

A KÁRPÁT-MEDENCE CIVIL TÁRSADALMÁNAK
TUDOMÁNYOS ÉS ISMERETTERJESZTŐ KÖZLEMÉNYEI
VIII. SZÁM



ESETTANULMÁNYOK GYŰJTEMÉNYE A HELYI
HOZZÁADOTT ÉRTÉK NÖVELÉSÉHEZ



2011

A KÁRPÁT-MEDENCE
CIVIL TÁRSADALMÁNAK
INFORMÁCIÓS ÉS TUDOMÁNYOS
KÖZLEMÉNYEI
VIII. SZÁM

KÁRPÁTIKUM ALAPÍTVÁNY -
ESETTANULMÁNYOK
GYŰJTEMÉNYE A HELYI
HOZZÁADOTT ÉRTÉK
NÖVELÉSÉHEZ

A Nemzeti Civil Alapprogram
Civil Szolgáltató, Fejlesztő és
Információs Kollégiuma
által kiírt
a civil szervezetek
bemutatkozására szolgáló
nyomtatott vagy audiovizuális
kiadvány létrehozásának
támogatására
című program információs
füzete.
(Pályázat kódja:
NCA-CIV-10-E-0746)

Szerkesztő:
Kajati György

Kiadja:
**Kárpátikum Közhasznú
Alapítvány**

3300 Eger, Kolozsvári u. 34.
<http://karpatikum.hu>
info@karpatikum.hu
Adószám: 18590070-1-10

TARTALOMJEGYZÉK

BEVEZETÉS.....	2
A HELYI HOZZÁADOTT ÉRTÉKRŐL.....	3
DIAGRAMOK A HELYI HOZZÁADOTT ÉRTÉKRŐL.....	5
SZENDREI ORSOLYA: A HELYI TERMÉKFEJLESZTÉS ELMÉLETE ÉS FOLYAMATA.....	7
A PARTNERSÉG.....	11
A HÁLÓZATOKRÓL ÁLTALÁBAN.....	12
A KÁRPÁTIKUM ALAPÍTVÁNY KONKRÉT CSELEKVÉSI PROGRAMJA.....	15
SEJ GÁBOR LEÓ: STELÁZSI PROGRAM A ZSÁMBÉKI-MEDENCÉBEN.....	17
KAJATI GYÖRGY: BIOGAZDÁK BÉKÉSBEN.....	23
BEMUTATKOZIK A KARCAGI ÍZŐRZŐK KLUBJA.....	27
A ROVÁSÍRÁS ÉLŐ SZELLEMI KINCS	30
IDÉZETEK.....	32

A kiadvány ingyenes.

A kiadvány
Nemzeti Civil Alapprogram
támogatásával jött létre.

BEVEZETÉS

Míg napjainkban a fejlett országok (civil) társadalmában egyértelmű dolog a helyi hozzáadott érték fogalma, addig Magyarországon ezen a téren sok a tanulnivaló. Célunk, hogy alapítványunk azon tapasztalatait jelenítsük meg, amelyek a helyi hozzáadott érték növelését eredményezik. Szándékunk, hogy kiadványunk megismerésével a civil szervezetek és a társadalom tagjai is jobban figyeljenek a helyi hozzáadott érték jelentőségére.

A Kárpátikum Alapítvány munkája és tevékenysége során ma már mindig a helyi értékekre és termékekre épít. Pályánk kezdetén egy tábor szervezésekor rohantunk a helyi bevásárlóközpontba (amely természetesen külföldi tulajdonban volt és van), s konferenciák szervezésekor a rendezvényt lebonyolító cég kínálta a magyar nevű külföldi nagyvállalat termékeit. Ma már nem „rohanunk”. Vidéki városok piacain helyi termelőktől, idős bácsiktól, néniktől vásárolunk (öröm, ha néha fiatal termelővel találkozunk), éttermekbe nagyon ritkán járunk, hazai vidéki alapanyagokból mi főzünk, s közben a gyerekeket, fiatalokat tanítjuk-neveljük arra, hogy saját országukat és Kárpát-medencéjüket építsék. Képzéseinket is arra építjük, hogy a fiatalok és civilek megtanuljanak a helyi adottságokra alapozni és egészséges identitással rendelkezzenek.

Jelen füzetünkben a helyi hozzáadott érték és a helyi termékfejlesztés jellemzőit mutatjuk be, szólnunk a partnerségről és a hálózatokról. Mintaértékű civil kezdeményezéseket ismertetünk, amelyek a hagyományok és az innovációk (újítások) ötvözésével építik a helyi társadalmat és gazdaságot. Kívánunk hasznos időtöltést az olvasáshoz!

A HELYI HOZZÁADOTT ÉRTÉKRŐL

A *helyi hozzáadott érték* fogalmával egyre többet találkozunk, de a kifejezés pontos meghatározásával eddig még nem találkoztunk. Interneten történő irodalom keresésekor sem jártunk eredménnyel, azonban találtunk egy 2010 májusában készített fejlesztési anyagot, amely segítségünkre válhat.

„A Derecske-Létavértesi kistérség fejlesztési koncepciója és programja” című munka egyik prioritásának a *kistérség vállalkozásfejlesztését* tekinti. Ezen prioritás bemutatásán keresztül nézzük meg, hogyan is értelmezhetjük a helyi hozzáadott értéket és keressük, hogyan is kapcsolódik ehhez a **civil szféra**.

A prioritás indoklása

A gazdaság- és vállalkozásfejlesztés a területfejlesztés kiemelkedően fontos része, hiszen a gazdasági élet szereplői által előállított termékekből és szolgáltatásokból származik egy térség *bruttó hozzáadott értéke*, ezen keresztül pedig meghatározzák a fejlődés feltételeit: a lakossági jövedelmeket, az adóbevételeket és a munkahelyeket.

Korunkban a gazdaság tekinthető a legfontosabb szférának, ami globálisan maga mögé utasítja a környezetet, a társadalom és a szellem szférájának értékeit. A területfejlesztésben ugyanakkor törekedni kell arra, hogy ez a viszony kevésbé legyen egyoldalú, azaz a gazdaság megtalálja helyét a többi szféra között nem kizsákmányolva azokat. Ennek megteremtése

érdekében a *helyi erőforrásokra épülő fenntartható gazdálkodás* elemeinek kialakítása elengedhetetlen.

A gazdaság fejlesztésének fontos hozadéka a foglalkoztatottság növelése, a munkahelyteremtés és a *helyi hozzáadott érték növelése* a vállalkozások együttműködésének javításán keresztül is.

A prioritás leírása

A térségek fejlesztésének egyik legfontosabb iránya a gazdaság helyi adottságokat kihasználó ágazatainak fejlesztése.

A gazdaság fellendítésének receptje a *helyben előállított termékek és szolgáltatások értéktartalmának minél jelentősebb mértékben a helyi erőforrásokra épülő növelése*. Ezek az ún. *helyi hozzáadott érték-láncok* a *helyi hozzáadott érték-partnerségeken* keresztül valósulhatnak meg. Egy-egy ilyen partnerség az érdekelt profitorientált vállalkozások, **civil szervezetek** és az önkormányzatok együttműködésére kell hogy épüljön. A módszer alkalmazható mindazon szektorokban, ahol a szereplők hajlandók az együttműködésre.

