

4. HELYI TERMÉKEK MAGYARORSZÁGON

/Az itt közölt irodalmat a választott termékekre vonatkozó dokumentumokkal javasoljuk kiegészíteni./

4.1. A HELYI TERMÉK FOGALMA

A helyi termék szerepe. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, 2022.

<https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgaltatas/rel-egyuttmukodes/93228-a-helyi-termeke-szerepe>

Helyi termék kézikönyv 2022. Szerk. Szomi Edina. Bp. 2022. 14. p.

<https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/4349-helyi-termek-kezikonyv/file>

MADARÁSZ Eszter – SULYOK Judit – SZMULAI Éva: Naptej, fürdőruha... + helyi termék? A helyi termékek iránti kereslet a Balatont turisztikai céllal felkeresők körében. In: Turizmus Bulletin, 2021. 2. sz. 26-28. p.

<https://mtu.gov.hu/documents/prod/TurizmusBulletin-2021-02.pdf#page=25>

NAGY Dávid: A helyi termékek szerepe a gazdaságfejlesztésben, valamint a terület- és vidékfejlesztésben: A helyi termékek fogyasztói megítélése a 4C marketing megközelítésben. Kérdőíves kutatás a helyi termékek megítélésének feltérképezésére a dél-dunántúli helyi termelők és fogyasztók körében. 2022. 4-5. p.

https://eatgreen.hu/wp-content/uploads/2021/01/Helyi_termek_4C_tanulmany_HU.pdf

SZABÓ Pál – SZILÁGYI Ferenc – GERA Anna: Élelmiszer kiskereskedelmi láncok és helyi termékek kapcsolatának lehetőségei a poszt szocialista térségben. In: Köztes-Európa, 2019. 26. sz. 91-93. p.

<https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekke/article/view/33385/33011>

TÓTH-KASZÁS Nikoletta – KELLER Krisztina – ERNSZT Ildikó – PÉTER Erzsébet: Helyi termék: biztos megélhetés vagy keresetkiegészítés? In: Gazdálkodás, 2017. 4. sz. 336-337. p.

<https://ageconsearch.umn.edu/record/267358?ln=en>

4.2. A HELYI TERMÉKEK FAJTÁI ÉS JELLEMZÉSÜK

KÓRÓDI Márta: Miértek és hogyanok a helyi termékek forgalmazásáról - különös tekintettel a turisztikai hasznosításra — Három ország öt településének példája alapján = The Hows and the Whys of Local Product Distribution – Particular Regard to Tourism Exploitation – based on the Examples from the Five Settlements of Three Countries. In: Gradus, 2016. 2. sz. 196-207. p.

http://gradus.kefo.hu/archive/2016-2/2016_2_ECO_002_Korodi.pdf

SZÖLLŐSI László – SZŰCS István – MOLNÁR Szilvia – LADÁNYI Krisztina: A helyi kézművestermék-előállítás és –forgalmazás során felmerülő együttműködés lehetőségei egyes kiemelt turisztikai vonzerővel rendelkező erdélyi településeken. In: Journal of Central European Green Innovation, 2014. 3. sz. 111-131. p.

<https://ideas.repec.org/a/ags/hukrgr/188139.html>

4.3. A HELYI TERMÉKEK JELENTŐSÉGE

BODNÁR Károly: Helyi termékek a magyar–román határ mentén. In: TAYLOR, 2014. 16-17. sz. 293-297. p.

<https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/taylor/article/view/12882/12738>

BÓTÁNE Horváth Noémi: Helyi termékek értékesítésének lehetőségei és korlátai vidéken. In: Agrártudományi Közlemények, 2014. 58. sz. 31-36. p.

https://www.researchgate.net/publication/332680541_Opportunities_and_barriers_of_local_products_sales_in_rural_regions/fulltext/5cc316014585156cd7b445e3/Opportunities-and-barriers-of-local-products-sales-in-rural-regions.pdf

GONDA Tibor – ANGLER Kinga – CSÓKA László: A helyi termékek turizmusban betöltött szerepe. In: Marketing & Menedzsment, 2021. 4. sz. 39-49.

