



# Közvetlen értékesítés – kulcs a kistermelők piac- és versenyképességének növeléséhez

Októberi elemzésünkben, amely a közvetlen értékesítés lehetőségeit taglalta, bemutattunk néhány működő hazai és külföldi kezdeményezést e tárgykörben. Jelen körképünkben a várható változásokat, kilátásokat szeretnénk ismertetni – nem elhallgatva a nehézségeket, de a sikereket sem, hiszen szerencsére felfedezhetünk olyan jeleket, amelyeknek örülni lehet és kell.

Kezdjük rögtön a kistermelői értékesítéssel! Nézzük, mit ért pontosan a 14/2006 FVM-EüM-ICSSZEM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételei alatt. E szerint **kistermelő az a természetes személy, aki kis mennyiséget állít elő, és közvetlenül a végső fogyasztót, a helyi vendéglátóegységet vagy a helyi kiskereskedelmi egységet látja el a termékeivel.** Állati eredetű termékek esetén például a tulajdonában lévő gazdaságban nevelte az állatot, engedélyezett árusítóhelyen árusít (lakóhely vagy gazdaság szerinti és az azzal szomszédos megyék), valamint felelős az élelmiszer-biztonságért, a nyomon követhetőségért és a jogszerű dokumentációk meglétéért.

## Mi számít kis mennyiségnek?

sertés, juh, kecske	4 állat/hónap
szarvasmarha	1 állat/hónap
baromfi	200 állat/hét
húskészítmény	50 kg/hét
tej	200 l/nap
tojás	360 db/hét
zöldség, gyümölcs	20 t/év
savanyúság	100 kg/hét
gomba	100 kg/hét

A kistermelő sertést, marhát, juhot és kecskét csak engedéllyel bíró vágóhídon vágathat le, és az állatorvosi húsvizsgálatról sem szabad megfelekeznie. A húst feldolgozásig 7 °C alá kell hűtenie. Az így kapott húst saját gazdaságában feldolgozhatja, ha megfelel az állat-egészségügyi és élelmiszer-higiéniai előírásoknak, illetve az állatállomány részt vesz a kötelezően előírt mentesítési programban – minderről állatorvosi igazolást kell bemutatnia. A hűtve történő árusítást is meg kell oldania.

A fenti feltételeknek való megfelelés nem könnyű, de megoldható. A kérdés csak az, mennyire éri meg? Ugyanis az érvényben lévő rendelkezések szerint **a kistermelő számára tiltott a nyers sertés-, marha, juh- vagy kecskehús forgalmazása, a bor és pálinka forgalmazása (mivel ezek jövedéki termékek, ezért külön sza-**

**bályozás alá esnek), valamint a feldolgozott termékek (húskészítmények) kiskereskedelmi és vendéglátóegységekbe történő forgalmazása.** Azaz a kistermelőnek a jog szerint nincs lehetősége például a helyi boltot vagy éttermet nyers hússal, illetve húskészítményekkel ellátnia. Ezzel rögtön hatalmas akadályokba ütközik, hiszen a legkézenfekvőbb megoldás a helyi értékesítés lenne, amivel mindenki jól járna: a termelő, a boltos, a vendéglős és nem utolsósorban a fogyasztók is. Ausztriában például nincs ilyen korlátozás, nem véletlenül virágoznak a termelők és a helyi, környékbeli kereskedők, étterem-tulajdonosok közötti kapcsolatok.

Ezt felismerve idén nyáron 34 civil szervezet hivatalosan benyújtotta a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló 14/2006 FVM-EüM-ICSSZEM együttes rendelet módosítására vonatkozó részletes javaslatát. Jelenleg folynak az egyeztetések. Az illetékes tárca, az FVM ígérete szerint a **2009. év végére elkészülhet az elfogadásra szánt módosító rendelet.**

## A civil javaslat főbb elemei:

– Jelenleg kiskereskedelmi és vendéglátóegység számára a kistermelő alaptermékét (pl. alma, krumpli, nyers tej, stb.) helyi szinten értékesítheti (az adott településen). A módosítási javaslat: a helyi kiskereskedelmi és vendéglátóegység a termelő lakóhelye szerinti megyében és a határos megyékben levő boltokat, vendéglátókat jelentené. Ezt még bizonyos termékek esetében kibővítették régiós, valamint budapesti értékesítési lehetőséggel. Ausztriában például a „helyi” fogalmán sok esetben az egész országot értik.

– Jelenleg kistermelői feldolgozott termékek nem kerülhetnek be semmilyen kiskereskedelmi és vendéglátóegységbe. A módosítási javaslat: a feldolgozott termékek, így a lekvár, sajt, kolbász is bekerülhetne a javaslat sze-

rinti helyi (a megyében és a szomszédos megyékben lévő) boltokba, vendéglátóegységekbe, közétkeztetésbe. Létrejöhetnének az Ausztriában méltán népszerű gazdaboltok, gazdapolcok, megélnékülhetne a gasztroturizmus. Módosítási javaslat: a kistermelők által maximálisan előállítható mennyiségeket a következőképpen állapítsák meg:

- a heti 100 kg savanyúság mellett heti 100 kg hőkezeléssel előállított termék, valamint heti 50 kg egyéb eljárással feldolgozott növényi termék legyen értékesíthető;
- havonta 6 sertést vagy 2 marhát vagy 6 juhot vagy 6 kecskét vágasson értékesítés céljára (a jelenleg megengedett mennyiségekről lásd a táblázatunkat).