A prioritás potenciális célcsoportjai

Elsődleges célcsoportként jelölhető meg a térségben működő profitorientált vállalkozások. Az ő adófizetésükön keresztül ugyanakkor a prioritásban haszonélvezők a térség önkormányzatai, illetve áttételesen a lakosság szélesebb csoportjai, de különösen a munkavállalók. A hozzáadott érték

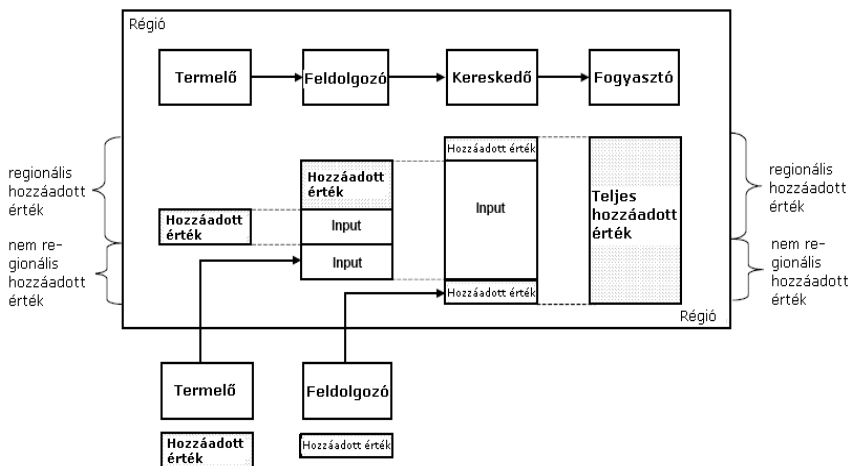
partnerségeken keresztül természetesen a térség **civil szervezetei** is aktív résztvevői és haszonélvezői az intézkedéseknek.

Fő célcsoportok, és kedvezményezettek egy térség települési önkormányzatai, gazdasági szervezetei, munkavállalók, külső gazdasági szervezetek és a **civil szervezetek**.

A prioritáson belül kijelölt intézkedések

Helyi termékek gyártásának és piacra kerülésének segítése

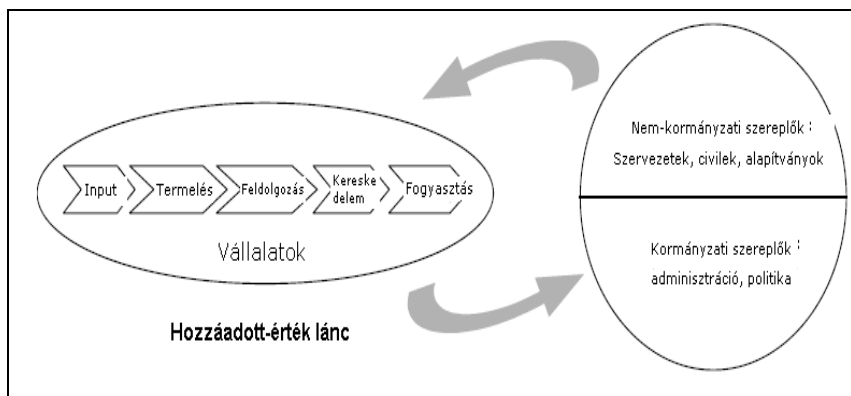
DIAGRAMOK A HELYI HOZZÁADOTT ÉRTÉKRŐL



A regionális hozzáadott-érték

Forrás:

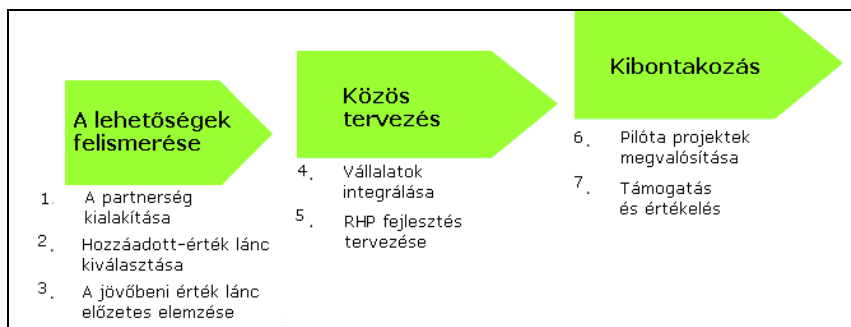
Dr. Patkós Csaba, 2009



A regionális hozzáadott-érték partnerség (RHP)

Forrás:

Dr. Patkós Csaba, 2009



Partnerségtől a megvalósított projektekig

Forrás:

Dr. Kovács Tibor, 2010

SZENDREI ORSOLYA

A helyi termékfejlesztés elmélete és folyamata

A helyi gazdálkodás jelentősége egészen a modern korig meghatározó volt egy adott ország gazdasági rendszerében. Egy adott térségen belül a fejlett és jó közlekedési hálózattal ellátott városok voltak a kereskedelem központjai. A vidék a várostól való nagy távolság és a fejletlen infrastruktúra miatt nehezen tudott kereskedelmi kapcsolatokat kialakítani, így jobban rákényszerült az önellátó gazdálkodásra. Elsősorban zöldség-gyümölcs és állati termékek voltak azok, amiknek létrehozásával a kialakított kisebb vállalkozások foglalkoztak, de ezeken kívül munkalehetőségek nyíltak a helyi mesteremberek számára is. Ezen tevékenységeknek köszönhetően alakulhattak ki az egyes térségekre tipikusan jellemző, hagyományokon alapuló vertikumok, helyi termékek.

A *helyi termék* egy adott település, térség, tájegység vagy régió identitásához kötött, a helyi gazdaságok (mikro-, és makrovállalkozások) által előállított vagy szolgáltatott, kézzel fogható tárgy, szolgáltatás, rendezvény vagy szellemi termék. Általánosságban jellemző rájuk, hogy kis mennyiségben gyártják, szolgáltatások esetében biztosítják őket, és teljesen egyedinek számítanak, hordozzák az adott terület jellegzetességeit, tradícióit, alapvető tulajdonságait. Létrehozásuk teret enged az olyan természeti kincsek hasznosításának, mint például az agroökológia, kézműipar vagy a turisztika.

Annak érdekében, hogy ezen termékek nemcsak az adott település lakosságának számára lehessenek elérhetőek, hanem széles körben megismerhessék és értékesítésre kerüljenek, három fontos feladatot kell

ellátni: a helyi termékfejlesztést, a értékesítési csatorna megteremtését és az innovatív marketing folyamatát.

A helyi termékfejlesztés a gazdaság azon legalsó szintjét jelenti, ahol a termelés és a fogyasztás közvetlenül összekapcsolódik. Az új ötletek keresésétől kezdve az adott termék piaci bevezetéséig terjedő tevékenységek összességét jelenti. Ez a típusú helyi gazdaság egyszerre nevezhető tradicionálisnak, újszerűnek és életképesnek, mert a világ számos pontján máig jelen van, és újra felfedezik, mint a fogyasztói társadalom alternatíváját. A folyamat a már kifutott vagy hanyatlásban lévő termékek fejlesztésének lehetősége, de a nehézségekkel küzdő térségek gazdasági fejlesztésének egyik eszközének is tekinthető.

