

Kézműves termékek az Ormánságban, mint gazdaságfejlesztési eszköz?

Háló Krisztián



Tartalom

- Bevezetés
- Helyi termék - kézműves termék
- A vásárlói magatartás
- Az Ormánság jellemzői
- Az Ormánság mezőgazdasági termelése
- Közfoglalkoztatás
- Bőközi legendás – egy lehetséges mintaprojekt?
- A Dráva, mint turisztikai vonzerő
- Zárszó
- Felhasznált irodalom

Bevezetés

- PhD kutatási téma: Ormánység komplex elemzése.
- Kutatás egyik pillére a fejlesztési lehetőségek.
- „Trendek és irányzatok”
- Spanyol közmondás: „Ha boldog akarsz lenni, egyél jókat.”
- „Utazni mindenki szeret!” „Utazni mindenki szeret?”

Helyi termékek – kézműves termékek

1986: Carlo Petrini: „Slow food”

- Piacra járás
- Ételkészítés

2005: „locavore mozgalom”

- Helyi piacok
- Helyi termelők
- Háztáji termelés

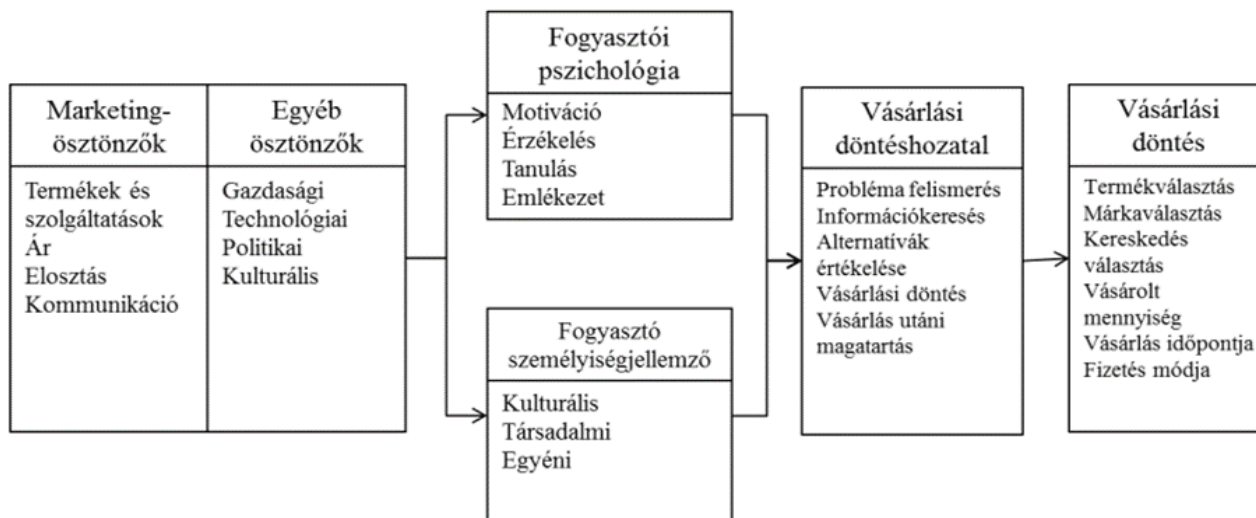
Helyi termék: rövid ellátási lánc

Kézműves termék:

- Helyi kötődés (alapanyagok, recept, elkészítés módja)
- Természetes összetevők
- Hagyományos és rövid kereskedelmi lánc is lehet

A vásárlói magatartás

A vásárlói magatartás modellje.



Forrás: Kotler-Keller 2006, 209.o.

Marketingeszközök: kommunikáció, termék.

Egyéb ösztönző: kulturális hatás.