– Nyers hús kistermelői értékesítése jelenleg a szarvasmarha, juh, kecske, sertés tekintetében tiltott. Sem a gazdaságában, sem piacon, vásáron nem értékesítheti, boltba, vendéglátóknak nem adhatja el. A levágott állat húsát gazdaságában feldolgozva értékesítheti. A módosítási javaslat alapján a nyers hús értékesíthetővé válna helyi (tehát a régióban lévő) boltokban, vendéglátóegységekben, mivel itt ugyanis szigorúbb higiéniai körülmények közé kerül. A hűtőlánc megtartásával a gazda saját gazdaságában is értékesíthetne nem csak feldolgozott terméket, hanem nyers húst is.

– Nyers tejet jelenleg kistermelői helyi (a településen lévő) boltba, vendéglátónak eladhat, de közétkeztetés céljára nem. Módosítási javaslat: nyers tejet a kistermelő a közétkeztetés számára a régióban értékesíthessen.

– A bor és a pálinka jövedéki termékek. Jelenleg ezek termelői értékesítése piacon és vásáron tiltott, alkalmi fesztiválokon külön szabályozott formában lehetséges. A kereskedelmi forgalomba hozatalhoz, VPOP engedélyhez olyan többmillió forintos leté-



tek kellene (jövedéki, adóraktári adók), hogy azt a kis mennyiségben előállító termelő, ha engednék is az értékesítést a számára, akkor sem tudná kifizetni. Ausztriában a kistermelő piacon is értékesíthet, vendéglősnek is eladhat általa készített pálinkát, sőt főzni is lehet kis léptékben. Évi 100 liter 100%-os alkoholnak megfelelő alkoholtartalmú ital értékesíthető többlet adó és letétkifizetés nélkül. Ez azt jelenti, hogy nyugati szomszédunknál egy 50%-os pálinkából évente 200 litert lehet eladni. Erre az EU is lehetőséget adott: az alkohol és az alkoholtartalmú italok jövedéki adója szerkezetének összehangolásáról szóló 92/83/EGK irányelv 22. cikkében a tagállamoknak lehetőséget biztosít arra, hogy a kistermelők által gyártott alkoholnak a szabad forgalomba hozatalát lehetővé tevő rendelkezést hozzanak anélkül, hogy a termék az adóraktározási rendelkezések tárgyát képezné, és kizárólag általánosan adózzon. Módosítási javaslat: a kistermelő hetente legfeljebb 200 liter termelői bort és évente legfeljebb 86 liter termelői pálinkát, illetve abból saját maga által termelt, gyűjtött, valamint ízesített gyógynövényes tinktúrát értékesíthetne. Eladhatna termelői vásáron, a saját gazdaságában, és a kezdeményezők által kibővített helyi (régió belüli) vendéglátóegységeknél.

– Módosítási javaslatuk alapján új fogalomként jelenne meg a termelői vásár kategória. A jelenlegi, vonatkozó kormányrendelet nem tesz különbsé-

## November 30-áig lehetett pályázni olyan támogatásra, amely többek között ilyen, főként kistermelők vágási igényeinek kiszolgálására létesített vágópontok létrehozását is támogatja

get az üzemszerűen működő piacok, vásárcsarnokok szabályozása terén (néhány kivételt említ egy rendeleten belül). A termelői vásárformának az engedélyeztetésére, működtetésére és higiéniai követelményeire egy második szintű, egyszerűbb követelményt szabnának meg.

– Szintén új fogalomként jelenne meg az agóra (köztér) fogalma. Rendezvényekhez, falunapokhoz kapcsolódó, csereberét, kóstoltatást is lehetővé tevő termelői vásárt és forgatagot jelentene ez a fogalom. Itt a rendező településen lakó magánszemély is lehetőséget kapna a kitelepülésre. A nyo-



mon követhetőséget a szervezőnél való regisztráció és 500 Ft-os regisztrációs díj biztosítaná. Kitelepülhetne a rendező településen lakó falusi vendéglátó, ő is értékesíthetné a portékáját. Sajnos ezt ma csak a saját portáján belülről teheti meg.

– A javaslatok között külön kitértek a kemencés kenyér értékesítésének lehetőségére. Jelenleg a tűztérben sült kenyér nem értékesíthető; ezen változtatna a módosító javaslat, amely szerint a kemencés kenyér is értékesíthetővé válna, „tűztérben sült” felirattal.

„Sajnos a termelői vásárra, agórára, disznóvágásra vonatkozó módosításaink, úgy néz ki, ebbe a módosított kistermelői rendeletbe mégsem kerülhetnek bele. Ezt máshol, az egyéb vonatkozó rendeletekben kell külön módosítani” – mondta el a Na-

pi Turizmusnak Szabadkai Andrea, a rendeletmódosításban aktív szerepet vállaló Szövetség az Élő Tiszáért piacépítési program vezetője. A civilek emellett folytatják a munkát a falusi és agroturisztikai szolgáltatásokról szóló rendeletért, annak továbbfejlesztéséért, a termelői és falusi turizmus gazdaságélénkítő adómentességéért, ösztönző kibővítéséért.