A helyi termékfejlesztés általános célja a helyi piac élénkítése és a helyi gazdasági-kereskedelmi kapcsolat szélesítése. Minden településen alkalmazható, amely által a gazdaságot élénkítheti, de legnagyobb haszna az olyan településeken van, ahol más fejlesztési intézkedés nem képes a helyi erőforrások felhasználására. Fontos szerepe van továbbá a termelő technológiák folyamatos fejlesztésében, reformálásában is, annak érdekében, hogy még többet, lehetőleg olcsó áron és nagy profittal tudjanak előállítani az adott termékből. Legnagyobb hatást azonban nemcsak a város és a vidék kapcsolatára gyakorol, hanem az adott közösség életét is befolyásolhatja; a mellett, hogy munkahelyet biztosíthat, a lakosságot együttműködését és a helyi identitások, hagyományok megőrzését sürgönyözi.

A termékfejlesztésnek hat különböző szakaszát különíthetjük el.

A fejlesztés megvalósulásának kezdőlépéseként ötleteket gyűjtenek, amelyeket szolgáltathat külső és belső forrás egyaránt.

Információkat kaphatnak a vevők igényének felméréséből illetően, valamint a vetélytársaik sikeres termékeit kommodizálhatják (utánozhatják). Az új termék létrejöttét az adott vállalkozás saját kutatórészlege és kinevezett piackutatói segíthetik. Az ötletgyűjtésnek három fontosabb technikája alakult ki. Az ötletroham vagy más néven brainstorming esetében az információk begyűjtése csoportokra lebontva történik meg, amelynek választanak egy vezetőt, majd az adott termékkel kapcsolatos kérdésre kell válaszolniuk. A tevékenység addig tart, amíg folyamatosan újabb és újabb ötletek látnak napvilágot. A nominális csoport módszer alkalmazásakor, egy szakértőkből álló kisebb teameket hoznak létre, amelyek egymástól függetlenül alakítják ki az adott termék fontossági sorrendbe állított tulajdonságait. A Delphi-módszer egy adott témában jártas szakértők többfordulós megkérdezése, ami általában kérdőívvezéssel történik, névtelenül. A vélemények összegyűjtése során kialakítanak egy közösségi álláspontot, amely az alapját szolgáltatja a termék funkciójának vagy tulajdonságának.

Az összegyűjtött ötleteket három fontos szempont szerint csoportosítják, valamint ezen pontok alapján hasznosítják. A szelektálás alapján megkülönböztethetünk műszaki, gazdasági és marketing irányú fejlesztési törekvéseket.

A termékfejlesztés folyamata alatt gyártásra kerül az adott termék mintapéldánya, majd funkcionális és fogyasztói próbáknak vetik alá, amelyek alapján könnyen eldönthető, hogy további fejlesztésekre szorul-e az adott termék, vagy megkezdődhet a tömeggyártás. A tesztelések során felmérik és összegyűjtik a fogyasztók véleményeit, amik meghatározó szerepet töltenek be a termék piacra való bevezetésében.

A forgalomba hozás megvalósításához különböző kritériumokat kell biztosítani a vállalatnak. Fontos a bevezetéssel kapcsolatos kommunikációs feladat időzítése, megfelelő termékmennyiség biztosítása, és a forgalmazók felkészítése az eladásra. Egy termék akkor lehet sikeres a fogyasztópiacon, ha azt széles körben biztosítják és terjesztik. A megbízhatóság a garanciavállalással, a szerviz létrehozásával és az állandóan rendelkezésre álló vevőszolgálattal alakítható ki.

A termékfejlesztés értékeléssel és adatelemzéssel zárul le, amely során megvizsgálják az eladást, az eladásból származó bevételt, az adott terméket előállító technikát is leellenőrzik, valamint elemzik, hogy mennyire vált sikeressé a fogyasztók körében.

Az értékesítési csatornára azért van szükség, hogy megteremtsék a termék helyben való eladásának lehetőségét, de ez a csatorna bővíthető, így a termék az adott településen kívül is piacra kerülhet. Feltérképezésre kerülnek a lehetséges potenciális értékesítési pontok is, amelyeket a kereslet-kínálat felmérése előz meg. Ez nemcsak a helyi gazdaság fejlesztésében jelenthet nagy segítséget, hanem a hagyományok és a kultúra elterjedését és népszerűsítését is szolgálhatja.

Az innovatív marketing legfontosabb szerepe az adott termék reklámozása és megismertetése más közösségekkel, településekkel esetleg régiókkal. Megjelenhetnek a különféle egyedi márkák és védjegyek, amelyek biztosítják a termék eredetiségét, megakadályozzák a másolás lehetőségét. Ez az egyedüli olyan ágazat, aminek állandóan szüksége van az innovációkra és támogatásokra, amennyiben az előállítók produktumaikkal továbbra is részt kívánnak venni a gazdasági versenyben.

A PARTNERSÉG

A partnerség az egyik leghatékonyabb módszere a helyi szintű projektek megvalósításának. Kisebb regionális szinteken a partnerség egyre szélesebb körű elfogadottságnak örvend, és hatékonyabban is működik, mint a magasabb szinteken, mivel a népesség szükségleteit és igényeit jobban kifejezi és megfogalmazza, hatékonyabban osztja el a forrásokat, mélyebb a résztvevők elkötelezettsége, könnyebben tud irányt szabni a panaszoknak, és megtalálja a legjobb megoldásokat.

A partnerség folyamat, és mint ilyen tervezési, elindítási, fejlesztési, megvalósítási és érési fázisból áll, melyek általában összedódnak és egymás után zajlanak. Egyetlen fázist sem lehet kihagyni. Az idő, amelyet bölcsen tervezünk és mérünk, pozitív erőforrás lehet a helyi akció számára, vagy ellenkező esetben, az idővel való akadályokkal teli versenyfutássá válik. Meg kell tehát tervezni a projekt hosszát, az indikátorokat, amelyek jelzik a fázisok közötti változást, és ha kívánatos a projekt folyamatossága, akkor megfelelő feltételeket kell teremteni a fenntarthatóság biztosításához.

Jó kapcsolatokat kell kialakítani a résztvevők között és meg kell határozni az "eljátszandó" szerepeiket is. Az önfejűséget és a katonás megnyilvánulásokat el kell kerülni – ezek magas igényeket támasztanak, és csak keveset adnak. A partnerség nem automatikusan alakul ki attól, hogy összegezzük a különböző akaratókat. Általában bonyolult játékká válik, amelyben meg kell teremteni a bizalmat, a reciprocitást és az együttműködést, vagyis egyfajta partnerségi alaptóké.

A HÁLÓZATOKRÓL ÁLTALÁBAN

„A hálózatok előnye, hogy lehetővé teszik az együttműködő szervezetek számára, hogy alacsony költséggel férjenek hozzá meglévő speciális szolgáltatásokhoz, s megkönnyítik a cégek számára, hogy elfoglalják a helyüket egy termelési rendszerben és viszonylag stabil pozíciójuk legyen.

A hálózatok pontosan megadható tagsággal rendelkeznek, akik egymással általában formális szerződéses kapcsolatban állnak. A hálózatban elsődleges a kooperáció, a verseny nem jelenik meg markánsan.

