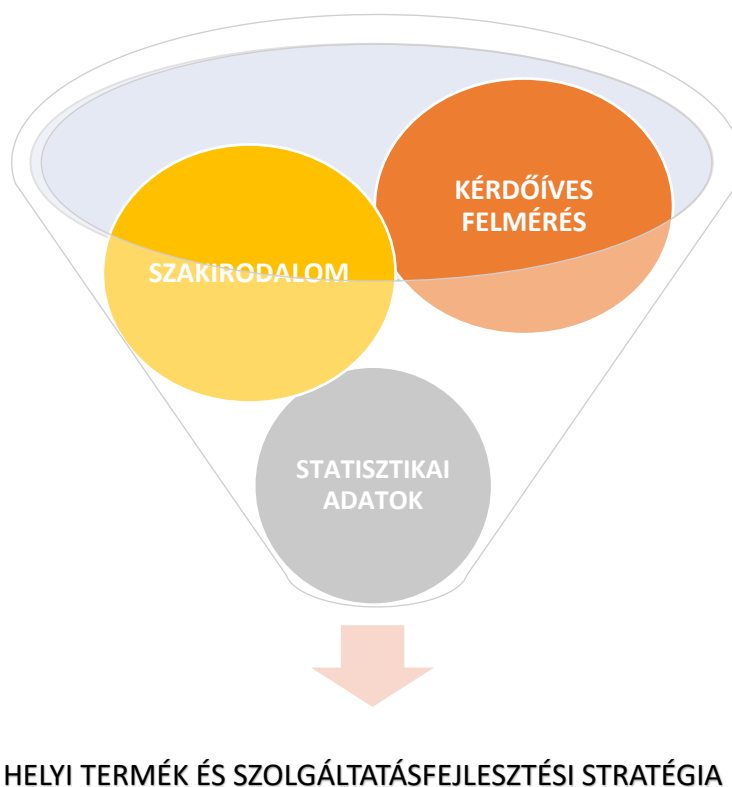
## 2.2 A dokumentum célja

A dokumentum célja olyan stratégia kialakítása, amely segítségével széles körben megismertethetők a nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások. A helyzetfeltárás alapján elkészült stratégiában kijelöltük a helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos fejlesztési irányokat. A jövőkép és a célrendszer kialakítása során figyelembe vettük a városi, a megyei, az országos és a nemzetközi tendenciákat.

## 2.3 Módszertan

Stratégiánk létrejöttét egy komplex kutatás előzte meg, amelynek részeként összegyűjtöttük és elemeztük a szükséges és rendelkezésre álló statisztikai adatokat<sup>1</sup>, valamint számos, a témával kapcsolatos szakirodalmi dokumentumot. Ezeket az információkat a 3. *A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos gazdasági trendek*, valamint a 4. *Helyzetelemzés* című fejezet tartalmazza. Az előzetes vizsgálatok során beazonosítottuk, hogy Nyíregyházán és környékén mely gazdasági ágazatokra célszerű hangsúlyt fektetni, hol állnak rendelkezésre olyan kapacitások, amelyek alkalmasak vagy alkalmassá tehetők komplex termék- és szolgáltatásfejlesztésre.

1. ábra A stratégia háttérinformációi



Forrás: saját szerkesztés

<sup>1</sup> KSH, Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzatának statisztikai adatai, NYÍRVV Nonprofit Kft adatai, valamint a Nyíregyházi Turisztikai Szolgáltató Nonprofit Kft. adatai

A stratégia előkészítése során készült egy fogyasztói kérdőíves felmérés, amely segítségével átfogó képet kaphattunk a helyi termék és szolgáltatás fogyasztási szokásokról. A minél szélesebb körű mintavétel érdekében több platformon is lehetőség nyílt a kérdőív kitöltésére. A Búza téri Piac épületében kihelyezésre került papír alapon nyomtatott formában, online Google űrlapként<sup>2</sup>, valamint letölthető és papír alapon kitölthető formában is elérhető volt. A papír alapon kitöltött kérdőíveket a Búza téri Piacon elhelyezett gyűjtőurnába lehetett bedobni, illetve a Paktumiroda munkatársai számára személyesen vagy digitalizált verzióban e-mailben is el lehetett juttatni. A kérdőív összesen 28 zárt kérdésből tevődött össze. A kérdések tematikájuk szerint a válaszadóra, valamint a háztartására és vásárlási szokásaira vonatkoznak. A kérdőív részletes kiértékelését a stratégia 4.5 fejezete tartalmazza.

A helyzetfelmérések eredményei alapján elkészítettünk egy SWOT elemzést, majd a problémafa-célfa módszer alkalmazásával határoztuk meg a specifikus és átfogó célokat. A stratégiai célok kijelölését követően meghatároztunk azon prioritásokat és a hozzájuk kapcsolódó beavatkozásokat, amelyek hozzájárulhatnak a stratégia sikerességéhez, ezáltal Nyíregyháza helyi gazdaságfejlesztéséhez. A prioritások és a beavatkozások részletesen az akciótervben kerülnek bemutatásra.

---

<sup>2</sup> [https://docs.google.com/forms/d/13R-66BW4q9XlgwVj9oEmCXmi8rjqnQmv6ZfuePnY7fg/viewform?edit\\_requested=true](https://docs.google.com/forms/d/13R-66BW4q9XlgwVj9oEmCXmi8rjqnQmv6ZfuePnY7fg/viewform?edit_requested=true)

## 3 A HELYI TERMÉKEKKEL ÉS SZOLGÁLTATÁSOKKAL KAPCSOLATOS GAZDASÁGI TRENDEK

---

### 3.1 A helyi termék és szolgáltatás fogalma

A helyi termék és szolgáltatás fogalma nincs szigorú szabályok közé szorítva, definiálása sokszor nézőpont kérdése. Dr. G. Fekete Éva szerint<sup>3</sup> a helyi termék fogalmának megközelítése két irányból lehetséges. Az első megközelítésben az egyediségen, a tradíciókon, míg a másodikban a helyi igényeken és ellátáson van a hangsúly. Mindkét értelmezésben a helyi termelés és értékesítés értékelődik fel a globalizációval szemben.

Egy másfajta megközelítés jelenik meg egy, a hátrányos helyzetű térségekben megvalósított releváns projektek kutatása alapján (Kiss M., 2016<sup>4</sup>), miszerint alapvetően kétféle típust különböztetnek meg: míg a „szükségletellátó” típus a helyi alapanyagokból, helyben megtermelt javakkal elsősorban a szűkebb környezet szükségleteinek kielégítését célozza, addig a „márkateremtő” helyitermék-előállítás esetében a piacorientált gazdasági szereplők termékeiket elsősorban a fizetőképes városi célközönség és a turisták számára pozícionálják.

Összességében elmondható a helyi termékek fő jellemzőjéről, hogy rövid a termelési lánc (Helyi termék kézikönyv, 2016<sup>5</sup>), azaz a termelés, feldolgozás és az értékesítés, valamint a fogyasztó a lehető legközelebb vannak egymáshoz. Kiemelendő, hogy a helyi termék forgalma, keresletük megerősödése a helyi gazdaságot fejleszti, a helyi szereplőket segíti és fenntarthatóbb gazdálkodáshoz vezet.

A Helyi termék kézikönyv szerint a helyi terméknek minősülő terméket a termelő saját gazdaságában, saját megyében vagy Budapesten, illetve a gazdaságtól legfeljebb 40 km távolságra lévő piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen értékesítheti a végső fogyasztónak, illetve kiskereskedelmi vagy vendéglátó egységnek, esetleg közvetítettést biztosító intézménynek.

A fent leírt többszemponútú meghatározásokat figyelembe véve a stratégiában helyi termék alatt helyi termelő által helyben, helyi alapanyagok felhasználásával, kisüzemi keretek között, helyi tradicionális eljárásokkal előállított, legfeljebb 40 km-es körzetben értékesített terméket értünk.

A helyi termékek mellett, főként ezekre épülő helyi szolgáltatásokról is beszélhetünk. Ezen fogalom definiálása azonban nehéz feladat, hiszen kevés szakirodalom foglalkozik vele. A pontos meghatározás érdekében a KSH módszertani útmutatója szerinti szolgáltatás fogalmából indulunk

---

<sup>3</sup> Dr. G. Fekete Éva.: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termárvölgyében. Zalaszentgrót, Zala Termárvölgye Egyesület, 2009. p. 5. [http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi\\_termek\\_tanulmany\\_zalatermalvolgye\\_0.pdf](http://zalatermalvolgye.hu/sites/default/files/helyi_termek_tanulmany_zalatermalvolgye_0.pdf)

<sup>4</sup> Kiss Márta: Helyi termék, mint továbblépés? A helyitermék-előállítás szerepe és típusai a hátrányos helyzetű térségekben, Erdélyi Társadalom, 14. évfolyam 1. szám, 2016. p. 27. <https://erdelyitarsadalom.ro/files/et28/et-bbu-28-01.pdf>

<sup>5</sup> Helyi termék kézikönyv 2016, Nemzeti Agrárgazdasági Kamara <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/101-helyi-termekek-kezikonyv>

ki, mely szerint a szolgáltatás olyan tevékenység eredménye, amely a szükségleteket jellemzően a fogyasztóval kialakított közvetlen kapcsolat keretében elégíti ki; általában nem ölt anyagi-tárgyi formát, hanem a gazdasági egységek, objektumok, személyek állapotának hasznos megváltoztatásában, illetve megőrzésében nyilvánul meg.

Jelen stratégiában a helyi szolgáltatások alatt a helyi termékek előállításához, fogyasztásához, népszerűsítéséhez, értékesítéséhez kapcsolódó, élményt nyújtó szolgáltatásokat értünk pl. látvány lekvárfőzés, falusi disznóvágás, kézműves foglalkozások.

## 3.2 Helyi termékek és szolgáltatások kategóriái

A helyi termékek körében jellemzően élelmiszerek és kézműves technikával előállított használati tárgyak jelennek meg. Dr. G. Fekete Éva<sup>6</sup> szerint a helyi termékcsoportok az alábbi táblázatban felsoroltak lehetnek (a teljesség igénye nélkül).

1. táblázat A helyi termékek csoportosítása

<b>1. Élelmiszerek</b>	1.1. Feldolgozás nélkül árusított élelmiszerek	Növényi eredetű termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gyümölcs (szőlő, alma, cseresznye, dió)</li> <li>- zöldség (paprika, burgonya, káposzta, karfiol)</li> <li>- erdei termékek (erdei gyümölcs, gomba)</li> <li>- gyógy- és fűszernövények</li> </ul>
		Állati eredetű termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- tojás</li> <li>- tej (tehéntej, kecsketej)</li> <li>- tőkehús</li> <li>- baromfihús</li> </ul>
	1.2. feldolgozott élelmiszerek	Növényi eredetű termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gabona őrlemény (búzaliszt, rozsliszt)</li> <li>- tésztafélék, pékáruk, sütemények (szárzészta, kenyér, péksütemény, pogácsa, percc, rétes, leveles tészta,)</li> <li>- sajtolt vagy préselt olajak (tökmagolaj)</li> <li>- savanyúság</li> <li>- konzervált zöldség, gyümölcs (lecsó, lekvár, gyümölcsle)</li> </ul>

<sup>6</sup> Dr. G. Fekete, Éva: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében. Zalaszentgrót, Zala Termálvölgye Egyesület, 2009. p. 5-6.

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- aszalt gyümölcs</li> <li>- fűszerek, tinktúrák</li> </ul>
	Állati eredetű termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- húskészítmények (szalámi, szalonna, tepertő)</li> <li>- tejtermékek (sajt, vaj, túró, író)</li> <li>- méz, méztermékek</li> </ul>
	Készétel különlegességek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dödölle</li> <li>- kenyérlángos</li> <li>- mézeskalács</li> <li>- szalonnába tekert zöldbab</li> <li>- gombóc</li> </ul>
	Ásványvíz, szikvíz	
	Alkoholos italok	<ul style="list-style-type: none"> <li>- borok</li> <li>- pálinkák</li> </ul>
<b>2. Nem élelmiszerként hasznosított mezőgazdasági termékek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- virág</li> <li>- kertészeti termékek (balkonnövény, virágpalánta, szőlő oltvány, facsemete)</li> <li>- tűzifa</li> </ul>	
<b>3. Kézműves termékek</b>	3.1. Fából készült termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kádár termék (boros hordó, díshordó)</li> <li>- asztalos termék (kisbútor, faintarzia)</li> <li>- faműves termék (faragás, faedények)</li> </ul>
	3.2. Kőből készült és kőműves termékek (kemence, kőedény, kőfaragás)	
	3.3. Vasból készült termékek (öntött- és kovácsoltvas)	
	3.4. Kerámia és üvegműves termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fazekas termékek</li> <li>- cserépkályha</li> <li>- üvegfestés</li> </ul>
	3.5. Textilipari termékek	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fonás, csomózás</li> <li>- szövés</li> <li>- kézimunka (csipke, hímzés, horgolás, gobelin)</li> <li>- selyemfestés</li> <li>- viseletkészítés</li> </ul>
	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)	

*Forrás: Dr. G. Fekete, Éva.: Helyi termékek előállítás és értékesítése a Zala Termárvölgyében, 2009.*

A helyi szolgáltatások kategóriáit, melyek megegyeznek a helyi termékek és szolgáltatások elektronikus kataszterének összegyűjtésére kidolgozott adatlapban szereplőkkel, a következők szerint határoztuk meg:

- Turisztikai szolgáltatás (élmény alapú),
- Termelői szolgáltatás (faipar, élelmiszeripar, textilipar, ruhaipar, papíripar, kézműipar, vegyipar, építőipar, feldolgozóipar),
- Mezőgazdasági szolgáltatás,
- Társadalmi szolgáltatás (oktatás, szociális, kultúra, egészségügy),
- Kereskedelem.

### 3.3 A helyi termékek és szolgáltatások jogszabályi kerete

A helyi termékekre termékcsopontonként eltérő jogi szabályozás vonatkozik. Különösen széleskörűek az élelmiszerek előállítására és értékesítésére vonatkozó jogszabályok.

Kimondottan a házi, kisüzemi keretek közötti termelésre vonatkozik az 52/2010 (IV.30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről, valamint a 136/2007. (VI.13.) Kormányrendelet a falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenységről. A helyi termékek falusi turisztikai szolgáltatások keretében történő értékesítését lehetővé tevő második jogszabályt pedig a 239/2009. (X. 20.) Kormányrendelet a szálláshely-szolgáltatási tevékenység folytatásának részletes feltételeiről és a szálláshely-üzemeltetési engedély kiadásának rendjéről hatályon kívül helyezte anélkül, hogy az abban szereplő alkalmi falusi és agroturisztikai szolgáltató tevékenység<sup>7</sup> végzéséről rendelkezett volna (Dr. G. Fekete É., 2009<sup>8</sup>).

A helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszer-biztonsági feltételeiről szóló 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet az élelmiszer-higiénéről szóló, 2004. április 29-i 852/2004/EK európai parlamenti és tanácsi rendeletben meghatározott követelményekhez képest engedményeket, illetve kiegészítéseket fogalmaz meg. Szintén élelmiszer-biztonsági szabályokat tartalmaz az 59/1999. (XI.26.) EüM rendelet a vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól.

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 530/2017. (XII. 29.) Kormányrendelet a hagyományőrzéssel és a néphagyomány gondozásával kapcsolatos állami szerv kijelöléséről,

---

<sup>7</sup> A külön jogszabályban meghatározott, falusi szállásadás nyújtására alkalmas településen alkalomszerűen, látogatók részére nem egyéni vállalkozó magánszemély által

- a helyi népművészeti, néprajzi, kézműves, építészeti és kulturális értékek, örökségek bemutatása,
- a falusi élethez, környezethez és munkakultúrához kapcsolódó hagyományok, tevékenységek bemutatása,
- falusi vendégasztal szolgáltatása,
- a helyi gazdálkodási módok, termelési szokások bemutatása,
- saját előállítású népművészeti és kézműves termékek értékesítése,
- a fenti pontokhoz kapcsolódó falusi rendezvények szervezése,

amely nem foglalja magában a szálláshely-szolgáltatást. (136/2007.(VI.13.) Kormányrendelet)

<sup>8</sup> Dr. G. Fekete, Éva.: Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termárvölgyében. Zalaszentgrót, Zala Termárvölgye Egyesület, 2009. p. 10-13.

valamint a népi iparművészeti és a népművészeti alkotások minősítéséről, illetve 39/2017. (XII. 29.) EMMI rendelet a kulturális szakemberek szakmai továbbképzési programjának nyilvántartásba vételével, valamint a népművészeti és népi iparművészeti alkotások minősítési eljárásával összefüggő igazgatási szolgáltatási díjról. A Népi Tárgyalkotó Iparművész minősítő címhez szükséges alkotások kategóriánkénti megoszlása a melléklet 6.2 pontjában található.

A 2009. február 1-től hatályos 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 zsűrizéssel ellátott, egyedi vagy meghatározott példányszámban, nem ipari gyártástechnológiával előállított népművészeti, népi iparművészeti és iparművészeti termék értékesítése, amelyet közszolgáltató vagy népi iparművész minősítéssel rendelkező személy, szervezet - ilyen minőségében – teljesít”.

A Nemzeti Kulturális Alapról szóló 1993. évi XXIII. törvény módosítása értelmében a Nemzeti Kulturális Alap Igazgatósága 2016. december 31-én az Emberi Erőforrás Támogatáskezelőbe való beolvadással megszűnt – a korábbi kulturális járulékfizetési kötelezettséggel együtt. 2010. januárjától az ötös lottóból befolyó szerencsejáték-adó 90 százaléka adja a nemzeti kulturális alap főösszegét. Míg a mára már hatályát veszítő 4/1997. (I.22.) Kormányrendelet az üzletek működéséről és a belkereskedelmi tevékenység folytatásának feltételeiről szerint közterületen kizárólag zsűrizett népi iparművészeti, valamint népművészeti, iparművészeti, képzőművészeti, fotóművészeti termékek árusíthatók, addig a jelenleg hatályos vonatkozó jogszabályban (210/2009. (IX. 29.) Kormányrendelet a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről) a közterületi értékesítés keretében forgalmazható termékek között nem található semmilyen kézműves, iparművészeti termék.

A helyi termékes piac, vásár szervezésének jogi feltételeit a 55/2009. (III. 13.) Kormányrendelet a vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról szabályozza, ahol fogalomként megjelenik a helyi termelői piac, de a definiálásnál a kereskedelemről szóló törvényre hivatkozik<sup>9</sup>. A rendelkezés könnyítéseket fogalmaz meg a hagyományos piaci árusítás feltételeihez képest, illetve védelmet jelent a helyi gazdálkodók számára. A hagyományos és a termelői piac közötti különbségeket a 4.1.4 Helyi (termelői) piacok helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében című fejezetben ismertetjük. Az értékesítés témakörébe tartozik az ún. falusi vendégasztal is, amelynek fogalmát a korábban már említett a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló 52/2010 (IV.30.) FVM rendelet vezette be.<sup>10</sup>

Uniós szinten már a '90-es évek elején nagy hangsúlyt fektettek a vidékfejlesztésre. Az 1992. évi reformcsomag részeként jelentek meg 1992-ben az eredetvédelemről és a hagyományos különleges

---

<sup>9</sup> „helyi termelői piac”: olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti (2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről, a fogalmat a 2011. évi CXXXV. törvény 1. §-a iktatta be)

<sup>10</sup> „falusi vendégasztal”: falusias, tanyasias vagy vidéki környezetben a házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatása, és az elkészített élelmiszerek felkínálása helyben fogyasztásra a gazdaság helyén. 52/2010 (IV.30.) FVM rendelet



tulajdonság tanúsítási rendszeréről szóló 2081/92 és a 2082/92 EGK számú rendeletek. Az előbbi a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek eredetmegjelöléseinek és földrajzi jelzéseinek védelmével foglalkozott, melynek célja a tagállamonként különböző nemzeti eredetvédelmi rendszerek összehangolása a földrajzi árujelzők oltalmára vonatkozó jogi eszközök megteremtésével. Az utóbbi a hagyományos különleges tulajdonság tanúsítását szabályozó rendelet (2082/92/EGK), melynek megalkotásával a jogalkotók célja mindenütt az elmaradott térségek hagyományos termelési módszereket alkalmazó termelőinek támogatása volt, hogy a piaci versenyben fenn tudják tartani tevékenységüket, hozzájárulva ezzel az adott tájegység hagyományainak megőrzéséhez, a vidék foglalkoztatási gondjainak enyhítéséhez, a vidéki turizmus fellendítéséhez. Ezeket a rendeleteket 2006 márciusában váltotta a hagyományos különleges terméknek minősülő mezőgazdasági termékekről és élelmiszerekről szóló 509/2006/EK rendelet, illetve a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi jelzéseinek és eredetmegjelöléseinek oltalmáról szóló 510/2006/EK rendelet váltotta fel. 2012-ben egy újabb módosításnak köszönhetően a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek minőségrendszereiről szóló 1151/2012/EU rendelet lépett hatályba, melynek célja a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek előállítói számára segítséget nyújtani abban, hogy a vásárlókat és a fogyasztókat tájékoztassák termékeik és az élelmiszerek jellemzőiről és termelési sajátosságairól, biztosítva ezáltal, hogy: a) az értéknövelő jellemzőkkel és sajátosságokkal rendelkező mezőgazdasági termékek és élelmiszerek termelői és előállítói tisztességes versenyfeltételek mellett tevékenykedhessenek; b) a fogyasztók számára a szóban forgó termékekkel kapcsolatban megbízható információk álljanak rendelkezésre; c) a szellemi tulajdonjog védelmét tiszteletben tartsák; továbbá d) a belső piac integritása ne sérüljön.

Az Uniós előírások alapján születtek meg a hazai jogszabályok:

- 1997. évi XI. törvény a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról: a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala hatáskörébe tartozik a védjegyek lajstromozása.
- 158/2009. (VII. 30.) kormányrendelet a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek, valamint a szeszes italok földrajzi árujelzőinek oltalmára irányuló eljárásról és a termékek ellenőrzéséről: A rendelet alapján a bejegyzés iránti kérelmet a Kormány véleményező, javaslattevő jogkörrel működő konzultatív testülete, az eredetvédelemmel foglalkozó tanács formai és tartalmi szempontból véleményezi.
- 2008. évi XLVI. törvény az élelmiszerláncról és hatósági felügyeletéről
- 15/2008. (II. 15.) FVM rendelet a hagyományos különleges terméknek minősülő mezőgazdasági termékek és élelmiszerek elismerésének és ellenőrzésének rendjéről

### 3.4 A helyi termékek és szolgáltatások előállításának, értékesítésének, fogyasztásának fő trendjei

Az 1980-as évek végétől a fejlett nyugat-európai országokban nőtt meg a kereslet az egyes területekre jellemző, több generációs, hagyományos módon előállított élelmiszeripari termékek iránt. Ezt a folyamatot felismerve elsőként Franciaországban hozták létre a magas hozzáadott értéket képviselő, különleges élelmiszerek leltárát. Ennek hatására 1992-ben az Európai Bizottság Mezőgazdasági Főigazgatósága elindította az Euroterroirs (Európa Vidékei) nevű, az Európai Unió

egészére kiterjedő átfogó programot. A program koncepciójának lényege, hogy a hagyományos és tájjellegű élelmiszereket a nemzeti kulturális örökség részének tekinti. A program kelet-közép-európai kiterjesztésébe a magyar mezőgazdasági és élelmiszeripari kultúra tradíciójának köszönhetően elsőként hazánk kapcsolódhatott be.

A globalizáció ellenpólusaként jelent meg a hagyományos élelmiszerekre és agrártermékekre való fókuszálás. Emellett a korszerű és egészséges táplálkozás iránti igény növekedése számos korábbi agrártermék rehabilitációját, régi értékek újrafelfedezését is eredményezte. Az utóbbi években rohamosan megnőtt a helyi, megbízható és minőségi termékek iránti igény, eleinte különösen a társadalom magasan képzett és jobb keresettel rendelkező csoportjai körében.

A helyi termékek előállítása és piaci megjelenése – akár feldolgozatlan (pl. zöldség, gyümölcs), akár feldolgozott (pl. lekvár) – kezdetben sok esetben csak az önellátásra megtermelt termésmennyiség feleslegét jelenti, melyet az adott termelő értékesíteni szeretne. A termés/termék iránti igény felismerését követően a „hobbikertész” már az önellátáson túl növeli a termésmennyiséget és sok esetben kistermelővé, őstermelővé válik.

A feldolgozatlan termékek mellett egyre nagyobb igény mutatkozik a feldolgozott termékek és az ehhez kapcsolódó élmény alapú szolgáltatások (pl. kóstoltatás, látványműhely, „Csináld magad!” programok, pl. lekvár) iránt. A kereslet növekedésével a termelők érdekeltté válnak kapacitásaik növelésében, ezáltal gazdaságuk fejlesztésében. Összességében tehát a helyi termékek és kapcsolódó helyi szolgáltatások szoros összefüggésben állnak egymással és előállításuk egyértelműen a fogyasztói igényeket követi.

Törőcsik már 2003-ban írt tanulmányában<sup>11</sup> elemzi a fogyasztói elvárások között megjelenő élménykeresés trendjét – mely nem keverendő össze a helyi termékekhez kötődő élmény alapú szolgáltatással – és szembe állítja az autentikusság keresésével. Az élményszerű vásárlási körülmények – látványosság, show-elemek – biztosítása (pl. plázák) ellenpólusa a hiteles, hozzáértő, megbízható termelő, kereskedő, szolgáltató keresése. A kereslet növekedésével párhuzamosan aktív kapcsolat alakult ki a vásárlók és a helyi termelők között, így visszajáró, törzsvásárlói kör alakult ki. A helyi termelők megismerését segítette, hogy egyre több rendezvényen, vásáron vesznek részt, illetve egyre gyakrabban jelennek meg a médiában is.

Hazánkban a helyi termékek, szolgáltatások értékesítése napjainkban hagyományos csatornákon keresztül történik. Ezen hagyományos csatornák mellett azonban megjelentek modern formák is, melyek a társadalmi változások hatására – külföldi minták alapján – teret nyerhetnek.

---

<sup>11</sup> Törőcsik M. (2003): Fogyasztói magatartás trendek, új fogyasztói csoportok, Budapest, KJKKERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft.