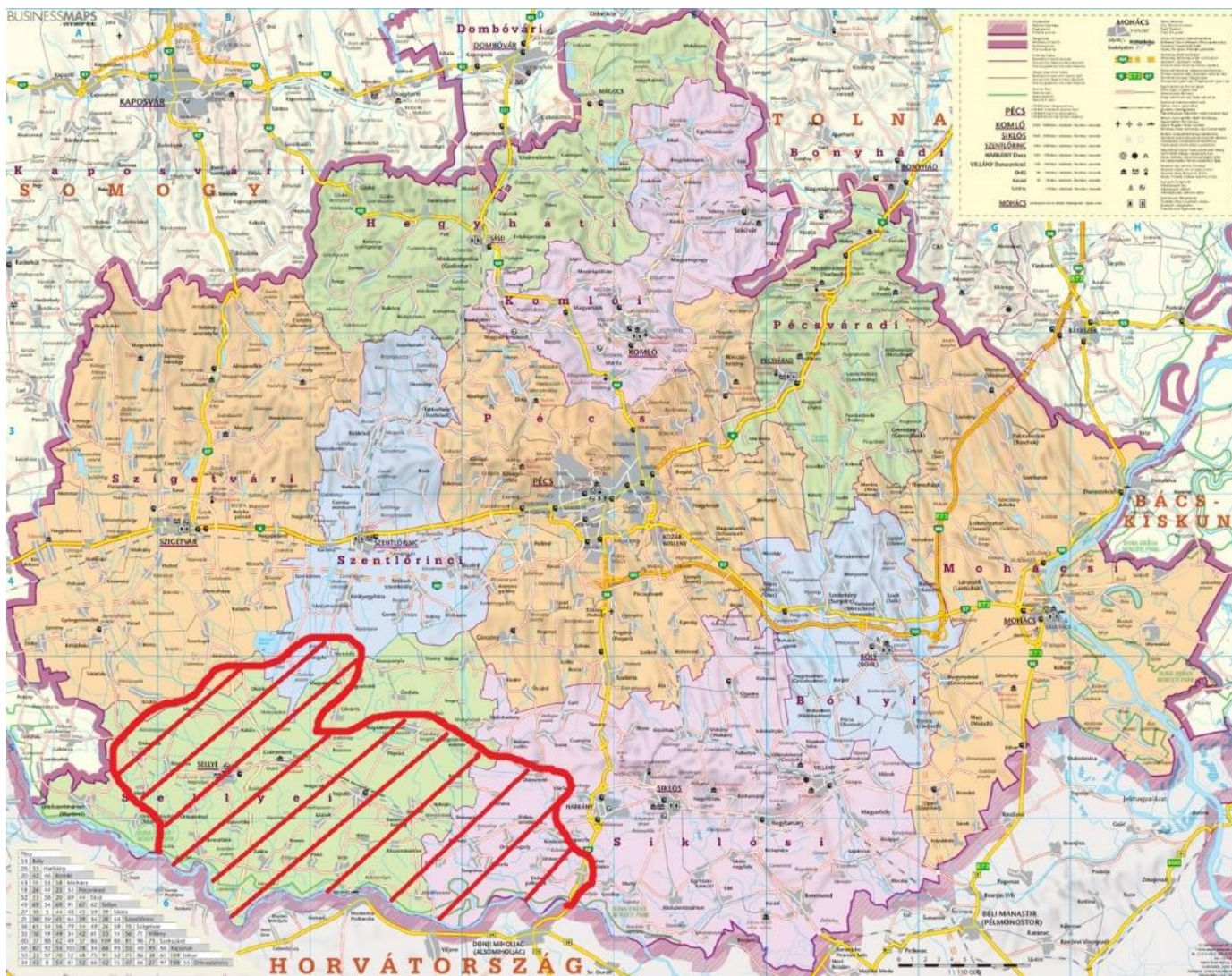
Fogyasztói személyiségjellemző: kulturális.

Fogyasztói pszichológia: motiváció, tanulás.