A szervezetek közötti együttműködéseket tekintve az is megállapítható, hogy az együttműködési kapcsolatok szorossága, a közös tevékenység meghatározása alapján különböző mélységű hálózatokról beszélhetünk, melyek között megtalálhatók az egyszerű szakmai szervezeteket, szövetségeket létrehozó együttműködési formáktól kezdve a közös marketing tevékenységet, vagy akár értékesítés hálózatot működtetőkön keresztül egészen a közös termelést végzőkig számos különböző típus.”

A hálózat jellemzői és előnyei

- Egyidejűleg több szereplő jelenléte a hálózatban. Nem egy szervezet van a rendszerben, hanem több, egymással nem hierarchikus kapcsolatban álló szervezetek, vagy személyek a tagjai.
- A hálózat szereplői egyenrangú kapcsolatban állnak, annak ellenére, hogy szerepeik, feladataik eltérőek. Ez a kapcsolat a különbözőségek

egyenlőségét jelenti. Ott van kapcsolat, ahol a különbözőségek kiegészítik egymást.

- A szereplők segítik, fejlesztik, és megváltoztatják a hálózatot. Mindegyik szereplő a maga viselkedésével alakíthatja a hálózatot.
- A hálózat, erőforrás összegzési mód. A hálózat az erők összegzésének és koordinálásának olyan korszerű módja, amelyben a résztvevők úgy sokszorozzák meg hatékonyságukat, hogy közben megőrzik önállóságukat. A hálózat sokkal inkább a források szervezésének eszköze, semmint egy módszer a tulajdon kezelésére
- Ha nehéz szerződéssel irányítani, különösen fontos a hálózat kialakítása
- Helyi kapcsolatok. A helyi kapcsolatok hasznosak, amikor más hálózatokat próbálunk megkeresni
- Mindenki benne van. Mindenki potenciális tagja egy hálózatnak, ezért érdemes figyelni az alkalmazottak hálózataira is
- Racionalitás és spontán emberi együttműködés egyensúlya. Kerüljük a túlzott racionalitást a hálózati kapcsolatok keresésében és kialakításában!

A hálózat lehetséges eredményei

- Erőforrás többszörözés. Finanszírozhatóvá válnak olyan fejlesztések, amelyeket külön-külön nem tudnánk megfizetni
- Költségcsökkentés és költségmegosztás. Nagyobb termeléssel, több bevétellel több árura oszthatók szét az általános költségek.
- Teljesebb körű szolgáltatás. A szolgáltatások kiegészíthetik egymást, komplex terméké, szolgáltatási csomaggá fejleszthetők

- Nagyobb piaci vonzerő. A teljesebb szolgáltatás lehetővé teszi az igényesebb vevők kielégítését
- Magasabb és biztosabb bevétel. Az elnyerhető igényesebb piac és nagyobb piaci részesedés több bevételt biztosít
- Olcsóbb beszerzés. Együtt vásárolva nagyobb tételben árengedményekhez juthatunk
- Intenzívebb kommunikáció. A kapcsolatok rendszeresebbek, szervezettebbek, és fejleszthetők
- A környezet jobb megismerése. Az intenzívebb kapcsolatokban kialakuló együttműködés során a szellemi erőforrásaink is összegeződnek
- Gyorsabb innováció. Intenzívebb kommunikáció – nagyobb bölcsesség, tudás. Erőforrás többszörözés – több fejlesztési forrás, Igényesebb piac – nagyobb kihívások, Nagyobb kihívások – ösztönzőbb légkör motivációs hatáslánc mentén
- Szinergiahatás. Az egész, ami így létrejön jelentősen több, mint az összeadott részek összege. Ami létrejön, az (mindaddig nem létező) új minőség, amely az erőforrások (tőke, tudás, kapcsolatok) újfajta kombinációjából fakad

Együttműködések intenzitása és integráltsági foka

A hálózati együttműködéseknek különböző intenzitása van

A hálózatok és az együttműködés intenzitását a következő skála mentén szokásos mérni. A skála egyik végén vannak, az ún. “lágú” hálózatok, a skála másik végén pedig az ún. “kemény” hálózatok. A kettő közötti lépcsőfokok a következők.

- Érdekképviselő. Amikor a cégek bizalma alacsony, kommunikációjuk szegényes és a hálózat alacsony komplexitással bír, akkor azok csak ipari érdekképviselőbe tömörülnek.
- Közös akciócsoport. Fejlettebb és hálózat irányába mutat, amikor közös akciócsoportokat alkotnak.
- Konzorcium. Fejlettebb, amikor időszakos konzorciumokat alkotnak valamely közös projektek kapcsán.
- Két cég stratégiai partnerkapcsolata. Még fejlettebb az, amikor két cég alkot stratégiai partnerkapcsolatot, ekkor közös, hosszú távú érdekeik mentén, közösen hosszú távon koordinálják magatartásukat
- Több cég stratégiai partnerkapcsolata. A legkeményebb hálózatnak azt tekintik, amikor már háromnál több cég alkot stratégiai partnerkapcsolatot. Az együttműködésekben a közös tevékenységek integráltsági foka is különböző lehet.

A KÁRPÁTIKUM ALAPÍTVÁNY KONKRÉT CSELEKVÉSI PROGRAMJA

Az alapítványunk által 2009-ben létrehozott „Megújulunk és Fejlesztünk” Civil Hálózat a nyilvánosság és demokrácia energiapolitikai alapelveket ismertebbé tette és ahhoz, hogy aktívan hozzájáruljon a megújuló energiák hasznosításának racionális növeléséhez, valamint a hazai vidékfejlesztési tevékenység hatékonyabbá tételéhez a következő cselekvési tervet fogalmazzuk meg:

Megállapítások:

1. A hazai és európai uniós energiapolitika és energiagazdaság rendszerszemléletű ismerete elengedhetetlen a fejlesztésekben résztvevő szereplőknek.
2. A civil szektor képviselőinek ezen ismeretek birtokában aktív szerepet kell vállalniuk az energetikát érintő döntésekben, fejlesztésekben, beruházásokban és ellenőrzésekben.
3. A civil szereplők hatékonyabb és eredményesebb munkát végeznek, ha nem önállóan, hanem hálózatokba (esetleg klaszterekbe) tömörülve dolgoznak együtt.
4. Magyarország a megújuló energiák szempontjából jó adottságokkal rendelkezik (legtöbb előadónk ezt kiemelte, valamint azt, hogy az állami szabályozással óriási gondok vannak), ezért a hasznosításukra nagy figyelmet kell fordítanunk.
5. Magyarországon területi fejlettségi és jövedelmi szempontokból is óriási egyenlőtlenségek tapasztalhatók, amelyek mérséklésére a civil szektornak is kötelessége koncentrálni.

Konkrét tervek, feladatok:

1. A megújuló energiaforrások népszerűsítése az ellátásbiztonság, a környezetvédelem és a versenyképesség összefüggő rendszerének figyelembevételével.
2. A megújuló energiaforrások elterjedésének és hatékony felhasználásának elősegítése képzésekkel, pályázati lehetőségekkel, disszeminációs tevékenységekkel.