2. táblázat A lehetséges értékesítési csatornák

Megnevezés	Leírás
<b>Hagyományos értékesítési csatornák</b>	
<b>Bolt a gazdaudvaron</b>	A vevő a termelő telephelyén vásárolhatja meg a kívánt terméket. Így alakulhat ki a legközvetlenebb kapcsolat a termelő és a vevő között. A vevő megismerheti a termelés helyszínét, körülményeit.
<b>„Szedd magad!” akció</b>	A vevő a termelő telephelyén saját maga szedi le a kívánt minőségű és mennyiségű terményt. Ez a forma a termelő humánerőforrás- és tárolókapacitás-problémáját is megoldja. Ez is közvetlen kapcsolatot jelent a termelő és a vevő között, a vevő megismeri a termelés helyszínét, körülményeket.
<b>Falusi vendégasztal</b>	Kistermelők a saját gazdaságába látogató turistákat vendégül láthatja. Az elkészült ételek elvitelre történő eladása nem lehetséges, azokat helyben kell elfogyasztani. Azonban a házigazda saját termelésű, feldolgozatlan termékét értékesítheti a vendéglátás során. Akár disznóvágásra is sor kerülhet, bemutatva ennek hagyományát, és felszolgálásra kerülhetnek a levágott állatból készült ételek.
<b>Terméksarok/Termékpolt</b>	Önálló üzlet kialakítása helyett meglévő üzletekben egy helyi termék sarok vagy polc kialakítása, ahol jól megkülönböztethető arculattal hívják fel a vevők figyelmét arra, hogy ellenőrzött eredetű kiváló minőségű helyi termékeket találnak ott.
<b>Rendezvények, fesztiválok</b>	Manapság már a kisebb településeken is évről évre megrendezésre kerülnek nagyobb tömegeket vonzó fesztiválok, rendezvények. Egy ilyen rendezvényen lehetőség nyílik a helyi termelőknek megismertetni magukat a helybeli vagy a környéken élő lakossággal.
<b>Hagyományos piac</b>	A – többnyire önkormányzati fenntartású – hagyományos piacok minden városban heti rendszerességgel, meghatározott nyitvatartással működnek, ahol területi kötöttség nélkül, bármilyen mezőgazdasági termelő, gazdálkodó szervezet, egyéni vállalkozó, kereskedő árulhatja termékeit.
<b>Modern csatornák</b>	
<b>Részes/közösségi gazdaságok</b>	Szoros eladó-vevő kapcsolat. A megkötött szerződés alapján a vevő előre kifizeti az éves termelés egy részét, így felosztásra kerül a gazdálkodással járó költség. Ennek fejében a vevő rendszeresen megkapja a termés arányos részét. Előny a fogyasztók szempontjából, hogy a kiadások tervezhetők, nem változik az ár év közben, a termelők részére pedig egyrészt stabil bevételi forrást biztosít, másrészt a kockázat megosztását. Hátránya, hogy a vevő nem mondhatja meg, hogy mikor és mennyit szeretne kapni. Ilyen rendszert működtet pl. a Hajdú-Bihar megyei Táncoskert Biogazdaság, ahol többek között „tyúklízing”-re van lehetőség. A vásárló a szükségletei szerint eldöntheti, hogy hány tyúkot tartsanak a részére. Ezek tojásait heti rendszerességgel átveheti a gyűjtőpontokon. Hasonlóan működik a Szatmár Farm Szociális, Mezőgazdasági és Értékesítő Szövetkezet „Legyen malacod!” program, melynek keretében a cégénydányádi farmon a szövetkezet sertésbértartást vállal, a programhoz

Megnevezés	Leírás
	csatlakozók pedig tetszőleges számú malacot vásárolhatnak és hízaltathatnak fix költségért.
<b>Előfizetési rendszer</b>	Az előfizetési rendszerekre a részes gazdaságoknál rugalmasabb működés jellemző. Előnye, hogy nem kell előre lekötni és kifizetni meghatározott mennyiségű terményt, de itt is megállapodás jön létre. Ezeket a rendszereket állandó vásárlók rendszerének is szokták hívni, melyben a termelők és a fogyasztók értékesítési szövetséget hoznak létre.
<b>Doboz rendszerek</b>	Az előfizetési rendszerénél még rugalmasabbak, mivel a vevő akkor és annyit rendelhet, amikor szüksége van az adott terményre. Ez a rendszer a termelő szempontjából nagyobb rugalmasságot igényel, hiszen nem kötik le előre a teljes éves termelését és nem vállalnak kötelezettséget a mindenkori vásárlásra, de a leadott megrendelések nagyobb biztonságot adnak, mint a piaci árusítás.
<b>Vásárlói közösségek</b>	Egy beszerzői, elosztói rendszer jön létre több termelő és valamilyen civil szervezet vagy a vásárlók közösségéből, melyben a vásárlók általában helybeli termékekre vonatkozó megrendeléseit összesítve adják le és szervezeten szállítják ki. Mivel általában több termelő is bekerül ezekbe a rendszerekbe, így a vevők nagyobb választékból tudnak rendelni. Ezek a típusú vásárlói közösségek már nagyobb számban léteznek főleg Budapesten és nagyobb városokban, ahol nehezebb egyénileg elérni a helyi termékeket már csak a nagyobb távolság miatt is. Jó példa a budapesti „Szatyorbolt” vásárlói közösség, amely főként biotermékek beszerzésével foglalkozik. A csoport tagjai jelentősen kedvezőbb áron tudnak hozzájutni az amúgy magasabb árfekvésű bio élelmiszerekhez és közben nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy helyi – 50 km-es körzeten belüli – termelőktől szerezzék be a biztonságos, idényjellegű élelmiszereket, hiszen így nem csak jelentős költséget tudnak megtakarítani, de nagymértékben hozzájárulnak a környezet védelméhez is.
<b>Helyi termelői piac</b>	A hagyományos piacok mellett egyre több településen jelennek meg a termelői piacok, ahol a kistermelők számára nyílik lehetőség arra, hogy az általuk megtermelt árukat a gazdaságukhoz minél közelebb tudják értékesíteni. A helyi termelői piacon történő értékesítés feltétele, hogy a kistermelő gazdasága a piac helye szerinti megyében, vagy annak 40 km-es körzetében legyen. Budapesten az ország teljes területéről érkező kistermelők árulhatnak.

*Forrás: Salamonné Máté Andrea Helyi termékek, termelői piacok szerepe napjainkban, 2016.*

A táblázat alapján mind a hagyományos, mind a modern értékesítésnek több formája létezik. A hagyományos értékesítési csatornák közül még mindig a hagyományos piac a legelterjedtebb és legismertebb forma, mely tőkebefektetés és reklám nélkül is elérhető a termelők számára.

A termelők és a fogyasztók közötti közvetlen értékesítési kapcsolat révén rövid ellátási lánc (REL) jön létre. A REL működésének leginkább közismert formáit az alábbi ábra mutatja be.

2. ábra A rövid ellátási lánc formái

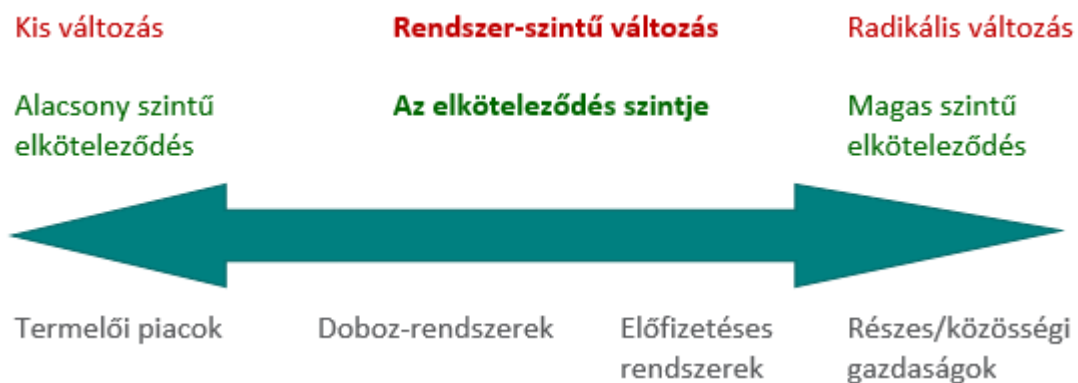


Forrás: Vidékfejlesztési Program Kézikönyv, 2015

Hazánkban egyelőre – ahogy a fentiekben is rögzítésre került - a hagyományos és inkább alkalmi REL formák terjedtek el.

A modern csatorna minden formájánál fontos szerep jut a fogyasztói részvételnek. Azonban a fogyasztói elköteleződés mértéke különbözik az egyes csatornáknál – ezt szemlélteti a következő ábra.

3. ábra Az elköteleződés és a rendszer-szintű változás szintjei a közösség által támogatott mezőgazdaság különböző formáiban



Forrás: Vadovics E., M. Hayes: Nyitott Kert – egy helyi bioélelmiszer-hálózat Magyarországon, 2007<sup>12</sup>

Az egyes elköteleződési szintek egyben különböző mértékű változást is jelentenek a meglévő élelmiszer termelői-fogyasztói rendszerhez képest. Ez alapján legkisebb változást a termelői piacok, míg a legmarkánsabb változást a részes gazdaságok jelentik (Vadovics E., M. Hayes, 2007). Viszont minden csatorna esetében elmondható, hogy a termelők és a vásárlók együttműködésén alapulnak, azaz a közösség által támogatottak. (Salamonné Máté A., 2016).

<sup>12</sup> Vadovics E., M. Hayes: Nyitott Kert – egy helyi bioélelmiszer-hálózat Magyarországon – in: Fenntartható fogyasztás Magyarországon 2007, Tudományos konferencia, Konferenciakötet, 2007. p. 237-258.

A stratégiaalkotást megelőzően lefolytatott kérdőíves felmérés eredményeiből kiderült, hogy a nyíregyházi válaszadók elsősorban a hagyományos értékesítési csatornákat részesítik előnyben: főként a lakóhelyük, munkahelyük szerinti piacon vásárolják a helyi termékeket, de népszerű még a közvetlenül a termelőtől, valamint termelői piacon és családon belül beszerzés is.

### 3.5 A helyi termékek és szolgáltatások hatása

A helyi termékek és szolgáltatások hatása sokrétű. Amellett, hogy a termelőknek, fogyasztóknak, helyi munkavállalóknak, turisztikai szolgáltatóknak, települési önkormányzatoknak és térségi közösségeknek kedvez, a helyi termékek előállítása és értékesítése, a helyi termékek előállításának növelése a térség/vidékfejlesztési szempontból is pozitív hatást vált ki (Dr. G. Fekete É. 2009):

- fejleszti a helyi gazdaságot, hozzájárul a térségben élők megélhetéséhez,
- javítja az életminőségét az egészséges, környezetbarát termékek fogyasztása révén,
- bővíti a térség turisztikai kínálatát a programok, ajándéktárgyak révén,
- térségi image formáló.

Természetesen a fenti előnyök érvényesüléséhez elengedhetetlen feltétel, hogy az adott helyi termék vagy szolgáltatás valós fogyasztói igényeket elégítsen ki, minőséget jelentsen, helyi sajátosságot képviseljen, illetve elérhető áron a lakóhely közelében lehessen beszerezni.

A [www.elestar.hu](http://www.elestar.hu) internetes lap 2016. május 26-án töltötte fel oldalára 10 pontban összeszedve, hogy miért érdemes helyi élelmiszert vásárolni:

1. Hozzájárul a helyi gazdaság fejlődéséhez, a megtermelt profit a helyi termelőknél marad.
2. A helyben termelt és értékesített zöldség, gyümölcs frissebb.
3. A helyi élelmiszerek ízletesebbek az előző pontban leírt frissességnek köszönhetően.
4. A helyi zöldségek, gyümölcsök a helyben történő értékesítésnek köszönhetően éretten kerülnek szüretelésre.
5. A helyi termékek helyben történő értékesítésének köszönhetően a szállítási igény minimális, így a környezeti terhelés is minimális.
6. A helyi termékek jellemzően idényjelleggel érhetők el, de ekkor a legízletesebbek és kedvező áron kaphatók.
7. A helyi termék saját történettel rendelkezik, mely magába foglalja a családi tradíciókat, speciális recepteket, módszereket. Vásárlásukkal ezt a történetet éltetjük tovább.
8. A helyi termékek helyi értékesítése révén nincs szükség tartósításra, kevesebb a vegyszermaradvány. Probléma esetén a termelő gyorsabban, hatékonyabban felelőségre vonható.
9. A helyi termékek értékesítése a nagyipari fajtákkal szemben hozzájárul az ősi magyar fajták megőrzéséhez.
10. Helyi termékek vásárlásával hozzájárulunk saját környezetünk életképesebbé, élhetőbbé válásához.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> <http://www.elestar.hu/2016/hirek/eletmod/10-ok-amiert-erdemes-helyi-elelmiszert-vasarolni/>

## 4 HELYZETELEMZÉS

---

### 4.1 Helyi termékek, termelők és piacok helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

#### 4.1.1 Szabolcs-Szatmár-Bereg megye bemutatása

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye helyi termékeinek sajátosságainak megértéséhez fontos egy átfogó képet adnunk a megyéről.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye Magyarország északkeleti periferiáján helyezkedik el. Országos szinten egyedüli adottság, hogy 4 ország közvetlen találkozási pontján elhelyezkedő régió részét képezi. A megye az ország területének 6,4%-át teszi ki, mellyel az ország hatodik legnagyobb megyéjének számít.

A megye területe természetföldrajzi-táji értelemben igen tagolt, Magyarország kistájainak katasztere (MTA, 1990) alapján négy középtáj található itt (Felső-Tiszavidék, Nyírség, Hajdúság, Közép-Tiszavidék), melyek adottságai alapvetően befolyásolják a helyi termékek kínálatát is.

A megye területéhez 331,5 km hosszú folyószakasz tartozik, ebből 250 km a Tisza (mely Ukrajnából Tiszabecsnél lép Magyarországra és a megyét Tiszadobnál hagyja el), 51,5 km a Szamos, és 30,0 km a Túr folyó hossza.

A helyi termékek potenciális fogyasztói piacát meghatározza a lakosság szám. Szabolcs-Szatmár-Bereg megye népessége 2018-ban 558 361 fő volt, mely az utóbbi években – az ország többi megyéjéhez hasonlóan – csökkenő tendenciát mutat. Ennek hátterében a természetes fogyás mellett az elvándorlás áll.

A lakosság aktivitási rátája 61,9%, amely kedvezőbb a két szomszédos megye értékénél és megegyezik az országos átlaggal. A foglalkoztatottsági ráta 56,7%, amely ugyan a régióban a legkedvezőbb, de 3 százalékponttal marad el az országos átlagtól (59,3%). A munkanélküliségi ráta az országban a legmagasabb (8,5%), az országos átlag kétszerese.

A helyi termékek iránti igény legnagyobb mértékben a magasabban kvalifikált lakosság körében jelenik meg. Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében a 2016-os Mikrocenzus adatai alapján a 15 éves és annál idősebb népesség mindössze 13,41%-a rendelkezik egyetemi, főiskolai oklevéllel, amely a megyei rangsorban az utolsó előtti helyet jelenti.

A lakosság szám mellett fontos tényező a jövedelmi helyzet, mely a vásárlóerőt határozza meg. 2019. I. negyedében a teljes munkaidőben alkalmazásban állók bruttó átlagkeresete (a munkáltató székhelyének elhelyezkedése szerint) 243 489 Ft volt, mely 2014. I. negyedévhez képest (164 470 Ft) közel másfélszeres emelkedést mutat. Ennek ellenére a megyei átlagkereset továbbra is elmarad az országostól (352 151 Ft), annak mindössze 69,1%-át teszi ki.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében az egy főre jutó GDP értéke 2000 óta folyamatos emelkedő tendenciát mutat, 2017-ben 2 166 000 Ft volt. Ennek ellenére még mindig alig haladja meg az országos átlag felét (2017-ben 55,3%), és a megyék közötti rangsorban 2000 óta minden évben az utolsó előtti helyen állt.

A helyi termékek gazdasági jellegét meghatározza a megye gazdasági szerkezete. A GDP gazdasági ágak szerinti megoszlása tükrözi a megye gazdasági szerkezetét: a megyében a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat gazdasági ág (10,56%) és az építőipar (4,41%) az országos átlagnál nagyobb súlyú, míg az ipar (24,98%) és a szolgáltatások (60,05%) az országos átlagnál kisebb súlyúak.

A regisztrált vállalkozások száma (2017-ben 114 614) növekszik Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében, és a vállalkozássűrűség (205/ezer lakos) az országos átlaghoz (176/ezer lakos) képest relatíve magas. Ennek oka a kistermelői és őstermelői kategória, mivel ezeknek a termelőknek 2008 óta regisztráltatniuk kell magukat vállalkozóként és a megyében hagyományosan jelentős mezőgazdaság miatt számuk magas (72 450).

2016-ban összesen 28 556 működő vállalkozást tartottak nyilván a megyében. A működő vállalkozások nemzetgazdasági ágak szerinti megoszlása szerint a kereskedelem, gépjárműjavítás ágat (23,2%) követően a mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat ágazatban (12,3%) tevékenykedik a legtöbb vállalkozás. A mezőgazdaság, erdőgazdálkodás, halászat ághoz sorolt vállalkozások aránya háromszorosa az országos átlagnak (4,1%), míg a kereskedelem, gépjárműjavítás ághoz tartozó vállalkozások aránya elmarad az országos átlagtól (19,1%).

A helyi termékek jelentős része a mezőgazdasághoz kapcsolódik, mely elsősorban annak köszönhető, hogy a megye jelentős szerepet tölt be az ország növénytermesztésében. A mezőgazdaság struktúrájában a munkaigényes ágazatok dominálnak. Az éghajlat számos növénykultúra termelésére nyújt kiváló lehetőségeket, így alakultak ki azok a tradicionális, jellegzetes termékek (szabolcsi alma, nyírségi burgonya, dohány, napraforgó, szatmári szilva), amelyek termőhelyi körzeteiben speciális szakismeret halmozódott fel.

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye a teljes magyar gyümölcstermesztés 44,33%-át adja (297 579 tonna), a zöldségtermesztésben való részesedése is jelentős (12,29%, 143 171 tonna). A megye gyümölcstermesztésének 89,57%-a alma (266 545 tonna) és bár a termésmennyiség csökkent az elmúlt években, jelenleg is Szabolcs-Szatmár-Bereg megye adja az ország összes almatermesztésének 56,27%-át. Jelentős a megye részesedése a meggy-, körte- és szilvatermesztésben is (itt termelik az ország meggy- és körtetermesztésének több mint 22%-át és a szilvatermesztés 16,48%-át).

Az állattenyésztésben belül a megye a területarányától nagyobb arányban részesedik a juhállományból (az országos 9,7%-a) és a baromfiállományból (az országos 7,1%-a), valamint viszonylag magas a kecsketenyésztés aránya is, míg a szarvasmarha és sertésenyésztésé alacsonyabb a területarányánál.

#### 4.1.2 Helyi termékek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye helyi termékei, értékei sokszínűek. A következőkben bemutatjuk Magyarországot és a megye helyi termékeire, értékeire vonatkozó gyűjtéseket, vizsgálatok eredményeit.



Az FVM Magyar Közösségi Agrármarketing Centrum Kht. „Hagyományok-Ízek-Régiók” program (HÍR) keretében – az Európai Unióban Euroterroirs néven futó kezdeményezés hazai megvalósításaként – gyűjtött össze 300 hagyományos és tájjellegű magyar terméket. A magyar gyűjteménybe kerülés követelményrendszerét az európai sztenderdek alapján és a hazai sajátosságok figyelembevételével a HÍR program Tudományos Bizottsága határozta meg és a program Nemzeti Tanácsa hagyta jóvá. A gyűjtés a növényi és állati eredetű élelmiszerekre, mezőgazdasági termékekre (beleértve a halászati termékeket is) terjedt ki, de bekerülhettek a gyűjteménybe az ásványi eredetű, étkezésre használt termékek is. Borok és ételreceptek nem szerepelnek ebben a gyűjteményben.<sup>14</sup>

A gyűjtemény Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei „tagjait” a következő táblázat mutatja be:

3. táblázat Szabolcs-Szatmár-Bereg megye termékei

Kategória	Megnevezés
Édesipari termékek	somlekvár, szatmári szilvalekvár
Fűszernövények, fűszerek, ízesítők	étkezési mák (Tiszántúl)
Gabonafélék és malomipari termékek	kukoricadara
Húskészítmények	vállaji sváb bordázott szalonna, vállaji sváb sonka
Húсок, szárnyasok, vadak	bronzpulyka, fehér magyar tyúk, fodros tollú magyar lúd, gyöngytyúk, magyar kecske
Italok	diópálinka, szabolcsi almapálinka, szatmári szilvapálinka
Szárzástészták	kötött tészta
Termesztett, gyűjtögetett és feldolgozott gyümölcsök	aszalt alma, aszalt körte, aszalt szilva, Besztercei szilva, cigánymeggy, Debreceni meggy (Újfehértói fürtös, Kántorjánosi meggy, Debreceni bőtermő), Milotai dió, Penyigei szilva (panyolai, nemtudom, beregi, gömöri nyakas szilva), Szabolcsi alma, Kisvárdai burgonya, Nagydobosi sütőtök, Sziki csiperke
Egyéb	Nyírségi akácméz, pörkölt napraforgómag (szotyola, szotyai)

*Forrás: Hagyományok - Ízek - Régiók, Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye, 2002.*

2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról rendelkezik a nemzeti értékek azonosításáról, azok rendszerezéséről, melyben a települési és megyei önkormányzatok is részt vehetnek, valamint értéktárat hozhatnak létre. A jogszabály a megyei értéktár fogalmát a következőképpen definiálja: „A megye területén fellelhető nemzeti értékek közül a Megyei Értéktár Bizottság által megyei értékkel nyilvánított értékek adatait tartalmazó gyűjtemény; ahol e törvény megyei értéktárat említ, az alatt a fővárosi értéktárat is érteni kell.”

<sup>14</sup> A gyűjteményben szereplő termékekről részletes leírást találhatunk, mely kiterjed a következőkre: más elnevezés, változatok, előfordulás a régióon belül, egyéb magyarországi előfordulás, általános besorolás, különleges, egyedi jellemzők, leírás, történet, felhasználás, szakmai fogások, gazdasági adatok

Szabolcs-Szatmár-Bereg megye értékei széles spektrumot fednek le az agrár- és élelmiszergazdaságtól az épített- és természeti környezeten át a kulturális örökségig. A megyei értéktár teljes listája a mellékletben található<sup>15</sup>:

- Agrár és élelmiszergazdaság
  - Szatmári szilvalekvár
  - Zümi mézes gyümölcsszörpök
  - Újfehértói Fürtös ágyas meggypálinka
  - Újfehértói fürtös meggy
  - Nagydobosi sütőtök
  - A tuzséri Jonathan alma, mint a szabolcsi Jonathan alma egyik reprezentánsa
  - A kiemelkedő nemzeti értéket képviselő Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei eredetvédett pálinkák helyi változatai
  - Császlói som (*Cornus mas f. csaszloiensis* Nyékes)
  - Tiszaadonyi kecskesajt
- Kulturális örökség
  - Beregi keresztzemes hímzés – Felső-Tisza-vidéki keresztzemes hímzés
  - Paszabi szóttas
  - Beregdaróci vászonvirág
- Ipari és műszaki megoldások
  - Zema ékszerek

### 4.1.3 Helyi termelők helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

Az interneten több adatbázis található, melyek segítségével kiválaszthatjuk a lakóhelyünkhöz legközelebbi termelőket és termékeiket.

Az „Országos Helyi Termék” adatbázisában (<http://www.orszagoshelyitermek.hu>) Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében mindössze két termelő található, az egyik Kisvárdán cukrásztermékekkel, a másik Újfehértón zöldséggel foglalkozik.

A „Termelőtől” adatbázisában (<https://www.termelotol.hu>) már 40 településről összesen 52 termelő szerepel, akik a megye legkülönbözőbb pontjain végzik tevékenységüket.

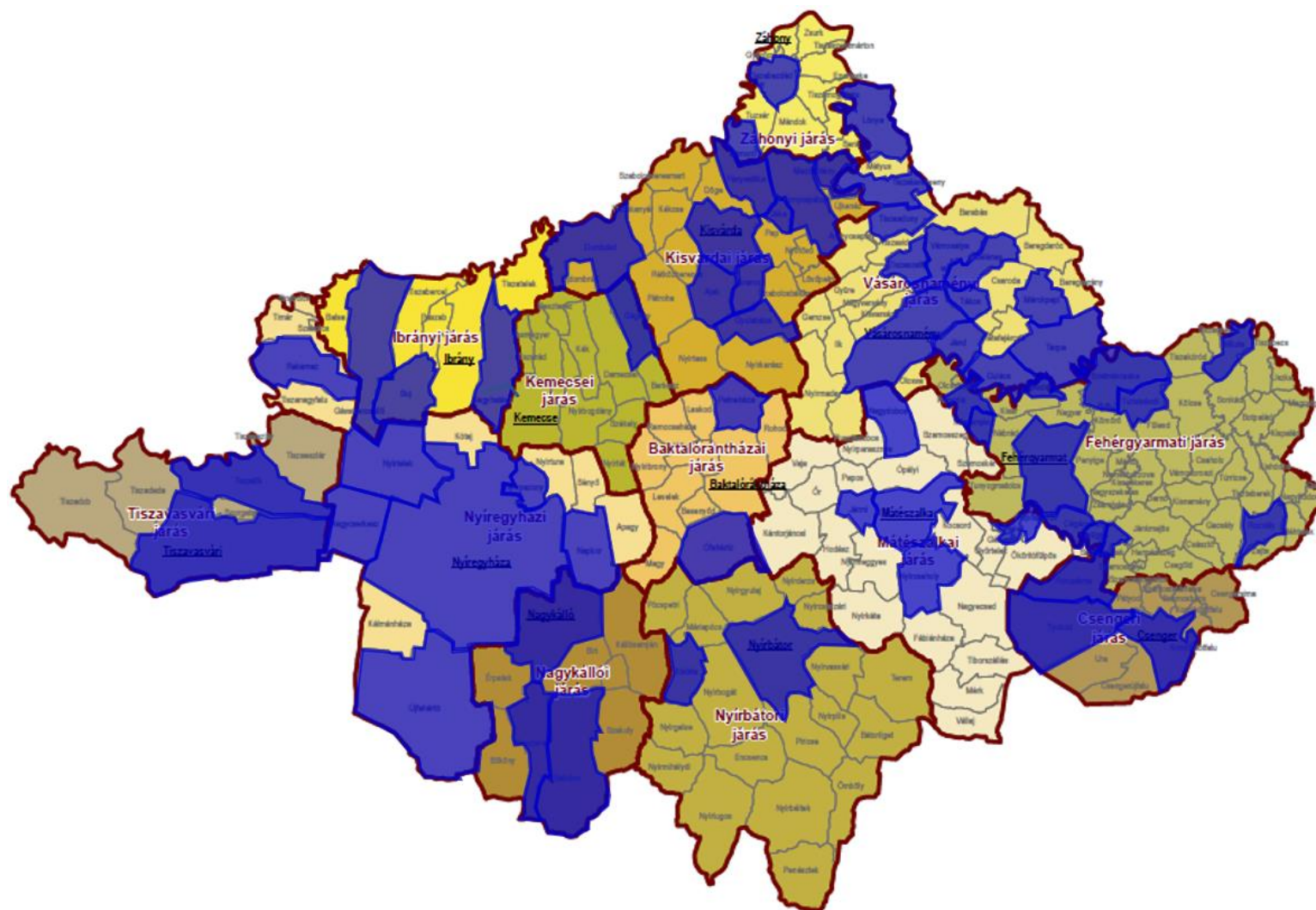
A legnagyobb megyei termelői létszámmal a „Keresd a helyit!” (<http://keresd-a-helyit.hu>) oldal rendelkezik, ahol a régió kiválasztását követően termékcsoporthoz is lehet keresni. A megyében 32 településen összesen 66 termelő hirdeti termékeit és szolgáltatásait. Az oldalon szereplő termékcsoporthoz között megjelennek ételkülönlegességek, helyi attrakciók, kozmetikumok, szappan és szállás is.