Budapest versus vidék

4P – 4E

Az Ormánság jellemzői

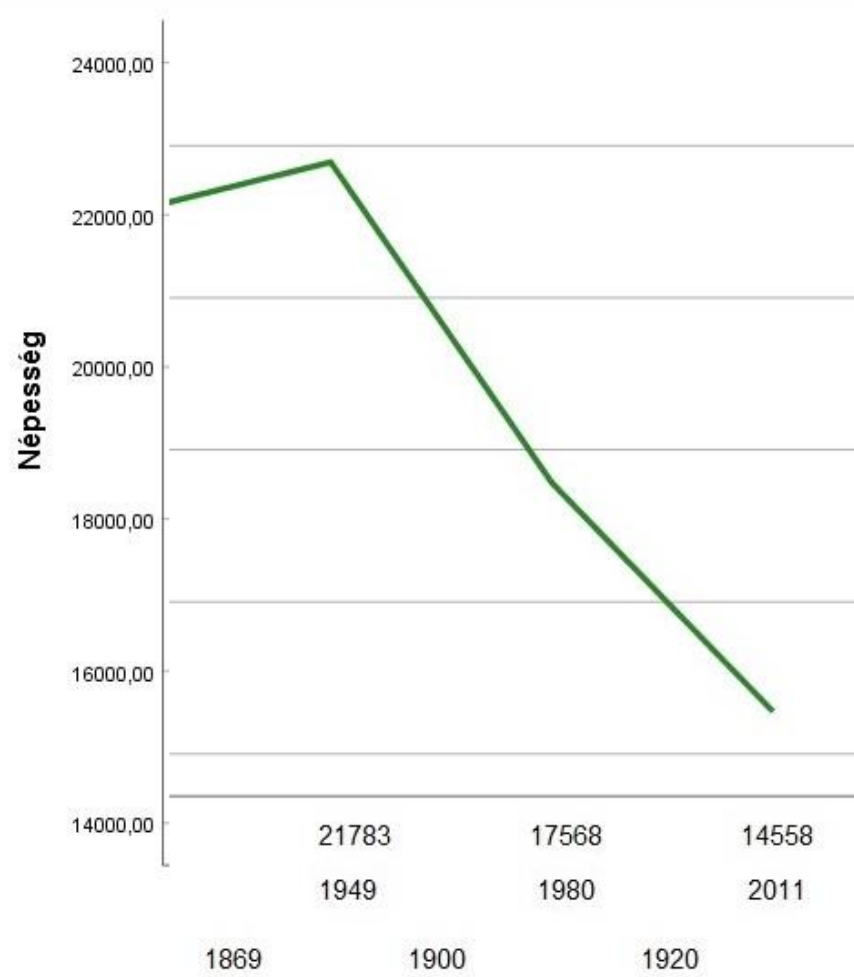


Forrás: http://stiefel.hu/uploads/images/Hirdeteses_terkepek/BaranyaMegyeHirdeteses_2013.jpg Saját szerkesztés.



PÉCSIKÖZGÁZ
aholman a barrier indul

Az Ormánság jellemzői - lakosság



Adatok forrása: KSH.

Az Ormánság jellemzői - foglalkoztatás

	1920	1949	1980	1990	2011		
Név	Kereső %	Foglalkoztatott %	Foglalkoztatott (%)	Foglalkoztatott (%)	Foglalkoztatott (%)	Munkanélküli (%)	Inaktív kereső (%)
Drávafok	47	47	49	41	33,2	9,1	30,3
Markóc	67	54	39	30	32,8	12,5	25
Bogdása	49	47	41	34	34,4	6,5	33,3
Drávaiványi	58	55	43	34	18	11,1	33,3
Marócsa	51	51	44	40	23,1	3,3	35,2
Kákics	46	50	37	46	25,7	8,3	37,2
Okorág	52	54	34	32	24,4	13,4	32,9
Monosokor	41	47					
Sellye	46	44	50	44	40,5	6,5	33,1
Sósvertike	52	43	34	32	27,7	9,8	35,8
Zaláta	53	47	46	35	18,5	9,3	50,8
Piskó	62	48	36	33	23,1	26,3	19,4
Kemse	48	43	42	38	40,7	5,1	35,6
Csányoszló	57	46	47	44	35,2	6,9	34,3
Oszró	62						
Nagycsány	58	51	43	34	24,4	13,4	32,9
Besence	62	53	36	33	27,4		36,3
Magyarmecske	49	58	43	44	25,2	12,1	27,8
Gyöngyfa	48	49	40	33	25	22,1	
Hernádfa	54		13,2				

Adatok forrása: KSH.