3. A helyi termékfejlesztés és a megújuló energiák kapcsolatának vizsgálata, különös tekintettel a helyi hozzáadott érték szerepének fokozott figyelembevételével.
4. A település és kistérségi marketing tevékenységével segíteni a megújuló energiák szerepének növelését a hatékony terület- és településfejlesztés folyamatában.
5. A helyi természeti erőforrások felmérésének elvégzése, különös tekintettel a társadalmi-gazdasági szempontból elmaradott területeken, s ezzel a vidékfejlesztési folyamat támogatása.

SEJ GÁBOR LEÓ

Stelázi program a Zsámbéki-medencében

Ahol a konkurencia a legerősebb szövetséges

Különleges élményekben lehet része annak, aki ellátogat a Budapesttől 30 kilométerre fekvő Zsámbéki-medencébe. A Budai-hegység és a Gerecse között elterülő természeti táj mellett rengeteg épített kultúrtörténeti emlék és számos helyi szokásokat felelevenítő rendezvény várja a kíváncsi vándort.

A biatorbágyi viadukt és a Sándor–Metternich-kastély. Budajenő Árpád-kori temetőkápolnája, a finom boraival csalogató etyeki körpincesor, Herceghalmon a gyönyörű gesztenyefasor. A pátyi pincék és a Splényi-kastély, Perbál felett a Zsámbéki-medencére csodálatos rálátással rendelkező Zajnát hegy, Tinnyén a Kossuth kúria. Telkiben Kodolányi János szülőháza, a bicskei Batthyány-kastély vagy a csillagvizsgáló-rom,

Tökön a pincesor és a szinte fogalomná vált töki pompos jellemzik a térség kulturális kínálatát. Zsámbék pedig, - mint a medence földrajzi, történeti és kulturális központja - a XIII. századi templomromjával, a Zichy kastéllyal, a Török kúttal, a Lámpamúzeummal és megannyi látnivalójával önmagában is egy több napos kirándulás célpontja lehet.

Kíváncsiak voltunk, hogy vajon az itt élő emberek hogyan élnek a körülöttük lévő helyi értékek adta lehetőséggel. Kialakult-e valamilyen formában értékmegőrzés, közösségi gondolkodás, és nem utolsósorban összefogás. Rövid keresgélést követően ráakadtunk a térség idegenforgalmának egyik meghatározó civil szerveződésére, a Zsámbéki-medence Idegenforgalmi Egyesületre. Mivel az egyesülettől Balázs Csilla készséggel állt rendelkezésünkre, sokat nem kellett tanakodnunk, hogy minél hamarabb útra keljünk.

Zsámbék felé haladva már távolról kiemelkedik a Nyakas-hegy oldalából a Romtemplom, vagy ahogy a helyiek szívesebben nevezik: Régitemplom, mely megjelenik az egyesület logójában is. Magától értetődik, hogy egyediségét és országos ismertségét kihasználva a műemlék számukra „brand” is egyben. Azonban a Zsámbéki-medence Idegenforgalmi Egyesület megalakításának és működésének szellemisége koránt sem tükröz bárminemű haszonelvűséget. A 2003-ban megalapított egyesület nem üzleti alapon jött létre, így célja nem a vastag pénztárcájú turisták idecsalogatása, hanem egy őszinte emberi kapcsolatokon alapuló közösségi szolgáltatás. A szervezetet a Zsámbéki-medence magánszemélyei, egyéni- és társas vállalkozásai, valamint társadalmi szervezetei hozták létre azzal a szándékkal, hogy a kistérség természeti és kulturális értékeit őrizzék és szélesebb körben is megismertessék,

elősegítve ezzel a Zsámbéki-medence településeinek önkormányzatait idegenforgalmi feladataik teljesítésében.

Ennek érdekében nyomtatott formában minden évben megjelenik a PONTAZIN című kistérségi kalendárium, továbbá készítettek turisztikai desztináció térképet, bortúrákat bemutató többnyelvű kiadványt, valamint a medence természeti és művészeti értékeit bemutató prospektusokat is. A Magyar Turizmus ZRt-vel kötött névhasználati szerződés alapján a Kistérségi Turisztikai Marketing Irodát, valamint a település külterületén található 15 hektáros légvédelmi múzeumot működtetik. Évről évre szervezik a rangos Zsámbéki Színházi és Művészeti Bázis nyári eseményeit, valamint a Budavidék Zöldút Szövetség tagjaként az Ökotárs Alapítvány által megismert „zöldút program” helyi megvalósítását.

Mindezek mellett 2009-ben az egyesület útjára indította a helyi termékek népszerűsítését célzó Stelázi Programot, mely időközben tevékenységük zászlóshajójává vált.

A Stelázi program

Balázs Csillától megtudtuk, hogy 2009 júniusának végén egyesületük konferenciára hívta össze a helyi termékek népszerűsítésében érdekelt szervezeteket, vállalkozásokat, önkormányzatokat, magánszemélyeket. A konferencia programjai nemcsak elméleti alapokat adtak és a fentiekben érintett fogalmakat tisztázták, hanem konkrét ötletekkel segítették a résztvevőket saját vállalkozásuk elindításában, megújításában. A rendezvény előzménye a „nyitott műterem” elnevezésű program volt, melynek keretében a térségbe látogatók helyi művészek

műtermeit és kézműves műhelyeket kereshettek fel. Érdekes és barátságos emberek mutatták be tevékenységüket, termékeiket, művészeti alkotásaikat. A nyitott műtermek népszerűek voltak, a látogatók jöttek, a termékek és alkotások jól fogytak. Mégis hiányzott valami, ami teljessé tehetné a programot. Tapasztalati úton fogalmazódott meg tehát az igény egy szorosabb összefogásra.

Az utóbbi években az egyesület kézműves és őstermelő tagjai összetartó csapatként járják közösen a környék kirakodóvásárait. Rendszeresen képviselik az egyesületet az Etyeki Pincefesztiválon és Kezes-Lábos Fesztiválon, a zsámbéki "Napfordulókon", a budajenői Magtár-Advent rendezvényen, a biatorbágyi Angyalfia-vásáron. A közös megjelenés, a változatos termék-kínálat, a kedves kiszolgálás és mellé az egyesület színvonalas és ráadásul ingyenes turisztikai információs kiadványai mindenhol sikert aratnak.

Konkrétabb formát akkor öltött az összefogás, amikor az egyesület helyi termékeket készítő őstermelői, kistermelői, egyéni- és társas vállalkozásai az egyesületen belül helyi termék szakosztályt alapítottak és alulról jövő kezdeményezésként elindították Stelázi Programjukat.

Az elnevezéssel (kamrapolc) régi idők hangulatát, életérzését szeretnék felidézni. A helyi termék polcrendszer célja, hogy a Zsámbéki-medence, Benta-patak völgye és Tétényi-fennsík településein a helyi termékeket népszerűsítése. A helyben lakókhöz és a turistákhoz egyaránt szeretnék közelebb vinni a térség értékeit. Szemléletformálás, mely egyszerre kínál élhetőbb életet az itt lakóknak és valódi helyi értékekre épülő turisztikai attrakciót az ide látogatóknak.