---

<sup>15</sup> <http://szszbm-ertektar.hu/ertekek.php>

A következő ábrán kékkel jelöltük azokat a településeket, ahol helyi termelők találhatók.

4. ábra Helyi termelők elhelyezkedése Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében



Forrás: Alaptérkép: [http://www.terport.hu/webfm\\_send/4805](http://www.terport.hu/webfm_send/4805), saját szerkesztés

Habár vélhetően a megyei települések többségében tevékenykednek termelők, de a vizsgált adatbázisokban csak töredékük regisztrált.

#### 4.1.4 Helyi (termelői) piacok helyzete Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

A megye szinte valamennyi településén található hagyományos piac, esetleg vásárcsarnok. A hagyományos piac, vásárcsarnok és a termelői piacok közötti különbséget a következő táblázat mutatja be.

4. táblázat A „helyi termelői” és a „hagyományos” piac, vásárcsarnok közötti különbség

Helyi termelői piac	Szempont	Piac, vásárcsarnok
Bejelentés szükséges	<b>Működés</b>	Engedély szükséges
Kistermelők	<b>Értékesítők</b>	Kistermelők, termelők, élelmiszer- és nem élelmiszer-előállító vállalkozások, kereskedők
Bejelentés a helyileg illetékes jegyzőnek, aki igazolást állít ki. Nyilvántartást vezet az üzemeltető az értékesítőkről.	<b>Regisztráció, bejelentés</b>	Bejelentés a helyileg illetékes jegyzőnek, aki igazolást állít ki. Külön engedélyeket az élelmiszerlánc-felügyeleti hatóság állít ki.
A kistermelő gazdasága szerinti megyében, vagy a gazdaság 40 km-es körzetében, illetve budapesti helyi termelői piacon	<b>Értékesítés területi korlátozása</b>	Kistermelő nem állati eredetű alapterméket, mézet, élő halat országosan, bármelyik piacon. Állati eredetű alapterméket és bármely feldolgozott terméket a gazdasága helye szerinti megyében, vagy Budapesten, illetve a gazdaság 40 km-es körzetében Nem kistermelő területi korlátozás nélkül
Kistermelő a gazdaságában megtermelt terméket, általa előállított élelmiszert	<b>Értékesíthető termékek köre</b>	Engedéllyel, feltétellel bármely termék

Forrás: Helyi Piac Kisokos, <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/2671-helyi-piac-kisokos>

A fentiekkel összhangban a Helyi Piac Kisokos<sup>16</sup> szerint az alábbi előnyei vannak a termelői piacon történő vásárlásnak:

<sup>16</sup> Helyi Piac Kisokos, <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/2671-helyi-piac-kisokos>

- Nyomon követhetőség és visszacsatolás lehetősége. A termelő és fogyasztó közvetlen kapcsolatának köszönhetően a termelő és a termelés módja leinformálható, a termékkel kapcsolatos pozitív vagy negatív vélemény, tapasztalat közvetlenül visszajut a termelőhöz.
- A frissen szedett idény jellegű helyi termékek sajátos ízvilággal rendelkeznek, előállításuk hagyományos módon, élők munkájával történik.
- A közvetlen termelő-fogyasztó kapcsolat révén a kis- és nagykereskedői hasznok elmaradnak a termékek árából. A rövid ellátási láncnak köszönhetően minimálisra csökken a szállítási, tárolási, hűtési költség, és mindezeknek köszönhetően a környezetterhelés is.
- A szállítási idő minimálisra csökkenése révén nő az élelmiszer- és ellátásbiztonság.
- A termékek helyben történő előállítása és értékesítése révén a megtermelt profit is a helyi gazdaságban marad, erősítve azt.
- Megfelelő helyszín a termékekkel kapcsolatos vélemény- és tapasztalatcserének, mely lehetőséget teremt a folyamatos megújulásnak, minőségi javulásnak.
- Közösségformáló helyszín, ahol a termelők és vásárlók jobban megismerhetik egymást, bizalmi kapcsolatok alakulnak ki. Programokkal kiegészülve turisztikai vonzerőt is jelenthet.

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK) oldalán található helyi termelői piac<sup>17</sup> keresője szerint Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében a következő piacok találhatóak:

5. táblázat Helyi termelői piacok Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

Név	Cím	Nyitva tartás
Korányi F. úti Piac – Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, Május 1. tér	6.00 - 14.00
Örökösöldi Piac – Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, Család u. - Belső körút	kedd-péntek: 6.00-15.00 szombat 6.00-13.00
Piacsarnok – Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, Búza tér 23.	6.00 - 14.00
Termelői Piac Borbánya – Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, Kállói u. 109.	szerda, péntek, szombat: 6.00 - 14.00
Termelői Piac Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, 11942 hrsz.	szerda, péntek, szombat: 6-14 óráig
Termelői Piac Oros – Nyíregyháza	4400 Nyíregyháza, 11942 hrsz.	szerda, péntek, szombat: 7.00 - 14.00
Bököny Község Piac és Vásártere	4231 Bököny, Kossuth u. 269/1 hrsz.	kedd, péntek: 6.00 - 12.00
Nyírbátor Városi Piac	4300 Nyírbátor, Eduárd utca 13.	csütörtök, szombat, vasárnap: 6.00 - 14.00
Szorgalmatosi Piac	4441 Szorgalmatos, Munkácsi út 27.	hétfő - vasárnap: 7.00 - 11.00
Termelői Piac Máriapócs	4326 Máriapócs, Kossuth tér 1.	csütörtök-vasárnap 07:00-13:00

<sup>17</sup> helyi termelői piac: olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti (kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény)

Név	Cím	Nyitva tartás
Termelői Piac Magyar	4922 Magyar, Magyar 338 hrsz	hétfő: 07.00-14.00 kedd: 07.00-14.00 péntek: 07.00-14.00
Termelői Piac Nyírtass	4522 Nyírtass, Árpád u. 39. 44/2, 44/4.hrsz	szerda, péntek: 6.30-12.00;
Termelői Piac Újfehértó	4244 Újfehértó, Szent István u. 126. 1008.hrsz.	szerda, péntek: 04.30-11.00; vasárnap: 6.00-12.00
Termelői Piac Vaja	4562 Vaja, Damjanich utca 114-116.	hétfőtől-szombatig 7:00-14:00ig
Tiszadadai Helyi Piac	4455 Tiszadada, Hősök tere 491 hrsz.	hétfő - szombat: 7.30 - 16.00
Tiszadobi Községi Piac	4456 Tiszadob, Szabadság tér 9.	hétfő - szombat: 7.00 - 13.00
Tiszalöki Piac	4450 Tiszalök, József Attila út 1.	szombat: 6.00 - 11.00
Tiszavasvári Városi Piac	4440 Tiszavasvári, Vágóhíd u. 10.	csütörtök, vasárnap: 5.00 - 12.00
Túristvándi	4944 Túristvándi, 374. hrsz.	hétfő, kedd, péntek: 07.00-14.00
Újfehértói Városi Piac	4244 Újfehértó, Fő tér	6.00 - 14.00

*Forrás: NAK termelői piac kereső <https://www.nak.hu/termeloipiac-kereso?view=items>*

A települések hagyományos és termelői piacok kialakítására, fejlesztésére több forrásból is támogatást nyerhettek.

A 2007-2013-as időszakban az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) III. és IV. tengelye/intézkedéscsoportja szolgálta a vidéki térségek fejlesztését. Az ÚMVP IV. tengelye a LEADER program, amelynek célja a vidéki gazdaság fejlődése érdekében tett intézkedések összekapcsolása. A LEADER Helyi Akciócsoportok (HACS) a helyi igényekre alapozva fogalmazzák meg a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiákban a támogatási célokat és pályázati feltételeket, melyek helyi termékekkel kapcsolatos területeket is érintenek.

A 2007-2013-as időszakban piacfejlesztések is megvalósultak LEADER forrásból, többek között Záhonyban, Dombrádon, Kisaron, Szatmárcsékén, Túristvándiban.

2014 és 2020 között a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program TOP-1.1.3-15-SB1 Helyi gazdaságfejlesztés kiírás keretében többek között helyi termelők, helyi piacra jutásának támogatására (piaci terület, üzlethelyiség vagy szövetkezeti bolt és ezek kialakításához kapcsolódó infrastruktúra kiépítése, illetve átalakítása, felújítása, bővítése, korszerűsítése, helyreállítása) pályázhattak vissza nem térítendő támogatásra. A felhívás 30 nyertes projektje közül 21 db irányult piac fejlesztésre.

*6. táblázat TOP-1.1.3-15-SB1 Helyi gazdaságfejlesztés pályázati kiírás piacfejlesztésre irányuló nyertesei*

Település	Projekt címe
Berkesz	Piacfejlesztés Berkesz községben helyi termelők piachoz jutása érdekében
Bököny	Piacfejlesztés Bököny Községben

Település	Projekt címe
Fehérgyarmat	Gazdaságfejlesztés Szatmárban – Piacsarnok kialakításával
Gégény	Piac építés Gégényben
Geszteréd	Gazdaságfejlesztés helyi piac kialakításával
Magy	Helyi gazdaságfejlesztés Magy településen
Mátészalka	A Mátészalkai piac megújítása
Mérk	Új piac kialakítása Mérken
Nyírbogát	Helyi termelői piac kialakítása Nyírbogáton
Nyírbogdány	Nyírbogdány helyi termelői piac kialakítása
Nyírcsaholy	Helyi termelői piac létrehozása
Nyírkarász	Helyi piac infrastruktúrájának kialakítása Nyírkarászon
Nyírtét	Piactér fejlesztése, raktárépület építése Nyírtét községben
Papos	Paposi helyi termék piac és agrár-logisztikai szolgáltatások kialakítása
Piricse	Piacépület kialakítása Piricse településen
Porcsalma	Helyi termelői piac kialakítása Porcsalmán
Szabolcsbáka	Piac Terület kiépítése
Székely	Helyi termelők piachoz jutásának elősegítése Székely községben piactér kialakításával
Tiszabercel	Fedett piactér kialakítása Tiszabercelen
Tuzsér	Tuzséri Helyi Termelői Piac Létesítése
Vaja	Helyi piac kialakítása Vaján

Forrás: [https://www.palyazat.gov.hu/tamogatott\\_projektkereso](https://www.palyazat.gov.hu/tamogatott_projektkereso)

A Vidékfejlesztési Program is lehetőséget biztosított támogatás elnyerésére piacfejlesztés témában. A VP6-7.2.1-7.4.1.3-17 Helyi termékértékesítést szolgáló piacok infrastrukturális fejlesztése, közétkeztetés fejlesztése pályázati felhívás keretében Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében összesen 69 nyertes projekt született, melyből 18 db irányult piac fejlesztésre.

7. táblázat VP6-7.2.1-7.4.1.3-17 Helyi termékértékesítést szolgáló piacok infrastrukturális fejlesztése, közétkeztetés fejlesztése pályázati kiírás piacfejlesztésre irányuló nyertesei

Település	Projekt címe
Baktalórántháza	Helyi piac infrastruktúrájának kialakítása Baktalórántházán.
Beregsurány	Piacsarnok létesítése Beregsurány településen
Garbolc	Garbolci helyi értékesítési piac kialakítása és konyhai beszerzés
Gemzse	Gemzsei piactér fejlesztése
Kékcse	Rétközi piac kialakítása, Kékcse

Település	Projekt címe
Kisléta	Helyi termékértékesítést szolgáló piac kialakítása és közétkeztetést fejlesztő konyhai eszközök beszerzése Kisléta községben
Nagyhalász	Nagyhalászi piac fejlesztése
Nyíribrony	Helyi termékértékesítést szolgáló piac kialakítása Nyíribronyban
Őr	Helyi piac kialakítása Őr településen
Szamosszeg	Helyi termékértékesítést szolgáló piac infrastrukturális fejlesztése Szamosszeg Községben
Szatmárcseke	Helyi termékértékesítést szolgáló piac fejlesztése Szatmárcsekén
Tiszabecs	Elárúsító tér kialakítása és Idősek Napközi Otthonának felújítása Tiszabecsen
Tiszadada	Helyi termékértékesítést szolgáló piac infrastrukturális, valamint közétkeztetést fejlesztése Tiszadada községben
Tizzaszalka	Közétkeztetés fejlesztése és helyi termelői piac létrehozása Tizzaszalkán
Tornyospálca	Helyi termelői piac kialakítása Tornyospálca településen
Tunyogmatolcs	Piacfejlesztés és üzlethelyiség kialakítása Tunyogmatolcson a helyi termelők piachoz jutása érdekében
Ura	Helyi termelői piac kialakítása Ura Községben
Vámosoroszi	Helyi termelői piac kialakítása Vámosorosziban

Forrás: [https://www.palyazat.gov.hu/tamogatott\\_projektkereso](https://www.palyazat.gov.hu/tamogatott_projektkereso)

## 4.2 Helyi termék projektek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében

A 2007-2013 közötti uniós költségvetési időszakban összesen 35,3 Mrd € forrás állt rendelkezésre Magyarország számára<sup>18</sup> különböző fejlesztési projektek megvalósítására. A vállalt hazai költségvetési hozzájárulással együtt a teljes fejlesztési keret összesen 42,529 Mrd € volt.

A helyi termékek előállítását, piacra jutását segítő, illetve helyi termékekre épülő programokat a különböző alapok kereteiből a Környezet és Energia Operatív Program (KEOP) 6. prioritásához kapcsolódó pályázati lehetőségek mellett az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program, illetve a Határmenti Együttműködés (ETE) felhívásai támogatták.

A KEOP fenntartható életmódot és fogyasztást ösztönző projekteket támogató 6. prioritás keretösszege 21,7 Mrd Ft volt. A KEOP 6. prioritásának fő célja az volt, hogy a megelőző környezetvédelem területén szolgálja a megreformált Lisszaboni Stratégiát, továbbá Magyarország és az Európai Unió nemzetközi kötelezettség-vállalását a fenntartható fogyasztási szokások előre mozdítására, valamint elősegíti a környezetvédelmi információk rendelkezésre állását.<sup>19</sup>

<sup>18</sup> Forrás: TÓTHNÉ Kiss K., VIDA C., LITERÁTI G. (készítők): Tanulmány a 2007-2013. évi EU költségvetési időszakban Magyarország részére juttatott közösségi támogatások összefoglaló bemutatásáról, értékeléséről, Állami Számvevőszék, Budapest, 2015

<sup>19</sup> Forrás: Magyar Köztársaság Kormánya: Környezet és Energia Operatív Program 2007-2013, CCI szám: 2007HU161PO002



A KEOP 6. prioritásához kapcsolódó felhívások keretében Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében összesen 93 darab projektet támogattak, melyeknek többsége csak közvetve kapcsolódott a helyi termékekhez. Közvetlen kapcsolódás két projektnél ismerhető fel:

- A 6.1.0/B A fenntartható életmódot és az ehhez kapcsolódó viselkedésmintákat ösztönző kampányok pályázati kiírás keretében a Tudatos Vásárlók Közhasznú Egyesülete „Fesztiválok a fenntartható és helyi fogyasztási alternatívák népszerűsítéséért” címmel 25 millió forintos támogatásban részesült 2008-ban. A projekt keretében Nyíregyházán, Pécsen és Veszprémben rendezték meg a Helyi Termék Fesztiválokat. Elkészültek a fesztivált kísérő kiadványok, a Tudatos Vásárló Kalauzok, valamint ezek internetes adatbázisa. A rendezvények keretében a helyszínenként több, mint 50 programadó ismertette a fenntartható fogyasztás lehetőségeit: termelők, iparosok, kereskedők, szolgáltatók, előadóművészek, tanácsadók, illetve egyéb szervezetek. A rendezvényeken átlagosan 3000 fő vett részt.
- A 6.1.0/B/11 A fenntartható életmódot és az ehhez kapcsolódó viselkedésmintákat ösztönző kampányok (szemléletformálás, informálás, képzés) pályázati kiírás keretében az Inspi-Ráció Egyesület Újratervezés - Szemléletformáló program a hulladék megelőzés és energiafelhasználás csökkentése érdekében a helyi termelési és fogyasztási rendszerek fejlesztésével az Észak-alföldi régióban címmel 34 millió Ft-os támogatást nyert 2013-ban. A projekt keretében részvételi elvű ismeretterjesztő foglalkozások valósultak meg a régió közép- és felsőfokú oktatási intézményeiben, és öntevékeny csoportokkal gyakorlati munka zajlott a fogyasztói szervezetek fenntarthatóbb életmódot lehetővé tevő átalakításának érdekében, honlap létrehozásával és média tevékenységgel támogatva. A projekt távlati célja a helyi termékek választásának, a kevesebb hulladékkal járó magatartásformák preferenciájának növelése volt a célcsoportban.

A 2007-2013 közötti vidékfejlesztési forrásokból több kisebb-nagyobb helyi termékhez kapcsolódó fejlesztés valósult meg a III. tengely és a LEADER pályázati felhívásokra benyújtott nyertes projekteknek köszönhetően. Szabolcs-Szatmár-Bereg megyén belül – ahogy az ország más vidéki területén is – a helyi akciócsoportok koordinálták a III. tengelyhez és a IV. tengelyhez tartozó ún. LEADER források felhasználását. A megye valamennyi vidéki települése egy-egy meghatározott HACS működési területéhez tartozott, összesen 6 szervezet koordinálta a LEADER források felhasználását. A helyi termékekhez és szolgáltatásokhoz kapcsolódva piacfejlesztés, helyi termékek feldolgozásának, helyi termékek piacra jutásának támogatása, illetve bemutató üzemek létesítése valósult meg.<sup>20</sup>

A 2014-2020 uniós költségvetési ciklusban több operatív program is célul tűzte ki a helyi gazdaság fejlesztését és a helyben előállított termékek fogyasztásának ösztönzését.

Ahogy az előző fejezetben bemutatásra került TOP Helyi gazdaságfejlesztés prioritás keretében a megyében számos termelői piac vagy hagyományos piac kialakítását, megújítását célzó projekt nyert

---

<sup>20</sup> Tiszavasváriban a LEADER forrás felhasználásával hozták létre a Helyi Termékek Áruházát. <http://leader.tiszater.hu/content/helyi-termek-aruhazanak-kialakitasa-tiszavasvariban>

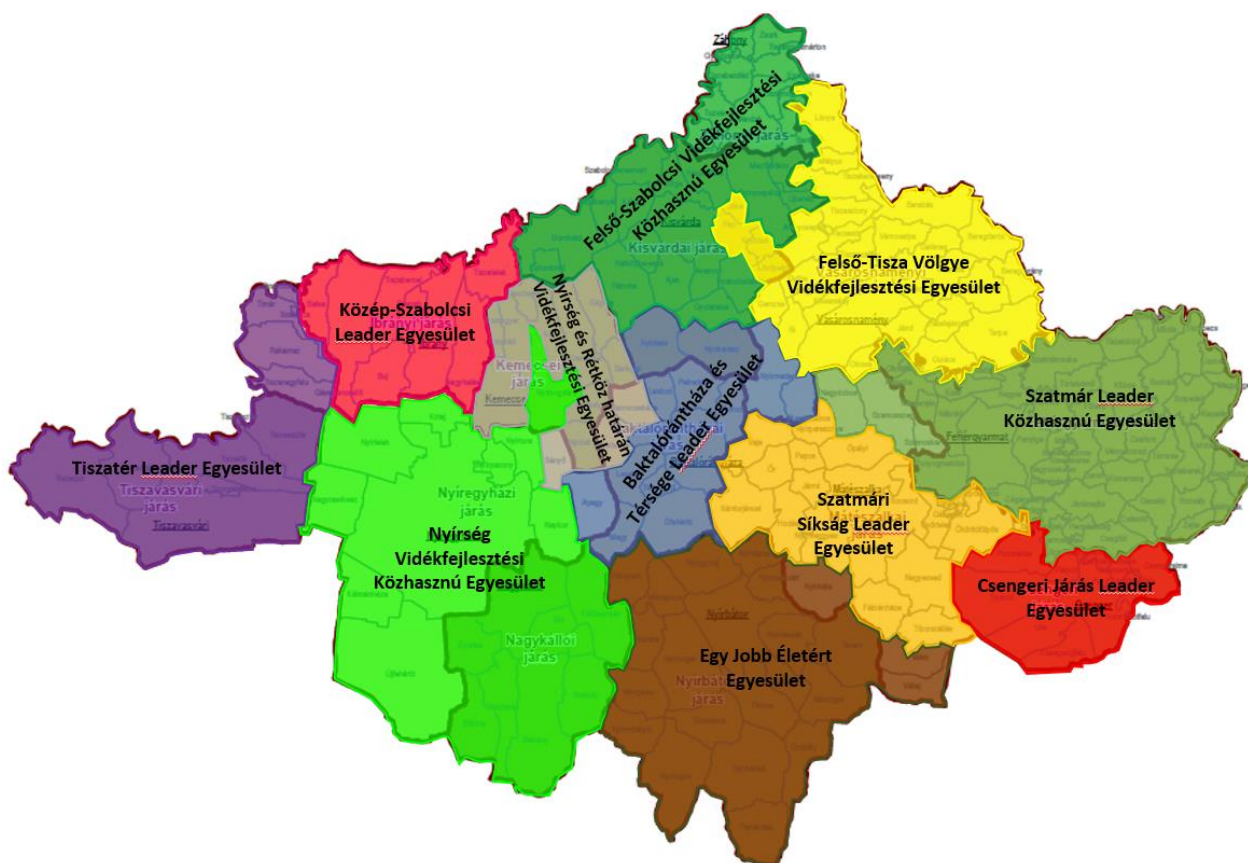
támogatást. A piacok mellett agrárlogisztikai szolgáltatásokra vonatkozó projektek is voltak a nyertesek között. A támogatások összértéke meghaladta a 3,5 Mrd Ft-ot.

A Vidékfejlesztési Program keretében meghirdetett prioritások révén többek között kertészetek, állattartó telepek korszerűsítésére, hűtőházak létrehozására vonatkozó pályázatok részesültek támogatásban. Kiemelendő a Helyi termékértékesítést szolgáló piacok infrastrukturális fejlesztése, közétkeztetés fejlesztése pályázati kiírás, melynek keretében a megyében 69 db projekt részesült pozitív elbírálásban. A támogatások összértéke meghaladta a 1,5 Mrd Ft-ot, melyből közel 750 millió Ft közvetlen piacfejlesztésre irányult.

A Vidékfejlesztési Programon belül meghirdették a Rövid Ellátási Lánc (REL)<sup>21</sup> tematikus alprogramot, mely a modern értékesítési formák megerősödéséhez, azok önfenntartó működtetésének kialakításához nyújt támogatást.

2014-2020-as időszakra a megyében működő LEADER Egyesületek és illetékességi területeik átalakultak. Az aktuálisan működő vidékfejlesztési egyesületeket a következő ábra szemlélteti.

5. ábra LEADER Egyesületek Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében



Forrás: Alaptérkép: [http://www.terport.hu/webfm\\_send/4805](http://www.terport.hu/webfm_send/4805), saját szerkesztés

<sup>21</sup> Rövid ellátási lánc: Termelői együttműködésen alapuló, a termelők és a fogyasztók közötti szoros földrajzi kapcsolatot felhasználó, maximum 1 közvetítő közbeiktatásával alkotott, rendszeres értékesítést végző ellátási lánc. A termékek nem feltétlenül különleges minőségűek, ezt a megcélzott piaci szegmens határozza meg. Forrás: Vidékfejlesztési Program Kézikönyv

Az egyesületek Helyi Vidékfejlesztési Stratégiáikban a helyi igényekre alapozva fogalmazták meg céljaikat és az ezekhez vezető intézkedéseket. A stratégiákban a helyi termékekhez, szolgáltatásokhoz kapcsolódó intézkedéseket az alábbi táblázat mutatja.