Az Ormánság jellemzői - foglalkoztatás

	1920	1949	1980	1990	2011		
Név	Lakosság	Foglalkoztatott %	Foglalkoztatott (%)	Foglalkoztatott (%)	Foglalkoztatott (%)	Munkanélküli (%)	Inaktív kereső (%)
Bogádmindszent	55	40	43	47	33,7	11	26,8
Cinderybogád	53						
Páprád	54	48	45	40	33,8	15,9	33,1
Vajszló	44	47	49	45	37,5	7,5	30,7
Sámod	53	52	41	35	31,9	14,1	37,3
Baranyahídvég	51	51	48	38	31,9	9,6	31,9
Lúzsok	58	50	38	33	23,2	8,2	25
Hirics	53	42	41	36	15,6	9,3	26,2
Vejti	57	56	51	43	24	3,6	40
Kémes	52	43	84	45	30,9	8,7	34,4
Szaporca	53	48			25,3	8,2	35,2
Tésenfa	55	55	54	38	26,9	12,4	34,7
Kisszentmárton	63	50	42	44	33,9	7,6	26,3
Cún	57	47	44	42	15,9	1,2	46,1
Adorjás	48	54	40	36	28,7	11,6	25,4
Kórós	55	57	40	37	23	14,6	24,8
Rádfalva	57	46	39	33	25,5	17,2	28,6
Dráwapiski	55	54	49	35	16,3	23,3	34,9
Drávaszerdahely	53	60	41	43	34,4	8,7	31,1
Drávacsepely	48	43	46	39	29,3	8,3	38,5
Drávacsehi	53	51	52	33	22,1	10,1	35,2
Kovácsida	54	49	33	38	27,2	12,7	28,7
Drávaszabolcs	52	57	53	47	36,2	5,7	34,4
Dráwapalkonya	44	53	48	34	21,1	15,9	28,5
Márfa	55	52	49	30	37,6	8,2	25,3
Díósvizsló	57	51	47	38	29,9	15,7	28,5

Adatok forrása: KSH.



Az Ormánság mezőgazdasági termelése

- XIX század végétől változó intenzitással a mezőgazdaság a meghatározó a térségben,,ormákon” (magaslatokon) halászhelyek, az ember és a természet harmonikus együttélésén alapuló, jól és hatékonyan működő gazdálkodási rendszer.
- A vízszabályozás változtatott döntően. 1879: szegedi árvíz, 1884. évi XIV. tc-be foglalt tiszai törvény, 1885. évi XXIII. tc-beli vízjogi törvény, felgyorsuló folyószabályozás, az ártéri gazdálkodás eltűnése
- A fenntartható és hagyományos termelési módok helyett (például gyümölcsösök, ártéri gazdálkodás, halászat) extenzív szántóművelés az 1960-as évektől.
- Az ős-Dráva program célkitűzései között jelentős az ártéri gazdálkodás fejlesztése és összességében a lakosság nagyobb részének bevonása a mezőgazdasági termelésbe.
- A közfoglalkoztatás lehet kiinduló alap, de nem megoldás.

Közfoglalkoztatás

- A közfoglalkoztatás a munkaviszony egy speciális formája, támogatott „tranzitfoglalkoztatás”, amelynek célja, hogy a közfoglalkoztatott sikeresen vissza-, illetve bekerüljön az elsődleges munkaerő-piacra, ezzel párhuzamosan csökkentve vagy eltörölve a részükre folyósított transzfer jövedelmeket.
- Természetesen a közfoglalkoztatás résztvevői nincsenek megfosztva a munkavállalói jogoktól, azokat a teljes folyamat alatt fenntartják.
- Közfoglalkoztatók: valamilyen állami vagy önkormányzati feladatot ellátó, vagy helyi, illetve azon túlmutató közösségi tevékenységet végző szervezet. Ilyen például a helyi és nemzetiségi önkormányzat, vízügyi igazgatóságok, erdőgazdaságok, nemzeti parkok, az egyház, az önkormányzat által létrehozott gazdálkodó szervezet, a szociális szövetkezet.
- Magyarországon a Sellyei kistérségben a legmagasabb a közfoglalkoztatottak száma.

Bőközi legendás

- **2019: Drávacsehin vágóhíd és húsfeldolgozó üzem, Szaporcán sertéstelep épült fel (Tésenfa társult a programhoz).**
- **Közfoglalkoztatási mintaprogram, azóta szakképzési programok és teljes munkaidős foglalkoztatás.**
- **Régen elfeledett receptúrák.**
- **Hagyományos termékgyártás és természetes alapanyagok.**
- **Kézi munka meghatározó a termelésben.**
- **Egyedi/innovatív termékek.**

Bőközi legendás

- Egységes és egyedi márkearculat (származás és összetevők pontos feltüntetése).
- Aktív közösségi média jelenlét.
- Bőköz Mini, futárszolgálatos házhozszállítás, piacok, viszonteladók, vendéglátóhelyek – országos lefedettségű értékesítési hálózat.



Forrás: <http://bokozilegendas.hu/wp-content/uploads/2019/01/fejleclogo.png>



PÉCSIKÖZGÁZ
ahonnan a karrier indul

Ormánsági olajok

- Az Olajütő Szövetkezet Kisszentmártonban 2009 óta gyárt tökmag és napraforgóolajokat.
- Főként helyi alapanyagokból, mindenféle vegyi anyag hozzáadása nélkül, kisüzemi manufakturális módon, kizárólag mechanikai eljárás segítségével, hőkezelés nélkül állítanak elő prémium kategóriás olajokat.
- Országos értékesítés, partnereken keresztül



Forrás: ormansagiolajok.hu

A Dráva, mint turisztikai vonzerő

- **Poszt-Covid turizmus.**
- **Desztináció alapú turizmusfejlesztés.**
- **A Dráva egész Európa egyik legérintetlenebb környezettel rendelkező folyója.**
- **Vízi turizmus, túrázás, kerékpáros turizmus.**
- **A Duna-Dráva Nemzeti Park szerepe.**
- **Közfoglalkoztatási projektek indítása?**

Zárszó

- **Tömegtermelésre nincs lehetőség, így relevánsabb magasabb hozzáadott értékű prémium termékeket gyártani.**
- **Ennek azonban lehetnek társadalmi feszültségei, melyek kezelésének egyik jó módja lehet a foglalkoztatás növelése.**
- **Pozitív példa a sikeres szereplés más vállalkozások számára.**
- **Lehetőségek vannak, eddig elég jól is élnek velük.**