A fenti kezdeményezés több szempontból is bizakodásra adhat okot. Jó hír, hogy ezen a területen is összefogás jött létre, és ennek nem hivatalos források szerint hamarosan meg is lesz eredménye. Ha nem is min-

den javaslat kerül elfogadásra és beépítésre, ha csak ezek egy része valósul meg, már az is hatalmas lehetőségeket fog a hazai kistermelők számára biztosítani, és **komoly változásokat eredményezhet a hazai élelmiszer-kereskedelemben.**

A kis mennyiségek növelése, a nyers húsok, készítmények kiskereskedelmi és vendéglátó egységekbe történő forgalmazhatósága nagyobb jövedelemhez juttathatja a kistermelőket. Várhatóan több különleges, minőségi magyar termék jelenne meg a piacon, és növekedne azok fogyasztása is. Mindezzel együtt a turisztika és a vendéglátás is fellendülhet.

A tét nem kicsi. Látjuk, hogy azokban az országokban, ahol a civilek fenti javaslataihoz hasonló lehetőségek már adóztak, a kistermelők szerepe és jelentősége a helyi értékesítésben, a turizmusban, a vendéglátásban és a közétkeztetésben növekedett. Ha lassan is, de itthon szintén egyre több olyan lehetőség teremődik, amelyek végre mintha egy irányba mutatnának. Ha a fenti javaslatok alapján módosításra kerül az érvényben lévő rendelet, valószínűleg több vágópontra lesz szükség. Talán nem véletlen, hogy november 30-áig lehetett pályázni olyan támogatásra, amely többek között ilyen, főként kistermelők vágási igényeinek kiszolgálására létesített vágópontok létrehozását is támogatja.

Amennyiben a kistermelők jogszabályi értékesítési lehetőségei bővülni fognak, rögtön előtérbe kerül majd a **piac- és versenyképesség** kérdése. Érdemes átgondolni, hogy egy kistermelő milyen területeken tud piac- és versenyképes lenni? Ha csak az árban gondolkodik – tehát hogy mindenképpen olcsóbbnak kell lennie a hagyományos élelmiszer-kereskedelmi boltok-



ban, hiper- és szupermarketekben, diszkontokban kapható, sokszor akciós termékeknél –, nem biztos, hogy jó úton jár. Az természetes, hogy árban versenyképesnek kell lennie, ám ha ehhez magas minőséget és különleges termékjellemzőket társít, akkor biztosan nem az importból származó, alacsony minőségű és nyomott árú termékekkel kell versenyeznie. Egy őshonos magyar állatból készített húskészítmény (pl. a mangalicasonka) nem az olcsó párizsival fog vetélkedni, hanem a spanyol és olasz sonkakülönlegességekkel.

Talán a kistermelők még nem is tudják, de a **magyar fogyasztókra számíthatnak ebben a kérdésben.** A hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékek és élelmiszerek megkülönböztetett helyet foglalnak el az élelmiszerek sorában. Hagyományos előállításuk, utánozhatatlan termékjellemzőik és kiváló minőségük egyediséget és különlegességet kölcsönöz a hazai tradicionális termékeknek. A Kaposvári Egyetem az Agrármarketing Centrum megbízásából a közelmúltban felmérést készített azzal kapcsolatban, vajon a fogyasztók hogyan viszonyulnak ezekhez a termékkörökhöz. A felmérés eredményei alapján a kilátások nagyon kedvezőek; a magyar lakosság körében a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek bizalmi terméként jelennek meg. A vásárlók tudatában pozitív képzetársítások élnek szinte valamennyi, általuk ismert hungarikum „típusú” élelmiszerről, a tradicionális termékek napjaink rohanó élettempójával szemben a lassítást, a „gyökerek” keresését, a szabadidő aktív, baráti társasággal eltöltött értékes óráit ígérnek.

A magyar fogyasztók szerint a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek elsősorban azért hagyományosak, mert **hazánkra jellemző egyedi receptúrával és évszázados múlttal rendelkeznek.** A „hagyományos magyar élelmiszer” fogalom a fogyasztók szerint a következő dimenziók mentén definiálódik: alapanyag, receptúra, feldolgozási eljárás, amely több generációra nyúlik vissza és maga a termék, amely az ország egy meghatározott pontjához köthető. Általános az a nézet, hogy az ide sorolható termékek fogyasztói ára meghaladja a közönséges élelmiszerekét, ez az ár azonban többletértéket és magasabb presztízt hordoz. **Erős az elutasítás a külföldi**

**gyártókkal szemben,** vagyis külföldi se hazánkban, se az ország területén kívül ne állítson elő ilyen termékeket. Ezt erősíti az a kijelentés is, amely szerint a fogyasztók a termékkör megvásárlásával támogatni szeretnék a hazai élelmiszer-gazdaságot.

**A megkérdezettek csaknem 80%-a (!) előnyben részesítené a védjeggyel ellátott hagyományos magyar élelmiszereket,** ami nagyon kedvező eredmény.

A **márkázás** fontosságáról már szoltunk korábban (lásd a „*Válságban a márkák?*” című írásunkat a *MezőHír* szeptemberi számában). E téren is – amely fontos eleme a piac- és versenyképességnek – számos lehetőség áll rendelkezésre, amelyekről egy következő elemzésünkben szólnunk majd részletesebben. Az utóbbi hetek legjobb hírei közé tartozik például, hogy az **Európai Bizottság felvette a védett elnevezésű termékek szűk körű európai uniós listájára a makói hagymát és a hajdúsági tormát.** Ezen a listán eddig összesen mintegy 850 tradicionális áru sorakozik, amelyek nevét vagy földrajzi megjelölését más nem használhatja. A brüsszeli védettség egyúttal azt is jelenti, hogy az EU segít reklámozni, szélesebb körben megismertetni ezeket az árucikkeket.

A termékcsoport **lehetséges beszerzési helyei közül a legnagyobb arányban a kisebb élelmiszerboltokat említették** a felmérésben résztvevők. Nem sokkal lemaradva a hiper- és

a szupermarketek következnek, míg a vásárlók egy kisebb aránya a termelőkötől közvetlenül és diszkontokból szerzi be a nemzeti élelmiszereket.

Bizakodásra adhat okot az is, hogy **a válaszadók több mint fele (54,8%) hajlandó lenne felárat fizetni a hagyományos magyar élelmiszerekért.** Közülük elsősorban az iskolázottabbak és a jobb anyagi helyzetben lévők azok, akik magasabb ár ellenében is megvásárolnák a nemzeti termékeket. A fogyasztók többsége 10%-os felárat elfogadhatónak tart. A legtöbben az ásványvizékért és a pékárukért fizetnének 10%-kal magasabb árat, míg a borokért, az égetett szeszes italokért, valamint a magyar szalámikért még ennél is többet adnának.

A **kistermelők** tehát komoly előnyre tehetnek szert, amennyiben helyesen választják meg azt a küzdőteret, ahol a piaci verseny többi szereplőjével találkozhatnak. **Kiváló minőségű, házi jellegű, adalékanyag-mentes termékekkel, hagyományos, tájjellegű élelmiszerekkel, őshonos állatokból készült termékekkel (pl. mangalica, szürke marha, magyar tarka, racka, stb.), illetve bio vagy kémélő gazdálkodásból származó termékekkel garantáltan piac- és versenyképesek tudnak lenni.**

Források: [www.elelmiszer.hu](http://www.elelmiszer.hu), FVM, Turizmus Online, Országos Húsipari Kutatóintézet Közhasznú Nonprofit Kft.

**Varanka Mariann**  
[www.agrostratega.blog.hu](http://www.agrostratega.blog.hu)



# AgroStratéga

**tanácsadás • fejlesztés • támogatás**

[www.agrostratega.blog.hu](http://www.agrostratega.blog.hu)



*Velünk megnyeri a játszmát*



Syngenta Növényvédelmi Kft.

# Egy növényvédőszer-gyártó vállalat társadalmi felelősségvállalása

Cikksorozatunk előző részeihez hasonlóan most is egy a mezőgazdasági ágazattal üzleti kapcsolatban lévő vállalat rendhagyó bemutatására vállalkozunk. Nemrég a Syngenta Növényvédelmi Kft. központjában jártunk, ahol a cég fenntarthatósággal kapcsolatos viszonyáról és társadalmi felelősségvállalásáról tájékoztunk.

A világ vezető agrárcégének hazai leányvállalatánál Csonka Viktória kommunikációs vezetővel találkoztunk. Beszélgetőpartnerünk ismerősként üdvözölt minket, mivel a *CSR Piac 2009* kiállításon korábban már találkoztunk (a szakmai rendezvényről írott beszámolóink a *MezőHír* 2009/6. számában jelent meg).



– A Syngenta a Magyar Élelmiszerbank Egyesülettel közösen vett részt a *CSR Piac 2009* rendezvényen, ahol egy vállalati-civil közös kezdeményezést mutattak be. A cég a kiállítás egyetlen olyan résztvevője volt, amely közvetlenül kapcsolódik a hazai agráriumhoz. Hallhatunk erről bővebben?

A Syngenta kezdeti felajánlása az Élelmiszer-lavinának 10 millió forint volt, és abból lett 25 millió forint azáltal, hogy további támogató partnerek kapcsolódtak hozzá

– A Syngenta a Magyar Élelmiszerbank Egyesülettel közösen indított *Élelmiszer Adománylaviná* programját mutatta be, amelynek segítségével 2008-ban mintegy 25 millió forint értékű

kü élelmiszeradomány juthatott el magyarországi rászorulóknak javára – kezdte a program bemutatását Csonka Viktória.

– **Honnan jött az ötlet, és hogyan történik a megvalósítás a gyakorlatban?**

– Régóta kerestük egy olyan támogatási program lehetőségét, amely megfelel a cég missziójának, az élelmezés támogatásának. A kezdeményezés célja egy hosszú távú, több vállalatot összefogó program elindítása volt, amely a későbbiek során folyamatosan új partnerekkel és elemekkel bővíthető. A program lényege, hogy összefogva a termelés és feldolgozás egyes fázisaiban tevékenykedőket, mindenkitől a szakértelme legjavát és segítő szándékát összegyűjtve élelmiszerekkel látja el a szükséget szenvedőket. Így minden résztvevőnek csak azzal kell foglalkoznia, amihez igazán ért, csak azt kell felajánlania, amit egyébként is termel. Az Adománylaviná lényege, hogy ha sorban mindenki elvégzi a maga feladatát, a kezdeti adomány értéke egyre csak nő. Ha adunk egy forintot és ahhoz hozzájön még egy, akkor az hatékonyabb, mert a támogatás összege tovább növekszik. Így lesz a kezdeti adomány egyre nagyobb és nagyobb, ahogy a kicsi magból az asztalunkra kerülő élelem elkészül. A Syngenta kezdeti felajánlása az Élelmiszerlavinának 10 millió forint volt, és abból lett 25 millió forint azáltal, hogy további támogató partnerek kapcsolódtak hozzá. A program az Élelmiszerbank bevonásával működik, rajtuk keresztül érjük el a civil szervezeteket. A Syngenta a növényvédőszereket adja az Élelmiszerbanknak, amit a szervezet becserél a mezőgazdasági termelőpartnerekkel