8. táblázat Helyi termékekhez, szolgáltatásokhoz kapcsolódó intézkedések megjelenése a Helyi Vidékfejlesztési Stratégiákban

Egyesület megnevezése	Kapcsolódási pont (Intézkedés)
Baktalórántháza és Térsége Leader Egyesület	Mezőgazdasági termék előállításának és feldolgozásának támogatása. Emellett a turisztikai együttműködések kialakítása kapcsán megjelenik tématerületként: - Térségi közös arculat kialakítása Közép-Szabolcsi Leader Egyesület, bevezetése a helyi termékek és szolgáltatások értékesítése során - Helyi termékeket és szolgáltatásokat összefoglaló adatbázis és kapcsolódó online felület kialakítása - Közös értekesítési csatornák, csoportok kialakítása
Csengeri Járás Leader Egyesület	Hagyományőrző és értékteremtő fesztiválok és rendezvények támogatását.
Egy Jobb Életért Egyesület	Mezőgazdasági kisüzemek, őstermelők támogatása, új, vagy meglévő erőforrásokra építő helyi termékek előállítását, piacra jutását, K+F tevékenységét elősegítő támogatások. A termékek piacra jutását, piaci pozícióját erősítő hálózatok multiplikátor hatású együttműködések kialakítása, több vállalkozás és szolgáltatástípus ötvözésével, illetve civil szereplők részvételével.
Felső-Szabolcsi Vidékfejlesztési Közhasznú Egyesület	Hagyományőrzés feltételeinek megteremtése, Tematikus rendezvénysorozatok támogatása, Rövid Ellátási Lánc (REL) létrehozásának támogatása
Felső-Tisza Völgye Vidékfejlesztési Egyesület	Program turizmus erősítése a Felső-Tisza Völgye HACS térségében
Közép-Szabolcsi Leader Egyesület	Helyi vállalkozások versenyképességének növelése, Helyi termék piacra jutásának és feldolgozásának segítése Közösségépítő és/vagy hagyományőrzésre épülő rendezvények támogatása
Nyírség Vidékfejlesztési Közhasznú Egyesület	Rendezvények
Nyírség és Rétköz Határán Vidékfejlesztési Egyesület	Induló és működő mezőgazdasági mikrovállalkozások fejlesztése
Szatmár Leader Közhasznú Egyesület	Kulturális és gasztronómiai rendezvények támogatása Népi hagyományok felelevenítése Mikrovállalkozások fejlesztése, helyi termékek gyártásának támogatása
Szatmári Síkság Leader Egyesület	Helyi identitást megerősítő programok támogatása együttműködésben Helyi termékek piacra jutásának segítése

Egyesület megnevezése	Kapcsolódási pont (Intézkedés)
Tiszatér Leader Egyesület	Helyi termékek előállítását és piacra jutását elősegítő fejlesztések Hagyományőrző, helyi értékeket bemutató események támogatása

*Forrás: Leader egyesületek Helyi Vidékfejlesztési Stratégiái*

A táblázat alapján egyértelmű, hogy a helyi termékek és szolgáltatások kialakítása és fejlesztése a vidéki térségekben alapvető cél. Valamennyi stratégiában megfogalmaztak közvetve vagy közvetlenül kapcsolódó intézkedéseket.<sup>22</sup> A helyi felhívások folyamatosan jelennek meg az Államkincstár weboldalán, de az eljárásrend miatt a nyertesek listája még nem publikus.<sup>23</sup>

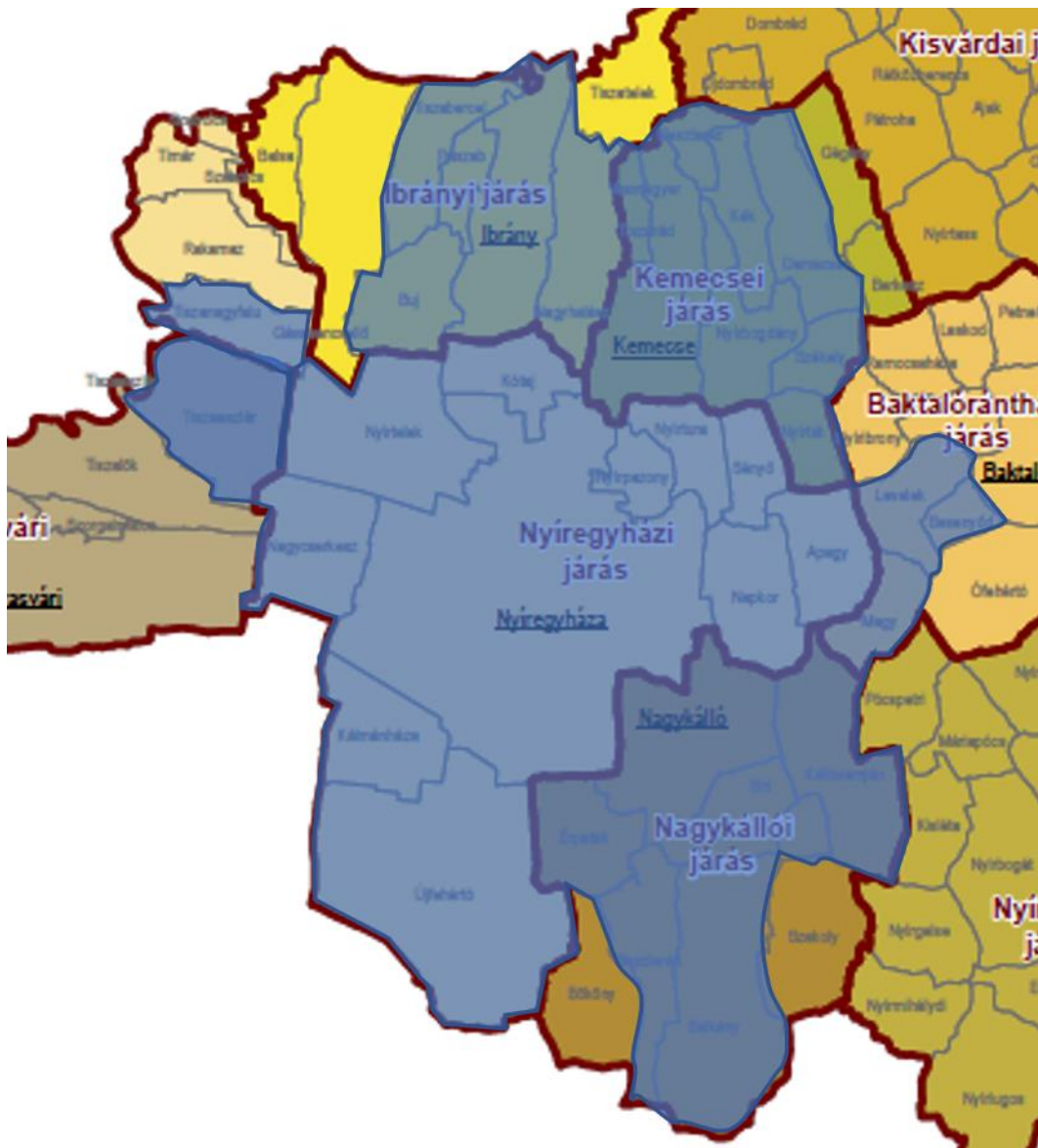
<sup>22</sup> Az Egyesületek által meghirdetett helyi felhívások elérhetősége: <https://e-kerelem.mvh.allamkincstar.gov.hu/enter/leaderbongeszo/leaderBongeszo.xhtml>

<sup>23</sup> A HACS-októl kapott információk alapján.

### 4.3 A helyi termékek kínálati oldalának elemzése Nyíregyházán és a környékén

A kínálati oldal bemutatásához elengedhetetlen Nyíregyháza és környékének, mint vizsgálandó területnek a definiálása. Nyíregyháza és környéke alatt a Nyíregyházától közúton legfeljebb 25 km távolságra lévő, Szabolcs-Szatmár-Bereg megyéhez tartozó településeket értjük. Ezen meghatározás alapján a következő ábra szemlélteti a vizsgálandó területet.

6. ábra Nyíregyháza és környéke



Forrás: Alaptérkép: [http://www.terport.hu/webfm\\_send/4805](http://www.terport.hu/webfm_send/4805), saját szerkesztés

A Nyíregyházi járás települései mellett további 5 járásból is tartoznak a vizsgálandó területi egységbe települések.

9. táblázat Nyíregyháza és környéke települései és távolságuk Nyíregyházától

Járás	Település	Távolság Nyíregyházától (km)
Nyíregyházi	Nyíregyháza	0
	Kótaj	16,4
	Nyírtelek	11
	Nagycserkesz	14,1
	Kálmánháza	15
	Újfehértó	17,7
	Napkor	12
	Apagy	16,9
	Sényő	16,1
	Nyírtura	12,2
	Nyírpazony	8
	Tiszanagyfalu	24,5
Ibrányi	Buj	20,9
	Ibrány	24
	Nagyhalász	23,5
	Paszab	22,4
	Tiszabercel	22,4
Kemecsei	Kemecse	17,3
	Vasmegyer	22,6
	Nyírbogdány	18,3
	Székely	22,2
	Nyírtét	22,3
	Demecser	23,6
	Berkesz	24,8
	Beszterc	24,8
	Tiszarád	20
	Kék	21,7
	Tiszarád	19,9
Baktalórántházai	Levelek	20,4
	Besenyőd	23
	Magy	24
	Nyíribrony	19,2
	Nyírkércs	25
	Ófehértó	23,5
	Ramocsaháza	25
Nagykállói	Nagykálló	13,5
	Kállósemjén	20,1
	Biri	20,2
	Érpatak	21,4
	Geszteréd	21
	Balkány	22,5
Tiszavasvári	Tiszaeszlár	22,2

Forrás: <https://www.google.com/maps> alapján saját szerkesztés

A célterület meghatározását követően megvizsgáltuk az itt található helyi termékeket, értékeket.

A már korábban is említett jogszabály<sup>24</sup> a települési értéktárat az alábbiak szerint határozza meg: a települési önkormányzat területén fellelhető nemzeti értékek adatait tartalmazó gyűjtemény.

A Nyíregyházi Települési Értéktárba a 2014. évtől felvett nemzeti értékek<sup>25</sup> a következők:

1. Bessenyei-szobor
2. Bokortanyák
3. Nyíregyházi Cantemus Kórus munkássága
4. Nyírség Táncegyüttes munkássága
5. Sóstógyógyfürdő, mint gyógyhely
6. Sóstói Múzeumfalva, mint néprajzi értékek gyűjtőhelye
7. Sóstó Zoo
8. Szabolcs Néptáncegyüttes munkássága
9. Tirpák népi építészet
10. Krúdy Gyula irodalomtörténeti munkássága
11. Szikora Tamás festőművész alkotásai
12. 4 for Dance táncegyüttes eredményei, koncepciója
13. Bárany Frigyes művészeti tevékenysége
14. Hősök temetője
15. Dr. Eisert Árpád úttörő szívsebész tevékenysége Nyíregyházán
16. Nyíregyházi Evangélikus Nagytemplom
17. A nyíregyházi huszár
18. Dr. Erdész Sándor néprajzkutató, múzeumalapító szakmai munkássága
19. Dr. Korompay Klekner Károly kórházszervező és sebész tevékenysége
20. A nyíregyházi Sóstói-erdő
21. A Nyíregyházi Egyetem Tuzson János Botanikus Kertje, mint növényi ritkaságok gyűjtőhelye
22. Nyíregyháza legrégebbi iratai
23. Magyar szablyavívás, a Borsody-vívórendszer
24. Szent Atanáz Görögkatolikus Hittudományi Főiskola Könyvtárának régi kézirat és nyomtatványgyűjteménye
25. Jósa András Múzeum, mint a városi és megyei történeti értékek gyűjtőhelye
26. A Magyarok Nagyasszonya Társszékesegyház, mint zarándoktemplom
27. Kéry Péter Nyíregyháza és környéke történelméről, természeti értékeiről, néprajzáról szóló filmalkotásai
28. A Móricz Zsigmond Megyei és Városi Könyvtár Helyismereti Gyűjteménye
29. Szent Miklós-székesegyház
30. A Bessenyei György Irodalmi és Művelődési Társaság kultúraközvetítő tevékenysége

---

<sup>24</sup> 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról

<sup>25</sup> <https://www.nyiregyhaza.hu/ertektar>

31. Kósa Ferenc filmrendező munkássága
32. „Hagyományok, becsület, elkötelezettség” - a Nyíregyházi Tűzoltóság tevékenységén keresztül
33. A Váci Mihály Kulturális Központ épülete
34. Rottaridesz István zászlós és Vágó József tiszthelyettes, Magyar Arany Vitézségi Éremmel kitüntetett katonahősök végső nyughelyei az Északi temetőben
35. Hammel József Nyíregyházáról készített fotógyűjteménye
36. A Jóba család munkássága és a Jóba-nyomda produktumai
37. A Magyar Kodály Társaság Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Tagcsoportjának munkássága
38. Dr. Szilágyi Jenő birkózó sporttevékenysége
39. Elek Emil fotóművész Nyíregyházát ábrázoló fotógyűjteménye és munkássága
40. A Nyírvíz-palota épülete
41. Benczi Gyula, a híres nyíregyházi cigányprímás zeneművészeti tevékenysége
42. Nyíregyháza-Városi Református Templom
43. A Nyíregyházi Spartacus Aranycsapata
44. A Nyíregyházi Női Röplabda Club kiemelkedő sporttevékenysége
45. Dr. Szabó Tünde olimpikon úszó kiemelkedő sporttevékenysége
46. Sipos László műemlékvédő és műemlékfotós munkássága
47. A Nyíregyházi Törvényszék épülete

Nyíregyházán kívül önálló települési értéktárral csak néhány település rendelkezik:

Újfehértó értékei<sup>26</sup>:

1. Újfehértó-Micskepusztai veret – tarsolylemez
2. Református templom épülete
3. „Múzeum” épülete
4. Kaszinó épülete
5. Városháza épülete
6. Arany lelet
7. Újfehértói fürtös meggy
8. Újfehértói fürtös ágyas meggy pálinka
9. Zsindelyes pálinkák
10. „Csipkés gyöngyvessző”
11. Orchideás rét
12. „Zajti Ferenc munkássága”
13. „Szikes”
14. Koncz Zoltán munkássága
15. Keleti Gyepű
16. Fonott sallang és sallangos lószerszám

---

<sup>26</sup> <http://www.ujfeherto.hu/ertektar/ertektar>



17. Nozdroviczky-kastély
18. Dánielné Lengyel Laura munkássága
19. Békési Gyula munkássága

Nagykálló értékei<sup>27</sup>:

1. Szabadság tér
2. Szilágyi István Emlékház és helytörténeti gyűjtemény
3. Téka Népművészeti Tábor
4. Simonyi József huszáróbestei hóstettei
5. Római Katolikus Templom
6. Rákóczi-torony
7. Nagykállói Református Templom
8. Taub Eizik Izsák Sírhelye
9. Egykori megyeháza
10. Kállai Lakodalmas – népi jelenet
11. Nagykálló zenei öröksége és kórusmozgalma
12. A Kállai Kettős zenéje és tánca
13. Dr. Korányi Frigyes munkássága
14. Ratkó József munkássága
15. Ínségdomb
16. Görög Katolikus Templom
17. Ámos Imre Képtár
18. Járásbíróság épülete
19. Harangod épületei
20. Harangod

Kállósemjén külön kiadványban mutatja be értékeit<sup>28</sup>:

1. Kállay Miklós Általános Iskola
2. Ficánka Óvoda
3. Dr. Erdész Sándor Könyvtár
4. Kállay Kúria
5. Wolkenstein Kastély
6. Gyulaházi-kúria
7. Kállósemjéni Református templom
8. Római Katolikus templom
9. Görögkatolikus templom
10. Kállósemjéni Mohos-tó
11. Fecskelak és kiállítóterem
12. Újfaluréti-ravatalozó

---

<sup>27</sup> <http://nagykallo.hu/ertektar/>

<sup>28</sup> <http://online.anyflip.com/xcpu/pyvv/mobile/index.html#p=1>

## 4.4 A helyi termékek keresleti oldalának elemzése Nyíregyházán és a környékén

A helyi termékek fogyasztói célcsoportját a lehatárolt területen élő lakosok és az ide látogató turisták képezik. Az előbbieket a helyi termékeket mindennapi szükségleteik kielégítéséhez, részben ajándékozási céllal vásárolják, a turisták azonban a turisztikai élmény részeként keresnek és vásárolnak ilyen termékeket. Az eltérő piacokhoz és célcsoportokhoz más-más termékek rendelhetők.

A potenciális célpiacok alapján előállított helyi termékek három csoportja határozható meg:

1. külső piacokon is értékesíthető, a térség hírnevét megalapozó termékek,
2. a térségen belül turistáknak és helyi lakosoknak egyaránt értékesíthető termékek,
3. elsősorban helyi lakosok számára értékesíthető termékek.

Természetesen az egyes csoportok között lehetnek átfedések, jelentős különbség az értékesítés helyében, a kiszerezésben és csomagolásban lehet.

Nemcsak a termékek csoportjai változnak a célpiacok szerint, hanem az egyes termékek domináns célcsoportjai is eltérőek, így a termékek egy széles körét tekintve elsősorban a fiatalokra, más termékek esetében inkább a középkorúakra lehet számítani. Egyes termékek inkább kis településeken mások inkább a nagyobb városokban keresettek. Ezen különbségeket egyrészt az értékesítés helyének megválasztásakor, másrészt a termékfejlesztésben is szükséges figyelembe venni.

Nyíregyháza az elmúlt évek során turisztikailag az egyik legdinamikusabban fejlődő város lett. A rangos turisztikai elismerést az elmúlt évek több milliárdos turisztikai fejlesztései mellett azzal érdemelte ki, hogy turisztikai attrakciói számos hazai és nemzetközi díjat nyertek: „az év turisztikai attrakciója” cím nyertese Magyarországon 2017-ben a „Nyíregyházi Állatpark”, 2018-ban az „Aquarius Élmény- és Parkfürdő” volt, amely 2017-ben ötcsillagos fürdőminősítést is szerzett három kategóriában. 2015-ben és 2018-ban a „Nyíregyházi Állatpark” lett „Európa legjobb Állatkertje” az 500 ezer látogató alatti kategóriában. 2019-ben hazánkban „Az év múzeuma” elismerést a „Jósa András Múzeum” kapta.

A NYÍRVV Nonprofit Kft., mint a városi piacok üzemeltetője rendelkezik a legnagyobb tapasztalattal a helyi termékeket előállítókkal kapcsolatosan. A városban hiányzik a kifejezetten Nyíregyházára jellemző termék, vagy szolgáltatás, de számos olyan jó minőségű termék és szolgáltatás is megtalálható a városban, amelyre alapozni lehetne a jövőben.

A szakemberek szerint a megye agrár hagyományai nagyon jó alapot adtak a helyi termelők számára, azonban az elmúlt évtizedekben kettősség figyelhető meg a körükben. Az idősödő korszerkezet a termelők körében jellemző, a fiatalok száma igen alacsony a termelők között. Az idősebb termelőkre gyakran jellemző egyfajta ragaszkodás a már jól bevált szokásaikhoz, kevésbé nyitottak az újítások felé. A helyzetüket tovább bonyolítja, hogy a kor előrehaladtával segítség hiányában vissza is fejlesztik, vagy abba is hagyják a tevékenységüket. A másik oldalon azonban van egy erős és lelkes

fiatal réteg is, akik jó példával járhatnak elő a fiatalok számára. A termelők között egyértelműen felfedezhető az elmozdulás a magasabb minőségű termékek iránt ezzel kielégítve a vásárlók részéről meglévő igényt. A fiatalok megszólítása nem csak a termelők, hanem a vásárlók körében is nehéz. A termelők a piacok üzemeltetőjének gyakran panaszkodnak arról, hogy termékeik értékesítése nehézkes, hiszen ezek jellemzően időszakosak, így nehéz állandó megrendelői kört kialakítaniuk. Együttműködésre lenne szükség a helyi éttermekkel, valamint közétkeztetést végző cégekkel a helyi alapanyagok és a rövid ellátási láncból származó előnyök megismertetése érdekében. A turistákat leginkább a sóstói piacon tudják elérni, ahol a gyorsan fogyasztható élelmiszereken kívül (például rétes) leginkább a hazavihető jól eltartható, illetve tartós termékeket kedvelik. A helyi alapanyagokból készült helyi jellegű ételek egyfajta vonzó tényezőt is jelentenek a turisták számára, de Nyíregyházán nincsen olyan étterem, ahol ilyen jellegzetességeket (pl. Tirpák ételeket) kóstolhatnának az érdeklődők.

A célcsoport összetétele bővebben az 5.3-as fejezetben kerül bemutatásra.

## 4.5 Kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása

A „Kérdőív a helyi termék fogyasztói szokásokról, fogyasztói igények feltárásáról” című kérdőíves felmérés 2019. június 1. és 2019. július 7. között zajlott. A bő egy hónap alatt 159 válasz érkezett be. A kérdőív két szakaszból állt: az első a válaszadóra vonatkozó, a második pedig a fogyasztói szokásokkal kapcsolatos kérdéseket tartalmazta. A 28 kérdésből álló kérdőív eredményeit a következőkben mutatjuk be.

A válaszadók közül 76,1% a (121 fő) nők és 23,9% (38 fő) volt a férfiak aránya. A korosztályok szerinti megoszlás tekintetében a 15-20 éveseké 1,9%, a 21-29 éveseké 13,2%, a 30-39 éveseké 30,8%, a 40-49 éveseké 28,9%, az 50-59 éveseké 16,4%, a 60 éves és 60 év felettieké pedig 8,8% volt. A lakóhely szerinti megoszlásban tekintetében a válaszadók 76,7%-a nyíregyházi lakos, 16,4%-a Nyíregyháza 25 km-es körzetében él, 0,6%-uk Szabolcs-Szatmár-Bereg megye más településén él, 5% a környező megyékben, 1,3% pedig egyéb településen él. A válaszadók 0,6%-nak 8 általános iskola vagy annál kevesebb, 8,2%-nak szakiskolai, szakmunkásképző, 15,7%-nak szakközépiskolai érettségi, 11,3%-nak gimnáziumi, 34%-nak főiskolai (Bsc, BA), 30,2%-nak egyetemi (Msc, MA) végzettsége van. A válaszadók több mint fele 57,2%-a 2 vagy 3 fős, 30,2%-uk pedig 4 vagy 5 fős háztartásban él, ami összefüggésben állhat azzal, hogy a válaszadók jelentős arányban a fiatal, 40 év alatti korosztályokból kerülnek ki. Hasonló összefüggés mutatható ki az egy háztartásban élő 18 éven aluliak arányában is, a válaszadók 58,5%-a esetében nem, 20,1%-uk esetében pedig 1 fő 18 éven aluli él a háztartásban. A válaszadók között kiemelkedő a 2 fős, 18 éven felüli fiatal, önálló keresettel rendelkező háztartásban élők aránya, akik a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztása szempontjából kiemelt réteget alkotnak. A beérkező válaszok alapján a háztartásokban az 1 főre eső havi jövedelem 151 000 Ft felett van, ami a válaszadók körében jellemzően magas iskolai végzettséggel állhat összefüggésben. A válaszadók között jellemző magasabb iskolai végzettségnek és az egy háztartásban élők alacsonyabb számának köszönhetően viszonylag magas, 51 000 Ft feletti a havonta egy főre jutó élelmiszerre fordított átlagos összeg. Az összefüggés is alátámasztja azt, hogy a fiatal, magas végzettségűek és keresetűek a helyi termékek és szolgáltatások igénybe vevői

között felülreprezentáltak. A válaszadók vásárlási szokásait vizsgálva megállapíthatjuk, hogy jelentős többségük (63,5% ,101 fő) két-három naponta vásárol, míg kisebb hányaduk 17,6 és 17%-uk naponta, illetve hetente. A helyi termelők elsődleges árusító helyein, a helyi piacokon a válaszadók több mint fele,55,3%-uk hetente többször is, illetve hetente vásárol. Ritkán és körülbelül havi rendszerességgel a válaszadók 39%-a vásárol a helyi piacon és az 5,7 %-uk egyáltalán nem jár oda. A válaszadók 71,7%-a szokott bevásárló listát írni, mielőtt elindul bevásárolni, 27,7%-a pedig nem, 1 fő pedig nem válaszolt a kérdésre. A bevásárló lista írása egyfajta fogyasztói tudatosságot jelez, hiszen, ha előzetes koncepció nélkül vásárol az ember, akkor sokkal hajlamosabb olyan dolgokat is megvenni, amire valójában nincs is szüksége. A válaszadók fogyasztói szokásaival kapcsolatban kiderült, hogy napi szinten 70,4%-uk fogyaszt pékárut és 69,2%-uk zöldséget, valamint 57,2%-uk tejtermékeket. Fehér húsokat a válaszadók 45,9%-a két-háromnaponta, míg tésztaféléket 49,1%-uk hetente fogyaszt. Szintén heti rendszerességgel kerül 42,1%-uk asztalára vöröshús, míg feldolgozott húskészítményeket jellemzően hetente, vagy annál ritkábban fogyasztanak. Az egészséges életmódra való törekvés megmutatkozik abban, hogy a napi szinten sokak által fogyasztott pékáruk mellett a válaszadók jelentős arányban zöldséget és gyümölcsöket, valamint hetente többször fehér húsokat is fogyasztanak. A lehetőségek közül magasan kiemelkedik a lakóhely/munkahely szerinti, majd ezt követi a termelőtől személyesen, a családon belüli, valamint a termelői piacon történő vásárlás. Kisebb mértékben, de jelen van még a különböző fesztiválokon, vásárokon történő beszerzés, mely főként a kirándulások, nyaralások alatt jellemző. Az érintett termékekre fordított összegek nagyon változók, a legtöbben, 49-en a legmagasabb kategóriát, a 100 000 Ft feletti választották, ez a mutató szoros összefüggésben áll a piacon rendszeresen vásárlók magas arányával. A válaszadók 42,1%-a jellemzően 10 000 Ft és 50 000 Ft közötti összeget költött az előző évben ilyen termékekre. A válaszadók 90,6 %-a hajlandó magasabb árat kifizetni olyan termékekre, amelyeket helyben állítottak elő és csupán 9,4 %-uk válaszolta azt, hogy nem. A válaszadók ilyen irányú tudatossága összefüggésben áll a magasabb képzettségi szinttel, valamint a kedvezőbb anyagi lehetőségekkel. Az előző kérdésre igennel válaszolók közül a legtöbben, 95-en választották azt az opciót, miszerint a termékek magasabb minősége miatt vásárolnak szívesebben ilyen termékeket. A második legnépszerűbb lehetőséget, az adalékanyagmentességet 90-en választották. További fontos szempontok még, hogy ezek a termékek egészségesebbek és a helyben elköltött jövedelem helyi a helyi gazdaságot gyarapítja. A válaszadók szerint a helyi termékek vásárlása során a legfontosabb szempont a termékek ismerete, korábbi pozitív tapasztalatok, az áruk származási helye és ára. Az élelmiszervásárlási helyszín megválasztása során a termékek minősége jó, az áru friss és pontos információk állnak rendelkezésre a termék származási helyéről. Kevésbé fontos szempont a válaszadók között, hogy legyen kóstolási, előrendelési lehetőség, valamint a vásárlói mosdó megléte. A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információkról a legtöbben a televízióból, illetve a rádióból, valamint ismerőseiktől és közvetlenül a termelőtől tájékozódnak. A termékek beszerzéseinek helyei közül három emelkedik ki változó népszerűségi sorrendben, a piac, a hiper- és szupermarket, valamint a szaküzlet.

A jellemzően piacon beszerzésre kerülő termékek: a tojás, a méz és méhészeti termékek, a mézeskalács és a kürtőskalács, valamint a különböző kertészeti termékek.

A jellemzően hiper- és szupermarketekben beszerzésre kerülő termékek: húсок és egyéb húsipari termékek, tejtermékek, feldolgozott zöldség és növény, fűszernövények, gabonafélék, borászati és egyéb gyümölcsborok, egyéb szeszesitalok, desszertek, bonbonok, tésztafélék.

A jellemzően szaküzletekben vásárolt termékek: cukrászati termékek, pékáruk, képzőművészeti és kézműves termékek, ruházat, szépségápolási termékek, tisztítószeresek. A helyi termékek népszerűek a turisták körében, ezt támasztják alá a válaszadók is. Túlnyomó többségük biztosan, vagy valószínűleg felkeresne helyi termékeket árusító helyszíneket, melyek közül a legnépszerűbbek a térségi vásárok és fesztiválok, valamint a helyi piacok. A válaszolók leggyakoribb problémája, hogy nem tudnak minden számukra szükséges terméket egy helyről beszerezni, valamint, hogy drágábbak, mint nagyáruházakban kapható azonos típusú termékek. A válaszadók 36,4%-a nyilatkozta azt, hogy rendszeresen jár étterembe, valamint 23,7% -uk gyorsétterembe, 22,5%-uk nem szokott igénybe venni ilyen szolgáltatásokat. A válaszadók közel 20%-a kifejezetten keresi a helyi jellegzetességeket, 36%-uk pedig kifejezetten szereti, ha helyi jellegzetességekből vásárolhat, fogyaszthat. A kirándulásaik, nyaralásaik alkalmával a válaszadók közel 87%-a néha, vagy mindig igénybe vásárol helyi termékeket. A válaszadók 97,5%-a vásárolna kifejezetten Nyíregyházához kapcsolódó márkázott termékeket.

A kérdőív részletes kiértékelését és a kapcsolódó ábrákat a melléklet tartalmazza.

#### **A környék védjeggyel ellátott termékei:**

Nyíregyháza: Nyírlaska, Cudy Future, Nyírfruct Szövetkezet - Almuska

Újfehértó: Fehértói Csemege, White Snack, Zsindelyes-Újfehértói Meggypálinka, Pa-Comp Kft.-PACO termékek

Kálmánháza: Kálmánházi Húsüzem, Nyírtallér Nápolyi

Nyírtass: Magyar Talléros Pálinka

## 4.6 SWOT-elemzés

10. táblázat SWOT analízis

ERŐSSÉGEK	GYENGESÉGEK
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrár hagyományok a városban és a térségben</li> <li>- Számos helyi termelő és szolgáltató tevékenykedik a városban</li> <li>- Bővülő turisztikai kínálat a városban</li> <li>- Elhivatott városvezetés a helyi gazdaság fejlesztése mellett</li> <li>- A termelői piacok számának bővülése a városban és a környező településeken</li> <li>- Növekvő fogyasztói igény a jó minőségű, helyi alapanyagokból készült termékek iránt</li> <li>- A szolgáltatások színvonalának folyamatos fejlődése</li> <li>- Növekvő igény a jó minőségű helyi szolgáltatások iránt</li> <li>- Kiváló minőséget előállító helyi termelők a városban és a térségben</li> <li>- A rövid ellátási láncból adódó előnyök</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nincsen kifejezetten Nyíregyházához köthető termék vagy szolgáltatás</li> <li>- Nincsen jól kialakított marketing terv</li> <li>- Nincsen kialakult hagyománya a helyi termékek rendszer szintű kezelésének</li> <li>- Kevés a vonzó turisztikai adottság</li> <li>- A turisztikai attrakciók jelentős részben a sóstói városrészre összpontosulnak</li> <li>- Kevés a rossz időben is élvezetes beltéri programlehetőség</li> <li>- Nincsen együttműködés a települési szolgáltatók, éttermek között</li> <li>- Nincsen egységes városi arculata a termékeknek</li> <li>- Nincsen olyan étterem, amelyben megkóstolhatók a helyi fogások</li> </ul>
LEHETŐSÉGEK	VESZÉLYEK
<ul style="list-style-type: none"> <li>- A különböző hazai és uniós források rendelkezésre állása</li> <li>- A modern kereskedelmi csatornák révén új értékesítési terek nyílnak meg</li> <li>- Fokozódó igény a város turisztikai értékei iránt</li> <li>- A környezetvédelmi szempontok erősödése a lakosság körében</li> <li>- Fokozódó igény a helyi- termékekre és szolgáltatásokra, a fogyasztói hagyományok megerősödése</li> <li>- A modern és jó minőségű kínálati oldal kialakulása</li> <li>- Agilis, fiatalodó termelői- szolgáltatói réteg kialakulása</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A források megszűnését követően finanszírozási problémák, forráshiány</li> <li>- A szabályozási-jogi háttér negatív irányba befolyásolja a termékek és szolgáltatások árusításának lehetőségét</li> <li>- A célcsoport motivátlansága, távolmaradása</li> <li>- A projekt szempontjából releváns intézményi/ szervezeti keretek megváltoznak</li> <li>- A programok szakmai színvonala nem megfelelő</li> <li>- A programok nem hozzák meg az elvárt eredményt</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

## 5 STRATÉGIA

---

Nyíregyháza városvezetése elhivatott amellett, hogy a helyi gazdaság megerősödjön, a város gazdasági pozíciói javuljanak a helyi erőforrásokra épülve. A gazdaság erősítésére a paktum projekt keretében a kötelezően végrehajtandó tevékenységeken felül három kiegészítő beavatkozást is végrehajt 2021.09.30-ig. Az első egy befektetés-ösztönzést segítő komplex tevékenység, a második a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztását elősegítő komplex program, a harmadik pedig a vállalkozói joggyakorlat gyűjtemény készítése.

Jelen stratégia célrendszerének kialakítása során célunk az volt, hogy:

- hozzájáruljunk a helyzetfeltárás a térségben megállapított gyengeségek mérséklődéséhez, az adottságok és a lehetőségek kiaknázásához, valamint a veszélyként megállapított tényezők bekövetkezési valószínűségének csökkentéséhez,
- hatékonyan segítsük elő a város és térsége helyitermék- és szolgáltatásfejlesztését,
- hozzájáruljunk a városi paktum projekt sikeres és eredményes megvalósulásához,
- elősegítsük a városi, megyei és országos foglalkoztatáspolitikai és gazdaságfejlesztési célokat.

### 5.1 Jövőkép

Nyíregyházán a helyi gazdaság fejlődéséhez a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztása iránti igény növekedése jelentősen hozzájárul. A városban jelen van a fizetőképes kereslet a magas képzettségű és magas jövedelmű munkavállalói rétegnek köszönhetően. A városban változatosak és jó minőségűek a helyi termékek, széles a kínálat, a helyi lakosok jól ismerik és fogyasztják a helyi termékeket és igénybe veszik a szolgáltatásokat. Ezzel bővülnek a munkalehetőségek, megerősödnek a helyi vállalkozások, javul a város arculata és erősödik a helyiek identitása. A magas minőséget előállító termelők és szolgáltatók hosszú távon is képesek fenntartani vállalkozásukat, az ismereteiket átadják a fiatalabb generációk számára. A magas minőségű termékek és szolgáltatások fogyasztása általánossá válik, és minden korosztály szívesen vásárolja ezeket.

## 5.2 Stratégiai célok

7. ábra A stratégia célrendszere

### A nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának tartós növekedése

S1. A tudatos fogyasztói magatartás erősödése

S2. A nyíregyházi termelők és szolgáltatók versenyképessé válása

S3. A termelői és fogyasztói oldalon is fiatalodó korszerkeszet

S4. Nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások hatékony működése

S5. A helyi termékek és szolgáltatások fokozottabb turisztikai célú hasznosítása

*Forrás: saját szerkesztés*

### 5.2.1 A program átfogó célja

#### **A nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának tartós növekedése.**

Nyíregyházán jelenleg viszonylag alacsony a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának szintje. A probléma fő okai a következők:

1. A tudatos fogyasztói magatartás a lakosság jelentős részénél hiányzik.
  - A potenciális vásárlók nem rendelkeznek megfelelő információkkal a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának előnyeiről, mint például a helyi gazdaság erősítése, a környezetvédelmi szempontok, a rövidebb ellátási lánc vagy a kevesebb növényvédő és érelő szer használata.
  - A vásárlók előnyben részesítik az egy helyen, gyorsan hozzáférhető bevásárlási módokat, mint például a hiper- vagy szupermarketekben való vásárlás, ez hátrányos helyzetbe hozza a helyi termelőket.
  - A vásárlók jellemzően árérzékenyek, olykor téves prekonceptióik vannak az árakat illetően. Jellemzően azt gondolják a vevők, hogy a helyi termékek drágábbak a nagyobb üzletekben kaphatótól.
2. A termelőknek és a szolgáltatóknak működési nehézségei vannak.
  - Biztos felvásárló hiányában bizonytalan az értékesítésük.



- Magasak az előállítási költségeik a kis méretű gazdaságból adódóan. A kisleptékű előállításban az egy termékre jutó fajlagos költség magasabb, mint nagyipari keretek között.
- Az ágazat munkaerőigénye ingadozó. Drága és nehezen elérhető a megfelelő készségekkel és szaktudással rendelkező munkaerő. Ez a termelés kiszámíthatóságában, a sztenderd minőség garantálásában is gondot okoz, valamint gátolják, nehezítik a fejlesztések, beruházások végrehajtását.
- A gyakran bonyolult jogi szabályozási rendszerben a termelők és szolgáltatók nehezen tudnak eligazodni.
- A multinacionális üzletek bizonyos előnyeivel nehezen vehető fel a verseny.
- Gyakori az előállítók közötti konkurálás az együttműködés helyett.
- Kevés a vállalkozói készségekkel rendelkező termelő és szolgáltató, jellemzően hiányosak az ismereteik; a számukra rendelkezésre álló továbbképzési, információszerzési lehetőségek korlátozottak.

### 3. Öregedő a termelői és a fogyasztói réteg.

- A fiatal potenciális vásárlók megszólítása nehézséget jelent a termelők és szolgáltatók számára.
- A hagyományos előállítási módokat egyre kevesebben ismerik, mérsékelt az utánpótlás, az ágazat a fiatalok számára kevésbé vonzó munkaerőpiaci alternatívának.
- Jellemzően a hagyományos értékesítési csatornákon keresztül történik az értékesítés.

### 4. Nem kapcsolódik kifejezetten Nyíregyházához termék és szolgáltatás.

- Nincsen hagyományos Nyíregyházához köthető helyi termék vagy szolgáltatás.
- A történet- és élményalapú értékesítésben rejlő lehetőségek kiaknázatlanok.
- A nyíregyházi termékekhez nem kapcsolódik jól felépített, átgondolt és hatékony marketing tevékenység - elsősorban a helyi szakértelem, a munkaerő és a pénzügyi keretek korlátozottsága miatt.

### 5. Nem valósul meg a turisztikai kínálat és a helyi termékek, szolgáltatások összekapcsolása.

- Az egyébként turisztikai értékkel rendelkező tirpák hagyományok, ételek kevésbé ismertek.
- A pejoratív jelző miatt nem vonzó a „tirpák” kifejezés.
- A városi éttermekben nincs lehetőség hagyományos étel kóstolásra.
- A boltok kínálatában csak részben található meg a helyiek által termelt áru.

A specifikus célokat ezen problémákra válaszként alakítottuk ki, hiszen, ha ezeket a problémákat, kihívásokat kezeljük, akkor hosszú távon növelni lehet a fogyasztást.

## 5.2.2 A program specifikus céljai

### **S1. A tudatos fogyasztói magatartás erősödése**

Alapvető probléma, hogy a potenciális vásárlók többnyire nem rendelkeznek megfelelő információkkal a helyi termék és szolgáltatások fogyasztásának előnyeiről, mint például a helyi gazdaság erősítése vagy a rövidebb szállításból fakadó kisebb környezeti terhelés. A tapasztalatok és a fogyasztói visszajelzések azt mutatják, hogy az egy helyen, gyorsan hozzáférhető bevásárlási módok népszerűek a potenciális vásárlók körében, de ez a helyi gazdaság fejlődését nem, vagy csak részben segíti elő. A vásárlók jellemzően ár- és időérzékenyek, valamint gyakoriak a prekoncepcióik a helyi termékkel és szolgáltatásokkal kapcsolatban. A kérdőíves felmérés eredményeiből is látszik, hogy a vásárlók számára a legfontosabb szempontok élelmiszer beszerzésük során, hogy minél könnyebben és gyorsabban tudjanak kedvező árú termékeket vásárolni, melyet leggyakrabban a nagyobb áruházláncokban tudnak megtenni. A helyi termékek előállítói számára nagyon nehéz ezzel az előnnyel felvenni a versenyt, ezért is szükséges a vásárlói tudatosság erősítése.

### **S2. A nyíregyházi termelők és szolgáltatók versenyképessé válása**

A helyi előállítók és szolgáltatók számára – elsősorban a vállalkozás méretéből és tőkehiányából adódóan – számos nehézsége adódik: jellemzően maguknak kell kialakítaniuk az értékesítési csatornáikat, továbbá állandó szerződéses felvásárló hiányában nem biztosított a stabil anyagi hátterük. A gyorsan romló élelmiszert termelőket számára az el nem adott áruk előállításának költsége, illetve az eltarthatók esetében pedig a hosszas tárolás díja egyértelmű veszteséget jelent és fokozott mértékben kiszolgáltatottá válhatnak az aktuális piaci folyamatok következtében. Gyakran éri a kistermelőket az a kritika, hogy túl magasak az általuk megszabott árak, ezért nem versenyképesek a nagyáruházakkal szemben. Könnyen belátható, hogy a kisléptékű előállításban az egy termékre jutó fajlagos költség magasabb, mint a nagyipari keretek között készülők. A helyzetet tovább bonyolítja, hogy az ágazat munkaerőigénye erősen ingadozó. A termelők és szolgáltatók között végzett felmérések szerint nehezen érhető el megfelelő képzettséggel és szaktudással rendelkező munkaerő. Ez a probléma a tavaszi és nyári időszakban rendszerint még tovább fokozódik. A munkaerőhiány a szatenderd magas minőség garantálását és a fejlesztések, beruházások végrehajtását is megnehezíti. A beszélgetések során fény derült arra is, hogy sok esetben nem, vagy csak nehezen boldogulnak a bonyolult jogi szabályozási rendszerben, ami sok idő és energiaráfordítással jár, értékes időt vonva el a termék előállításától és szolgáltatás nyújtásától. A helyi termék előállítók számára további nehézséget jelent a multinacionális üzletek által nyújtott előnyökkel szemben kistermelőként felvenni a versenyt. Napjainkban felértékelődik a szabadidő, ezért a gyorsan, egy helyen elérhető változatos termékkínálattal rendelkező üzletek versenyelőnyben vannak a kistermelőkkel szemben. Gyakran említett probléma a termelők között, hogy a hasonló tevékenységet űző előállítók nem működnek együtt, hanem kifejezetten konkurálnak egymással. A tapasztalatok azt mutatják, hogy kevés a naprakész vállalkozói készségekkel rendelkező termelő és szolgáltató a városban, hiányosak ezek az ismeretek és a számukra rendelkezésre álló továbbképzési, információ szerzési lehetőségek is. A cél elérése érdekében a fent említett problémák kezelése kell, hogy megvalósuljon.

### **S3. A termelői és fogyasztói oldalon is fiatalodó korszerkezet**

Az öregedő korszerkezet a termelői és szolgáltatói oldalon is jellemző. A hagyományos előállítási módokat egyre kevesebben ismerik, az ágazat fiatalok számára kevésbé számít munkaerőpiaci alternatívának, emiatt a szakemberek utánpótlása és ezzel együtt a hagyományos termelői módszerek átörökítése egyre nehezebb. Az idősödő előállítók kevésbé jártasok a modern technikai vívmányok használatában, ezért nehezen tudnak alkalmazkodni a megváltozott fogyasztói igényekhez. Az idő tényező ebben az esetben is jelentős, hiszen egyre nagyobb az igény a szabadidő aktív és élménygazdag eltöltésére, ezért a fogyasztók a vásárlásra csak annyi időt szeretnének fordítani, amennyit feltétlenül muszáj. A fiatal potenciális vásárlók megszólítása sokkal hatékonyabban tud működni a modern értékesítési csatornák alkalmazásával. A kérdőíves felmérésből kiderült, hogy a helyi termékekről és szolgáltatásokról általában az idősebb korosztály által preferált csatornákon keresztül tájékozódnak a potenciális vásárlók, amelyeken keresztül kevésbé jutnak el az információk a fiatalokhoz, miközben napjaink fogyasztói tendenciáinak átalakulása azt mutatja, hogy a leghatékonyabb módon az internetes platformokon tudják megszólítani a fiatalabb korosztályokat a termelők és a szolgáltatók.

### **S4. Nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások hatékony működése**

Alapvetően Nyíregyházán a helyi termék- és szolgáltatás fejlesztés új típusú tevékenység, még nincsenek lefektetve a stabil alapjai. A város történelme során nem alakult ki kifejezetten Nyíregyházához köthető hagyományos termék vagy szolgáltatás, de rendelkezik olyan attrakciókkal, amelyek nem csak hazai, hanem nemzetközi szinten is ismerté tették a várost, ilyen például a Sóstó Zoo vagy az Aquarius Élményfürdő. Az ismert turisztikai adottságokon túl megtalálható sok nagyon jó minőségű, de a marketing hiányában viszonylag szűk fogyasztói kör által ismert termék és szolgáltatás is a városban. Ezek szélesebb körű megismertetése még nem történt meg. A nyíregyházi termékekhez és szolgáltatásokhoz nem kapcsolódik jól felépített marketing tevékenység elsősorban a szakértelem, a munkaerő és a pénzügyi keretek korlátozottsága miatt, holott a felmérések azt mutatják, hogy a fogyasztói érdeklődés egyre inkább fokozódik irántuk.

### **S5. A helyi termékek és szolgáltatások fokozottabb turisztikai célú hasznosítása**

Nyíregyháza egyedi történelmi múlttal rendelkezik. A Rákóczi-szabadságharcot követően a népessége jelentősen lecsökkent, így az akkori birtokosa, Gróf Károlyi Ferenc 1753. május 16-án szlovák ajkú letelepedőket hívott a földterületeire. A gróf által biztosított kedvező feltételek következtében összesen 331 szlovák család telepedett le a kijelölt területeken, akik részben Békés megyéből<sup>29</sup>, részben pedig a Felvidékről<sup>30</sup> származó tót telepések voltak. A magyarországi szlovákok egy külön el nem ismert, de megkülönböztetett csoportját nevezzük tirpákságnak, akik jellemzően a Nyíregyházát körülvevő földterületeken úgynevezett bokortanyákban telepedtek le és tevékenykedtek. Az egyediségük ellenére a tirpák ételek és hagyományok kevésbé ismertek még a város lakosai körében is, amihez jelentősen hozzájárul a köznyelvben a tirpák kifejezéshez

<sup>29</sup> 214 család Békéscsabáról, Gyuláról, Mezőberényből, Orosházáról, Tótkomlósról és Szarvasról

<sup>30</sup> 117 család Borsodból, Gömörből, Hontról, Nógrádból, Zólyom vármegyéből

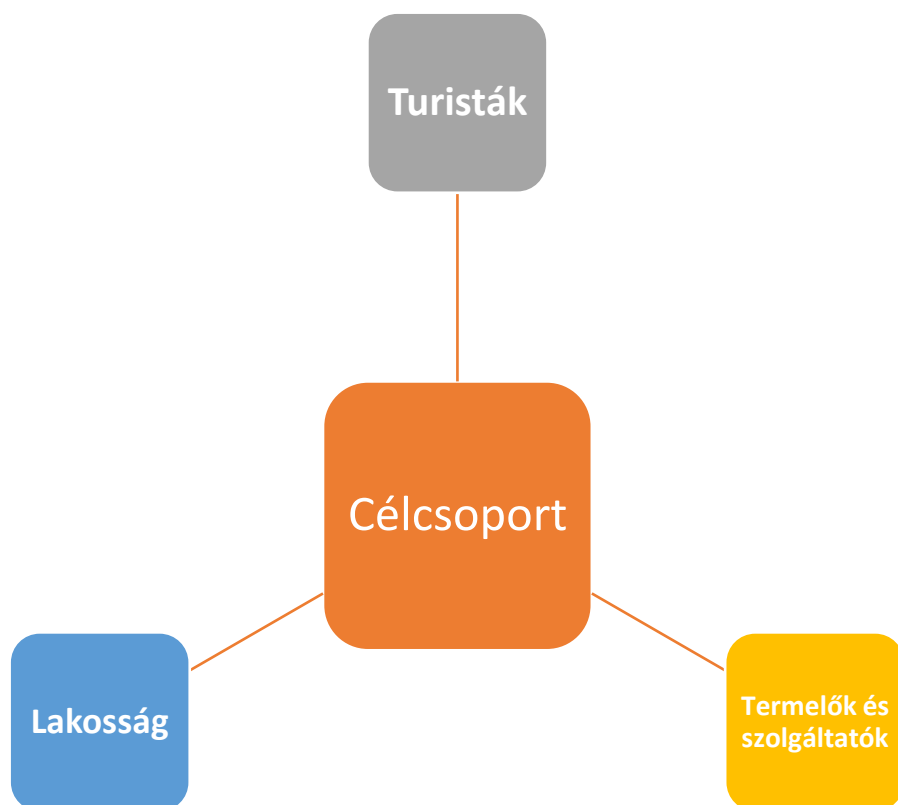
hozzákapcsolt pejoratív jelző. A jellegzetes tirpák ételek megkóstolására nincsen lehetőség a város éttermeiben, ami a turisztikai vonzó tényezőt is csökkenti. A helyi termelők által előállított termékek csak részben találhatók meg a város boltjaiban, így kevesek számára érhetőek el. A turisták a városi rendezvényeken kifejezetten keresik a helyi jellegzetességeket, termékeket, azonban ezek megvásárlására korlátozottak a lehetőségeik. A tirpák hagyományokon túl is számos meglévő nyíregyházi termék és szolgáltatás van, ami bemutatásra és bevezetésre érdemes a helyi turisztikai kínálatba.

## 5.3 Célcsoport meghatározása

A projekt célcsoportját alapvetően három alcsoportra bonthatjuk.

1. Az első alcsoport Nyíregyháza és a környező települések lakossága, akik érdekeltek abban, hogy a helyben keletkezett jövedelem jelentős arányban helyben kerüljön elköltésre, erősítve ezzel a város gazdaságát. Természetesen a helyiek számára is nagyon fontos, hogy gyorsan megbízható, jó minőségű termékekhez és szolgáltatásokhoz jussanak, melyre remek lehetőséget tudnak nyújtani a helyben megtermelt élelmiszerek és szolgáltatások. A vásárlók számára egyre fontosabb, hogy az adott termékről vagy szolgáltatásról minél pontosabb információkat kapjanak, melyről előzetesen gyakran az online platformokat veszik igénybe.
2. A második alcsoportot a városba érkező turisták alkotják, akik kirándulásaik során vehetik igénybe a szolgáltatásokat, valamint vásárolhatnak, kóstolhatnak különböző termékeket. A turisták körében is megváltoztak a fogyasztói szokások, egyre többen keresik a magas minőségű, prémium termékeket és szolgáltatásokat. Az elmúlt években megfigyelhető gazdasági növekedés magával hozta az elkölthető jövedelem növekedését, mely elősegíti a belföldi turizmus fokozódását is. A turisták körében egyre népszerűbbek az ún. élmény alapú szolgáltatások iránti kereslet növekedés.
3. A harmadik alcsoportot pedig minden, a városban és annak 25 km-es körzetében tevékenykedő helyi termelő és szolgáltató alkotja, akik számára lehetőség adódik a programban való részvételre. A helyi termelők és szolgáltatók körében is megfigyelhető egy fajta elmozdulás a magasabb minőség előállítása és szolgáltatás nyújtása irányába. A több száz helyi termelő és szolgáltató egy része számára nehézséget jelent a változó fogyasztói igények kiszolgálása. A fogyasztókkal való kapcsolat kiépítéséhez, valamint a minél szélesebb körű elérésük céljából az online térben való megjelenés jelentős lehetőséget tartogat magában.