Felhasznált irodalom

- BATRA, R. – AHUVIA, A. – BAGOZZI, R. P.: Brand Love. In: Journal of Marketing, Vol. 76, 2012/2. 1-16.o.
- BERGHAUER S. – SASS E. – TARPAI J. – TÓTH A.: A helyi termékekben rejlő turisztikai erőforrások Kárpátalján. In.: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok V. évfolyam 3. szám, 2020. 57-73.o.
- CSAPÓ J. – PINTÉR R. – WETZL V.: A sörgyártás, mint ipari örökség turisztikai hasznosítási lehetőségeinek esélyei Magyarországon – az első lépések. In.: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok I. évfolyam 2. szám, 2016. 18-33.o.
- DOGI I. – NAGY L. – CSIPKÉS M. – BALOGH.: Kézműves élelmiszerek vásárlásának fogyasztói magatartásvizsgálata a nők körében. In.: Gazdálkodás 58. Évfolyam 2. szám, 2014. 160-172.o.
- DOYLE P.: Értékvezérelt marketing. Panem Kiadó, Budapest, 2000.
- GONDA T.: A helyi termék reneszánsza. In: Aubert A., Gyuricza L., Huszti Zs. (szerk.): A kultúra turizmusa a turizmus kultúrája. IDResearch Kft.; PUBLIKON, Pécs, 2012. 233-243.o.
- GONDA T.: Az egészség- és környezettudatos fogyasztói csoport kialakulása: LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability). In: Máté Andrea (szerk.) Modern egyetem - hasznosítható tudás. (Tanulmányok a PTE KPVK Élelmiszergazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézetéből; 1.) PTE Kultúratudományi, Pedagógusképző és Vidékfejlesztési Kar, Szekszárd, 2017. 27-39.o.
- HÁLÓ K.: Népességváltozások és ezek gazdasági vonatkozásai az Ormánságban 1869-től 2011-ig. In.: Köztes-Európa, 12. Évfolyam 1. szám, 2020. 59-74.o.
- J.Y. KIM: The Locavore Movement and Its Application in Korea – Focused on Pocheon, Gyeonggi Province. In.: International Journal of Bio-Science and Bio-Technology Vol. 5, No. 2, April, 2013
- KOTLER P, KELLER K. L.: Marketingmenedzsment. Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006.
- KOVÁCS SÁRKÁNY H. – KOVÁCS V.: A regionalitás, az eredetvédelem és a helyi termékek. In: Ricz András – Takács Zoltán (szerk.) A régió Tízpróbája. Regionális Tudományi Társaság, Szabadka, 2015. 177-185.o.
- KÖZELKÉP-Közmunka. Szerk.: Varga Júlia. 2015
- NÉMETH N. – CSITE A. – BORBÁS G. – KABAI G. – HOGYOR V.: Helyi termékek értékesítési csatornái Magyarországon (tanulmány). Pannon Elemző Iroda, Gyulaj, 2010.
- NÓTÁRI M. – HAJDU I.-né: Marketing elemzések a kertészeti hungarikumok piacának fellendítésére a Dél-Alföld régióban. In: Acta Agraria Kaposváriensis. 9 (1) 2005. 1-9.o.
- OBERMAYER N. – KÖVÁRI E. – BAK D. G.: Közösségi média jelentősége a borfogyasztók körében. In.: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok IV. évfolyam 1. szám, 2019. 4-19.o.
- PÓLA P.: Helyi piacok és a vidéki turizmus fejlesztése. In.: Turisztikai és Vidékfejlesztési Tanulmányok I. évfolyam 1. szám, 2016. 59-66.o.
- SZOMI E. (szerk.): Helyi termék kézikönyv 2016. Nemzeti Agrárkamara Budapest, Csongrád Megyei Agrár Információs, Szolgáltató és Oktatásszervező Nonprofit Közhasznú Kft. Szeged, 2016.
- TÖRŐCSIK M.: A fogyasztói magatartás új tendenciái. In: Vezetéstudomány. 47(4), 2016. 19- 25.o.
- VÁRADI M. M.: Értéktérítő közfoglalkoztatás periferikus vidéki terekben. In: Esély 2016/1. 30-56.o.

Egyéb források:

<http://bokozilegendas.hu/> (2021.05.01)

Egyre keresettebbek a Bőközi Legendás ormánsági termékek. <https://www.bama.hu/kozelet/helyi-kozelet/egyre-keresettebbek-a-bokozi-legendas-ormansagi-termekek-2249451/> (2021.05.01)

ksh.hu

<http://nak.hu/agazati-hirek/elelmiszeripar/151-hus-baromfiipar/100521-huseloallitasi-es-feldolgozasi-mintaprogram-valosult-meg> (2021.05.01)

<https://ormansagiolajok.hu/> (2021.05.01)



Köszönöm megtisztelő figyelmüket!

halo.krisztian@ktk.pte.hu



PÉCSIKÖZZGÁZ
ahonnan a karrier indul