A rendszer koordinátora a jogi és gazdasági kereteket biztosító egyesület. Rajta kívül a Stelázi Program kulcsszereplői a Polcgazdák és a Termékgazdák (kézművesek, termelők). Tudniillik a Polcgazdáknál kerül felállításra az egyesület szakosztálya által készített polc, mely a Termékgazdák portékáit kínálja. A kihelyezett stelázsik forgalma után a Polcgazda, a méltányos kereskedelem szellemiségének jegyében, egy előre megállapított jutalékot kap, vagy kaphat attól függően, hogy él-e ezzel az ajánlattal. Mivel az egyesület a kereskedelemből és a pénz útjából ki van iktatva, haszon - a jutalékon kívül - csak a Termékgazdáknál keletkezik. Ezáltal a helyi terméket készítőknak jobban megéri részt venni a programban, hiszen egy állandó bevételi forrás számukra a stelázsik sikere. Erről a sikerről nagymértékben gondoskodik a szakosztály vezetője Gerlóczy Magdolna. Így emlékszik vissza gyermekkori stelázsis élményeire: „Valamikor zsenge leánykoromban láttam utoljára igazi stelázsit Nagymama kamrájában. Valóságos aranybánya volt... Míg mások a boltba jártak és idejükön kívül a pénzüket is pazarolták, addig nekünk csak a kamraajtót kellett nyitogatni. Ami a kertben termett és az állatok meghozták, az mind felkerült a stelázi polcaira. Azóta sok-sok év eltelt és élelmiszereink, vásárlói szokásaink is átalakultak, de sajnos nem a jó irányba.”

Hogy ne érje csalódás a vásárlókat, a Stelázi Programnak szigorú, de emberséges feltételei vannak az új belépők számára. Sajnos ma egyre többen látnak pusztán üzleti lehetőséget a helyi termékekben, ezért a programért felelős egyesület magas szintű minőséget követel meg tagjaitól. Véleményük szerint helyi termékeket értékesíteni erős bizalmi viszonyt feltételez termelő és vásárló között. És mivel a garanciát az egyesületnek

kell vállalnia, hamarosan saját védjeggyel ellátott termékek kerülnek csak forgalomba a program keretein belül. Legfőbb alapelvük, hogy helyi alapanyagból, helyi ember, helyben készítse a portékáját. Szerencsére sokan jelentkeznek a programba, sőt az etyeki Ödön Major Tejkóstoló programját az egyesület vonta be a közös munkába.

A polcok kihelyezésének elve az, hogy minden településen legalább két helyi termék polc legyen. Az egyik olyan helyen, ahol jórészt a helyi emberek vásárolnak, a másik pedig olyan helyen, melyet jellemzően a térségbe látogató turisták látogatnak. Minden hónapban egy szombati napon Gerlóczi Magdolna útnak indul és végiglátogatja a stelázsikat, feltölti őket áruval, elszámol az üzletvezetőkkel. Munkájának köszönhetően a 15 termelő, 13 kézműves és 2 borász termékeit tartalmazó helyi termék polcok a kezdeti 8 helyett ma már 13 helyen érhetőek el.

A Zsámbéki-medencében élő kézművesek, termelők és fogyasztók alkotta közösség nagyon fontos szerepet tulajdonít a helyi piacoknak. Véleményük szerint a fogyasztói társadalmunk ötletgazdái tudatosan elsilányítottak ezeket. A hatályos jogszabályaink szinte lehetetlenné teszik a köztereken kialakítandó piacok megszületését, vagy inkább újjászületését. A multinacionális áruházak mindent tökéletesen meg tudnak szervezni nekünk, miért fárasszuk magunkat piacra járással, kosarak cipelésével, mikor beülhetünk a szép és kényelmes, részletre vásárolt autónkba és elmehetünk a hipermarketekbe „sopingolni”.

Csakhogy ezzel nemcsak egészségtelen, az előállítás és szállítást tekintve környezetterhelő élelmiszereket vásárolunk, hanem elveszítjük a termelő és a fogyasztó közvetlen kapcsolatát, amely a kölcsönös bizalmon és egymásrautaltságon alapul. Vissza kell állítani a közvetlen

kereskedelmet, a helyi piacokat a normális paraszti logika alapján. Én megtermelem, Te pedig megveszed tőlem azt, amire szükséged van. Ennek jegyében az egyesület már négy helyen szervezett östermelői piac funkciót ellátó vásárokat, melynek csavaros elnevezését inkább jogszabályi kényszer szülte, mint tudálékoskodás.

Az egyesület a saját védjegy, valamint a Stelázi Program és a helyi piacok folyamatos bővítése mellett hamarosan helyi termék automatákat állít üzembe. Az első automatából Zsámbékon, a Művelődési Házban lehet vásárolni paradicsomlevet, házi szörpöket, kis üveg lekvárokat, mézet, zöldségkrémet, gyümölcsöt és sajtot.

Beszélgetésünk végén megkértük Csillát, hogy árulja már el, mi a titka a belőlük sugárzó lelkesedésnek és tenni akarásnak.

A válasz roppant egyszerű: haszonelvűség helyett **lokálpatriotizmus!**

KAJATI GYÖRGY

Biogazdák Békésben

Ragyogó tavaszi napsütötte reggelen teszünk látogatást a Békés és Környéke Biokultúra Közhasznú Egyesület vezetőjének, Dacziné Dúzs Julianna elnök asszonynak otthonában. Házigazdánk puli kutyájának rajongó ugrabugráló díszkísérete mellett érkezünk meg egy belváros-közei ház verandájára, ahol csendes nyugodt környezetben értekezünk a jövő gazdálkodásáról. Beszélgetésünk elején megtudjuk, hogy egy 1991-ben alakult civil szervezet (Biokultúra Egyesület) 2004-ben önállósodott regionális szervezetét fogjuk megismerni, amelynek 40-50 fő

biotermeléshez elkötelezett tagja van Tarhostól Orosházáig, illetve Kamuttól Kétegyházáig. Az egyesület igényesen szervezett és lebonyolított rendezvényekkel szerzett ismertséget és elismerést Békés városában, s napjainkban már mindegyik országos biokultúra rendezvényen képviseltetik magukat.

Mit kell tudnunk még a Békési Biokultúra Egyesületről?

A civil szervezet minden tagja fontos küldetésének érzi, hogy a biogazdálkodás széleskörű elterjesztését elősegítse, termékeiket minősítse, s ezzel egy egészségesebb, tisztább környezet és életmód kialakítását alapozzuk meg. Az egyesülethez csatlakozó gazdák minden évben ellenőrzéseken bizonyítják, hogy a biotermeléshez szükséges előírásokat betartják, így tanúsítványt kapnak, amelyet a termékek értékesítésekor szükséges bemutatni. Az egyesület tagjai általában minden hónapban egy alkalommal találkoznak, amikor szakmai ismeretük bővítésére nyílik lehetőség. A biotermeléshez szükséges ismeretek legtöbbször szájról-szájra keringenek, senki sem tart meg magának szakmai titkot, önzetlenül segítik egymást a tagok.

Hogyan gyarapítják még ismereteiket?