8. ábra A stratégia célcsoportjának összetétele



Forrás: saját szerkesztés

11. táblázat A program során érintett lakosság száma

Település	Lakónépesség (fő)	Állandó népesség (fő)
Nyíregyháza	117 121	120 086
Kótaj	4454	4586
Nyírtelek	6488	7069
Nagycserkesz	1695	1777
Kálmánháza	1754	1867
Újfehértó	12 472	12 929
Napkor	3696	3845
Apagy	2340	2398

Település	Lakónépesség (fő)	Állandó népesség (fő)
Sényő	1335	1441
Nyírtura	1790	1936
Nyírpazony	3464	3676
Buj	2200	2269
Ibrány	6648	6970
Nagyhalász	5564	5818
Kemecse	4777	5084
Vasmegyer	1686	1739
Nyírbogdány	2763	2963
Székely	1014	1090
Nyírtét	975	1067
Levelek	2965	3002
Besenyőd	733	824
Magy	884	964
Nagykálló	9214	9720
Kállósemjén	3512	3732
Biri	1419	1381
Érpatak	1632	1767
<b>Összesen</b>	<b>202 595</b>	<b>210 000</b>

*Forrás: KSH 2017. alapján saját szerkesztés*

A 2018-ban Nyíregyházára érkező nyíregyházi turisták száma 104 334 fő volt, akik 195 245 vendégéjszakát tölthettek a városban. Ez a szám az előző évhez képest 10,1%-os növekedést jelent, melynek okai összetettek, egyrészt megnőtt a szálláshelyek száma, folyamatos intenzív marketing kampányok zajlanak, valamint általánosságban elmondható a belföldi utazási kedv növekedése. A belföldi vendégek 135 352, a külföldiek pedig összesen 59 893 vendégéjszakát tölthettek el

Nyíregyházán. A legtöbb külföldi vendég Szlovákiából érkezik, de a legtöbb vendégéjszakát a Romániából érkező vendégek töltik el itt. Az idegenforgalmi adó mértéke 400 Ft/fő volt a 2018-as évben, mely összesen majdnem 72 millió forint bevételt jelentett a város számára, amit teljes egészében a turisztikába forгатott vissza a városvezetés.<sup>31</sup>

A programban résztvevő helyi termelők és szolgáltatók számáról pontos információk nem állnak rendelkezésre, de számuk több százra tehető. A helyi legnagyobb piac, a Búza téri látogatottságáról szintén nincsenek pontos információk, de az üzemeltető NYÍRVV Nonprofit Kft. szerint 350 árusító helyből a legjobb piaci napokon körülbelül 300-320 szokott megtelni árusokkal, ilyenkor akár 1000 ember is megfordul egy nap alatt a vásárcsarnok területén. A legnépszerűbb időszaknak a tavaszi és a nyári mondható, ezeken belül is főként a pénteki és szombati napok. Az árusok jelenléte nagy mértékben függ az általuk értékesíteni kívánt termékek szezonális jellegétől, így például zöldségeket és gyümölcsöket a nyári időszakban, míg virágokat ősszel lehet a legnagyobb választékban kapni.

---

<sup>31</sup> <https://kozgyules.nyiregyhaza.hu/docmenu/eloterjesztes/varosstrategia/2019vb/1531-190509-turisztika-beszamolo>

## 5.4 A stratégia prioritásai

A stratégiai célrendszer eredményes megvalósítását célzó prioritásokat a következő táblázatban mutatjuk be.

12. táblázat A stratégia prioritásai

Átfogó cél	Specifikus célok	Prioritások
<b>A nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásának tartós növekedése</b>	S1. A tudatos fogyasztói magatartás erősödése	P1. A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatosan a fogyasztói magatartás erősítése
	S2. A nyíregyházi termelők és szolgáltatók versenyképessé válása	P2. A vállalkozói készségek fejlesztése
		P3. Szakmai támogató szervezet működtetése
	S3. A termelői és fogyasztói oldalon is fiatalodó korszerkezet	P4. A fiatalok megszólítása a vásárlói és előállítói oldalon is
	S4. Nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások hatékony működése	P5. Hatékony marketingterv létrehozása, brandépítés
	S5. A helyi termékek és szolgáltatások fokozottabb turisztikai célú hasznosítása	P6. A helyi termékek és szolgáltatások beépítése a város turisztikai kínálatába

Forrás: saját szerkesztés

### **P1. A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatosan a fogyasztói magatartás erősítése**

Ez a prioritás kifejezetten a fogyasztói oldalra koncentrál. A felmérésekből és kutatásokból kiderül, hogy alacsony a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztási szintje, valamint a fogyasztói tudatosság Nyíregyházán. A probléma forrása kettős, egyrészt az érintettek jelentős arányban nincsenek tisztában azzal, hogy a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztásával milyen előnyök járnak. A lakosság másik része ugyan rendelkezik számos információval, ezekről a termékekről és szolgáltatásokról, azonban anyagi, kényelmi vagy egyéb okokból, esetleg érdektelenségből nem tartozik a fogyasztói közé. A napjainkban egyre elterjedtebbé váló egészséges életmód felé nyitás elsősorban a magasabb képzettségi szinttel, valamint stabil anyagi lehetőségekkel rendelkezők között népszerű. Az alacsonyabb képzettségűek és/vagy szerényebb anyagi lehetőségekkel rendelkezők sokkal ritkábban jutnak hozzá ilyen típusú termékekhez, szolgáltatásokhoz. A prioritás keretében a lakosság minél szélesebb körében tudatosítani szükséges a járulékos előnyöket.



## **P2. A vállalkozói készségek fejlesztése**

Ez a prioritás az előállítói oldalt célozza meg. Ahogy már a korábbiakban is említettük, az érintett vállalkozók, őstermelők, szolgáltatók vállalkozói ismeretei hiányosak. Ez szintén összetett kérdés, több okra vezethető vissza. Egyrészt az idősebb korosztály tagjai sok esetben ragaszkodnak a már hosszú évek óta jól bevált módszereikhez és kevésbé nyitottak az újdonságokra. A másik probléma az esetükben is az időhiány, hiszen az idejük jelentős részét a termékek előállításával, illetve a szolgáltatások nyújtásával töltik, főként szezonban, ezért kevésbé tudnak új, illetve a vállalkozások működtetését elősegítő ismereteket összegyűjteni. Az új trendek iránti elmozdulás ösztönzése nagyon fontos feladat a prioritás keretében. A legfontosabb témakörök a hatékony értékesítési csatornák kialakításának és tartós működtetésének alapjai, költség- és energiahatékony előállítási módok megismertetése, marketing és szolgáltatás promóció, valamint az ágazatokon belüli és ágazatok közötti együttműködési lehetőségek feltérképezése. A megfelelő szemléltetés érdekében fontos, hogy már jól működő példákon keresztül kerüljenek bemutatásra az egyes gyakorlatok, melyek esetlegesen adaptálhatók helyi szinten is.

## **P3. Szakmai támogató szervezet működtetése**

A nyíregyházi termelők és szolgáltatók számára nagy nehézséget jelent a változó jogi – szabályozási rendszer folyamatos követése és értelmezése. A szakmai támogató szervezet működtetésével a cél a termelők és szolgáltatók terheinek csökkentése annak érdekében, hogy az általuk végzett tevékenységre tudjanak koncentrálni. A szervezet feladata a háttér támogatáson túl képzések szervezése, az együttműködések erősítése, a piacra jutás segítése, valamint esetlegesen márka/brand építés, védjegyzés és folyamatos minőségbiztosítás.

## **P4. A fiatalok megszólítása a vásárlói és előállítói oldalon is**

A prioritás célja a modern, fiatalok megszólítását elősegítő csatornák feltérképezése és aktivizálása a potenciális vásárlók körében, valamint a hagyományos termelői és szolgáltatói módok széles körű megismertetése és népszerűsítése kiemelten a fiatal korosztályok körében. Nem csak a fogyasztói oldalon, hanem a termelői és szolgáltatói oldalon is fontos a fiatalok megszólítása, bevonása, ezáltal az utánpótlás biztosítása.

## **P5. A helyi termékek és szolgáltatások népszerűsítése**

A prioritás célja a nyíregyházi helyi termékek és szolgáltatások széles körű megismertetése, olyan átfogó marketing kidolgozása, amely elősegíti a város egyedi kínálatának bemutatását, a termelők és szolgáltatók közös népszerűsítését. A marketingtervben részletesen bemutatásra kerülnek az esetleges értékesítési lehetőségek, platformok előnyei és hátrányai – választási lehetőséget biztosítva az erre fogékonyak számára. A másik fontos tevékenység egy olyan városmárka kiépítése, amely egyértelműen beazonosítja és Nyíregyházához kapcsolja a magas minőségű termékeket és szolgáltatásokat.

## **P6. A helyi termékek és szolgáltatások beépítése a város turisztikai kínálatába**

A prioritás célja a nyíregyházi magas minőségű helyi termékek és szolgáltatások beemelése a helyi turizmusba. A prioritás két részre osztható. Az első a tirpák hagyományok, ételek széles körű megismertetése a helyi turisztikai szervezetek bevonásával, továbbá a tirpák szó pejoratív felhangjának megszüntetése, a népcsoport erényeinek és történelmi múltjának megismertetése a város lakosai és az ide érkező turisták körében is. A második irány elsősorban a helyi termékek és szolgáltatások széles körű megismertetését és népszerűsítését tűzi ki célul, amelynek elsődleges eszköze a turisztikailag frekvenciált helyen lévő boltokban, üzletekben, attrakcióknál és rendezvényeken a helyi termékek értékesítési lehetőségeinek bővítése.

## 6 MELLÉKLETEK

### 6.1 Kérdőív

#### Kérdőív a helyi termék fogyasztói szokásokról, fogyasztói igények feltárásáról

##### Tisztelt nyíregyházi lakosok!

Nyíregyháza Megyei Jogú Város Önkormányzata 2,056 milliárd forint 100 százalékos intenzitású támogatást nyert a „Nyíregyházi Foglalkoztatási Paktum” című, TOP-6.8.2-15-NY1-2016-00001 azonosítószámú projekt megvalósítására, melyet a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Kormányhivatal partnerségével valósít meg.

A program megvalósítása során készülő felmérés a lakosság helyi termék- és szolgáltatás fogyasztási szokásait kívánja felmérni. Kérjük, támogassa városunk helyi termelőit, gazdáit, szolgáltatóit azzal, hogy kitölti az alábbi fogyasztói kérdőívet. A kitöltés ideje az Ön számára csak 15-20 perc, de a helyi termékek és szolgáltatások fejlesztése szempontjából óriási segítség!

A helyi termék fogyasztói szokásokról, fogyasztói igények feltárásáról szóló kérdőívet online vagy papír alapú formátumban is kitöltheti. A kérdőív kitöltése anonim!

A kérdőív online változata az alábbi linken érhető el:

<https://docs.google.com/forms/d/13R-66BW4q9XlgwVj9oEmCXmi8rjqnQmv6ZfuePnY7fg/edit>



A papír alapon kitöltött kérdőívet a Búza téri Piaccsarnokban (4400 Nyíregyháza, Búza tér 23. szám) a Nyírív Nonprofit Kft. Iroda helyisége előtt kihelyezett gyűjtődobozba kérjük elhelyezni vagy pedig elektronikus formában a [helyitermek@nyiregyhaza.hu](mailto:helyitermek@nyiregyhaza.hu) e-mail címre is eljuttathatja.

A kérdőív kitöltési és visszaküldési határideje: 2019. június 30.

##### Mi célt szolgál ez a felmérés?

Célunk az, hogy a helyi lakosok minél nagyobb mértékben jussanak hozzá az egészséges helyi élelmiszerekhez, a helyi termelők, gazdák pedig minden korábbinál több bevételhez jussanak a térségbe történő közvetlen értékesítés (pl. piacok, éttermek, közétkeztetés) által.

A \*-al megjelölt kérdésekre a válaszadás kötelező!

Köszönjük, hogy a kérdőív kitöltésével hozzájárul a térség sikeres fejlődéséhez!



## I. Válaszadóra vonatkozó információk

1. Kérem, adja meg a nemét! \*

Férfi  Nő

2. Milyen korosztályba tartozik? \*

0-14  15-20  21-29  30-39  40-49  50-59  60-x

3. Mi az Ön lakóhelye? \*

Nyíregyháza  Nyíregyháza 25 km-es körzete  Szabolcs-Szatmár-Bereg megye  
 Környeződ megye  Egyéb  más települése

4. Mi az Ön legmagasabb befejezett iskolai végzettsége? \*

8 általános iskola vagy annál kevesebb  Szakiskola, szakmunkásképző  
 Szakközépiskola érettségivel  Gimnázium  
 Főiskola (Bsc, BA)  Egyetem (Msc, MA)

## II. A háztartásra, vásárlási szokásokra vonatkozó információk

5. Hány fő él az Ön háztartásában? \*

1  2  3  4  5  6 vagy annál több

6. Hány fő 18 éven aluli a háztartásában? \*

0  1  2  3  4  5  6 vagy annál több

7. Hány fő rendelkezik önálló keresettel? \*

0  1  2  3  4  5  6 vagy annál több

8. Az Ön háztartásában mennyi az egy főre jutó nettó havi jövedelem?

50 000 Ft vagy annál kevesebb  51 000- 100 000Ft  
 101 000-150 000 Ft  151 000-200 000 Ft  
 201 000-250 000 Ft  251 000-500 000 Ft  
 500 000 Ft felett

9. Átlagosan a háztartása hány forintot költ élelmiszerre egy hónapban?

20 000 Ft vagy kevesebb  51 000-100 000 Ft  
 21 000-50 000 Ft  100 000 Ft felett

10. Milyen gyakran szokott vásárolni? \*

naponta  két-három naponta  
 hetente  ritkábban

11. Milyen gyakran vásárol a helyi piacon? \*

hetente többször  hetente  
 ritkán  havonta  
 soha

12. Szokott-e bevásárló listát írni?

Igen  Nem

**13. Milyen gyakran fogyasztja a következő termékeket? \*(Soranként csak egy választ jelöljön meg!)**

Terméktípus	Naponta	Két-három naponta	Hetente	Ritkábban	Soha
zöldségek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gyümölcsök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tésztafélék	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fehér húsok (hal, szárnyas stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vörös húsok (sertés, marha stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
feldolgozott húсарu (kolbász, hurka, füstölt áru stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tejtermékek (tej, sajt, joghurt, tejföl stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
pékáru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
lekvárok, befőttek, savanyúságok stb.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**14. Hol szokott helyi/őstermelői/kistermelői termékeket vásárolni? (Több választ is megjelölhet!)**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Nem szoktam ilyen termékeket vásárolni            | <input type="checkbox"/> Családon belül                                 |
| <input type="checkbox"/> Lakóhely/munkahely szerinti piacon                | <input type="checkbox"/> Közeli, de lakó- és munkahelytől eltérő piacon |
| <input type="checkbox"/> Fesztiválokon és egyéb turisztikai rendezvényeken | <input type="checkbox"/> Közvetlenül gazdaságból                        |
| <input type="checkbox"/> Termelőtől személyesen                            | <input type="checkbox"/> Bevásárló körben                               |
| <input type="checkbox"/> Termelőtől kiszállítva                            | <input type="checkbox"/> Webáruházban                                   |
| <input type="checkbox"/> Vásárokon   | <input type="checkbox"/> Térségi/ helyi vásárokon                       |
| <input type="checkbox"/> Háztól  | <input type="checkbox"/> Éttermekben                                    |
| <input type="checkbox"/> Termelői piacon                                   | <input type="checkbox"/> Termelői mintaboltban                          |
| <input type="checkbox"/> Falusi vendégszta keretében                       | <input type="checkbox"/> Ajándékoltban                                  |
| <input type="checkbox"/> Szálláshelyeken                                   | <input type="checkbox"/> Egyéb.....                                     |

**15. Az előző évben körülbelül milyen értékben vásárolt helyi/őstermelői/kistermelői termékeket?**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nem vásároltam ilyen termékeket | <input type="checkbox"/> 10 000 Ft vagy kevesebb |
| <input type="checkbox"/> 10 000 Ft - 20 000 Ft           | <input type="checkbox"/> 21 000 Ft - 30 000 Ft   |
| <input type="checkbox"/> 31 000 Ft - 40 000 Ft           | <input type="checkbox"/> 41 000 Ft - 50 000 Ft   |
| <input type="checkbox"/> 51 000 Ft - 60 000 Ft           | <input type="checkbox"/> 61 000 Ft - 70 000 Ft   |
| <input type="checkbox"/> 71 000 Ft - 80 000 Ft           | <input type="checkbox"/> 81 000 Ft - 90 000 Ft   |
| <input type="checkbox"/> 91 000 Ft - 100 000 Ft          | <input type="checkbox"/> 100 000 Ft felett       |

**16. Hajlandó magasabb árat kifizetni olyan termékekért, amelyekről tudja, hogy helyben állították elő a termelők? \***

- Igen     Nem

**17. Amennyiben az előző kérdésre adott válasza igen volt, kérem, válasszon a lehetőségek közül és fejezze be a mondatot! (Több választ is megjelölhet!)**

A helyi/őstermelői/kistermelői termékekért hajlandó vagyok magasabb árat kifizetni, mert.....

- a termékek magasabb minőségűek, mint a tömegtermelésből származók.
- a termékek nem tartalmaznak felesleges adalékanyagokat, ízfokozókat stb.
- termékek egészségesebbek, mint a tömegtermelésből származók.
- személyes, jó kapcsolatom van a termelővel.
- tudom, hogy az általam elköltött pénz a helyi gazdaság fejlődését szolgálja.
- tudom, hogy a vásárolt áru ellenértéke az adott termelő (család) bevételét képezi.
- a termék készítői nem használják túl a természeti erőforrásokat, vigyáznak és óvják környezetüket.
- manapság divatos helyi termékeket fogyasztani/ kézműves portékákat gyűjteni.

18. Kérem, állítsa sorrendbe, hogy helyi/őstermelői/kistermelő termék vásárlásakor mi alapján dönt egy termék kiválasztásáról! (1. a leginkább befolyásoló tényező, 6. a legkevésbé fontos tényező)

- A termék ismerete, korábbi pozitív tapasztalat
- Védjegy emblémával ellátott termék pl. Nemzeti Parki Termék
- Értékesítő javaslata, ajánlása
- A termék ára
- A termék csomagolása környezetbarát
- A termék származási helye

19. Az Ön tapasztalati alapján kielégítő a helyi termékek kínálata Nyíregyházán? \*

- Igen
- Kicsi a választék
- Nem tudom

20. Ön számára az alábbi tényezők mennyire fontosak az élelmiszervásárlás helyszínének megválasztásában? \* Kérem, osztályozzon 1-től 6-ig, ahol 1 az egyáltalán nem fontos, 6 pedig a nagyon fontos!

Tényező megnevezése	1	2	3	4	5	6
Ez található a lakóhelyéhez/munkahelyéhez legközelebb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Az áruválaszték széles, egy helyen minden beszerezhető	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek minősége megfelelő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek eredete magyar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek eredete ismert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek ára kedvező	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek frissek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van lehetőség akciós termékek vásárlására	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van lehetőség védjegyes termékek vásárlása (Bio, Magyar Termék stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Az eladó/termelő személyesen információt nyújt a termékekről, termesztésének, előállításának körülményeiről	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van előrerendelési lehetőség	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Az üzletnek van saját honlapja/ Facebook oldala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van étkezési lehetőség	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van kóstolásra lehetőség	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A parkolási lehetőség megfelelő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Van tiszta, a vásárlók számára is használható mellékhelyiség	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A környezet kulturált, tiszta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A bankkártyás fizetés lehetősége biztosított	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A vásárlás élménye és hangulata vonzó	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
A termékek, élelmiszerek minősége megbízható	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Ön honnan szerez információkat a helyi termékekkel kapcsolatban? (Több választ is megjelölhet!)\*

- Közvetlenül a termelőtől
- Ismerősöktől
- TV-ből, rádióból
- Internetről (közösségi oldalakról, honlapokról)
- Újságokból
- Egyéb: .....

22. Ön hol szerzi be jellemzően a következő termékeket? \* (Soranként csak egy választ jelöljön meg!)

Terméktípus	Piac	Hiper/ szupermarket (pl. Tesco, Spar, Metro)	Magyar tulajdonú lánc (pl. Coop, CBA, Reál)	Diszkont (pl. Penny, Aldi, Lidl)	Kis élelmiszer- bolt	Szaküzlet (pékség, hentes, drogéria, cipőbolt stb.)	Mozgóbolt (tejesautó, pékárus stb.)	Termelő gazdasága (háztól)	Nem vásárlók ilyen terméket
húsok (sertés, baromfi, marha stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
egyéb húspari termékek, (sonka, szalámi, szalonna, zsír, kolbász stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tojás	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tej és tejtermékek (tej, sajt, tejföl, vaj, túró, joghurt, kefir, orda stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
méhészeti termékek (méz, propolisz, méhviasz stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
friss gyümölcsök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
feldolgozott zöldség, növény (savanyúság, sűrítmény, aszalt zöldség, konzerv, növényi olaj stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
fűszer, fűszernövények	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gyógynövények	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gabonafélék	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
borászat, egyéb gyümölcsbor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
egyéb szeszes italok (pálinka, sör stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
desszertek, csokoládé, bonbon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mézeskalács, kürtőskalács	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
(száraz)tésztafélék	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
gluténmentes termékek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
laktózmentes termékek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Terméktípus	Piac	Hiper/ szupermarket (pl. Tesco, Spar, Metro)	Magyar tulajdonú lánc (pl. Coop, CBA, Reál)	Diszkont (pl. Penny, Aldi, Lidl)	Kis élelmiszer- bolt	Szaküzlet (pékés, hentes, drogéria, cipőbolt stb.)	Mozgóbolt (tejesautó, pékárus stb.)	Termelő gazdasága (háztól)	Nem vásárlók ilyen terméket
bio termékek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
magvak, őrlemények, pelyhek, csíráztató magvak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
cukrásztermékek, pékáru	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
faipari termékek (hordó, kapu, faragvány, fabútor stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
erdészeti termékek (tűzifa, fabrikett, pellet stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kertészeti termékek (dísznövény, palánta, vetőmag, cserje, fa, virág stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
képzőművészeti, kézműves termékek (kerámia, cserép, hímzés, bőr, gyertya, ötvös, textil, nemez, szőttés, vesszőtermékek, fa, fém, zománc, csipke, kovácsoltvas, tojás, üveg, zsineg, kötél stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ruházat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
szépségápolási termék (szappan, krémek, testolajok, kozmetikumok, illóolaj stb.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
tisztítószer, mosószer, öblítő	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
újrahasznosított termékek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



23. Kirándulásai/nyaralásai alkalmával felkeresné-e az alábbi helyszíneket helyi, őstermelői, kistermelői termékek vásárlása céljából? \*

	Biztosan nem	Nem hiszem	Valószínűleg felkeresném	Ki nem hagynám
Helyi piac	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ajándékbolt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Helyi termék polc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Helyi termelők székhelye, telephelye	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Térségi vásárok, fesztiválok	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Turisztikai attrakciók eladótere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Találkozott-e Ön a TERMELŐI termékek vásárlása során az alábbi problémák valamelyikével?

(Több választ is megjelölhet!)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> A termelők/gazdaságok nehezen megközelíthetők            | <input type="checkbox"/> Nincs időm termelői termékeket beszerezni                          |
| <input type="checkbox"/> Nem lehet mindent egy helyen beszerezni                  | <input type="checkbox"/> Nem bízom a termékek biztonságában                                 |
| <input type="checkbox"/> Drágábbak a termékek                                     | <input type="checkbox"/> Nem lehet bankkártyával fizetni                                    |
| <input type="checkbox"/> Nincs választék  | <input type="checkbox"/> Nem tetszik a csomagolás   |
| <input type="checkbox"/> Nem szimpatikus a termelő személye, stílusa              | <input type="checkbox"/> Nem garantált, hogy amit szeretnék vásárolni, az rendelkezésre áll |
| <input type="checkbox"/> Nem tudom hol érhetőek el, kik a termelők                | <input type="checkbox"/> Nincs rendszer, nem következetes az árus                           |
| <input type="checkbox"/> Sok hulladék keletkezik a termelőnél való vásárlás során | <input type="checkbox"/> Nem megfelelően tiszták a körülmények                              |

25. Szokott-e igénybe venni közétkeztetési / melegétkeztetési szolgáltatást, ha igen milyen típusút?

\* (Több választ is megjelölhet!)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Oktatási-nevelési intézmények                  | <input type="checkbox"/> Szociális ellátás         |
| <input type="checkbox"/> Munkahelyi melegétkezés                        | <input type="checkbox"/> Gyorséttermi étkezés      |
| <input type="checkbox"/> Éttermi, vendéglátói melegétkezés (menüztetés) | <input type="checkbox"/> Nem szoktam igénybe venni |

26. Kérem, válassza ki, mely állítással/állításokkal ért egyet. (Több választ is megjelölhet!)

- Étteremben kifejezetten a helyi jellegzetességeket keresem.
- Ismeretlen étteremben félek új dolgokat kipróbálni, kizárólag az általam ismert ételekből fogyasztok.
- Étteremben, ha helyben megtermelt alapanyagokból készült ételeket fogyaszthatok, hajlandó vagyok magasabb árat fizetni.
- Szeretem, ha utazáskor a helyi jellegzetességekből vásárolhatok, fogyaszthatok.
- Kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki.
- Nem érdekelnek a helyi specialitások.

27. Kirándulás, nyaralás alkalmával keresi-e a helyi/őstermelői/kistermelői termékeket?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Igen, mindig                     | <input type="checkbox"/> Igen, néha                           |
| <input type="checkbox"/> még nem kerestem, de szándékozom | <input type="checkbox"/> még nem kerestem, de nem is tervezem |

28. Vásárolna-e/igénybe venne-e kifejezetten Nyíregyháza-hoz kapcsolódó márkázott jó minőségű termékeket, szolgáltatásokat? \*

- Igen     Nem

Válaszát ezúton is köszönjük!

## 6.2 A Népi Tárgyalkotó Iparművész minősítő címhez szükséges alkotások kategóriánkénti megoszlása<sup>32</sup>

Népi Tárgyalkotó Iparművész minősítő cím feltétele 5 db Hagyományos Mesterremek vagy Modern Mesterremek kategóriába besorolt alkotás, valamint Hagyományos Míves Termék vagy Modern Míves Termék kategóriában a következő darabszámú alkotás:

1. Bognármunkák, kerék- és kocsi - 15 db
2. Bőrműves-tárgyak - 30 db
3. Cserépkályha és kemence - 15 db
4. Csipke - 30 db
5. Építmények és köztéri alkotások: épületdísz, kapu, kerítés, játszótér, emlékoszlop, síremlék, nád-, zsúpszalma-, faszindelytető stb. - 20 db
6. Festett, faragott bútor - 20 db
7. Faragott fa, csont, szaru - 30 db
8. Fazekas munka - 30 db
9. Fonott és szőtt használati tárgyak: vessző, gyékény, csuhé, nád, szalma - 30 db
10. Halászháló, kötél - 15 db
11. Hímes tojás - 30 db
12. Hímzés - 30 db
13. Kádár és pintér munkák - 15 db
14. Képfestő textíliák - 30 db
15. Kalap - 20 db
16. Kés - 30 db
17. Kovács- és rézműves termékek - 30 db
18. Lószerszámok, nyergek - 15 db
19. Mártott gyertya - 30 db
20. Mézeskalács - 30 db
21. Naiv szobrok - 30 db
22. Nemez - 30 db
23. Népi ékszer (rekesz zománc, gyöngy) - 30 db
24. Népi hangszer - 15 db
25. Népi játék - 30 db

---

<sup>32</sup> Forrás: 530/2017. (XII. 29.) Kormányrendelet a hagyományőrzéssel és a néphagyomány gondozásával kapcsolatos állami szerv kijelöléséről, valamint a népi iparművészeti és a népművészeti alkotások minősítéséről 3. melléklet

- 26. Népviseleti baba - 25 db
- 27. Papucs, bocskor, csizma, cipő - 20 db
- 28. Paszomány és kötött gomb - 20 db
- 29. Szűcs és szűr munkák - 15 db
- 30. Szűrrátét - 30 db
- 31. Szóttas - 30 db
- 32. Viselet - 25 db

### <sup>33</sup>A népi iparművészeti alkotások besorolása:

A 530/2017. (XII. 29.) a hagyományőrzéssel és a néphagyomány gondozásával kapcsolatos állami szerv kijelöléséről, valamint a népi iparművészeti és a népművészeti alkotások minősítéséről szóló kormányrendelet alapján 2017. december 29. után a következő fogalmak kerültek bevezetésre:

**HMR** -„Hagyományos Mesterremek” kategóriába kell sorolni az olyan egyedi jellegű, kiemelkedő művészi értékű hagyományos tárgyalkotó népművészeti alkotást, amely magas esztétikai színvonalon jeleníti meg a magyar, illetve a magyarországi nemzetiségi népművészet hagyományait, a hagyományos stíuselemeket, technikai megvalósítása kifogástalan.

**HMT** -„Hagyományos Míves Termék” kategóriába kell sorolni a magyar, illetve a magyarországi nemzetiségek népművészeti jellegzetességeit magán viselő, a hagyományos tárgyalkotó népművészeti tárgyak minősítési kritériumának megfelelő, technikai szempontból is színvonalas hagyományos tárgyalkotó népművészeti alkotást, amely megjeleníti a hagyományos stíuselemeket.

**MMR** -„Modern Mesterremek” kategóriába kell sorolni az olyan egyedi jellegű, kiemelkedő művészi értékű népi iparművészeti alkotást, amely magasabb esztétikai színvonalon fejleszti tovább a magyar, illetve a magyarországi nemzetiségi népművészet hagyományait, technikai megvalósítása kifogástalan, és megfogalmazásában hangsúlyosak az újítások, a modern törekvések, ugyanakkor az iparművészeti jelleg ellenére a gyökerei egyértelműen a népművészet hagyományaihoz köthetők.

**MMT** -„Modern Míves Termék” kategóriába kell sorolni a magyar, illetve a magyarországi nemzetiségi népművészet jellegzetességeit magán viselő, a népi iparművészeti tárgyak minősítési kritériumának megfelelő, technikai szempontból is színvonalas népi iparművészeti alkotást, amely megfogalmazásában hangsúlyosak az újítások, a modern törekvések, ugyanakkor az iparművészeti jelleg ellenére a gyökerei egyértelműen a népművészet hagyományaihoz köthetők.

Jelölés nélküli zsűriszámot kap a színvonalas ajándéktárgynak minősülő hagyományos tárgyalkotó népművészeti alkotás, amely sokszorosításra alkalmas, kevés kézi erejű munkával előállítható,

---

<sup>33</sup> <http://www.tmamk.hu/nepmuveszek/download/iparmuveszeti%20alkotasok%20besorolasa.pdf>

ugyanakkor technikájában, stílusában és gondolkodásmódjában egyértelműen az autentikus hagyományokat követi, vagy a népművészet hagyományait viszi tovább újragondolt formában. Az ajándéktárgy nem Népi Tárgyalkotó Iparművész minősítő címre jogosító kategória, azonban 10 db jelölés nélküli zsűriszám kivált 1 db Hagyományos Míves Termék, illetve Modern Míves Termék besorolást.

## 6.3 Értéktárak

### 6.3.1 Szabolcs-Szatmár-Bereg megye értékek tára<sup>34</sup>

#### Agrár- és élelmiszergazdaság

- Szatmári szilvalekvár (1)
- Zümi mézes gyümölcsszörpök (2)
- Újfehértói fürtös meggy (3)
- Újfehértói fürtös ágyas meggypálinka (4)
- Tiszavasvári neves szülötte, Pethe Ferenc életműve (5)
- Nagydobosi sütőtök (6)
- A tuzséri Jonathan alma, mint a szabolcsi Jonathan alma egyik reprezentánsa (7)
- A kiemelkedő nemzeti értéket képviselő Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei eredetvédett pálinkák helyi változatai (8)
- Császlói som (*Cornus mas f. csaszloiensis* Nyékes) (9)
- Tiszaadonyi kecskesajt (10)
- Milotai dió (11)

#### Kulturális örökség

- Paszabi szóttos (12)
- Beregi keresztaszemes hímzés – Felső-Tisza-vidéki keresztaszemes hímzés (13)
- Ajaki lakodalmas (14)
- Bessenyei György munkássága (15)
- 8 versszakos Kossuth nóta (16)
- Dr. Jósa András orvosi és régészeti tevékenysége (17)
- A gávai költőnő, Bessenyei Anna életműve (18)
- Ölbey Irén költészete (19)
- Sóstói Múzeumfalva, mint néprajzi értékek gyűjtőhelye (20)
- A magyar szablya, a magyar szablyavívás és a Borsody-vívórendszer (21)
- Dr. Kozma Pál, Gyulaháza neves szülötte munkássága (22)
- Vasvári Pál teljes és összetett életműve (23)
- Szabolcsi, szatmári és beregi fő- és alispáni, valamint nyíregyházi polgármesteri sírok, síremlékek (24)
- Szabolcs Néptáncgyűttes munkássága (25)
- A tarpai citerazenekar hagyományőrző népzenei tevékenysége (26)
- Beregdaróci vászonvirág (27)
- A nyíregyházi Cantemus kóruscsalád (28)
- Krúdy Gyula – a Nyírség álmodója élete és munkássága (29)

<sup>34</sup> 2019.04.18-tól hatályos állapot. Forrás: <http://szszbm-ertektar.hu/dokumentumok.php>

- Jósa András Múzeum, mint a városi és megyei történeti értékek gyűjtőhelye (30)
- Nyírség Néptáncgyűttes munkássága (31)
- Tirpák népi építészet (32)
- Beregi Múzeum, mint térségi muzeális intézmény (33)
- A Szatmár Táncgyűttes munkássága (34)
- A tiszacsécsei Móricz Zsigmond emlékház (35)
- Dr. Korányi Frigyes munkássága (36)
- A Kállai kettős zenéje és koreográfiája (37)
- Simonyi József, Nagykálló szülöttjének emlékezete (38)
- Ratkó József irodalmi munkássága és közéleti tevékenysége (39)
- Kéry Péter Szabolcs-Szatmár-Bereg megye történelméről, természeti értékeiről, néprajzáról szóló filmalkotásai (40)
- A nagyari Petőfi-fa legendája (41)
- Koszta Zoltán kisvárdai bőrműves mester ősi magyar motívumkincsre és bőrműves hagyományokra épülő művészete (42)
- Nagyecsed-i magyar és cigány táncgyűttesek (43)
- Kiss B. Zoltán állandó vadászati kiállítása (44)
- 4 for Dance Táncgyűttes munkássága (45)
- Kedvesház pedagógiai módszer (46)
- Kölcsey Ferenc, a Himnusz költőjének síremléke és emlékezete Szatmárcsekén (47)
- A Kölcsey Ferenc által a szatmárcsekei református gyülekezetnek készíttetett és adományozott úrasztala (48)
- Szabolcs-Szatmár-Bereg megye honfoglalás kori emlékei (49)
- Árokháty Béla emlékhely a gyürei református templomban (50)
- A Bürkös Zenekar hagyományőrző művészeti tevékenysége (51)
- Keleti Gyepű (52)
- Felső-Tisza-vidéki Vízügyi Történeti Gyűjtemény (53)
- Pál Gyula festőművész munkássága (54)
- Bereg, Szabolcs és Szatmár vármegyék utolsó aranysarkantyús vitézeinek emlékezete (55)
- Beregdaróci betlehemes (56)
- A Kölcsey Társaságnak Kölcsey Ferenc és a Himnusz kultuszáért végzett tevékenysége (57)
- Máriapócs Nemzeti Kegyhely és a pócsi búcsú (58)
- A Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Prima Díj küldetése (59)
- Mandala Dalszínház kulturális tevékenysége (60)

#### Egészség és életmód:

- Tiszavasvári Szentmihályi Gyógyfürdő gyógyvize (61)
- Kabay-módszer (62)

## Épített környezet:

- Nyíregyházi bokortanyák (63)
- Szatmár-beregi középkori templomok (64)
- Túristvándi vízimalom (65)
- Nyírmihálydi Magtár Múzeum (66)
- Nyírmihálydi református templom és a kívül álló fa harangtorony (67)
- A Magyarok Nagyasszonya Társszékesegyház mint zarándoktemplom (68)
- Nyíregyházi Evangélikus Nagytemplom (69)
- Kisvárdai római katolikus templom (70)
- Kisvárdai Rétközi Múzeum épülete (Kisvárdai, Csillag u. 5.) (71)
- Kisvárdai vár (72)
- Kállósemjéni Kállay-kúria a védett hársfasorral (73)
- Büdy vár – Vámosatya (74)
- Az anarcsi Czóbel-kúria (75)
- A cégénydányádi Kölcsey-Kende-kúria és parkja (76)
- A Dégenfeld Kastélymúzeum – Baktalórántháza (77)
- A vásárosnaményi Tomcsányi-kastély (78)
- A nagyari Luby kastély (79)
- A volt járásbíróház épülete – Nagykálló (80)
- A nagykállói református műemléktemplom és a Rákóczi-torony (81)
- A nagykállói régi zsidó temető és Taub Eizik Izsák csodarabbi sírhelye (82)
- Szabolcs megye egykori székháza Nagykállóban (83)
- A tarpai szárazmalom (84)
- A Megyeháza épülete (85)
- Tuzséri Lónyay-kastély (86)
- Mándoki Forgách kastély (87)
- Tiszadobi Andrássy-kastély (88)
- A vajai Vay-várkastély és Múzeum (89)
- Szabolcs-Szatmár-Bereg megye történeti kertjei (90)
- Árpád-kori monostor Szabolcs községben, ma református templom (91)
- A szabolcsi Mudrány Kúria (92)
- A szabolcsi földvár (93)
- Berkeszi Vay-kastély (94)
- Nyíregyházi Törvényszék épülete (Nyíregyháza, Bocskai u. 2.) (95)
- Nyíregyházi Kálvin téri református templom épülete (96)
- Zsurki festett fakazettás mennyezetű templom (97)
- Máriapócsi görögkatolikus kegytemplom (98)

### Ipari és műszaki megoldások:

- ZEMA ékszerek (99)
- Demecseri víztorony (100)
- Farkas Bertalan, az első magyar kutató úrhajós életműve (101)
- Nagyecsed-i szivattyútelep (102)
- Tiszaberceli Műemlék Szivattyútelep (103)

### Természeti környezet:

- Fás legelők a Szatmár-Beregben (104)
- Dzsungelgyümölcsösök a Felső-Tisza hullámterében (105)
- Beregi tőzegmohás lápok (106)
- Beregi vulkáni kúpok (107)
- Tiszavasvári Fehér-szik természetvédelmi terület (108)
- A Nyíregyházi Egyetem Tuzson János Botanikus Kertje, mint növényi ritkaságok gyűjtőhelye (109)
- A nyíregyházi Sóstói-erdő (110)
- Dédai-erdő (111)
- Bockerek-erdő (112)
- Nagykálló-Harangod, mint jellegzetes nyírségi táj (113)
- Bátorligeti ősláp (114)
- Bátorligeti Fényi-erdő (115)
- Bátorligeti „Nyomási” Nagylegelő (116)
- Vitkai platánsor (117)
- Kállósemjéni Mohos-tó Természetvédelmi Területet (118)
- A Harangodi Erdészeti Erdei Iskola, mint a magyarországi minősített erdészeti erdei iskolák Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei meghatározó képviselője (119)
- Az újfehértói „Szikes” (120)
- Baktalórántházi-erdő, mint kiemelt jelentőségű természetmegőrzési terület (121)

### Turizmus és vendéglátás:

- Sóstógyógyfürdő, mint gyógyhely (122)
- Sóstó Zoo (123)
- A Tuzséri Pálinka Manufaktúra, mint turisztikai attrakció (124)

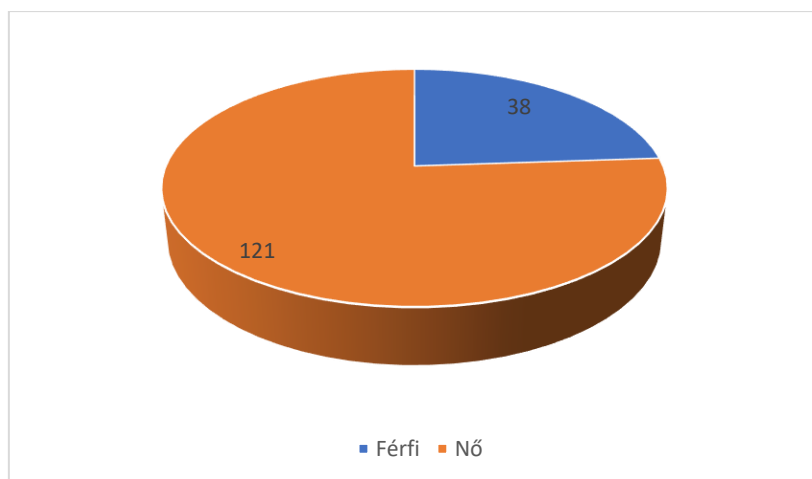


### 6.3.2 A válaszadóra vonatkozó információk

A kérdőív első négy kérdése általános képet ad a kitöltőkről. A zárójelben lévő sorszámok az adott információt tartalmazó kérdések sorszámát jelölik.

(1.) A válaszadók közül 76,1% a (121 fő) nők és 23,9% (38 fő) volt a férfiak aránya.

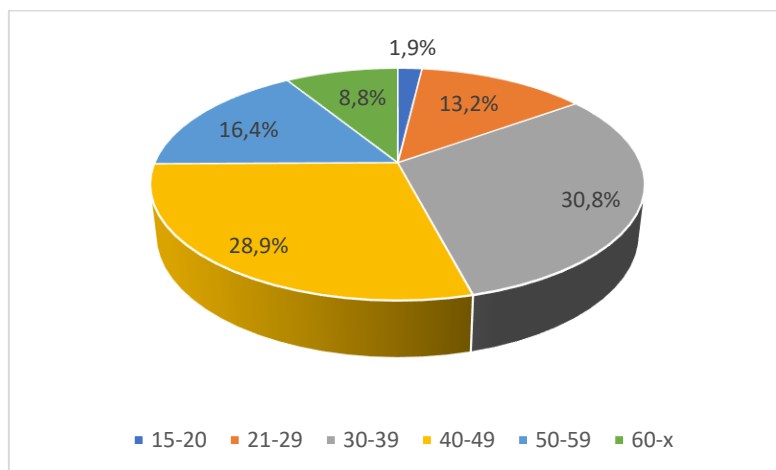
9. ábra A válaszadók nemek szerinti megoszlása (fő)



Forrás: saját szerkesztés

(2.) A korosztályok szerinti megoszlás tekintetében a 15-20 éveseké 1,9%, a 21-29 éveseké 13,2%, a 30-39 éveseké 30,8%, a 40-49 éveseké 28,9%, az 50-59 éveseké 16,4%, a 60 éves és 60 év felettieké pedig 8,8% volt.

10. ábra A válaszadók korosztályok szerinti megoszlása (%)



Forrás: saját szerkesztés

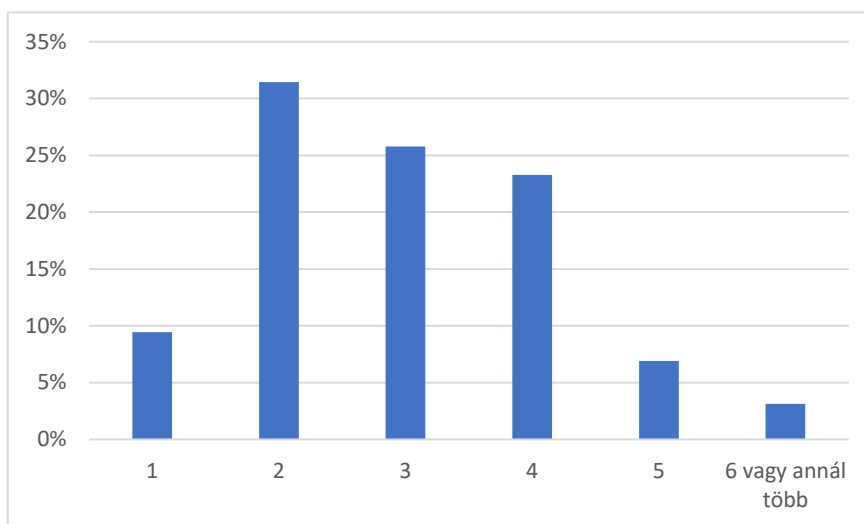
(3.) A lakóhely szerinti megoszlásban tekintetében a válaszadók 76,7%-a nyíregyházi lakos, 16,4%-a Nyíregyháza 25 km-es körzetében él, 0,6%-uk Szabolcs-Szatmár-Bereg megye más településén él, 5% a környező megyékben, 1,3% pedig egyéb településen él.

(4.) A válaszadók 0,6%-nak 8 általános iskola vagy annál kevesebb, 8,2%-nak szakiskolai, szakmunkásképző, 15,7%-nak szakközépiskolai érettségi, 11,3%-nak gimnáziumi, 34%-nak főiskolai (Bsc, BA), 30,2%-nak egyetemi (Msc, MA) végzettsége van.

### 6.3.3 A háztartásra, vásárlási szokásokra vonatkozó információk

(5.) Az egy háztartásban élők száma alapján a megoszlás a következő:

11. ábra A válaszadók megoszlása az egy háztartásban élők száma alapján (%)



Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók több mint fele 57,2%-a 2 vagy 3 fős, 30,2%-uk pedig 4 vagy 5 fős háztartásban él, ami összefüggésben állhat azzal, hogy a válaszadók jelentős arányban a fiatal, 40 év alatti korosztályokból kerülnek ki. Hasonló összefüggés mutatható ki az egy háztartásban élő 18 éven aluliak arányában is, a válaszadók 58,5%-a esetében nem, 20,1%-uk esetében pedig 1 fő 18 éven aluli él a háztartásban.

(6.) A háztartásokban élő 18 éven alattiak aránya a következőképpen alakul:

13. táblázat A háztartásokban élő 18 éven alattiak aránya

Kategória	0	1	2	3	4	5	6
18 év alattiak aránya a háztartásokban (%)	58,5	20,1	16,4	4,4	0	0,6	0
18 év alattiak száma a háztartásokban (fő)	93	32	26	7	0	1	0

Forrás: saját szerkesztés

(7.) A háztartásokban önálló keresettel rendelkezők aránya az alábbiak szerint alakul:

14. táblázat A háztartásokban önálló keresettel rendelkezők aránya

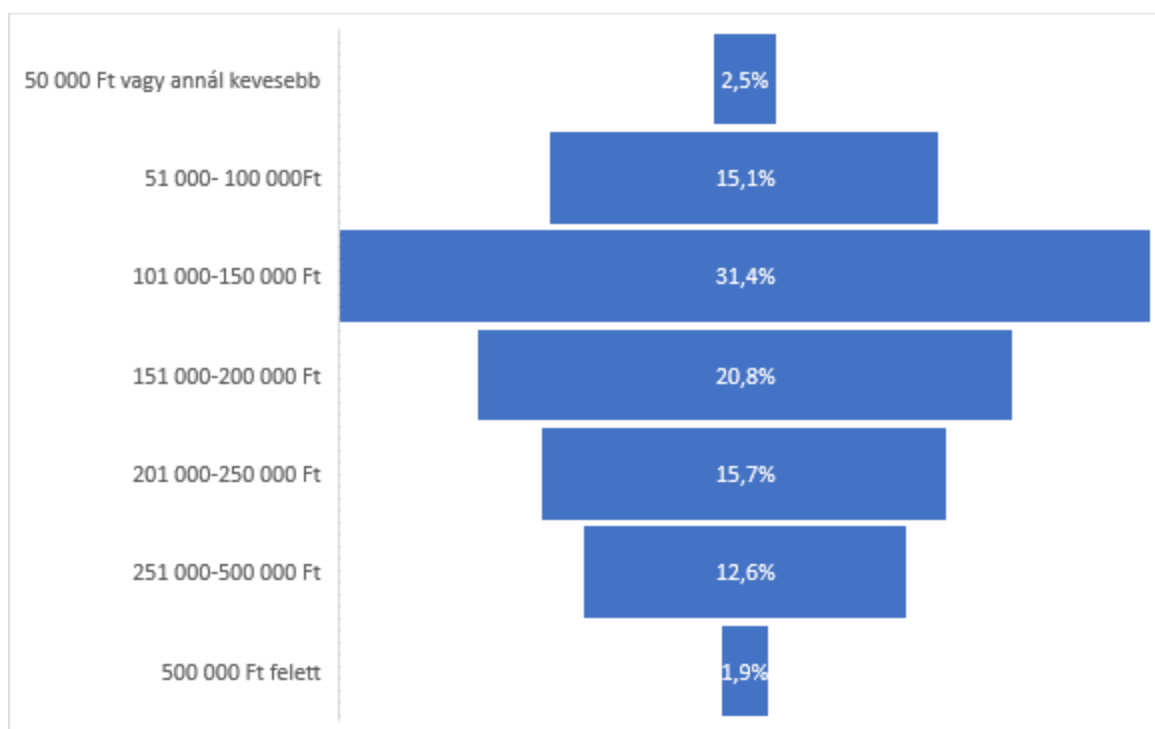
Kategória	0	1	2	3	4	5	6
Önálló keresettel rendelkezők aránya a háztartásokban (%)	0,6	16,4	66	10,7	3,8	2,5	0
Önálló keresettel rendelkezők száma a háztartásokban (fő)	1	26	105	17	6	4	0

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszadók között kiemelkedő a 2 fős, 18 éven felüli fiatal, önálló keresettel rendelkező háztartásban élők aránya, akik a helyi termékek és szolgáltatások fogyasztása szempontjából kiemelt réteget alkotnak.

(8.) A háztartásokban egy főre jutó nettó havi jövedelmi megoszlásának alakulása:

12. ábra A háztartásokban egy főre jutó nettó havi jövedelem megoszlása



*Forrás: saját szerkesztés*

A beérkező válaszok alapján a háztartásokban az 1 főre eső havi jövedelem 151 000 Ft felett van, ami a válaszadók körében jellemzően magas iskolai végzettséggel állhat összefüggésben.

(9.) A válaszadók élelmiszerre havonta a következő összegeket költik:

15. táblázat A válaszadók megoszlása az élelmiszerekre fordított havi összeg alapján

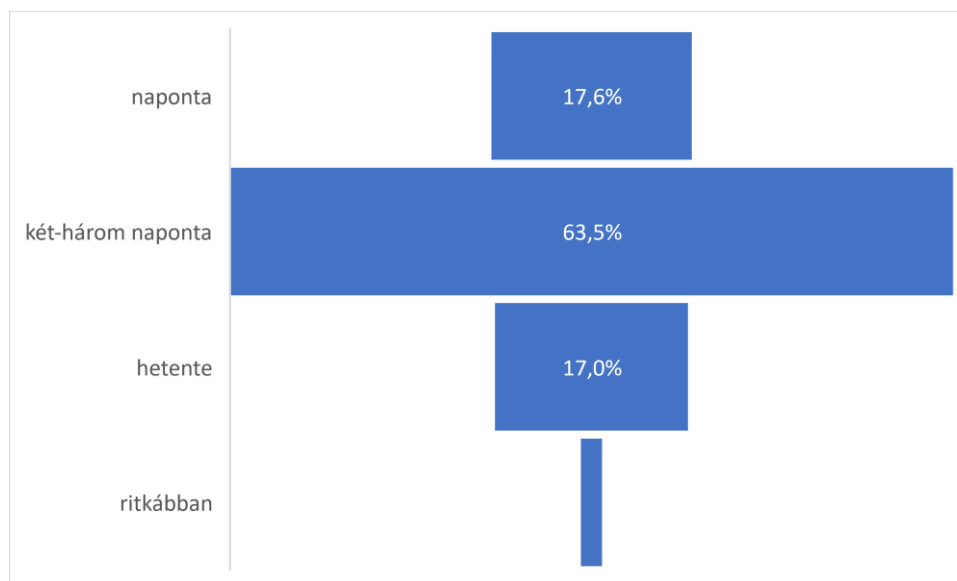
Kategória	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
20 000 Ft vagy kevesebb	2,5	4
21 000-50 000 Ft	27	43
51 000-100 000 Ft	47,2	75
100 000 Ft felett	23,3	37

Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók között jellemző magasabb iskolai végzettségnek és az egy háztartásban élők alacsonyabb számának köszönhetően viszonylag magas, 51 000 Ft feletti a havonta egy főre jutó élelmiszerre fordított átlagos összeg. Az összefüggés is alátámasztja azt, hogy a fiatal, magas végzettségűek és keresetűek a helyi termékek és szolgáltatások igénybe vevői között felülreprezentáltak.