<https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/5613/5416>

GYURICZA Ákos: Helyi termékek a közétkeztetésben – konferencia. In: Új Diéta, 2011. 1. sz. 7. p.

<http://mdosz.hu/hun/wp-content/uploads/2016/03/20111.pdf>

Helyi közösség, Helyi termékek – a helyi termékek, mint a helyi közösség fejlesztés eszközei (EFOP-5.2.2-17-2017-00157 azonosító számú projekt bemutatása)

<https://helyitermekhelyikozosseg.hu/>

Helyi termékek értékesítési csatornái Magyarországon. A „Helyi Kezdeményezésű Gazdaságfejlesztési Programok Értékelése” című kutatás résztanulmánya. Szerk. Pannon elemző Iroda Kft. 2010. 11-33. p.

<https://hetfa.hu/wp-content/uploads/2010/12/Helyi-term%C3%A9kek-%C3%A9rt%C3%A9kes%C3%ADt%C3%A9si-csatorn%C3%A1i-Magyarorsz%C3%A1gon.pdf>

HOFFMANN György – SCHWARZ Gyöngyi – SZÁSZ Jenő: A helyi termék szerepe a lokális identitás építésében. In: Gazdaság és Társadalom, 2016. 2. sz. 49-72. p.

http://real.mtak.hu/49433/1/GT_2016_2_03_Hoffmann_Schwarz_Szasz.pdf

KALMÁRNÉ HOLLÓSI Erika – VARGOVÁ, Zuzana: Helyi termékek a vidéki térségek társadalmi-gazdasági fejlődésének szolgálatában. In: Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok, 2009. 3-4. sz. 44-48. p.

https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/jelenkori_tars-gazd_folyamatok/article/view/32337/31840

KISS Márta: Turizmus és önfenntartás: turisztikai tájformálás a hagyományteremtés és helyi termékek létrehozásának eszközével. In: Annales, 2015. 1. sz. 276-283. p.

https://nski.hu/admin/data/file/20160301/nski_evkonyv_press_res2_s.pdf

KÓRÓDI Márta – BAKOS Róbertné – KALMÁRNÉ RIMÓCZI Csilla – SAVELLA Orsolya – MONDOK Anita – NÉMETH Miklós: A helyi termékek interpretációs lehetőségei és szerepük a desztinációfejlesztésben = Interpretative Possibilities of Local Products and their Role in the Development of Tourism Destinations. In: *Economica*, 2014. 1. sz. 113–116. p.

<https://ojs.lib.unideb.hu/economica/article/view/4314/4138>

NAGYNÉ DEMETER Dóra – SZŰCS Antónia – KONCZ Gábor: A közvetlen értékesítési csatornák és a helyi termékek kapcsolatának területi aspektusai. In: Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2017. 3. sz. 285-296. p.

https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/jelenkori_tars-gazd_folyamatok/article/view/32567

PANYOR Ágota: A helyi termékek jelentősége a vidékgazdaságban. In: Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2011. 1-2. sz. 59-63. p.

https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/jelenkori_tars-gazd_folyamatok/article/view/32435/31938

PATYINÉ STIBLO Mária: Hazai termékek a turizmusban - helyi élelmiszerek és hungarikumok turisztikai attrakciós potenciálja. In: Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok, 2012. 1-2. sz. 134-145. p.

<https://acta.bibl.u-szeged.hu/11750/>

SZABÓ Pál – SZILÁGYI Ferenc – GERA Anna: Élelmiszer kiskereskedelmi láncok és helyi termékek kapcsolatának lehetőségei a posztszocialista térségben. In: Köztes-Európa, 2019.

26. sz. 87-99. p.

<https://ojs.bibl.u-szeged.hu/index.php/vikekke/article/view/33385/33011>

TROJÁN Szabolcs – VARGA Zsuzsanna – KALMÁRNÉ HOLLÓSI Erika: Állati eredetű "helyi termékek" értékesítési lehetőségei, avagy termékpálya – röviden. In: Animal welfare, etológia és tartástechnológia, 2009. 4. sz. 575-581. p.

http://epa.oszk.hu/02000/02067/00016/pdf/EPA02067_AWETH2009575581.pdf

4.4. A HELYI TERMÉKEK TÁMOGATÁSA AZ EURÓPAI UNIÓBAN

"Magyarországon megvalósuló, a helyi termékek piaci pozícióját erősíteni kívánó rendezvények megvalósítása, valamint helyi termelői piacok kommunikációs tevékenységének támogatása"

Az Agrármarketing Centrum Nonprofit Kft. 2021-es pályázata.

<https://kdmfu.hu/palyazatok/magyarorszagon-megvalosulo-a-helyi-termekek-piaci-poziciojat-erositeni-kivano-rendezvenyek-megvalositasa-valamint-helyi-termeloi-piacok-kommunikacios-tevekenysegenek-tamogatasa/>

Minőségi védjegyek és a fenntartható élelmiszer rendszerek - Antonio Zafra cikkének magyar nyelvű fordítása. URBACT – Regionális politika – Európai Bizottság. 2021.

<https://urbact.eu/min%C5%91s%C3%A9gi-v%C3%A9djegyek-%C3%A9s-fenntarthat%C3%B3-%C3%A9lelmiszer-rendszerek-antonio-zafra-cikke>

SZEGEDYNÉ FRICZ Ágnes: A vidékfejlesztést támogató helyi termékek fogyasztói szempontú vizsgálata, 2020. 11-43. p.

https://archive2020.szie.hu/sites/default/files/szegedyne_fricz_agnes_ertekezes.pdf

4.5. ESETTANULMÁNYOK A HELYI TERMÉKEKRŐL

BÖRDŐS Katalin – LUKSANDER Alexandra – MEGYESI Boldizsár – MIKE Károly: Helyi termékek és termelői önszerveződés. A természeti erőforrások közösségi kormányzása. In: NFFT Műhelytanulmányok, 2012. 12. sz. 68-121. p.

https://www.parlament.hu/documents/1238941/0/NFFT_mt_12_helyi_termekek_termelok_2012.pdf/084d8045-859e-fb66-5d93-9559f75d5f48?t=1614069441291

Helyi termék- és szolgáltatásfejlesztési stratégia. Szerk. Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Kereskedelmi és Iparkamara. 2021. 7-98. p.

https://interreg-rohu.eu/wp-content/uploads/2021/08/ROHU370_Helyi-termek-szolgáltatás-fejlesztési-strategia.pdf

HOFFMANN György – SCHWARCZ Gyöngyi – SZÁSZ Jenő: A helyi termék szerepe a lokális identitás építésében. In: Gazdaság és Társadalom, 2016. 2. sz. 49-76. p.

<http://real.mtak.hu/49433/>

Piacképes helyi termékek a Gerence – Marcal – Rába partján és a Somló környékén. Szerk. „Kristály-völgy” Terület- és Vidékfejlesztési Egyesület. 2009. 4-53. p.

http://www.gemarask.hu/files/Gemara_SK_helyitermek_tanulmany.pdf

PISKÓTI István – DANKÓ László – NAGY Katalin – SZAKÁL Zoltán. – MOLNÁR László: Térségi identitás és márká-modellek gyakorlati adaptációja társadalmi marketing megközelítésben. In: „Mérleg és Kihívások” IX. Nemzetközi Tudományos Konferencia tanulmánykötete. Miskolc, 2015. 340-353. p.

<https://t-modell.uni-miskolc.hu/files/8606/Pisk%C3%B3ti+Istv%C3%A1n-Dank%C3%B3+Lászl%C3%A1szl%C3%B3+E2%80%93Nagy+Katalin+E2%80%93Szak%C3%A1l+Zolt%C3%A1n+E2%80%93Moln%C3%A1r+Lászl%C3%A1szl%C3%B3.pdf>

Összeállította:
Boros Bálint