Gyakran hívunk meg nemzetközi elismertségnek örvendő, nagy tekintélyű szakembereket, akik előadásaikkal, bemutatóikkal segítik az egyesület munkáját. A biogyümölcs-termesztéstől a bioállattartáson keresztül a vegyszerterhelés táplálkozásbeli problémáig változatos témakörökben gyarapíthatjuk tudásunkat, így vendégük volt már Farkas Ilona, Györffy Sándor, Köhler Mihály, Márai Géza, Mezei Ottó, Molnár József és Roszik Péter is. Az előadásokat gyakorlati bemutatók színesítik, amelyeket tagjaink kertjeiben valósítunk meg. Ezek mellett tanfolyamokat

is szervezünk, valamint szakmai kirándulásokat indítunk ismeret- és tapasztalatszerzés céljából.

Milyen fő helyi termékeket állítanak elő?

A helyi termékek széles palettáját állítják elő az egyesülethez tartozó termelők, így a gyógynövényektől a biozöldségeken és gyümölcsökön át az azokból előállított házi termékeken keresztül a házi sajt és gomolya elkészítéséig. Speciális termékünk például a medvehagyma étolajban, különféle aszalványaink vannak és zöldségekből és gyümölcsökből is állítunk elő ivólevet.

Hogyan sikerül értékesíteni a termékeket?

A legtöbb esetben maga a termelő az értékesítő is, s kiváló lehetőség adódik pénteken és szombati napokon a békési piac területén, valamint a békéscsabai Széchenyi ligetben a Körösök Völgye Natúrpark által szervezett biopiacon értékesíteni a termékeinket. Többen a Budapesti Ökopiacon is törzsárusnak számítanak, valamint néhányan a Biohungaricum Kft. közvetítését veszik igénybe. Néhány esetben csalódtunk a helyi kereskedők viselkedésében, reméljük egyfajta szemléletváltás megtörténik a közeljövőben. A helyi értékesítés is könnyebb lenne, ha az állami és önkormányzati intézményekben előtérbe helyeznék a helyi termékek felhasználását. (Pl. a békési iskolákban debreceni cég által szállított, sokszor feldolgozhatatlan alapanyagból dolgoznak – a szerk.)

Megkönnyítené az értékesítést a népszerűsítés?

Fontosnak tartjuk, hogy már a gyerekkorban induljon el egy nevelési folyamat, hogy fiataljaink tudatos vásárlóként viselkedő felnőttekké váljanak. Sok esetben tartunk termékbemutatóval járó kóstolót

is, s népszerűsítjük és „tálaljuk” számukra az egészséges csicsókát és a mangalica zsíros kenyeret. Örvendeznénk annak is, ha a törvényhozók segítenék a helyi termelőket és nem az idegen áruknak és az azokat árusítóknak biztosítanának előnyöket, valamint több esetben problémát okoz, hogy a kis területtel rendelkező gazdáknak, a „kiskerteseeknek” nem jár támogatás.

Az egyesület rendezvényeinek népszerűsítése több csatornán történik: A Békés Megyei Hírlap mellett a békési Torony Rádióban hirdetjük rendezvényeinket. Az országos médiában való rendszeres megjelenésre nem rendelkezünk kellő pénzügyi forrásban, viszont a www.bekesibio.hu című honlapunkon ismereteket közvetítünk a biokultúráról és az átlagosan napi 30-40 fő böngésző itt termelőinkről is bővebb információkhoz juthat.

Lesz e Békés megye ismét az ország éléstára?

A falvakat és városokat körülvevő kertek és földek az önellátásra kiváló lehetőséget biztosítanak és a helyi termelőknek rendkívül nagy örömet jelent, ha az ő egészséges termékeiket fogyasztják. Egyesületünkbe egyre több fiatal kezd csatlakozni, ami a jövőre nézve biztató és a hazai lakosság megfelelő tudatváltásával nagy sikereket érhetünk el.

Több információ a békési biogazdákról: www.bekesibio.hu

A biogazdálkodásról:

A biogazdálkodás sokakban még mindig azt a képzetet kelti, hogy a kukacos alma a „bio”. Aki egy kicsivel többet tud róla, úgy gondolja, hogy a vegyszermentes termesztés a „bio”. Ez már közelebb áll a valósághoz. A

biológiai – más néven ökológiai – gazdálkodás célja egy hosszú távon fenntartható fejlődés, környezeti, gazdasági és szociális vonatkozásban. Általános szabály, hogy a talajba annyi tápanyagot kell juttatni, amennyi szükséges, kerülni kell a túlzott trágyázást, nem szabad műtrágyát, felszívódó növényi szereket, gyomirtó és talajfertőtlenítő szereket használni. A növényvédő szerek helyett mechanikai gyomirtást, vetésforgót, növénytársítást, ellenálló növényfajokat alkalmaznak, valamint segítik a kártevők természetes ellenségeit. Természetes alapú növényvédő anyagokat lehet használni a termelés során, ilyenek pl az ásványi olajok, a réz és a kén, ezeket már őszeink is használták. A biotermelés egyetlen szakaszában sem szabad genetikailag módosított anyagokat, vetőmagvakat használni. Az így termelt növények jóízűek, jól eltarthatóak, biológiai értékük pedig rendkívül magas. A termelési módszerekből következik, hogy a gazdálkodás több odafigyelést, több emberi munkái igényel, nagyobb a kockázat, mint a nem biotermelés esetében. Ezért az ökotermékek ára 25-50 %-al nagyobb, mint a nem biotermékeké.

BEMUTATKOZIK A KARCAGI ÍZŐRZŐK KLUBJA

Készítette: Szendrei Orsolya

A Karcagi Ízörzők Klubot 2010 szeptemberében alapította egy baráti társaság, két alapító taggal, Soós Lajossal, a karcagi Katica Ételtár társtulajdonosa és Szabó Imre, karcagi molnár. Az alapötletet a köles, mint újra felfedezett bioélelmiszer széleskörű felhasználása szolgáltatta; a

kölesből előállított ételek sikerén felbuzdulva úgy döntöttek, hogy legálissá teszik a tevékenységüket.

Azzal a céllal létesítették ezt az egyesületet, hogy megőrizték és ápolják a karcagi hagyományokat, megismertessék a lakossággal a hagyományos, régi ételeket, és felélesszék ezeknek az elkészítését. Fontos feladatuknak tartják, hogy átadják a fiatal tagoknak a régi receptek alapján megfőzött ételek elkészítésének fortélyait, és összegyűjtsék, átvehessék az idősebb lakosok ezen a téren szerzett tapasztalatait. Legnagyobb eredményt kölessel kapcsolatban érték el; Karcagon teljesen közismertté tették, számos rendezvényen bemutatták, kóstoltatták a belőle készült ételeket, főzésének módját pedig receptekben rögzítették (lásd VI.1. Melléklet). Legújabb célkitűzésüknek a malomipar újjáélesztését tartják a Nagykunság és az Alföld területén, valamint folyamatosan újítják a kölesből főzhető ételeknek a listáját, amelyek között szerepel a kölesfagylalt vagy a kölesből készült torta is, amivel nevezni kívánnak az Év Tortája című országos versenyen is.

A klub kéthetente tart gyűléseket, amelyeket az alapító tagok vezetnek, azonban télen a működésük szünetel a főzési rendezvények hiánya miatt.