(10.) A válaszadók megoszlása a vásárlási szokásaik alapján:

13. ábra A válaszadók megoszlása a vásárlási szokásaik alapján

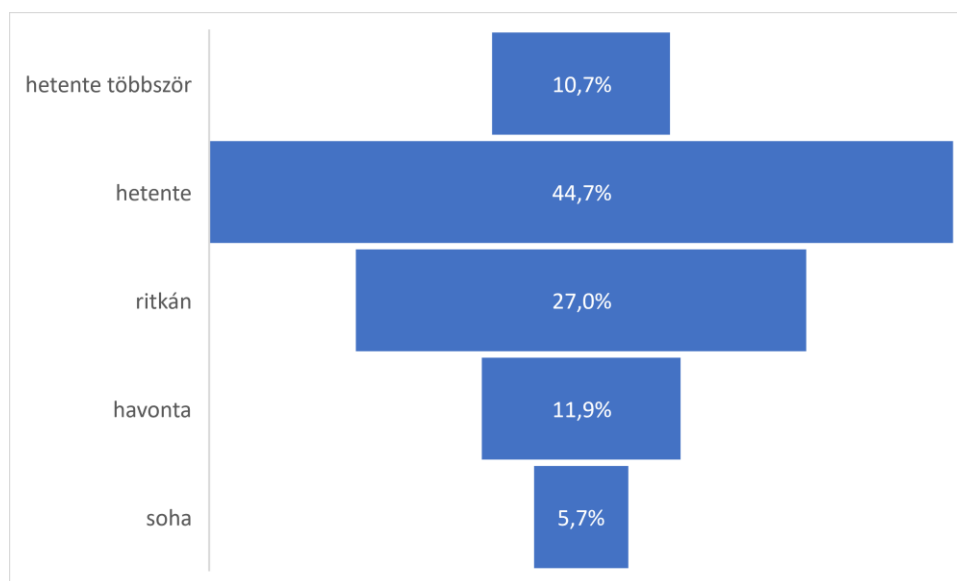


Forrás: saját szerkesztés

A válaszadók vásárlási szokásait vizsgálva megállapíthatjuk, hogy jelentős többségük (63,5% ,101 fő) két-három naponta vásárol, míg kisebb hányaduk 17,6 és 17%-uk naponta, illetve hetente.

(11.) A helyi piacon történő vásárlás alapján történő megoszlás aránya a következőképpen alakul:

14. ábra A válaszadók megoszlása a helyi piacon történő vásárlás gyakorisága alapján



Forrás: saját szerkesztés

A helyi termelők elsődleges árusító helyein, a helyi piacokon a válaszadók több mint fele, 55,3%-uk hetente többször is, illetve hetente vásárol. Ritkán és körülbelül havi rendszerességgel a válaszadók 39%-a vásárol a helyi piacon és az 5,7 %-uk egyáltalán nem jár oda.

(12.) A válaszadók 71,7%-a szokott bevásárló listát írni, mielőtt elindul bevásárolni, 27,7%-a pedig nem, 1 fő pedig nem válaszolt a kérdésre. A bevásárló lista írása egyfajta fogyasztói tudatosságot jelez, hiszen, ha előzetes koncepció nélkül vásárol az ember, akkor sokkal hajlamosabb olyan dolgokat is megvenni, amire valójában nincs is szüksége.

(13.) A következő termékkategóriák fogyasztási gyakorisága a válaszadók körében:

16. táblázat Az egyes termékkategóriák fogyasztási gyakorisága

Terméktípus	Naponta	Két-három naponta	Hetente	Ritkábban	Soha
zöldségek	69,2%	20,8%	8,8%	1,3%	0%
gyümölcsök	54,1%	32,1%	9,4%	4,4%	0%
tésztafélék	2,5%	31,4%	49,1%	16,4%	0,6%
fehér húsok (hal, szárnyas stb.)	17,6%	45,9%	29,6%	4,4%	2,5%
vörös húsok (sertés, marha stb.)	2,5%	26,4%	42,1%	23,9%	5,0%
feldolgozott húсарu (kolbász, hurka, füstölt áru stb.)	6,9%	25,2%	30,8%	32,7%	4,4%

Terméktípus	Naponta	Két-három naponta	Hetente	Ritkábban	Soha
tejtermékek (tej, sajt, joghurt, tejföl stb.)	57,2%	24,5%	11,3%	5,0%	1,9%
pékáru	70,4%	17,0%	7,5%	3,1%	1,9%
lekvárok, befőttek, savanyúságok stb.	5,7%	32,7%	37,7%	22,6%	1,3%

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszadók fogyasztói szokásaival kapcsolatban kiderült, hogy napi szinten 70,4%-uk fogyaszt pékárut és 69,2%-uk zöldséget, valamint 57,2%-uk tejtermékeket. Fehér húsokat a válaszadók 45,9%-a két-háromnaponta, míg tésztaféléket 49,1%-uk hetente fogyaszt. Szintén heti rendszerességgel kerül 42,1%-uk asztalára vöröshús, míg feldolgozott húskészítményeket jellemzően hetente, vagy annál ritkábban fogyasztanak. Az egészséges életmódra való törekvés megmutatkozik abban, hogy a napi szinten sokak által fogyasztott pékáruk mellett a válaszadók jelentős arányban zöldséget és gyümölcsöket, valamint hetente többször fehér húsokat is fogyasztanak.

(14.) A válaszadók a következő platformokon szoktak helyi/őstermelői/kistermelői termékeket vásárolni:

*17. táblázat A helyi/őstermelői/kistermelői termékek vásárlásához leggyakrabban igénybe vett platformok*

Kategória	%-os arány	Kategória	%-os arány
Nem szoktam ilyen termékeket vásárolni	2,5	Családon belül	22,6
Lakóhely/munkahely szerinti piacon	66	Közeli, de lakó- és munkahelytől eltérő piacon	6,3
Fesztiválokon és egyéb turisztikai rendezvényeken	14,5	Közvetlenül gazdaságból	6,9
Termelőtől személyesen	38,4	Bevásárló körben	20,1
Termelőtől kiszállítva	4,4	Webáruházban	5
Vásárokon	17,6	Térségi/ helyi vásárokon	6,9
Háztól	17,6	Éttermekben	0,6
Termelői piacon	28,3	Termelői mintaboltban	3,1

Kategória	%-os arány	Kategória	%-os arány
Falusi vendégszta keretében	1,3	Ajándékoltban	3,1
Szálláshelyeken	3,8	Egyéb	5

*Forrás: saját szerkesztés*

A fenti lehetőségek közül magasan kiemelkedik a lakóhely/munkahely szerinti, majd ezt követi a termelőtől személyesen, a családon belüli, valamint a termelői piacon történő vásárlás. Kisebb mértékben, de jelen van még a különböző fesztiválokon, vásárokon történő beszerzés, mely főként a kirándulások, nyaralások alatt jellemző.

(15.) Őstermelői/kistermelői termékekre az előző években a következő pénzüsszeget költöttek a válaszadók:

*18. táblázat A válaszadók megozlása őstermelői/kistermelői termékekre költött pénzüsszeg nagysága szerinti*

Kategória	Megozlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
Nem vásároltam ilyen termékeket	2,5%	4
10 000 Ft vagy kevesebb	10,1%	16
10 000 Ft - 20 000 Ft	10,7%	17
21 000 Ft - 30 000 Ft	6,3%	10
31 000 Ft - 40 000 Ft	8,2%	13
41 000 Ft - 50 000 Ft	6,9%	11
51 000 Ft – 60 000 Ft	5,7%	9
61 000 Ft – 70 000 Ft	5,0%	8
71 000 Ft – 80 000 Ft	1,9%	3
81 000 Ft – 90 000 Ft	4,4%	7
91 000 Ft – 100 000 Ft	6,3%	10
100 000 Ft felett	30,8%	49
Nem válaszolt	1,3	2

*Forrás: saját szerkesztés*

Az érintett termékekre fordított összegek nagyon változók, a legtöbben, 49-en a legmagasabb kategóriát, a 100 000 Ft felettit választották, ez a mutató szoros összefüggésben áll a piacon rendszeresen vásárlók magas arányával. A válaszadók 42,1%-a jellemzően 10 000 Ft és 50 000 Ft közötti összeget költött az előző évben ilyen termékekre.

(16.) A válaszadók 90,6 %-a hajlandó magasabb árat kifizetni olyan termékekre, amelyeket helyben állítottak elő és csupán 9,4 %-uk válaszolta azt, hogy nem. A válaszadók ilyen irányú tudatossága összefüggésben áll a magasabb képzettségi szinttel, valamint a kedvezőbb anyagi lehetőségekkel.

(17.) Az előző kérdésre igennel válaszolóak a következő szempontok alapján hajlandók magasabb árat kifizetni ezen termékek iránt:

19. táblázat A válaszadók motivációi a magasabb árú termékek megfizetésére

Kategória	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
a termékek magasabb minőségűek, mint a tömegtermelésből származók	95	59,7%
a termékek nem tartalmaznak felesleges adalékanyagokat, ízfokozókat stb.	90	56,6%
termékek egészségesebbek, mint a tömegtermelésből származók	86	54,1%
személyes, jó kapcsolatom van a termelővel.	43	27,0%
tudom, hogy az általam elköltött pénz a helyi gazdaság fejlődését szolgálja.	74	46,5%
tudom, hogy a vásárolt áru ellenértéke az adott termelő (család) bevételét képezi.	74	46,5%
a termék készítői nem használják túl a természeti erőforrásokat, vigyáznak és óvják környezetüket.	36	22,6%
manapság divatos helyi termékeket fogyasztani/ kézműves portékákat gyűjteni.	3	1,9%
nem válaszolt	15	9,4%

*Forrás: saját szerkesztés*

Az előző kérdésre igennel válaszolóak közül a legtöbben, 95-en választották azt az opciót, miszerint a termékek magasabb minősége miatt vásárolnak szívesebben ilyen termékeket. A második legnépszerűbb lehetőséget, az adalékanyagmentességet 90-en választották. További fontos



szempontok még, hogy ezek a termékek egészségesebbek és a helyben elköltött jövedelem helyi a helyi gazdaságot gyarapítja.

(18.) A következő kérdésre 1-től 6-ig terjedő sorrendet kellett felállítani a válaszadóknak. A helyi/őstermelői/kistermelő termék vásárlásakor a következő szempontok alapján döntenek a termék kiválasztásáról:

20. táblázat A termékek kiválasztása során figyelembe vett szempontok rangsora

Kategória	A fontossági sorrend
A termék ismerete, korábbi pozitív tapasztalat	6
Védjegy emblémával ellátott termék pl. Nemzeti Parki Termék	1
Értékesítő javaslata, ajánlása	2
A termék ára	4
A termék csomagolása környezetbarát	3
A termék származási helye	5

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszadók szerint a helyi termékek vásárlása során a legfontosabb szempont a termékek ismerete, korábbi pozitív tapasztalatok, az áruk származási helye és ára.

(19.) A válaszadók 60,4 %-a szerint kielégítő a nyíregyházi helyi termék kínálat, 27 %-uk szerint kicsi a választék és 12,6 %-uk nem tudott érdemben válaszolni erre a kérdésre.

(20.) Az alábbi tényezők játszanak fontos szerepet az élelmiszervásárlás helyszínének megválasztása esetében. Az értékelés 1-től 6-ig volt lehetséges, ahol 1 az egyáltalán nem fontos, 6 pedig a nagyon fontos.

21. táblázat Az élelmiszervásárlás helyszínének kiválasztási szempontjai

Tényező megnevezése	Értékelés					
	1	2	3	4	5	6
Ez található a lakóhelyéhez/munkahelyéhez legközelebb	11,3%	5,0%	10,1%	16,4%	25,2%	32,1%
Az áruválaszték széles, egy helyen minden beszerezhető	6,3%	5,0%	10,1%	13,2%	27,0%	38,4%
A termékek minősége megfelelő	11,3%	3,1%	0,6%	3,1%	21,4%	60,4%

Tényező megnevezése	Értékelés					
	1	2	3	4	5	6
A termékek eredete magyar	8,8%	5,0%	5,7%	10,7%	23,9%	45,9%
A termékek eredete ismert	11,3%	3,8%	3,1%	8,2%	21,4%	52,2%
A termékek ára kedvező	5,0%	6,9%	8,8%	12,6%	29,6%	37,1%
A termékek frissek	12,6%	1,9%	0,6%	2,5%	17,6%	64,8%
Van lehetőség akciós termékek vásárlására	7,5%	9,4%	15,7%	23,3%	24,5%	19,5%
Van lehetőség védjegyes termékek vásárlása (Bio, Magyar Termék stb.)	10,1%	12,6%	20,1%	25,2%	20,8%	11,3%
Az eladó/termelő személyesen információt nyújt a termékekről, termesztésének, előállításának körülményeiről	6,3%	5,7%	18,9%	18,9%	21,4%	28,9%
Van előrendelési lehetőség	17,6%	15,1%	15,7%	22,6%	13,2%	15,7%
Az üzletnek van saját honlapja/ Facebook oldala	15,7%	20,1%	16,4%	17,6%	14,5%	15,7%
Van étkezési lehetőség	33,3%	13,2%	20,8%	17,6%	8,2%	6,9%
A parkolási lehetőség megfelelő	12,6%	8,8%	17,0%	12,6%	23,3%	25,8%
Van tiszta, a vásárlók számára is használható mellékhelyiség	11,9%	12,6%	15,7%	15,7%	22,6%	21,4%
A környezet kulturált, tiszta	11,3%	5,0%	10,1%	16,4%	25,2%	32,1%
A bankkártyás fizetés lehetősége biztosított	6,9%	7,5%	3,8%	13,8%	23,9%	44,0%
A vásárlás élménye és hangulata vonzó	17,0%	9,4%	12,6%	17,0%	22,6%	21,4%
A termékek, élelmiszerek minősége megbízható	10,1%	9,4%	12,6%	17,6%	26,4%	23,9%

*Forrás: saját szerkesztés*

(21.) A válaszadók a következő helyekről szereznek információkat a helyi termékekkel kapcsolatban:

22. táblázat A helyi - termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információszerzés platformjai

Információ helye	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
Közvetlenül a termelőtől	56	89
Ismerősöktől	56,6	90
TV-ből, rádióból	64,8	103
Internetről (közösségi oldalakról, honlapokról)	6,3	10
Újságokból	17,6	28

*Forrás: saját szerkesztés*

A helyi termékekkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos információkról a legtöbben a televízióból, illetve a rádióból, valamint ismerőseiktől és közvetlenül a termelőtől tájékozódnak.

(22.) A válaszadók elsősorban a következő helyszíneken szerzik be az alábbi terméktípusokat:

23. táblázat Az egyes terméktípusok beszerzési helyei

Terméktípus	Piac	Hiper/ szupermarket (pl. Tesco, Spar, Metro)	Magyar tulajdonú lánc (pl. Coop, CBA, Reál)	Díszkont (pl. Penny, Aldi, Lidl)	Kis élelmiszer- bolt	Szaküzlet (pékéség, hentes, drogéria, cipőbolt stb.)	Mozgóbolt (tejesautó, pékárus stb.)	Termelő gazdasága (háztól)	Nem vásárlók ilyen terméket
húsok (sertés, baromfi, marha stb.)	22,0%	23,9%	10,1%	5,7%	3,1%	23,3%	0,0%	10,7%	1,3%
egyéb húsipari termékek, (sonka, szalámi, szalonna, zsír, kolbász stb.)	18,2%	22,0%	13,8%	13,2%	7,5%	13,8%	0,0%	9,4%	1,9%
tojás	47,8%	12,6%	3,1%	6,9%	3,8%	2,5%	0,0%	17,0%	6,3%
tej és tejtermékek (tej, sajt, tejföl, vaj, túró, joghurt, kefir, orda stb.)	10,1%	32,1%	18,9%	20,8%	6,3%	1,3%	1,9%	8,2%	0,6%
méhészeti termékek (méz, propolisz, méhviasz stb.)	52,2%	6,3%	3,1%	2,5%	1,3%	1,3%	0,6%	27,0%	5,7%
friss gyümölcsök	60,4%	11,9%	0,6%	6,9%	0,6%	6,9%	0,6%	9,4%	2,5%
feldolgozott zöldség, növény (savanyúság, sűrítmény, aszalt zöldség, konzerv, növényi olaj stb.)	27,7%	31,4%	9,4%	15,1%	1,9%	4,4%	0,6%	6,9%	2,5%
fűszer, fűszernövények	20,8%	36,5%	9,4%	16,4%	1,9%	6,3%	1,3%	5,0%	2,5%
gyógynövények	23,3%	8,8%	1,9%	5,7%	3,1%	34,0%	0,6%	6,9%	15,7%
gabonafélék	10,7%	30,2%	10,1%	18,2%	1,3%	10,7%	1,3%	6,3%	11,3%
borászat, egyéb gyümölcsbor	10,1%	27,0%	3,1%	12,6%	1,9%	12,6%	1,3%	12,6%	18,9%

Terméktípus	Piac	Hiper/ szupermarket (pl. Tesco, Spar, Metro)	Magyar tulajdonú lánc (pl. Coop, CBA, Reál)	Diszkont (pl. Penny, Aldi, Lidl)	Kis élelmiszer- bolt	Szaküzlet (pékség, hentes, drogéria, cipőbolt stb.)	Mozgóbolt (tejesautó, pékárus stb.)	Termelő gazdasága (háztól)	Nem vásárlók ilyen terméket
egyéb szeszes italok (pálinka, sör stb.)	4,4%	39,0%	5,0%	13,8%	3,8%	8,2%	1,9%	6,3%	17,6%
desszertek,csokoládé, bonbon	4,4%	41,5%	6,3%	24,5%	2,5%	8,2%	0,6%	2,5%	9,4%
mézeskalács, kürtőskalács	27,0%	6,3%	1,3%	3,8%	2,5%	18,9%	5,0%	8,2%	27,0%
(száraz)tésztafélék	15,1%	37,7%	10,1%	21,4%	5,0%	3,8%	0,6%	3,1%	3,1%
gluténmentes termékek	4,4%	23,3%	3,8%	8,8%	1,9%	15,7%	1,3%	0,0%	40,9%
laktózmentes termékek	3,1%	27,7%	5,0%	10,1%	3,1%	13,2%	0,6%	0,6%	36,5%
bio termékek	20,1%	15,7%	1,9%	5,0%	1,9%	22,0%	0,6%	6,3%	26,4%
magvak, őrlemények, pelyhek, csíráztató magvak	11,9%	23,3%	5,0%	9,4%	1,9%	20,8%	0,6%	6,3%	20,8%
cukrásztermékek, pékáru	9,4%	20,1%	7,5%	5,7%	1,3%	45,3%	3,1%	3,8%	3,8%
faipari termékek (hordó, kapu, faragvány, fabútor stb.)	8,2%	11,3%	1,9%	0,6%	0,6%	32,7%	1,3%	6,9%	36,5%
erdészeti termékek (tűzifa, fabrikett, pellet stb.)	10,1%	11,3%	1,3%	1,3%	0,0%	27,7%	0,0%	6,9%	41,5%
kertészeti termékek (dísznövény, palánta, vetőmag, cserje, fa, virág stb.)	23,9%	10,1%	3,1%	2,5%	0,0%	32,7%	0,0%	11,3%	16,4%

Terméktípus	Piac	Hiper/ szupermarket (pl. Tesco, Spar, Metro)	Magyar tulajdonú lánc (pl. Coop, CBA, Reál)	Diszkont (pl. Penny, Aldi, Lidl)	Kis élelmiszer- bolt	Szaküzlet (pékiség, hentes, drogéria, cipőbolt stb.)	Mozgóbolt (tejesautó, pékárus stb.)	Termelő gazdasága (háztól)	Nem vásárlók ilyen terméket
képzőművészeti, kézműves termékek (kerámia, cserép, hímzés, bőr, gyertya, ötvös, textil, nemez, szőttés, vesszőtermékek, fa, fém, zománc, csipke, kovácsoltvas, tojás, üveg, zsineg, kötél stb.)	18,9%	6,9%	2,5%	1,9%	0,6%	32,1%	1,9%	11,3%	23,9%
ruházat	8,8%	23,3%	3,8%	3,8%	1,3%	54,1%	0,0%	4,4%	0,6%
szépségápolási termék (szappan, krémek, testolajok, kozmetikumok, illóolaj stb.)	4,4%	27,7%	5,7%	6,3%	3,1%	47,8%	0,6%	3,1%	1,3%
tisztítószer, mosószer, öblítő	6,9%	34,0%	9,4%	15,1%	1,9%	25,2%	1,3%	5,0%	1,3%
újrahasznosított termékek	7,5%	18,9%	3,1%	4,4%	0,6%	27,0%	2,5%	6,3%	29,6%

*Forrás: saját szerkesztés*

A termékek beszerzéseinek helyei közül három emelkedik ki változó népszerűségi sorrendben, a piac, a hiper- és szupermarket, valamint a szaküzlet.

A jellemzően piacon beszerzésre kerülő termékek: a tojás, a méz és méhészeti termékek, a mézeskalács és a kürtőskalács, valamint a különböző kertészeti termékek.

A jellemzően hiper- és szupermarketekben beszerzésre kerülő termékek: húсок és egyéb húsipari termékek, tejtermékek, feldolgozott zöldség és növény, fűszernövények, gabonafélék, borászati és egyéb gyümölcsborok, egyéb szeszesitalok, desszertek, bonbonok, tésztafélék.

A jellemzően szaküzletekben vásárolt termékek: cukrászati termékek, pékáruk, képzőművészeti és kézműves termékek, ruházat, szépségápolási termékek, tisztítószerek.

(23.) A válaszadók kirándulásaik/nyaralásaik alkalmával a következőkben bemutatott arányban keresnek fel az alábbi helyszíneket helyi, őstermelői, kistermelői termékek vásárlása céljából:

24. táblázat A helyi terméket árusító helyszínek felkeresésének valószínűsége a kirándulások/nyaralások során

	Biztosan nem (%)	Nem hiszem (%)	Valószínűleg felkeresném (%)	Ki nem hagynám (%)
Helyi piac	1,9	15,1	53,5	29,6
Ajándékbolt	3,1	23,9	54,7	18,2
Helyi termék polc	2,5	23,9	57,9	15,7
Helyi termelők székhelye, telephelye	6,9	49,7	32,1	11,3
Térségi vásárok, fesztiválok	2,5	10,1	56,6	30,8
Turisztikai attrakciók eladótere	2,5	20,8	27	49,7

Forrás: saját szerkesztés

A helyi termékek népszerűek a turisták körében, ezt támasztják alá a válaszadók is. Túlnyomó többségük biztosan, vagy valószínűleg felkeresne helyi termékeket árusító helyszíneket, melyek közül a legnépszerűbbek a térségi vásárok és fesztiválok, valamint a helyi piacok.

(24.) A válaszadók az alábbi problémákkal találkoztak a termelői termékek vásárlása során:

25. táblázat A helyi termékeke vásárlása során felmerült problémák

A termelők/gazdaságok nehezen megközelíthetők	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
A termelők/gazdaságok nehezen megközelíthetők	6,9%	32
Nem lehet mindent egy helyen beszerezni	17,9%	83
Drágábbak a termékek	14,3%	66
Nincs választék	3,7%	17
Nem szimpatikus a termelő személye, stílusa	5,8%	27
Nem tudom hol érhetőek el, kik a termelők	10,2%	47
Sok hulladék keletkezik a termelőnél való vásárlás során	0,9%	4
Nincs időm termelői termékeket beszerezni	5,2%	24
Nem bízom a termékek biztonságában	1,9%	9
Nem lehet bankkártyával fizetni	19%	88

A termelők/gazdaságok nehezen megközelíthetők	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
A termelők/gazdaságok nehezen megközelíthetők	6,9%	32
Nem tetszik a csomagolás	0,4%	2
Nem garantált, hogy amit szeretnék vásárolni, az rendelkezésre áll	6,3%	29
Nincs rendszer, nem következetes az árus	3,7%	17
Nem megfelelően tiszták a körülmények	3,9%	18

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszolók leggyakoribb problémája, hogy nem tudnak minden számukra szükséges terméket egy helyről beszerezni, valamint, hogy drágábbak, mint nagyáruházakban kapható azonos típusú termékek.

(25.) A következő étkezési szolgáltatásokat veszik igénybe a válaszadók:

*26. táblázat A közétkeztetési és éttermi szolgáltatásokat igénybe vevők aránya*

Szolgáltatás típusa	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
Oktatási-nevelési intézmények	8,9	21
Munkahelyi melegétkezés	8,1	19
Éttermi, vendéglátói melegétkezés (menüztetés)	36,4	86
Szociális ellátás	0,4	1
Gyorséttermi étkezés	23,7	56
Nem szoktam igénybe venni	22,5	53

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszadók 36,4%-a nyilatkozta azt, hogy rendszeresen jár étterembe, valamint 23,7% -uk gyorsétterembe, 22,5%-uk nem szokott igénybe venni ilyen szolgáltatásokat.



(26.) A válaszadók a következő állításokkal értenek egyet:

27. táblázat A helyi specialitásokkal kapcsolatos állítások a válaszadók körében

Állítások	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
Étteremben kifejezetten a helyi jellegzetességeket keresem.	19,3	58
Ismeretlen étteremben félek új dolgokat kipróbálni, kizárólag az általam ismert ételekből fogyasztok.	12	36
Étteremben, ha helyben megtermelt alapanyagokból készült ételeket fogyaszthatok, hajlandó vagyok magasabb árat fizetni.	14,3	43
Szeretem, ha utazáskor a helyi jellegzetességekből vásárolhatok, fogyaszthatok.	36	108
Kerestem már fel vendéglátóegységet elsődlegesen abból a célból, hogy a helyi sajátosságokat próbáljam ki.	15,3	46
Nem érdekelnek a helyi specialitások.	3	9

*Forrás: saját szerkesztés*

A válaszadók közel 20%-a kifejezetten keresi a helyi jellegzetességeket, 36%-uk pedig kifejezetten szereti, ha helyi jellegzetességekből vásárolhat, fogyaszthat.

(27.) A kirándulásaik, nyaralásaik alkalmával a válaszadók a következő arányban keresik-e a helyi őstermelői/kistermelői termékeket:

28. táblázat A helyi őstermelői/kistermelői termékek felkerésére vonatkozó állítások

Válaszlehetőség	Megoszlás a válaszadók között (%)	A válaszadók száma (fő)
Igen, mindig	30,2%	48
Igen, néha	56,6%	90
Még nem kerestem, de szándékozom	10,1%	16
Még nem kerestem, de nem is tervezem	3,1%	5

*Forrás: saját szerkesztés*

A kirándulásaik, nyaralásaik alkalmával a válaszadók közel 87%-a néha, vagy mindig igénybe vásárol helyi termékeket.

(28.) A válaszadók 97,5%-a vásárolna kifejezetten Nyíregyháza-hoz kapcsolódó márkázott termékeket.