terményre, majd a terményt a már megnövekedett értéken becseréli élelmiszerré a feldolgozókkal. A programban résztvevő cégek tehát nemcsak feldolgozták az adományt, hanem saját adományukkal maguk is hozzájárultak a lavina növekedéséhez. Az Adománylavinában összegyűlt élelmiszerek (pl. tészta, müzliszelet, gabonapehely) szétoztására az Élelmiszerbank pályázatot írt ki olyan civil szervezetek számára, amelyek hátrányos helyzetű gyerekeknek szerveztek gyermeknap rendezvényeket. Tavaly ez nagyon jól sikerült, és az idén még jobban működik. Ebben az évben a **Syngenta Seeds Kft.** is csatlakozott



Csonka Viktória kommunikációs vezető

az akcióhoz, napraforgóvetőmag-adománnyal. A lánc így még egy láncszemmel hosszabbodott, hiszen ők adták a vetőmagot, mi a növényvédőszer és így tovább. Az idei Élelmiszerlaviná során már egy olyan csomagot sikerült összeállítani, ami a gabonakészítmények mellett mosott burgonyát, zöldségkonzerveket és étolajat is tartalmaz. A programhoz olyan cégek csatlakoztak támogatóként, mint az Almatárs Szövetkezet, Borbás-Ker Kft., Bölcskei Imre, Cer-



bona Zrt., Fülep Imre, Gyermelyi Zrt., Haladás Mg. Zrt., Kecskeméti Konzervgyár Zrt., NT Kft., Rauch Hungária Kft., Róna Szövetkezet, Simon Kft.

**– Az elmondottakból és az e területen kifejtett erőfeszítéseiből világosan látszik a helyi közösségekkel kapcsolatos elkötelezettségük. Hogyan viszonyulnak a fenntarthatóság, főként a fenntartható mezőgazdasági termelés kérdéséhez?**

– A Syngenta felelősségvállalási programjai Magyarországon is három kiemelt területen működnek. Ezek: a fenntartható mezőgazdaság támogatása, a termékfelelősség és a biztonságos termékhasználat terjesztése, valamint a példaértékű gondoskodás munkatársainkról – folytatja **Pecze Rozália** fejlesztési igazgató. A mezőgazdaságra nagy feladat vár, hogy növelje a termelést a fokozódó élelmiszerigény és a mezőgazdasági eredetű energiaalapanyag-igény miatt. Ez a termelés intenzitásának további növekedését vonja maga után. A mezőgazdasági termelést azonban úgy kell végezni, hogy közben a természet és a környezet értékeit fenntartsuk, sőt lehetőleg a környezeti sokféleség fejlődésének is teret adjunk. Ennek megfelelően a fenntarthatóság fogalma a következő összetett mondattal ír-



**Pecze Rozália fejlesztési igazgató**

Vízvédelmi Program a Syngenta támogatásával indított környezetvédelmi programok egyike Magyarországon. A 2003-2006 között megvalósult program célja a talajpusztulást megakadályozó mezőgazdálkodás lehetőségeinek feltárása, és az erózió megelőző programok hatásának vizsgálata a biológiai

**A mezőgazdasági termelést azonban úgy kell végezni, hogy közben a természet és a környezet értékeit fenntartsuk, sőt lehetőleg a környezeti sokféleség fejlődésének is teret adjunk**

ható le: Intenzív mezőgazdálkodás, ami egészséges és megfizethető élelmiszert, továbbá bioenergiát és alapanyagokat állít elő úgy, hogy tekintettel van a környezetre és a természeti erőforrások (víz, talaj) védelmére, egyúttal jövedelmet nyújt a vidéken gazdálkodóknak, és társadalmi kontroll alatt zajlik.

**– Hogyan közelítik meg ezt a soktényezős összefüggést a gyakorlatban?**

– A Syngenta olyan környezetvédelmi programokba fogott, amelyek keresik a lehetőségeket, hogy a mezőgazdálkodás során a természeti erő-

sokféleségre, valamint a mezőgazdasági termelés gazdaságosságára. Az idei évben indult **MARGINS (Managing Runoff Generation into Surface Water)**, azaz a Felszíni Vizek Tisztaságának Védelme projekt a talajerózió következtében lemosódó növényvédő szerek szabályozásával foglalkozik. Az említett két program az MTA Földrajztudományi Kutató Intézete vezetésével fut. Szintén 2009-ben indult az **Operation Pollinator**, azaz Beporzó Projekt vagy másik nevén a Zümmögő Mezők Program. Ez a mezőgazdasági területek mellett kialakított, a beporzó rovarok számára nektárt és pollenfor-

rást, valamint életteret biztosító szerelőterületek kialakítását jelenti. Célja a mezőgazdasági területek biológiai sokszínűségének növelése, amelynek kísérleti munkáit a gödöllői Szent István Egyetem végzi.

**– Ezek szerint a természeti környezet védelmét valóban kiemelten kezeli a cég. Folytatnak más, hasonló tevékenységet is az említettek kívül, ami a környezet védelmével kapcsolatos?**

– Szeretnénk aktívan tenni a környezetért. Célunk, hogy a környezettudatosságot nem csak a kollégákban, hanem azok családtagjaiban is elmélyítsük. Sőt, a társadalom szélesebb köre felé is szeretnénk megmutatni elkötelezettségünket a természet megóvása iránt, hiszen agrárérdekltségünk kapcsán egyébként is természetközeli a mindennapi tevékenységünk. Ennek megfelelően például madárvédelmi felhívásokat és információs anyagokat is terjesztünk a mezőgazdálkodók között, évek óta együttműködünk a Magyar Madártani és Természetvédelmi Egyesülettel. Az elmúlt három évben társadalmi munkákat szerveztünk, amelyeken a Syngenta-dolgozók családtagjaikkal vettek részt egy-egy családi hétvége alkalmával. Ennek során 2006-ban, a fenékpusztai madárgyűrűző táborban felépítettünk egy madármegfigyelő házikót, a Zala folyó torkolatából tíz köbméternyi szemetet szedtünk össze, továbbá védett növények környezetét mentesítettük a betelepülő növényzettől. 2007-ben a Bükk Nemzeti Parkban az istállóskői barlang környezetét tisztítottuk meg a szeméttől, továbbá hetven darab madárodút szereltünk össze, majd helyeztünk ki. Kollégáink országsszerte száz madárodút helyeztek ki lakóhelyükön. 2008-ban a Hortobágyi Nemzeti Parkban felújítási munkát végeztünk a halastó madármegfigyelő helyein.

**– Kapnak valamilyen visszajelzést arról, hogy mi történt a társadalmi munka elvégzését követően?**

– Igen, a Magyar Madártani és Természetvédelmi Egyesületen keresztül folyamatosan kapjuk az információkat arról, hogy például az új odúkban milyen fiókok keltek ki. A fenékpusztai megfigyelő állomással közvetlen és na-



gyon jó kapcsolatunk van, így mindig tudjuk, milyen madarak települtek be. Ezek nagyon jóleső visszajelzések. Utólag mindig megtudjuk, hány köbméter szemetet sikerült összegyűjteni a csónakban egyensúlyozva, összesen hányan vettek részt a programban, és mit értünk el vele. Egyrészt helyben kapunk azonnali visszajelzést is, másrészt hosszú távon is „képben vagyunk”, a rendszeres informálásnak köszönhetően. A részvétel önkéntes, mivel hétvégi programokról van szó. A közös tevékenységek jó csapatépítő programok is egyben, de ez nem azt jelenti, hogy luxuskörülmények között vagyunk elhelyezve. Inkább egy kényelmes helyen, ahol minden adott ahhoz, hogy az ember jól érezze magát, és közel van ahhoz a területhez, amivel kezdenünk kell valamit. Napközben a programok, este pedig csapatépítés van. Bár azt hiszem, annál jobb csapatépítés nem is kell, mint amikor az emberek közösen dolgoznak egy ilyen nemes célért.

– **Beszéltünk már a hulladékgyűjtésről, de nem ejtettünk még szót a növényvédő szerek csomagolóanyagairól. Mit tesznek annak érdekében, hogy a készítmények felhasználása biztonságos legyen?**

– A Syngenta központjában folyó fejlesztői munka eredményeként megszületett az ún. S-Pac csomagolás. Egy olyan modern csomagolóanyagot sikerült kifejleszteni, amely akár védőkesztyűben is leegyszerűsíti a termék kibontását, illetve eltűnik a szemétkerülő vegyszeres alumíniumfólia, amely fokozottan veszélyes a környezetre. A kupak recés, könnyen megfogható és elcsavarható, a kanna a nagy fülénél fogva jól emelhető és

dönthető. A sima, merev falú flakonokból egyszerűen és biztonságosan önthető ki a vegyszer, az öblítés pedig könnyű és hatékony. Az új csomagoláson olyan különleges megkülönböztető jegyeket (dombornyomás, vízjel) alkalmazunk, amelyek védelmet nyújtanak a hamisítók ellen, mivel azonosíthatóvá tudják tenni az eredeti terméket. Nem gondoljuk, hogy ezzel a hamisítást teljesen meg tudnánk akadályozni, de legalább jelentősen megnehezítjük. Ha egyszer kinyitják a flakont, még egyszer nem lehet ugyanúgy visszazárni, mintha még nem bontotta volna ki senki. A fejlesztés eredménye tavaly került bevezetésre. Van még olyan termékek, amelyek a régi csomagolóanyagban kerültek forgalomba, tekintve, hogy az összes gyárban folyamatos az átállítás. A termékeink nagyobb része viszont már ebben az új kiserelésben került a termelőkhoz. A kiürült, rendeltetészerűen felhasznált szerek csomagolóanyagainak visszagyűjtése pedig a Cseber Kht.-n keresztül történik.

– **A Syngenta hagyományosan jó kapcsolatokat ápol a kisebb területen gazdálkodó termelőkkel is. Hogyan látják el őket a szerek felhasználására vonatkozó megfelelő információkkal?**

– Valóban, viszonylag széles termékpalletánk van azokból a szerekből, amelyeket gazdaboltokban megvásárolhatnak a kistermelők, vagy éppen háztáji célokra is fel lehet őket használni. Ennek köszönhetően az átlagosnál élénkebb a kapcsolatunk mind a kistermelőkkel, mind a kisebb növényvédőszer-forgalmat bonyolító kereskedőkkel, gazdaboltokkal. Számukra külön készítünk tájékoztató anyagokat,

amilyen például a *Növényvédő szerek biztonságos és hatékony felhasználása* című kiadványunk – veszi át a szót ismét Csonka Viktória.

– **A kiadványok elkészítése, az irodai munka és a mindennapok során is ügyelnek a környezetre?**

– Most tesszük le az ún. Zöld Projektt alapjait. A tervezés szakaszánál tartunk, így erről legközelebb jövőre tudunk majd beszélgetni. Annyit azonban elárulhatok, hogy érinteni fogja a reklámajándékainkat, a nyomtatványainkat, az irodai működésünket, azokat a szabályozásainkat, amelyek a közlekedésre, a szállításra, és a károsanyag-kibocsátásra vonatkoznak. Mindennek annyiféle aspektusa van, hogy nem nagyon látjuk annak értelmét, hogy egyetlenegy apró, kiragadott területen elinduljunk. Inkább lassabban vezetjük be, hogy átfogóbb eredménye legyen. Igazából a *CSR Piac 2009* kiállítás óta foglalkozom a témával behatóbban, mivel ott sok pozitív példát láttam. Azért is jók az ilyen típusú rendezvények, mert ott a gyakorlatba átültetve láthatunk egy sor előremutató, megvalósítható példát. Azt gondolom, ma már alapvető, hogy az iroda „zöld iroda” legyen. Természetesen ennek is vannak fokozatai, de vannak olyan dolgok, amelyek egyszerűen és könnyen megvalósíthatóak, és semmi más célt nem szolgálnak, mint hogy az emberek gondolkodásmódját átalakítsák. Egyszerűen neveli a munkatársakat arra, hogy ez egy másfajta gondolkodás, és megágyaz mindannak, ami a későbbiekben igazán nagy eredményt tud majd hozni. Az is „zöld gondolkodás”, amikor a szabályozásban az szerepel, hogy az egy irányból érkező kollégáknak egy autóval kell jönniük. Nem elsősorban azért, mert a közlekedés nagyon drága, és költségtakarékosan kell működni. Ez is fontos, de sokkal fontosabb, hogy akik amúgy is sokat vezetnek egyedül, időről időre egy kicsit visszafogják magukat, és a megosztott vezetés során pihenni tudjanak. Nem utolsósorban ez is egy lehetőség a kollégák közötti kapcsolatteremtésre, a kapcsolatok elmélyítésére.

– **Hogyan érintette Önöket a gazdasági válság, miként alkalmazkodnak a változásokhoz?**

– A cégnél nagyon kicsi a fluktuáció, elbocsátásokra a válság miatt sem került sor. Az új funkciók miatt nálunk inkább bővült a létszám. Ha a piaci igények indokolnának valamilyen átszer-



**Madárodúk festése a Bükk Nemzeti Parkban**



vezést, módosítást, akkor az egyes emberek az egyes területeken belül elég rugalmasan tudnak váltani. Hosszú ideje az iparágban vannak, hosszú ideje dolgoznak a cégnél, tehát ők valamilyen szinten – mint ahogy egy alapvető emberi igény is, hogy időről időre valamilyen változatosság legyen az életünkben – mozgathatók, amire többféle lehetőség van. A kollégáink ki tudnak menni külföldre, és amikor visszajönnek, hozzák a központból az összegyűjtött tapasztalatokat. Tehát inkább csak ilyen típusú mozgások vannak a szervezetben belül. Ez egy szerencsés helyzet, de nem is egy felfújott szervezettel dolgozunk. Az üzletmenetünk lényegében azért nem változott meg, mert a növényvédelem egy meghatározó területe a mezőgazdaságnak, így korábban sem lehetett a feladatokat kisebb létszámmal megoldani. Inkább azt mondjuk, új programok esetén az új feladatokra nem veszünk fel új embert, hanem megpróbáljuk átcsoportosítani, átvállalni a feladatokat. Ami talán érdekes lehet, hogy eddig sosem volt probléma abból, ha kisgyerekek szeretett volna valaki visszajönni, és rugalmasan megvalósítani a munkát. Ez a fajta rugalmasság megvolt mind a cég, mind a munkavállalók részéről. Nyilván nem egy teljesen más területre kellett átmennie annak, aki visszajött dolgozni, hanem egy olyan területen belül mozogva kapott új tennivalókat, ahol hasznos tapasztalatai, ismeretei voltak, és persze hozzá is közel állt az adott feladat.

– **A munkavállalók továbbképzésére és egészségmegőrzésére van-e valamilyen programjuk?**

– Akiben van igény a képzésre, annak több lehetősége is van. Ez mindig a munkavállaló és a felettes vezetője közötti megállapodás része. Félévente van egy értékelés, amelyen közösen felméri a dolgozó igényeit is. Vannak olyan tréningprogramok a cégen belül, amik lehetővé teszik, hogy akár vertikálisan, akár horizontálisan tudjon az ember fejlődni. Ez teljesen attól függ, hogy mit határoznak meg célként közösen. Akin látszik, hogy nem szeretne kimozdulni abból a pozícióból, amiben dolgozik, azt nem erőltetik. A cél igazából az, hogy az emberben rejlő lehetőségeket ne hagyjuk elveszni. Az új kollégák kiválasztásánál ezért az elsődleges szempont az, hogy a jelölt jó csapatjátékos legyen, szakmailag és emberileg is illeszkedjen a közösség-

be. Fontosnak tartjuk, hogy kiváló teljesítményű és képességű fiatal kollégáinkat idejében felkészítsük jövőbeli feladataikra. E mellett részt veszünk az anyacég vezetőképzési programján.

Természetes, hogy a cég a munkatársak egészségére is odafigyel, ezért minden dolgozó számára egy bővebb egészségügyi szűrést biztosít két évente. Az ellátási osztály folyamatosan juttat el hozzánk információkat például az egészségüggyel kapcsolatosan. Létezik egy intézkedési terv, amely magában

**A cél igazából az, hogy az emberben rejlő lehetőségeket ne hagyjuk elveszni. Az új kollégák kiválasztásánál ezért az elsődleges szempont az, hogy a jelölt jó csapatjátékos legyen**

foglalja, hogyan juthatnak a kollégák a cég által finanszírozott gyógyszerekhez, például egy esetleges járvány idején. Lehetőség van arra, hogy a családtagok is részesüljenek ezekből. Ez a fajta gondoskodás folyamatosan érzékelhető. Minden egyes alkalmazottnak jár balesetbiztosítás, attól függően, hogy hol dolgozik, illetve, hogy milyen kockázatoknak van kitéve.

Ergonomikus székek vagy labdák állnak rendelkezésre, hogy a hátfájást, derékfájást megelőzzék. Minden eszüköz megkapunk, ami az autóban kényelmesebbé és biztonságosabbá teszi a vezetést; alapfelszereltség minden járműben a kihangosító, és kötelező is a használata. Mindenkinek a személyes céljai közt szerepel a saját hibából eredő balesetek számának csökkentése, és ez szempont az értékelésnél is. Ezen nem csak az illető értékelése, hanem a jövedelmének egy része is múlik. A bónusz egy része tehát függ attól, hogy valaki balesetmentesen vezetett-e. Két évente ezért van egy általános gépjármű-vezetési képzés is, amelyen minden munkavállaló részt vesz. A balesetek értékelése és a tanulságok megosztása a többi dolgozóval rendszeresen előtérben tartja a körültekintő és felelős autóvezetés kérdését. Talán ennek is köszönhető, hogy munkatársaink körében a közlekedési balesetek száma – a létszám növekedésének ellenére – az elmúlt nyolc év alatt a felére csökkent.

Tudjuk, hogy üzleti céljaink eléréséhez egyes időszakokban dolgozóink jelentős mennyiségű többletmunkát végeznek, illetve az átlagosnál nagyobb intenzitással dolgoznak. A stressz megelőzését is szolgálta ezért

egy olyan projekt, ami a hatékonyabb munkavégzésre is kiterjedt. Így meghatároztuk a feszített időszakokat, és szervezeti fejlesztéssel csökkenteni tudtuk a dolgozókra háruló nyomást.

– **A rendszeres utazások, főként a külföldi utak helyettesíthetők-e valamilyen alternatív kommunikációs módszerrel? Nem veszélyeztetik-e ez a személyes kapcsolatokat?**

– Az utazások száma csökkent, helyette főként az ún. webmeeting telefonkonferencia a jellemző. Erre akár ott-

honról is van lehetőség, mivel mindenkinek van távoli elérése, azaz otthonról is tud csatlakozni a rendszerhez. A technológia teljesen kiforrott, gyakorlatilag problémamentesek a megbeszélések, ugyanakkor a kiutazás, hazautazás költségét és fáradságát megtakaríthatjuk. A közösség építését, a személyes kapcsolatok elmélyítését a korábban említett társadalmi munkák alkalmával és természetesen az erre a célra szolgáló csapatépítő tréningeinken tudjuk megtenni. Ezeket általában a csoportos munka és némi játék vagy sporttevékenység jellemzi. Itt van lehetőség arra is, hogy az egyes részlegek egymás munkáját jobban megismerjék, megértsek, és közösen tegyünk javaslatot a vezetőségnek új céljaink elérésére, munkavégzésünk hatékonyabbá tételére.

A hallottak alapján úgy tűnik, hogy a Syngenta Növényvédelmi Kft. nem véletlenül **nyerte el** már több alkalommal is a globális humán erőforrás tanácsadással és kiszervezéssel foglalkozó **Hewitt Associates által elvégzett Legjobb Munkahely Felmérés díjait.**

– **A továbbiakban is hasonló sikereket kívánunk önöknek és munkatársaiknak egyaránt. Köszönjük a beszélgetést.**

Interjúorozatunkat folytatjuk. Reméljük, hogy további piaci szereplőket is sikerül megszólaltatnunk. Így egy kicsit más, eddig talán kevésbé megszokott szemszögből ismerhetjük meg azokat a cégeket, amelyek képviselőivel, termékeivel vagy szolgáltatásaival nap mint nap találkozunk.

**Pólya Árpád–Varanka Mariann**  
www.agrostratega.blog.hu