A tagok rendszeresen vesznek részt rendezvényeken, amelyeken az egészséges élelmiszereket népszerűsítik. Nagy ismeretségre tettek szert a megyében, de számos alkalommal léptek fel megyén kívül, a Dunántúlon és Budapesten szervezett versenyeken is. Több alkalommal kérte fel őket szereplésre Hubai Imre, a Nimród Bioszálloda és Bioétterem tulajdonosa is, hogy alapanyagokat biztosítva reklámozzák a szállodát. Az általuk elkészített köleses ételek szinte mindig elnyerik a zsűri tetszését; Karcagon,

Berekfürdőn és a kisújszállási Jászkun Fesztiválon bizonyíthatták, hogy méltóak az első díjra, de még számos különdíjjal is büszkélkedhetnek. A legújabb felkérésekre is szívesen válaszolnak; az iskolákban az egészségmegőrzés napjának alkalmával bioételekkel kedveskednek a dolgozóknak és a gyerekeknek, a Kátai Gábor Kórház főigazgatójának meghívására pedig a kórház konyhai dolgozóinak és az orvosoknak tartanak főzésbemutatót, amellyel segíteni kívánják a szakácsok munkáját, akik lisztérzékenyeknek és cukorbetegeknek készítenek speciális étrendeket.

Sok kíváncsi embert nyűgöztek le az egyediességükkel és hagyományos ételleikkel. Tagjainak száma egyre nő, vannak közöttük szakácsnövendékek is. A lakosság körében olyan sikereket értek el, hogy közkívánatra a helyi újság leköszölte az egyik kedvenc süteményüket, valamint a népszerűségük arra ösztönözte őket, hogy saját weblapot hozzanak létre. Az oldalon ugyan még hiányos, de gazdag fénykép- és receptgyűjteménnyel rendelkezik. 2010 áprilisában a Duna Televízió több alkalommal is forgatott velük filmeket a köles elkészítésének módjáról, amelyek Ízörzök címmel kerültek adásba.

A klubot a Karcagon található, rendezvényszervezéssel foglalkozó Déryné Művelődési és ifjúsági Központ támogatja, akivel együtt pénzügyi támogatásokra pályáznak, hogy egy saját konyhát építhessenek, valamint beszerezhessenek egy mozgófőzőkocsit is, amellyel megoldhatóvá válna a felszerelés szállítása és az országos rendezvényeken való részvétel is.

A ROVÁSÍRÁS ÉLŐ SZELLEMI KINCS

Forrás: Gribek Dániel (Napi Gazdaság)

A székely-magyar rovásnak nevezett írásrendszer ismét terjed a Kárpát-medence országaiban élők körében. Olyan szellemi kincs, amely a térség kultúrájának fontos része.

A múlt század végén a rovásírás új erővel indult fejlődésnek, és egyre inkább megtalálni látszik az utat, hogy Európa kulturális sokszínűségét erősítse. Az egyik legkönnyebben fejleszthető közös Kárpát-medencei kapocsá válhat a közeli jövőben, amit már most jól példáz több olyan hagyománnyá vált térségi rendezvény, mint a Kárpát-medencei rovásírásverseny. A további mind szélesebb körű elterjedés elősegítésére jött létre a Rovás Alapítvány, mely a kutatás mellett a mindennapi használat további lehetőségeit keresi az oktatás, a digitális média és a tartalomfejlesztés területén, valamint részt vesz a rovás hazai és nemzetközi elismertetésében, népszerűsítésében is - tudtuk meg Sípos Lászlótól, a Rovás Alapítvány kuratóriumi elnökétől.

A székely-magyar rovás egy nagyobb íráscsalád része, amelybe többek között a Kárpát-medencei és a kazár rovás is tartozik. A Kárpát-medencei rovás legismertebb emlékei a nagyszentmiklósi aranykincsen látható rovásfeliratok. A kazár rovásírást pedig a hajdani kazár kaganátusban használták, s Kárpát-medencei emlékeinek legrégebbike a Bács-Kiskun megyei Homokmégy községnél feltárt honfoglalás kori sírban talált rovásos tegez. A három említett és egymással rokonságban álló rovásírásrendszer a közép- és kelet-európai közös kulturális múltat és hagyományokat igazolja, hiszen összekötő kapocsként szolgáltak az itt élő

népek között - mondta el Hosszú Gábor egyetemi docens, a rovás szabványgazdája. A rovás kutatásában a magyar tudósok jelentős szerepet játszottak, hiszen a székely rováslelkek, a tászoktetői (erdélyi) megalitikus emlékek és a Tordos-Vinca műveltség jeleinek általuk végzett feldolgozása jelentősen hozzájárult, hogy jobban megismerjük a rendszert.

A kulturális értékek mellett potenciális gazdasági vetülete is lehet a rovásnak. A globalizáció egyik fő jellemzője a termékek szabványosítása, azonban emellett láthatóan egyre inkább felértékelődik a kulturális és helyi hozzáadott érték szerepe, amivel komoly rés piacokat lehet megtalálni. Az egyediség megkülönböztet a többi terméktől, és az is igaz, hogy a fogyasztó egyéni preferenciáinak kiszolgálására is van fizetőképes kereslet. Jó példa erre a kínai feliratos kóla vagy a speciális japán, terijakiízesítésű gyorséttermi hamburger. A székely-magyar rovás hasonló alkalmazása a magyar nyelvű piacra szánt termékek esetében egyszerű és hatékony módja lehet az egyediség kialakításának, a vásárlókkal való kulturális azonosulás jelzésének. A világpiacon szánt magyar termékeken való rovásos megjelenítés pedig nagyban erősíti a közös kultúrkör képét, ami tálcán kínált marketingfogás a Törökországtól Kelet-Ázsiáig terjedő, kulturálisan tudatosabb, hatalmas piac területén - állítja Rumi Tamás rovás kutató, szakíró. Az egyedi magyar jelleg kiemelése ezen felül erősíti a határon átnyúló egységes magyar piac tudatosítását a magyar termék megkülönböztethetősége által. A szaporodó rovásfeliratok, táblák, látványelemek eddigénél gyakoribb alkalmazása pedig mindennél jobban kifejezheti a magyarság híd szerepét Európa és Ázsia között, mely a turizmustól kezdve az általános országimázs fejlesztéséig utánozhatatlan egyediséget, versenyelőnyt biztosíthat.

IDÉZETEK

Somoskői Soma egri földrajz szakos hallgató tudományos dolgozatában a salgótarjáni lakosság véleményét kérdezte az ökovárosokról, innen idézzük egy ismeretlen válaszoló tanulságos véleményét:

„A környezettel harmonizáló, azzal szoros kapcsolatban élő populáció mindennapjait. Ahol a természeti kincs érték, ahol az ember nem idegen, hanem részecske. Ahol a város a környezetével sorsközösséget alkot, abból él, arra épít, megbecsülve azt. Ahol a mindennapi munka, kikapcsolódás nem egy mesterséges világot jelent, nem mű és modern, hanem mindenki a természet felé egy pozitív válasz lenne. Nem jelent természet-imádást, de komolyabb alkalmazkodást és megbecsülést a világunkhoz...”

(felsőfokú végzettségű, 41-50 év közötti salgótarjáni férfi)

Bogácson táborozó gyerekeink a cserépfalusi

Malvinka néninél olvasták:

