DIGITÁLIS AGRÁRIUM – SZÉKELYFÖLDI INNOVÁCIÓ

Az agrárium digitalizációjának térségi környezete

DIGITÁLIS AGRÁRIUM – SZÉKELYFÖLDI INNOVÁCIÓ

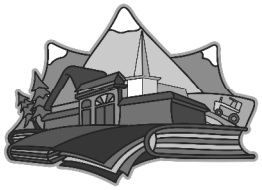
Az agrárium digitalizációjának térségi környezete

Szerkesztette: Biró A. Zoltán, Magyar Ferenc

Státus Kiadó
Csíkszereda, 2019

A kutatási program és a kiadvány az Agrárminisztérium támogatásával valósult meg

Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány



Digitális agrárium – székelyföldi innováció

Az agrárium digitalizációjának térségi környezete

Szerkesztette
Biró A. Zoltán
Magyar Ferenc

© Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány
© Szerzők
© Státus Kiadó

Kiadja a Státus Könyvkiadó

ISBN: 978-606-661-092-6

Készült a Státus Nyomdában Madéfalván 2019-ben
www.status.com.ro
office@status.com.ro

TARTALOM

Előszó **7**

I. Tanulmányok

Munkacsoport
Agrárium – digitalizáció – vidéki térség 13

Biró A. Zoltán
Digitális vagy nem digitális? IKT eszközök és tartalmak
a fiatal gazdák gyakorlatában 29

Biró A. Zoltán
Agrártematizáció a vidéki médiában..... 55

Sárosi-Blága Ágnes
Digitális társadalmi innováció – vidéki térség 71

Székely Kinga Katalin
A székelyföldi innovatív agrártevékenységek online jelenléte 86

II. Szakértői szempontok

Török Jenő
„A mélyponton már túl vagyunk…" 97

Könczei Csaba
„Ha valaki valamit megvalósít, azt általában megosztja..." 102

Becze István
„A digitalizáció megkerülhetetlen…" 107

Orbán Miklós
„Arra kellene rábírni a gazdákat, hogy alkalmazásokat használjanak…" 112

Mátéffy Mária
„Ha nincs innováció, akkor nem lesz együttműködés..." 117

Miklós Ervin
„A térségbe behozott tudással helyi speciális
megoldásokat kell kialakítani…" 123

Máthé Emma
„Digitális eszközök nélkül nem lehet továbblépni...” 130
Cilip Árpád
„A gazdák jövője a képzésen és az összeálláson múlik…” 135
Dániel Rajmund
„Fontos annak a tudatosítása, hogy miért szükséges
az innováció, a technológia…” 142
Orbán Szabolcs
„Ezekkel az eszközökkel minőséget tudok előállítani…” 149

III. Vélemények és gyakorlatok

„Fontos, hogy az innováció célzott legyen...”
László Csongor 157

„Korunk mezőgazdasági technológiája
a precíziós gazdálkodás kell, hogy legyen.”
Molnár Róbert 165

„Ha bármilyen információ kell, akkor ott van az Internet…”
Bereczki Attila 171

„Vannak, akik kicsit félnek az ilyen újabb dolgoktól…”
Bartha Gellért 177

Igen, folyamatosan használok internetet
Petréd Károly 184

„A Facebook-on a vásárlóinkkal személyesen is tartjuk a kapcsolatot…”
Jakab Antal, Jakab Péter 188

„Egy pontos időjárás előrejelzőre szükségünk volna…”
Mátyás János Szabolcs 196

„Legyen egy beszédtér, igazából az lenne a fontos…”
Gedő Hunor 201

A kötet szerzői 211

ELŐSZÓ

A digitális eszközök, technológiák, tartalmak térnyerési folyamata periferikus, félperiferikus helyzetű vidéki térségekben ellentmondásokkal terhelt, többszintű folyamat. A digitális fejlesztések globális kínálata természetesen a vidéki térségekben is jelen van, és azt tapasztalhatjuk, hogy az egyéni/családi életvezetésben a digitális eszközök és tartalmak egyre nagyobb szerepet kapnak. A globális digitális kínálat gyakorlati hasznosítása azonban jóval visszafogottabb mértékű a vidéki intézmények/hivatalok működtetésében, a gazdasági szektorban, a közérdekű szolgáltatásokban. Ezen a téren a digitalis kínálathoz való felzárkózás jóval lassúbb ritmusban történik. Hangsúlyosan érvényes ez a megállapítás a térség agrárjellegű tevékenységeire, amelyek – számos objekítv és szubjektív tényező okán – még tartózkodóbbak a digitális világhoz való igazodásban, mint a hivatalok, szervezetek vagy üzleti jellegű vállalkozások.

Az agrárium digitalizációjának kérdésköre közel két évtizede a fejlett és a fejlődő országokban egyaránt napirenden van. A kihívások, a fejlesztési feladatok országokként, térségekként nagyon eltérőek lehetnek, abban azonban ma már egyetértés van, hogy az IKT eszközök, technológiák és tartalmak hasznosítása ebben az ágazatban nem kerülhető meg. Az agrárium digitalizációs folyamata (AD) a vidéki térségek számára egyszerre jelent fejlődési lehetőséget és fejlesztési kényszert. A lehetséges pozitív hatások között kiemelt szerepet kap a termelési költségek csökkentése, az input tényezők optimizálása, az alacsonyabb termelési kockázat, a hatékonyabb kommunikáció termelő és fogyasztó között, nem utolsósorban a digitális eszközök, technológiák, tartalmak használatához kapcsolódó szemlélet és mentalitásváltás.

A vidéki térségek szempontjából viszont az is kérdés, hogy ezek a potenciális előnyök mennyire fontosak a térségi agrárszereplők számára. A térségi adottságok melyik előnyforma milyen mértékű elérését teszik aktuálisan lehetővé? Milyen ebből a szempontból a székelyföldi térség befogadó közege? Mire épülhet rá az agrárium digitalizációs folyamata? Melyek a leépítésre váró korlátok? A térségre

jellemző sajátos társadalomtörténeti tényezők az IKT alapú lehetőségek és kínálatok széles köréből milyen innovációk térségi adaptációját teszik lehetővé rövid- vagy középtávon?

A csíkszeredai Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány 2011-ben indított agrárinnovációs program sorozata (térségi szakmai fórumok szervezése, tudástranszfer program, mesteri és felnőttképzés, a székelyföldi agrárinnovációs folyamatok elemzésére irányul kutatás- és kiadvány sorozat, a Pro Scientia Ruralis folyóirat indítása) a térségi tematikus elemzések kapcsán értelemszerűen vezetett a digitalizáció kérdésköréhez. Ez az a témakör, amely – holisztikusan – egy értelmezési, szakpolitikai és tervezési keretbe foghatja össze mindazokat az elemzésre, értelmezésre és támogatásra váró problémákat, amelyekkel a székelyföldi agrárium ma szembesül.

Ma már aligha vitatható, hogy az agrárium digitalizációja terén ebben a térségben is lépni kell. A digitális fejlődés globális kínálata adott. Eszközök, technológiák, hálózatok, tudástartalmak, máshol már kialakított sikeres gyakorlatok sora áll rendelkezésre, ezek megismerése előtt nem állnak akadályok. Az azonban fontos kérdés, hogy az IKT eszközök és tartalmak használatát szorgalmazó tényezők milyen mértékben tudják megváltoztatni azt a hagyományos térségi gazdálkodási modellt, amely mögött a termelői tevékenység, az információszerzés és az ügyvitel, a tudásszerzés, a kapcsolatkezelés és a saját tevékenység társadalmi pozícionálása terén sok évtized alatt állandósult kulturális minták, magatartási modellek, normák és értékek állnak. Nem kétséges, hogy a digitális megoldások alkalmazását jelenleg korlátozó vagy késleltető tényezők fokozatosan háttérbe fognak szorulni, az azonban korántsem mindegy, hogy mikor és milyen ütemben fog ez megtörténni, mikor nyernek teret a térségben az agrártevékenység korszerű és versenyképes modelljei. Az IKT eszközök, technológiák és tartalmak mai kínálata elvben lehetővé teszi ezt a térségi léptékű modernizációs váltást, azonban a változási folyamat ténylegesen még nem indult el, és térségi léptékű modellezése, szakpolitikai tervezése, menedzselése és támogatása is várat magára.

A fenti témakör a kiadványsorozat korábbi köteteiben is gyakran terítékre került. Ebben a kötetben részben a korábbi tapasztalatok összegzése, részben újabb elemzések nyomán azt a társadalmi fogadó közeget igyekeztünk körvonalazni, amellyel a digitális kínálatnak – és természetesen a fejlesztéspolitikai tervezésnek és gyakorlatnak is – ebben a térségben „találkoznia" kell. Meggyőződésünk,

hogy a vidéki társadalom által kitermelt és működtetett befogadó közeg ismerete képezhet kiindulópontot mindazon szakmai, szakpolitikai megközelítések és programok számára, amelyek a térségi agrárinnovációs folyamat térnyerését ösztönözni vagy támogatni próbálják. A kötet tanulmányainak, interjúinak anyagaival ösztönözni kívánjuk az agrárium működéséhez közvetlen vagy követett módon kapcsolódó térségi gazdasági, szakmai, oktatási, közéleti szereplőket, hogy rendszeresen napirenden tartott témaként és a térségfejlesztés stratégiai fontosságú ügyeként kezeljék az agrárium digitalizációjának folyamatát.

Csíkszereda, 2019. augusztus

A szerkesztők

I. Tanulmányok

Munkacsoport

AGRÁRIUM – DIGITALIZÁCIÓ – VIDÉKI TÉRSÉG[1]

1. Bevezető

Az utóbbi években szakmai rendezvények, bemutatók révén a székelyföldi térségben is napirendre került az agrárium digitalizációjának (AD) folyamata, elsősorban a precíziós mezőgazdaság témaköre kapcsán. A szakmai vagy fejlesztéspolitikai jellegű alkalmi tematizációktól függetlenül ebben a térségben is egész sor olyan kezdeményezés, változás, innovatív próbálkozás tapasztalható, amelyek besorolhatók az AD folyamat fogalomkörébe. Ide sorolható például a precíziós mezőgazdasági gépek vásárlása, az élelmiszer feldolgozásban a digitális technikát hasznosító technológiák és eszközök használata, de olyan tevékenységek is, mint az Internet alapú tanulás és kapcsolatmenedzsment. A banki műveletek online végzése, on-line szolgáltatások és alkalmazások igénybevétele stb. Ez utóbbiak nem a térségi agrárszektorban jelentkező speciális innovációk, csupán arról van szó, hogy ebben a félperiferikus vidéki térségben is szélesebb körben teret nyert a mindennapi életvezetésben az IKT eszközök, technológiák, tartalmak használata, és ez a használati mód értelemszerűen kiterjedt az agrárszereplőkre, illetve az agrárjellegű tevékenységekre is. Ezek a kezdeményezések és folyamatok ebben a térségben nem tematizálódnak AD folyamatként, a bevezető mondatokban említett alkalmi szakmai tematizációktól eltekintve még várat magára az agrárium digitalizációjának térségi lehetőségként, igényként, feladatként vagy programként való megjelenítése.

Legkevesebb két tényező feltétlenül indokolttá tenné, hogy az AD folyamat ebben a térségben is definiálásra kerüljön akár igényként, akár lehetőségként vagy stratégiai jellegű szakmai programként. Az egyik szorgalmazó tényező az, hogy a térség lakosságának agrárérintettsége rendkívül magas, a tág értelemben felfogott

---

[1] A tanulmány a székelyföldi agrárium digitalizációs folyamata kapcsán azokat a kutatási tapasztalatokat foglalja össze, amelyeket Intézetünk az elmúlt évek során a Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány megbízása alapján a térségi agrárinnovációs folyamatok vizsgálata terén szerzett. A Program vezetője Biró A. Zoltán

agrártevékenységben a térségi háztartások több mint ötven százaléka valamilyen módon, valamilyen mértékben érintett (földtulajdonlás, munkaerő lekötés, élelmiszertermelés önfenntartás vagy piaci értékesítés céljából). Ebben az ágazatban a romániai rendszerváltás utáni három évtizedben nem indultak be olyan folyamatok, amelyek ennek az ágazatnak a modernizálódását szerkezeti léptékben elindították volna. Okkal feltételezhető, hogy az agrárium digitalizációjának a folyamata ösztönözné ennek az ágazatnak a térségi modernizációját. A másik ösztönző tényező ahhoz a globális trendhez kapcsolható, amely egyfelől a vidéki térségek fölértékelődését, másfelől pedig a az IKT technológiáknak és tartalmaknak az agrártevékenységben való alkalmazását szorgalmazza. Az AD folyamatról egyre több szó esik, egyre több a digitalizáció mellett szóló érv és egyre több az átvehető sikeres megoldás is. Ez a külső innovációs kínálat a vidéki térségek számára fejlődési lehetőségként jelentkezik, míg az elsőként említett tényező belső fejlődési kényszerként. A kettő együttes hatása olyan aktuális és fontos kihívás, amely a térségi lakosság magas fokú agrárérintettsége okán komplex térségfejlesztési feladatként is értelmezhető. Az AD folyamat alakulása ebben a térségben legalább annyira komplex társadalmi-kulturális kérdés, mint amennyire agrárkérdés. Olyan aktuális térségfejlesztési kihívás, amely az innováció jellegéből adódóan három nagy problémakör elemzését és kezelését hozza előtérbe. Az első a térségi adottságok és folyamatok elemzése, illetve ebben a kontextusban az innovációs kihívásnak az adott térség szemszögéből való minél részletesebb, pontosabb értelmezése. A második az innovációs folyamat korlátainak azonosítása. A harmadik a programszerű szakpolitikai munka megalapozása, tervezése, illetve végzése. A témához kapcsolódó szakmai megközelítések – különösen az utóbbi évtizedben, az IKT eszközökhöz és technológiákhoz való hozzáférés általánossá válását követően – sokféle mérlegelhető és hasznosítható modellt, gyakorlati megoldást kínálnak[2].

Tanulmányunk célja az, hogy a székelyföldi térség adottságai, jelenlegi társadalmi folyamatai, valamint az agrárium jelenlegi térségi működése szempontjából mutassuk be, illetve értelmezzük az AD jelenlegi állapotát, az AD erősítése

[2] Az agrárium digitalizációjának folyamatával nagyon sok szakpolitikai anyag révén foglalkozik az Európai Unió, az ENSZ, a FAO, az OECD és más szervezetek, ehhez a témához kapcsolódó szakfolyóiratok és konferenciaanyagok, egy-egy földrész vagy ország helyzetét, fejlesztési lehetőségeit tárgyaló anyagok. Jellemző és a vizsgált térség szempontjából is hasznos példa ez utóbbira: Rodriguez, M., Rodriguez A.(coord.) Information and communication technologies for agricultural development in Latin America. UN ECLAC, Chile 2013.

érdekében tehető lépéseket, illetve azokat a térségi tényezőket is, amelyek a jelenlegi állapot kialakulását meghatározták, és a további fejlesztési lépések számára is meghatározó kontextust jelentenek. Az ilyen jellegű szakmai megközelítéseknek kétféle szintje van. Lehet abból a szemszögből tárgyalni az AD folyamatot, hogy melyek a lehetőségek és a kívánalmak, értelemszerűen a ma rendelkezésre álló IKT fejlettségi szint (csúcstechnológiák) függvényében. Lehet azonban abból a szemszögből is vizsgálni a kérdést, hogy az adott térség (jelen esetben egy félperiferikus vidéki térség, amelynek mai működését nagyon sajátos társadalomtörténeti folyamatok is jelentős mértékben befolyásolják) számára a lehetőségek és kínálatok köréből minek, milyen mértékben és milyen módon van realitása. Erre egy jellegzetes példa annak vizsgálata, hogy milyen pozitív hatásokkal járhat az AD erősítése. Az elvben lehetséges pozitív hatások között például kiemelt szerepet kap a termelési költségek csökkentése, az input tényezők optimizálása, az alacsonyabb termelési kockázat, a hatékonyabb kommunikáció termelő és fogyasztó között. A vizsgált térség szempontjából viszont a tényleges kérdésfelvetés azzal kapcsolatos, hogy ezek az előnyök mennyire fontosak a térségi agrárszereplők számára, illetve a térségi adottságok melyik előnyforma milyen mértékű elérését teszik aktuálisan lehetővé. Hasonló megközelítésben érdemes megvizsgálni minden olyan tényezőcsoportot, amely az AD kapcsán – általános megközelítésben – előnyként, hátrányként, lehetőségként, fejlesztéspolitikai feladatként, társadalmi tematizációs programként, stratégiakésztési feladatként felmerül.

2. Tematizáció a félperiferikus helyzetű térség szemszögéből

Az agrárium digitalizációjának folyamatát illetően két domináns megközelítéssel találkozhatunk. Az egyik a nagyüzemi/nagyléptékű gazdálkodáshoz, termeléshez kapcsolódik, és elsősorban azokat érinti, akik termelőként vagy kutatóként/szakértőként tényleges szerepet játszhatnak az élelmiszer előállítás bővítésének, hatékonyságának növelésében. Ez a megközelítés a szűk értelemben vett agrárszegmens modernizációját célozza a digitális és más jellegű csúcstechnológiáknak az agrártevékenységbe való integrálása révén. A másik megközelítés holisztikusabb jellegű, az agrárjellegű vidéki térségek digitalizációs folyamatára irányul, amelyben a mezőgazdasági termelés strukturálisan összekapcsolódik a rurális életvitel egyéni és közösségi szintjeivel (vállalkozási formák, tudásszerzés, hálózati szerveződés, közösségfejlesztés, arculatépítés, lokális identitás és mások). Ebben a megközelítésben az agrárium digitalizációjának folyamata a helyi fejlesztés, a vidékfejlesztés

része, és mind a helyzetelemzés, mind pedig a fejlesztési elképzelések kidolgozása terén komplex, többirányú megközelítést igényel.

Az IKT eszközöknek, technológiai eljárásoknak és tartalmaknak a szélesebb értelemben vett agrártevékenységbe való beépítése olyan folyamat, amely vidéki térségekben alapvetően nem az agrárszegmens és nem a vidék igényköréből nőtt ki. Az agrárszegmens és a vidéki társadalom csupán fölismeri a már kifejlesztett új eszközök és technológiák hasznosításának lehetőségeit. Jellegzetes példát jelent az a tapasztalat, hogy vidéki térségben – az agrárszereplők körében is – az egyéni életvezetés síkján egyre nagyobb szerepet játszanak a digitális eszközök és tartalmak, miközben azok az agrárjellegű tevékenységekbe nem, vagy csak részlegesen épülnek élelmiszerigényének kielégítése. Ezekhez a célokhoz és tematizációkhoz kapcsolódik ma már – vidéki térségek kapcsán – egyre gyakrabban a tág értelemben felfogott agrártevékenység társadalmi integrációs szerepe, az agrárjellegű tevékenységek és termékek környezetbarát, egészségvédő funkciójának hangsúlyozása.

A következőkben néhány olyan megközelítést mutatunk be, amelyek az agrárium digitalizációs folyamatát a fentebb megfogalmazottak szemszögéből értelmezik. Célunk az, hogy ennek a vidéki térségek szempontjából nagyon fontos és komplex innovációs lehetőségnek olyan szakmai tematizációját indítsuk el, amely a vizsgált térség adottságai és lehetőségei szemszögéből igyekszik értelmezni a rendkívül széleskörű és folyamatosan bővülő „külső" innovációs kínálatot. Ez a külső innovációs kínálat korántsem csupán eszközöket (gépeket) és technológiákat tartalmaz, sőt, sokkal inkább a tudásanyag és a szemléletváltás az, amelynek megismerése, értelmezése és értékelése a vidék szemszögéből a legnagyobb kihívást jelenti. Különösen abban az esetben, ha ez a kínálat újszerűsége és folyamatosan megújuló jellege miatt a térségi viszonyokhoz való adaptálás egyáltalán nem magától értetődő. Ilyen helyzetben az innovatív kínálat alapvető összetevőinek megismerése, értelmezése olyan térségi léptékű tematizációs folyamat keretében tűnik kezelhetőnek, amely nem csupán az innovatív technológiai megoldásokra hívja fel a figyelmet, hanem az azok mögött álló szemléletváltás alapjaira is. Ismertetésünk bevezető jellegű. Olyan szakmai anyagokra alapozunk, amelyek agrárjellegű vidéki térségek fejlesztése kapcsán elemezték az agrárium digitalizációjának társadalmi kontextusát, lehetőségeit és korlátait. A következő oldalakon olyan megközelítések és értelmezések bemutatására vállalkozunk, amelyeket – a térségben végzett

korábbi elemzések eredményei alapján nem csupán fontosnak, hanem szélesebb körben tematizálhatónak is tartunk. A külső tematizációs kínálat (szakmai, fejlesztéspolitikai, gazdasági stb.) továbbra is növekedni fog, ebben a helyzetben a vidéki térségek számára több mint fontos, hogy ezt a külső kínálatot lefordítsák és értelmezzék a saját adottságaikhoz viszonyítva. A térségi léptékű tematizációs gyakorlat fölépítése és működtetése térségi szereplőkre vár és térségi beruházást igényel. Hangsúlyozzuk, hogy a további tematizációs munkában ezeket a megközelítéseket mennyiségi és tartalmi vonatkozásban bővíteni kell. bele. Az IKT alapú eszköz-, technológia- és tartalomkínálatnak az agrártevékenységekbe való beépítése – a vidéki társadalom szemszögéből nézve olyan „külső érdekként" jelenik meg, amelyet fejlesztő szakemberek, szakpolitikusok, innovatív eszközöket és technológiákat forgalmazó cégek képviselnek. Az IKT technológiái által lehetővé tett hasznosítási lehetőségek és az agrártevékenységek működési modellje között az olló térségeként, földrészenként, országonként nagyon tág lehet. Ennek a távolságnak a csökkentése az utóbbi időszakban társadalmi és politikai követelményként, közérdekű fejlesztési feladatként is tematizálódott olyan érvek alapján, mint a technológiai innováció szükségessége, a termelési költségek csökkentése, környezetbarát gazdálkodás, a népesség várható

Az AD folyamat több mint az agrártermelők támogatása

Az AD folyamatot sürgető vagy támogató megközelítésekben – legyen szó szakmai, szakpolitikai vagy üzleti/értékesítési szereplőkről – rendszerint az kerül első helyre, hogy minél több egyéni vagy közösségi vállalkozás indítson el digitális fejlesztés célzó beruházásokat, vásároljanak gépeket, technológiákat, azokat illesszék be a tevékenységükbe, és szolgáljanak követendő jó példaként a térség többi szereplője számára. Ezek az elképzelések arra alapoznak, hogy az innovatív megoldások gazdasági hatékonysága be fog igazolódni, a beruházás mérhető mértékben megtérül, és ennek következményeként az innováció terjedése az adott térségben öngerjesztővé válik. Ez az elgondolás minden bizonnyal sikeresen működhet az élelmiszertermelésre alapozó nagyvállalkozások esetében, bár ott is szükség lehet az olyan „támogató rendszerek" kialakítására, mint a térségre szabott digitális szolgáltatások (jellemző példa lehet erre az adott térségére szabott időjárás előrejelzési szolgáltatás vagy a növényvédelmi előrejelzés rendszerének kiépítése stb.), a tudásforgalmazás és a térségi tudástermelés rendszerének kialakítása, a speciális (ágazati, tematikus) applikációk kifejlesztése, szaktanácsadás, hálózatépítés és hason-

lók. A tágabb értelemben felfogott agrártevékenység esetében pedig számolni kell azzal, hogy az eszköz- és technológia forgalmazást meg is kell előzze a térségi vagy ágazati jellegű „támogató rendszerek" kialakítása. A digitális fejlesztés kettős modelljének (cégek, kezdeményezések eszköz-és technológia beszerzésének ösztönzése vagy támogatása egyfelől, térségi vagy ágazati támogatási rendszerek kiépítése másfelől) kialakítása alapvető feltétel ahhoz, hogy a digitalizációs folyamat fenntarthatóan elinduljon, és ne korlátozódjon csupán többé-kevésbé sikeres egyéni/ egyedi innovatív beruházásra. A gyakorlati kérdés természetesen az, hogy a digitalizációs folyamat kezdetén álló vidéki térségben kik lehetnek a gazdái (és beruházói) a támogató rendszereknek?

Az AD folyamat több mint technológiai innováció

Vidéki térségekben az agrárvállalkozások nagytöbbsége kis- és közepes vállalkozás, sok esetben családi léptékű vállalkozás. Gyakran hallani olyan véleményeket, hogy ezek a szerény tőkeerővel rendelkező agrárvállalkozások nem lehetnek mérvadó szereplői a digitalizációs folyamatnak, mert nincsen anyagi lehetőségük csúcstechnológiát képviselő gépek, technológiák megvásárlására. Az IKT alapú tevékenységek köre azonban jóval szélesebb, mint amit az eszközvásárlás jelent. Ezek ma még vidéki térségekben csupán lehetőséget jelentenek, vagy kezdetleges formában vannak jelen. Arra érdemes azonban számítani, hogy az agrárium digitalizációs folyamatának hangsúlyozottabb előtérbe kerülésével ezek a tevékenységek egyre nagyobb súllyal fognak megjelenni az agrárszerepelők munkarendjében és életvitelében. A szakpolitikusok, fejlesztéspolitikai tervezők számára fontos feladat, hogy ne csupán egy-két tevékenységet szorgalmazzanak vagy támogassanak, hanem az IKT alapú lehetőségek minél szélesebb körét. Ami az eszközjellegű beruházások vagy IKT alapú technológiai folyamatok beépítése mellett hasonlóan fontos eleme lehet a digitalizációs folyamatnak az az együttműködési hálózatokba való minél magasabb fokú gyakorlati implikálódás, a termelési folyamatoknak a nem farm jellegű tevékenységi formákkal való összekapcsolása, a piacra (vagy exportra) való termelés előkészítése, a saját tevékenységre irányuló reflexió (szakmai, hatékonysági) és ellenőrzés növelése, nem utolsó sorban pedig annak az attitűdnek és képességnek a kialakítása, hogy az agrárszereplők tudjanak kilépni a lokális/ ágazati szerkezetekből, tudjanak rákapcsolódni azokra a nagyobb digitális rendszerekre, amelyek a tájékozódást, a versenyképességet támogathatják. Ez az egyszerű és korántsem teljes felsorolás azt jelzi, hogy az agrárium digitalizációs folyamata a

vidéki térségek számára sokkal több fejlődési lehetőséget tartalmaz, mint ami a mai tematizációs gyakorlatban megjelenik. Nem utolsó sorban pedig a digitalizáció az agrárjellegű tevékenység olyan típusú újrapozícionálásának a lehetőségét hordozza, amely vidéki térségben föl tudja váltani az agrártermelőről több évtizede kialakult, alapvetően kedvezőtlen képet.

Az AD folyamat direkt és indirekt hatása

A témával foglalkozó szakirodalom rendszerint nyomatékosan kiemeli, hogy az agrárium digitalizációs folyamata több szinten hat arra a társadalmi közegre, amelyben zajlik, és egyik vagy másik hatás túlzott előtérbe helyezése a folyamat egészének félreértéséhez vezethet. Amire a vidéki térség szereplői figyelnek, és amiről körükben a legtöbb szó esik, az a direkt hatás. „Mennyibe kerül a beruházás és mikor térül meg?" – ez a kérdés merül fel elsőként minden esetben, amikor a digitális technológiákra való átállás szorgalmazása kerül előtérbe. Ez a kérdésfelvetés – bármennyire is logikusnak tűnjön – két szempontból is erőteljesen leszűkíti a digitalizációs folyamat értelmezését. Egyfelől azzal, hogy ez a megközelítés a precíziós gazdálkodást hozza előtérbe a többi terület rovására, másfelől pedig azzal, hogy a precíziós gazdálkodás értelmezését és hatását is lényeges mértékben leszűkíti a termelési folyamat racionalizálásából adódó gazdasági haszonra. Ez utóbbi nagyon fontos tényező, és nem véletlen, hogy az egyéni és közösségi gazdálkodók az új technológiákba való beruházáskor ezt a szempontot tartják kizárólagosnak. A precíziós gazdálkodás hatása azonban ennél jóval szélesebb körű, hiszen kibővíti az alkalmazott technológiák körét és ezzel kitermeli a termelési technológiákra való figyelésnek a korábbinál magasabb szintjét, erősíti a termelési folyamat feletti kontrollt, csökkenti a környezeti terhelést (vegyszerek hatása), a termelési folyamatban a mechanikus kivitelezés ellenében erősíti a mérlegelés és döntéshozatal szerepét, és nem utolsó sorban növeli annak az agrárvagyonnak az értékét, amelynek működtetésében a digitális technológiáknak szerepük van. Az a tény, hogy a precíziós gazdálkodással kapcsolatos döntésekben vidéki térségekben egyelőre csak a gazdasági megtérüléssel kapcsolatos mérlegeléseknek van fontos szerepe csak azt jelzi, hogy az adott térség még a digitalizációs folyamat kezdeti fázisánál tart. Abban a fázisban van a változási folyamat, amelyben a térségi szereplők még nem rendelkeznek a külső innovációs kínálat komplex mérlegeléséhez szükséges tudással, és döntéseiket a digitalizációs folyamatot megelőző magatartási paradigmák és mentális modellek mentén hozzák. Ennek követ-

kezménye az, hogy a digitális technológiákba való beruházások direkt hatásainak nagyobb részére nem is figyelnek fel.

A fenti gondolatmenet jól jelzi a digitalizációs folyamat komplexitását, azt, hogy a direkt hatások mellett hangsúlyosan tematizálni kell a másodlagos és harmadlagos hatásokat is. A gondot azonban az okozza, hogy a par excellence mezőgazdasági szereplők számára (egyéni és közösségi termelők) még a direkt hatások (saját közvetlen előnyeik) fölismerése is hiányos vagy nehézségeket okoz. Periferikus vidéki térségben nem várhatjuk ezektől a szereplőktől, hogy a digitalizációs folyamat másodlagos és harmadlagos hatásait is fölismerjék, mérlegeljék. Még kevésbé várhatjuk tőlük, hogy az indirekt hatások érdekében beruházzanak. Annál is inkább, mert a térség jellegéből adódóan az innovatív agrárkezdeményezések száma kicsi, az egyes vállalkozások működtetésében pedig a fennmaradási gondok nagyobb szerepet játszanak, mint a fejlesztési elképzelések. Ezért számolni kell azzal, hogy a közvetett hatásokra való figyelés, a közvetett hatásokba való beruházás periferikus vidéki térségben részben vagy egészében állami, regionális vagy lokális léptékű közpolitikai feladat. Nem egy esetben még azzal is számolni kell, hogy az ilyen jellegű közérdekű kezdeményezésekhez az agrárszereplők csak vonakodva vagy részlegesen kapcsolódnak.

Az agrárium digitalizációjára irányuló folyamat közvetett (másodlagos és harmadlagos) hatásai társadalmi léptékben és hosszabb időtávban fontosabbak, mint az az anyagi haszon, ami az eszközparkba való beruházásból vagy a digitális technológiák telepítéséből rövidtávon származhat. Ehhez azonban az indirekt hatások programszerű térségi tematizációjára van szükség. Nézzük röviden a fontosabb tényezőket.

A másodlagos hatások körébe sorolhatók azok a változások, amelyeket az IKT eszközök és technológiák mindennapi használata alakít ki. Ezek a változások az agrárszegmenstől függetlenül indulnak el vidéki térségekben, és kisebb-nagyobb késéssel az agrárszereplők is rácsatlakoznak ezekre a folyamatokra, miközben nem is tematizálják a maguk számára azt, hogy ezzel az agrárium digitalizációs folyamatának a részesei, vagy akár kezdeményezői. Jellegzetes példát erre a pénzügyi-banki szolgáltatások igénybevétele jelenti, illetve a digitális technológiákra alapozó hálózatosodás. Az előbbi elfogadása, alkalmazása vidéki térségekben viszonylag egyszerűbb folyamat abban az értelemben, hogy a mobiltelefonok gyors térnyerésével a digitális ügyintézés gyakorlata az életvezetés egyre több területén elfogadottá válik, és a pénzügyi szolgáltatásoknak az agrárvállalkozások menedzsment-

jébe való beillesztése (kártyák használata, bankügyletek intézése, pénzügyi információk kezelése, elektronikus vásárlás gyakorlata) nem igényel külön innovációs beruházást. Ezeknek az innovációknak a mindennapi alkalmazását segíti az ügyintézési-kommunikációs költségek csökkenése, a digitális hálózatokhoz való hozzáférés általánossá válása, különösen a fizikai helyzet nem kötött ügyintézés gyakorlatának előtérbe kerülése, az ügyintézéshez szükséges jártasságok birtoklásának társadalmi normává válása is.

A hálózatosodáshoz kapcsolódó másodlagos hatások kihasználása vidéki térségekben már korántsem ilyen egyértelmű folyamat. Ebbe a körbe a termék-értékesítési folyamat (elektronikus kereskedelem, a digitális tartalomgyártás sokféle módja, hálózati értékesítés és sok más elem) olyan modelljei tartoznak, amelyek professzionális szintű alkalmazása a vidéki térségek agrárszereplői számára korántsem egyértelműek. Ma már a műszaki-technikai feltételek adottak ahhoz, hogy az agrárszereplők tevékenységükbe beépíthessék az e-kereskedelem minden megoldását, a korlátok azonban alapvetően nem műszaki-technológiai jellegűek. Ezeknek csak kisebb és jelentéktelenebb részét képezi az, hogy egyelőre hiányok vannak az ilyen tevékenységekhez szükséges személyi jártasságok terén. A fontosabb korlátot az jelenti, hogy a hálózati szerveződés olyan társadalmi struktúrák „felépítését" jelenti, amelyek a periferikus vidéki térségek szereplői számára idegenek/ismeretlenek. A fizikai térhez kötött kapcsolatrendszer és kapcsolatépítési gyakorlat, a személyes-bizalmi kapcsolatok felügyeletét valós térben biztosító társadalmi rutin, az erős kapcsolatok prioritása mind-mind olyan tényező, amely ismert és begyakorolt társadalmi mintaként strukturálisan szemben áll a hálózatosodás digitális mintázataival. Amennyiben az agrárszereplők körében kiépülnének és megszilárdulnának a digitális eszközökre és technológiákra alapozó új hálózati struktúrák az valóban nagyon jelentős változást eredményezne a vidéki térségek működési rendszerében, és az agrárium digitalizációs folyamatában tényleges innovációs áttörést eredményeznének.

A leginkább összetett, és hosszabb távon a vidéki térségek fejlődésében nagyobb szerepet játszó folyamatok a harmadlagos hatások körébe sorolhatók. Ebbe a körbe olyan változások sorolhatók, amelyek térségi léptékben módosíthatják a szélesebb értelemben vett agrárszegmens működését. Fontosabb területei a következők: tudásmegosztás és térségi tudástermelés, digitális alapokon történő közösségszervezés, az e-kormányzáshoz kapcsolódó regionális és lokális gyakorlatok kialakítása és működtetése, a környezetvédelmet és az egészségmegőrzést

támogató attitűdök és gyakorlatok digitális platformjainak kialakítása, a lokális vagy regionális hálózati struktúrák olyan modelljeinek működtetése, amelyek az agrárjellegű tevékenységet (a hobbitevékenységtől a vállalkozásig) a települések/térségek társadalmába holisztikus módon, szerves alkotóelemként illesztik bele. Az agrárium digitalizációs folyamata ehhez ösztönző keretet és számtalan gyakorlati/cselekvési modell kínál, az IKT eszközöknek és technológiáknak köszönhetően alacsony költségek mellett. Amit azonban meg nem kerülhető beruházásként figyelembe kell venni az a programszerűen végzett/végzendő komplex tematizációs munka, amely az agrárium digitalizációs folyamatának várható direkt és indirekt hatásait együttesen tudja kezelni. Olyan periferikus vagy félperiferikus vidéki térségekben, amelyekben a lakosság agrárérintettsége magas (a székelyföldi térségben a városi családokat is beleértve ez meghaladja az ötven százalékot), az agrárium digitalizációs folyamata nem szektoriális, hanem közügyként kezelendő társadalompolitikai és fejlesztéspolitikai kérdés.

A korlátozó tényezőkről röviden

Az agrárium digitalizációs folyamatának tervezését vagy támogatását nem célravezető elindítani úgy, hogy ne vennénk számba a folyamat elindítását és fenntartását korlátozó térségi tényezőket. Térségen kívüli korlátozó tényezőkkel nem nagyon kell számolnunk, a külső eszköz- és technológia kínálat már ma is jelentős és várhatóan erősödni fog, a szakpolitikai ösztönzés (ha másként nem is, de a tervezés és a tematizáció szintjén növekedni fog, nem utolsó sorban pedig számítani lehet az ilyen folyamatokba bevonható pályázati forrásokkal is. A korlátok egyik része azokból az adottságokból és magatartásokból adódik, amelyeket a vidéki térségek a kívülről jövő innovációk elfogadását illetően „hagyományosan" kialakítottak és működtetnek. Másik részét pedig az IKT csúcstechnológiai fejlesztések ritmusa és a vidéki térségek fejlődési üteme közti olló növekedése okozza, ami a vidéki társadalom adaptációs képességét folyamatosan próbára teszi. A korlátozó tényezők elemzésével foglalkozó szakirodalom többféle csoportosításban mutatja be, vagy jobb esetben elemzi is az agrárium digitalizációja előtt álló akadályokat, az esetek többségében az innovációk disszeminációjában érdekelt szereplők szempontjából. Ezek a megközelítések értelemszerűen a vidéki térségek leértékeléshez, elmaradottságuk hangsúlyozásához vezetnek. Valamelyest enyhül a negatív kép, ha abból indulunk ki, hogy az adott vidéki térség az agrárium digitalizációs folyamatát illetően milyen mértékű és mélységű (intenzitású) innovációra

képes, és ennek alapján azt a kérdést tesszük fel, hogy a térségi igény megvalósulását milyen belső tényezők korlátozzák. A korlátozó tényezők címszerű listája a kétféle megközelítésben hasonló lehet, azonban lényegesen más lesz az egyes korlátozó tényezők megítélése, és mások lesznek a lebontásukra javasolt megoldások is.

A periferikus helyzetű vidéki térségekben működő korlátok szakmai számbavételére és értelmezésére – az elemzés dimenziója szerint – kétféle megközelítés kínálkozik. Egyik esetben azokat a térségi társadalmi-kulturális tényezőket kell részletekbe menően számba venni és értelmezni, amelyek vidéki térségben a kívülről jövő innovációhoz (jelen esetben IKT innováció) való viszonyulást meghatározzák. Az ilyen elemzés elvégzése komplex, időigényes szakmai munka. Másik esetben a korlátok számbavétele azoknak a tényezőknek a vizsgálatára korlátozódik, amelyek közvetlenül befolyásolják az IKT eszközöknek, technológiáknak és tartalmaknak az agrárjellegű tevékenységbe való beilleszkedését. Ebbe a sorba az agrártermelők oldalán olyan tényezők kerülnek bele, mint az agrárszereplők általános képzettsége (műveltsége, iskolázottsága), az életkor szerepe az innovációkhoz való viszonyulásban, a digitális jártasságok szintje és a jártasságok megszerzésével kapcsolatos hozzáállások, az agrárjellegű technológiai innovációk bevezetésével kapcsolatos magatartások és közösségi jellegű társadalmi minták, nem utolsó sorban pedig a beruházások anyagi vonzatainak kezelési módja. A térségi korlátok közé sorolható a térségi vagy tágabb léptékű szakirányú szolgáltatások, szerveződések működési módja (az információterjesztéstől a szaktanácsadásig), illetve a szakpolitikai folyamatok állapota. A korlátok jellegének, működési módjának és társadalmi szerepének értelmezése vezethet azoknak a kiindulási pontoknak a rögzítéséhez, amelyre az agrárium digitalizációs folyamatának tervezését, illetve a folyamat elindítását alapozni lehet.

3. Az AD folyamat térségi kontextusa

A tág értelemben felfogott térségi agrárium működésében az AD folyamat szórványosan van jelen. Az ilyen irányú változások az esetek nagytöbbségében pontszerűek vagy alkalmi jellegűek. A nagyobb gazdaságok vásárolnak néhány precíziós mezőgazdasági gépet, közösségi gazdaságok tervezik IKT alapú technológiák alkalmazását az állattenyésztésben vagy a termékfeldolgozásban, az innovatív agrártermelők vásárolnak esetenként „okos” gépeket, a nem ágazati jellegű mobilalkalmazások használata az agrártermelők mindennapi gyakorlatában is egyre

hangsúlyosabban jelen van (kapcsolattartás, információszerzés, adminisztratív-banki ügyvitel), nagyon ritkán, de sor kerül olyan térségi szakmai tematizációkra (előadás, konferencia, nyilvános prezentáció, szakmai publikáció) amelyek a precíziós gazdálkodással kapcsolatosak. Az AD folyamat állapota, tervezése a térségi nyilvánosságban nincsen napirenden. A térségi AD folyamatot egyfelől az IKT eszközök, technológiák és tartalmak használatának általános jellegű térségi térnyerése ösztönzi/támogatja, másfelől pedig a fentiekben felsorolt alkalmi, szerény léptékű egyedi, pontszerű fejlesztések és szakirányú tematizációk. Mindez azt jelenti, hogy amennyiben térségi szakmai/intézményi szereplők (vagy akár térségen kívüli szereplők) a térségi AD folyamat stratégiai jellegű fejlesztésével kívánnak foglalkozni akkor ezt a munkát gyakorlatilag az alapoktól kell kezdeni. Tekintettel arra, hogy a térség agrárérintettsége nagyon magas (a háztartások több mint 50 százaléka érintett valamilyen módon az agrárjellegű tevékenységekben), ugyanakkor az AD jellegű folyamatokkal való törődés a globális környezetben már korában elindult, a jelenlegi székelyföldi helyzetképet nem lehet másként definiálni, mint fejlesztési lemaradásként.

A jelenlegi helyzetképet több tényező is magyarázza, ezek kifejtése azonban külön tanulmányt igényelne. A rangsorolás igénye nélkül csupán felsoroljuk – korántsem a teljesség igényével – a fontosabb összetevőket, amelyek ehhez a helyzethez vezettek, illetve amelyek ma is támogatják ennek a helyzetnek a fenntartását. A felsorolt tényezők nagyobb része nem kifejezetten az agrárszegmens működéséhez tartozik, hanem ahhoz az általános jellegű térségi kulturális pattern „csomaghoz", amely a térség társadalomtörténeti folyamatai okán mind a mai napig jelentős hatást gyakorol többek között az agráriumhoz kötődő percepciókra, attitűdökre és cselekvési mintákra és értékelésekre is.

- Az 1989-es romániai változásokat követően a térségben az agrárszereplőknek három csoportja alakult ki. Mennyiségi és társadalmi szerep tekintetében legnagyobb súlya az önfenntartó családi gazdasági modellnek van, amely mind a mai napig meghatározza a fölaprózott birtokszerkezet fennmaradását, a gazdálkodási modellt. A második csoportot a nagyobb földterülettel vagy nagyobb állatállománnyal rendelkező, üzemszerű gazdálkodást folytató farmgazdaságok és társulások/szövetkezések alkotják, ezek száma, térségi foglalkoztatási szerepe azonban nem nagy. A harmadik csoportba a kisléptékű innovatív agrárvállalkozások tartoznak, amelyek térségen kívüli hatások nyomán indultak be, a térségi családi gazdálkodási

modelltől termék, szemlélet, értékrend tekintetében is eltérnek, és amelyek száma, társadalmi szerepe az utóbbi évtized során folyamatosan növekedett. Ebben a hármas rendszerben kevés az olyan agrárszereplő, amely mérete, gazdasági stabilitása alapján jelentősebb mértékű digitális innovációba beruházni tudna.

- Az etnikai kisebbségben lévő vidéki társadalom napirendjében az agrárágazat sajátos módon tematizálódik. A hétköznapi diskurzusban a tematizáció negatív tartalmú („nem működik", „nem érdemes foglalkozni vele", „nehéz munka", stb.). A közéleti tematizációban pedig az agrártematika messze háttérbe szorul az olyan témák mellett, mint a kisebbségi érdekvédelem, az oktatás, a kultúra, a migráció, a településfejlesztés, a turizmus és hasonlók. A hétköznapi diskurzus az agrárinnovációs kísérleteket fenntartásokkal kezeli, a közéleti tematizáció az agrárinnováció folyamatából két elemet emel ki: a terméket (lásd: helyi termék) és a sikeres forrásbevonások mértékét. Az agrárium komplex, a térségi lakosság nagy részét érintő fejlesztési területként a vidéki társadalom napirendjében nem jelenik meg. Ez a gyakorlat nyilván nem kedvez az AD folyamat tematizációjának sem.

- A térségi gazdálkodási szemléletre és gyakorlatra – ez alól csak az üzemszerűen működő farmok kivételek – az üzleti szemlélet hiánya jellemző. A piaci modell és a pénzügyi tervezés hiányának mélyen gyökerező társadalomtörténeti okai vannak, az önfenntartásra és a ciklikus gazdálkodásra alapozó gazdálkodási modell számára ezek a komponensek nehezen kezelhetők. A digitális eszközök és technológiák beépítése azonban már olyan beruházás, amely a ciklikus gazdálkodáson túlmutató gazdasági tervezést igényel. Térségi kutatási tapasztalataink azt jelzik, hogy az üzleti gondolkodás és gyakorlat beépítése még az innovatív agrárvállalkozások esetében is lassú folyamat. Nem csupán arról van szó, hogy az agrárszereplők egy reklámfilm elkészítését vagy gépsor beszerzését költségesnek tartják, hanem arról is, hogy ezeket a beruházásokat nem tudják könnyen beilleszteni a megszokott tevékenység rendjébe. A digitális technológiák térségi elfogadtatásában ez a kontextus esetenként jelentős korlátot képezhet.

- Az agrártevékenységgel foglalkozók gyakori jellemzője az, hogy többféle tevékenységgel foglalkoznak, más munkahelyük is van, úgymond több lábon állnak. A kompetenciák, az időkeret, az erőforrások, a tevékenységek

tekintetében valamiféle megosztás érvényesül az egyes tevékenységek között. Ennek a gyakorlatnak szintén fontos társadalomtörténeti előzményei vannak ebben a térségben, a több lábon állás célja a biztonság megteremtése. Ez a beállítódás és ez a gyakorlat alapvetően behatárolja az agrártevékenységbe való beruházások alakulását, általában a gazdasági innovációkhoz való hozzáállást. Nem csupán azzal, hogy a beruházási erőforrásokat az egyes tevékenységek között meg kell osztani, és így az agrárjellegű beruházásokra is kevesebb jut, hanem mindenekelőtt azzal, hogy ez a beállítódás és gyakorlat az egyes tevékenységi területek közti arányt nem szívesen borítja fel. Még akkor sem, ha egyik területen jelentős változtatási lehetőség adódna, mert ez a több lábon állás szerkezetének átalakulásához, végső soron a stabilitásérzés gyengüléséhez vezetne. A külső szemlélő ilyen esetekben rendszerint csak a beruházástól való tartózkodást látja, és megpróbál érvelni a beruházás előnyös volta, kockázatmentessége mellett. Miközben az agrárszerepelők a kockázatot saját tevékenységük szerkezetének módosulásában látják. (Csak zárójelben jelezzük, hogy ez a magatartás a közösségi gazdálkodási formák tagsága körében is gyakori, és sok esetben akadályoz meg jelentősebb fejlesztési elképzeléseket.)

- A digitális eszközök és technológiák kínálata esetén számolni kell azzal a ténnyel is, hogy az ezekhez kapcsolódó utólagos szolgáltatások (szaktanácsadás, szerviz, továbbfejlesztés stb.) nehezen illeszthetők abba a kapcsolatrendszerbe és kapcsolatmenedzselési gyakorlatba, amely a térségi agrárszereplők nagyobb részét jellemzi. A térségi kapcsolatkultúra alapvetően személyes és bizalmi jellegű, az erős kapcsolatokat, a kölcsönös lekötelezettséget és az egyéni kezelésmódot preferálja, míg a digitális kultúra kapcsolati kultúrája sokkal formalizáltabb, személytelenebb és pragmatikusabb (időtényező, költség, hatékonyság).

- Ebben a térségben a kívülről érkező innovációkhoz való viszonyulás kulturális mintáit általában a kivárás, a halogatás, a távolságtartás vagy éppen a burkolt elutasítás jellemzi, ugyanakkor gyakran tapasztalható, hogy az elfogadás diszkurzív és gyakorlati szintje eltérhet egymástól. További fontos jellemző, hogy a befogadás (a gyakorlati tevékenységbe való beépítés) „adagokban" történik: ami az innovációs kínálatból átjut a „szűrőn" annak elfogadása társadalmi normává válik, és minden érintett elfogadja. Opti-

mális esetben elemezni és mérlegelni lehet, hogy egy innovációs kínálatnak milyen esélye van arra, hogy elfogadása társadalmi normává váljék.

Országos szakpolitikai keretek és célirányos támogatási rendszer hiányában a periferikus helyzetű vidéki térségekben az AD folyamat alakulását illetően három forgatókönyvvel számolhatunk, amelyek akár párhuzamosan is működhetnek. A három forgatókönyv a következő:

1. Spontán változási szcenárió: a digitális eszközök, technológiák és tartalmak szerepének növekedése hatására, valamint a térségen kívüli példák hatására az agrárszereplők tevékenységében is fokozatosan nagyobb szerepet kapnak a digitális megoldások. Ez a szcenárió a jelenlegi helyzetkép lassú, fokozatos változásához vezethet.

2. Pontszerű fejlesztési szcenárió: külső szakmai vagy anyagi támogatások hatására növekszik azoknak az egyéni vagy közösségi térségi agrárszereplőknek a száma, amelyek precíziós mezőgazdasági gépeket vásárolnak, alapszintű digitális technológiai megoldásokat illesztenek bele a tevékenységbe. Ehhez kapcsolódhatnak időszaki tematizációs alkalmak (konferenciák, előadások, médiaanyagok, gyakorlati bemutatók). A pontszerű fejlesztési szcenáriót bővítheti az országos, megyei vagy LEADER keretben történő célirányos pályázatok megjelenése. Ez a szcenárió szigetszerűen működő innovációs pontok kialakulásához vezethet, aminek korlátokat szabhat az ilyen jellegű beruházásokra képes vagy ilyen jellegű támogatások fogadására alkalmas térségi agrárszerepelők száma. Ez a szcenárió az agrárium terén várhatóan nem vezet térségi léptékű szerkezeti változásokhoz.

3. Térségi stratégiai tervezésen alapuló szcenárió: térségi szakmai/intézményi szereplő és/vagy külső intézményi/szakmai szereplő AD folyamatot ösztönző stratégia munkát indít el a térségben (tényfeltáró munka, keretstratégia, társadalmi és szakmai tematizáció, gyakorlati programok). A stratégiai tervezésen alapuló szcenárió irányulhat csupán az agrártermeléssel foglalkozó szereplők csoportjára, illetve irányulhat a térségi társadalom egészére abban az értelemben, hogy meg kívánja változtatni a térségi agrárszektor jelenlegi működését meghatározó társadalmi-kulturális pattern-eket. Egy ilyen fejlesztéspolitikai lépés azonban azt kívánná meg, hogy a tág értelemben felfogott térségi agrárium fejlesztése bekerüljön a jelenleg prioritást élvező térségi politikai-társadalmi célok körébe.

* * *

Összegzésként azt hangsúlyozhatjuk, hogy a külső hatások, ösztönzők már ma is jelentősek és várhatóan erősödni fognak. A térség szempontjából nem csupán kihívásról van szó, hanem belső kényszerről is. A belső változás jelei kismértékben jelentkeznek, és egyelőre nem tematizálódnak AD folyamatként. A térségi szereplők körében még az sem tudatosul digitalizációs folyamatként ami már annak tekinthető. Ebben a helyzetben – az eszközpark gazdagítása és az innovatív technológiák telepítése mellett – a komplex és programszerű tematizációs munka nem kerülhető meg. Ennek a tematizációs munkának a külső és belső helyzetkép mellett ki kell térnie a korlátok értelmezésére és a szakpolitikai kezelés vállalható forgatókönyveire is. Ez utóbbi egyelőre teljesen nyitott kérdés. A cél az lehet, hogy a térségi AD folyamatot illetően olyan modell fogalmazódjon meg, amely a térségi adottságokkal és modernizációs kényszerekkel kompatibilis. Ugyanakkor az sem nagyon vitatható, hogy a tematizációs munka jelentős mértékű, a térségbe irányuló tudástranszfer folyamat működtetését feltételezi.

Biró A. Zoltán

DIGITÁLIS VAGY NEM DIGITÁLIS? IKT ESZKÖZÖK ÉS TARTALMAK A FIATAL GAZDÁK GYAKORLATÁBAN

1. Bevezetés

Az agrárium digitalizációjának térségi térnyerése kapcsán az egyik fontos elemzési és értelmezési feladat annak nyomon követése, hogy az agrárinnováció legfontosabb térségi szereplői – maguk az innovatív agrárvállalkozók – milyen módon, milyen mértékben, milyen gyakorlati feladatok megoldása érdekében alkalmaznak az agrárium digitalizációs folyamatához (AD) sorolható megoldásokat. Ehhez a témakörhöz kapcsolható célirányos vizsgálat a térségben eddig nem történt, azonban a PAHRU agrárinnovációs programsorozata korábbi moduljaiban (Biró – Magyar 2016) az interjúkészítések keretében – egyéb témák mellett – a digitális eszközök, eljárások és tartalmak használatával kapcsolatban is megfogalmaztunk kérdéseket. Az innovatív gazdálkodást folytató fiatal gazdák körében készített interjúsorozat keretében négy olyan tevékenységi forma kapott hangsúlyos szerepet (1. A tevékenység indítása, kezdeti információszerzés, 2. Szakmai ismeretszerzés, tanulás, 3. Kapcsolatépítés és kapcsolat menedzsment, 4. A saját tevékenység megjelenítése, piaci értékesítés, marketing) amelyek során az AD-hoz sorolható megoldások is szerepet kaphattak. Jelen kutatási program keretében az interjúanyagok másodelemzése révén azt vizsgáltuk, hogy az előbbiekben jelzett négy tevékenységi körben milyen arányban és milyen problémamegoldásokhoz kapcsoltan jelennek meg az AD-hoz sorolható megoldások és a más jellegű megoldások. Mind a négy tevékenységi körben nagyon szerephez jutnak azok a cselekvési formák, amelyeket a gazdálkodók IKT eszközök, technológiák és tartalmak igénybevétele nélkül végeznek, az AD-hoz sorolható megoldások száma és szerepe jóval kisebb. Az elemzés során ebbe a nem AD jellegű kontextusban mutatjuk be a digitális eszközök, technológiák és tartalmak megjelenését és funkcióját. Hangsúlyozzuk, hogy elemzésünk alanyai fiatal gazdák, akiknek tevékenysége – nem csupán a gazdál-

kodás tartalmát illetően – a térségre jellemző gazdálkodási gyakorlat égészéhez viszonyítva innovatív. Életkoruknál és tevékenységük újszerűségénél fogva ők lehetnek a leginkább nyitottak az AD-hoz sorolható megoldásokra, illetve az IKT kompetenciák tekintetében ennek a csoportnak a tagjai állnak közelebb az IKT eszközök és tartalmak gyakorlati alkalmazásához. Mivel ez a célcsoport a térségben egyelőre csak kis számban van jelen (a célcsoport jellemzését lásd: Biró 2016. 17-19), elemzésünk arról nyújt tájékoztatást, hogy az AD-hoz sorolható megoldások a leginkább innovatívnak nevezhető (innovatív agrártevékenység, fiatal életkor) gazdálkodók csoportjának gyakorlatában miként vannak jelen.

2. Módszertani szempontok

A 2016-os kutatási program keretében az innovatív gazdálkodást folytató fiatal gazdák körében 19 interjú készült. Az anyaggyűjtés során tíz témakörhöz kapcsoltan igyekeztünk feltérképezni az innovatív tevékenység indulását, tartalmát, a tevékenység társadalmi kontextusát, innovatív szerepét (Biró 2016. 30). A vizsgált témák körében négy olyan terület van, amelyek kapcsán az interjúalanyok IKT eszközök és tartalmak hasznosítását is említették:

- Milyen ösztönzők, információk, tapasztalatok alapján döntöttek az innovatív tevékenység indítása, kialakítása mellett.
- A működtetés során milyen forrásokat használnak szakmai ismeretek szerzésére, tanulásra.
- Hogyan és milyen kapcsolatokat alakítottak ki, illetve tartanak fenn a tevékenység jó működtetése érdekében.
- Miként oldják meg a saját tevékenység nyilvános megjelenítését, az értékesítést, milyen marketing eljárásokat építettek be a tevékenységükbe.

Az adatfelvétel során értelemszerűen nem kérdeztünk rá direkt módon az IKT eszközök és tartalmak használatára, mert az adatfelvétel célja az innovatív tevékenység egészének feltérképezése volt. Ezért minden olyan említésnek, amely a négy megjelölt tevékenységi körben IKT eszközök, eljárások vagy tartalmak használatára utal az AD-hoz kapcsolható megoldásokra vonatkozóan fontos üzenetértéke van, hiszen az interjúalanyok rákérdezés nélkül tartották fontosnak azt megemlíteni. Az interjúk másodlagos feldolgozása során kivonatoltuk a négy tevékenységi körhöz kapcsolódó kijelentéseket, és mennyiség, illetve funkció szempontjából összegeztük az AD-hoz nem sorolható, illetve sorolható eljárásokat. Elemzésünk

célja annak kimutatása, hogy annál az innovatív csoportnál, amely életkoránál fogva a leginkább lehet nyitott a digitális eszközöknek és tartalmaknak a saját gazdálkodói tevékenységbe való integrálására, az adott tevékenységi terület egészén belül az AD megoldások milyen arányban és milyen szerepkörben jelennek meg, a kiválasztott tevékenységi területen a digitális megoldások helye, szerepe mekkora az egyéb jellegű megoldások kontextusában. A térségi agrárinnovációs folyamattal kapcsolatos korábbi kutatási eredményeink alapján (Biró – Magyar 2017, 2018) azt vártuk, hogy (1.) a személyes jellegű, fizikai találkozásokon alapuló megoldásoknak, eljárásoknak lesz sokkal nagyobb szerepük, a digitális megoldások ott működnek ahol nincsen lehetőség fizikai kapcsolatra, (2.) a nem digitális megoldások gyakoribbak, rutinszerűbbek, rendszerezettebbek, míg a digitális megoldások inkább alkalmi jellegűek, véletlenszerűbbek lesznek.

Megítélésünk szerint mindez a térség jellegéből adódik, mert ebben a térségben a kapcsolatépítéshez és kapcsolatmenedzsmenthez tartozó kulturális minták – társadalomtörténeti hatások eredményeként – ma is a fizikai kontaktusra, személyes fizikai jelenlétre alapozó tevékenységformákat értékelik fel. Példa: szívesebben tanulnak tanfolyamon, mint Internetes oldalakon vagy digitális tananyagból. Magasabbra értékelik, hitelesebbnek és megbízhatóbbnak tartják a személyes tapasztalatot, mint a közvetített tudást vagy az előadás formájában közvetített szakmai tudást. Trendszerűen magasabbra értékelik az erős kapcsolatokat (nem jelent gondot, ha kevés van belőlük), mint a gyenge kapcsolatokat. Ez utóbbinak az a következménye, hogy a közvetlen fizikai környezeten kívüli kapcsolatokban az „erős kapcsolat" kialakításába ruháznak be (legyen kevés ilyen kapcsolat, de az biztos, „sajátnak tudott"). Fontos jellemző az is, hogy kevésbé bíznak az intézményes kapcsolatokban, ideértve a szolgáltatásokat is, és jobban bíznak a személyessé tett (antropomorfizált) hivatali, szakmai relációkba. Mindezek a társadalomtörténeti tényezők által alakított és ma is támogatott magatartások olyan kulturális patterneket működtetnek, amelyek korlátozzák a digitális megoldások elfogadását. A térségi agrárinnovációs folyamat további alakulása szempontjából fontos kérdés, hogy a leginkább innovatívnak nevezhető csoport mennyire tud vagy nem tud kilépni a fentiekben jelzett, jelentős társadalomtörténeti előzményekre alapozó térségi kulturális mintából? A digitális eszközök, eljárások, tartalmak a vizsgált vidéki térségben is egyre nagyobb mértékben beépülnek a mindennapi életvezetésbe, és az IKT eszközöknek ez a térnyerési folyamata minden bizonnyal jelentős nyomást gyakorol a vizsgált célcsoportra is. Nem utolsó sorban ösztönző hatást fejt ki ebbe az

irányba az innovatív agrártevékenység jellegének általános változása is. Az azonban továbbra is kérdés, hogy az IKT eszközök és tartalmak használatát szorgalmazó tényezők milyen mértékben tuják megváltoztatni azt a térségi gazdálkodási modellt, amely mögött a termelői tevékenység, az információszerzés és az ügyvitel, a tudásszerzés, a kapcsolatkezelés és a saját tevékenység társadalmi pozícionálása terén több évtized alatt állandósult kulturális pattern-ek állnak. Nem kétséges, hogy a digitális megoldások alkalmazását strukturálisan korlátozó vagy késleltető kulturális pattern-ek lebomlanak, háttérbe szorulnak, az azonban a térségi agrárinnovációs folyamat alakulása szempontjából nem mindegy, hogy mikor és milyen ütemben fog ez megtörténni. Az AD-hoz sorolható megoldások jelenlegi helyzetének ismerete fontos lehet mindazon szakmai, szakpolitikai megközelítések és programok számára, amelyek a térségi agrárinnovációs folyamat térnyerését ösztönözni vagy támogatni próbálják.

3. Elemzések

3.1. A tevékenység indítása[1]

A térségi innovatív agrárkezdeményezések alapvető jellemzője az, hogy az önfenntartó családi gazdálkodási szemlélethez és gyakorlathoz viszonyítva nevezhetők innovatívnak. A kezdeményezők „valami mást" szeretnének elindítani, mint ami a térségre eddig jellemző volt, ugyanakkor arra is törekednek, hogy „másként" működjenek, mint az önfenntartó családi gazdasági modell fenntartói. Erre a másságra (akár a tevékenység tartalmáról, akár annak módjáról legyen is szó) a közvetlen családi vagy lokális környezet nem kínál kiindulópontokat, ösztönző vagy támogató elemeket. Majdnem minden vállalkozó megjegyzi, hogy a családi tapasztalat (mezőgazdasági termelési gyakorlat), örökség (földterület, gazdasági épületek) stb. fontos volt számára, ez azonban csak az indulási feltételek egyik részét képezte, és nem volt benne innovatív elem. Innovációs ösztönzéseket a családon, lokális közösségen vagy a térségen kívüli forrásokból kaptak. Ilyen ösztönzésekre, követhető modellekre elvben széleskörű lehetőséget kínálhatna az internet, a nyomtatott vagy az elektronikus média, azonban a vizsgált célcsoport esetében azt tapasztalhatjuk, hogy az IKT alapú lehetőségek szerepe nagyon csekély. Az ösztönző tényezőkkel való találkozás kétféle felülethez kapcsolható. Az első és a

[1] A vállakozás indítását meghatározó tényezőkről Kovács Judit-Tünde készített elemzést (Kovács 2017).

fontosabb a külföldi agrárjellegű tapasztalat. Ennek több formája is előfordul. A gyakoribb eset az, hogy külföldön valamilyen agrárjellegű munkakörben dolgoztak, és itt szereztek olyan tapasztalatokat, amelyek nyomán hazatérve újszerű tevékenységbe fogtak. Emellett a szervezett, csoportos tapasztalatcserén való részvétel is említést kapott. Nem ritka ugyanakkor alkalmi jellegű, az esetek többségében véletlenszerű egyéni tapasztalat ösztönző hatása sem. A külföldi (elsősorban svájci, magyarországi, ausztriai) tapasztalatok mellett helyet kapnak az ösztönző tényezők között a székelyföldi térségen kívüli romániai tapasztalatok, illetve a térségen belüli innovatív kezdeményezésekkel való személyes találkozások is. Talán kissé egyszerűsítve azt lehetne mondani, hogy a külföldi hatások a vállalkozói ötletek megszületésében játszanak nagyobb szerepet, a romániai vagy a térségen belüli kezdeményezések megismerése már a tényleges, a gyakorlati kivitelezés módozatainak kialakításában hasznos.

Az ösztönző szerepet játszó hatások számbavétele mellett azonban érdemes felfigyelni arra is, hogy a térségi innovatív szereplők milyen módon oldják meg a tájékozódást. Az ösztönző tényezők említésekor szinte kivétel nélkül jelzik azt, hogy valamilyen személyesebb, sok esetben ismerősi/baráti kapcsolat képezte a keretet a vállalkozásra ösztönző információval, tapasztalattal való találkozáshoz. Olyan esetekben pedig, amelyekben a kapcsolati keret nem volt személyes, baráti, bizalmas jellegű, akkor többszöri utazással vagy találkozással igyekeztek személyessé, bizalmassá tenni a kapcsolatot. Jellegzetes példákra utalnak az alábbi szövegrészek:

> *„A férjem … több helyen is járt, megnézett más halastavakat. Brassóban is vannak ismerősei, akik ezzel foglalkoztak. Oda elment, megnézte ez hogy működik, és ő is megcsinálta, ahogy látta ott és gondolta vagy megcsináltatta, s aztán fejlesztette a tenyészetet…"*

> *„Egy ismerősnél volt pár tő ribizli, és csinált belőle bort. Rájöttünk, hogy ez milyen jó dolog, és lehet szörpöt is készíteni belőle. Utána néztünk, megérdeklődtük. Az érdeklődés folyamán rájöttünk arra, hogy nem is annyira nehéz, mert eléggé jól bírja akár a hideget, akár a meleget. A szárazságot is bírja. Inkább ennek fogtunk, mint a pityókatermesztésnek. Ez így alakult ki. … Az egyik fajta Magyarországról van, a másik is Magyarországról származik, de itteni termelő már kipróbálta, és tőle kaptuk. A harmadikat egy Brassó melletti kertészetből vettük…"*

„Egy barát, egy ismerős ajánlotta, aki már 8 éve foglalkozik ezzel. Tőle kaptuk az információkat. Elmentünk megnézni az ültetvényt, és ott kaptunk kedvet, mikor láttuk, hogy működik. Ő is egyszer a kertben kezdte, aztán megvette a szomszéd kertjét, aztán a másik szomszéd kertjét. Láttuk a folyamatot, és rájöttünk, hogy ezt mi is meg tudjuk csinálni…"

Az „ismerős" szerepének hangsúlyozása nem csupán azt jelzi, hogy a térségi szereplők sajátos kulturális pattern-ek mentén szervezik és működtetik a maguk számára fontos kapcsolatokat, hanem arra is magyarázatot kínálnak, hogy – ilyen kapcsolatépítési, kapcsolatmenedzsment gyakorlat mellett – miért kapnak kisebb szerepet az innovációk ösztönzésében a digitális felületek és tartalmak. Ez utóbbiakat ugyanis nem lehet, vagy sokkal nehezebb az „ismerős személyes kapcsolat" kontextusába belehelyezni. Nem véletlen, hogy egyetlen interjúalany sem említ elsődleges, meghatározó hatásként digitális felületet, médiaanyagot. A biztató ötlet, az ösztönző információ megszerzése tekintetében a személyes jellegű ismeretszerzés dominál.

A digitális felületek és tartalmak szerepe ebben a vonatkozásban egyfelől alkalmi jellegű, másfelől pedig komplementer funkciója van. Az alkalmi megnevezéssel arra kívánunk utalni, hogy a tevékenység indításával kapcsolatos ösztönző tényezők között a digitális információk csak kevés esetben kerülnek említésre, és akkor sem minősítik fontosnak, meghatározó jellegűnek. A komplementer jelleg arra vonatkozik, hogy a digitális felületeket kiegészítő, ellenőrző jellegű információk szerzésére használják olyan esetekben, amikor más jellegű (alapvetően személyes tapasztalatszerzésen alapuló) hatások eredményeként elkezdenek komolyabban foglalkozni az innovatív kezdeményezés tervezésével vagy kivitelezésével.

„Aztán utána olvasgattam interneten és utána jártam, elérhetőségeket kerestem, akik foglalkoztak ilyennel, s akinek már van, s akik már régebb foglalkoznak ilyen mezőgazdasággal, s pályázatokkal. Azoktól jött az ötlet, de legfőképp innen a községből, a helyi egyesülettől…"

Magától adódik a kérdés, hogy az agrárjellegű ismeretek és innovációk egyébként nagyon gazdag, tartalmas digitális kínálata miért nem jelent ösztönző tényezőt a térségi agrárinnováció szereplői számára? A kérdés indokolt, hiszen ezek a térségi szereplők valóban változtatni próbálnak a térségre általánosan jellemző családi gazdálkodási gyakorlaton, ehhez a változtatáshoz a közvetlen térségi környezet nem kínál ösztönző elemeket, ugyanakkor a digitális eszközök és

felületek bárki számára könnyen és költségmentesen elérhetőek. A válaszhoz három tényezőre szeretnénk felhívni a figyelmet:

a.

A térségi agrárszereplőkhöz számottevő mennyiségben és rendszeresen nem jutnak el azok az ismeretterjesztő, ágazati-szakmai, reklámjellegű kiadványok és műsorok, amelyek az ismeretterjesztést és az agrártevékenységben érintett cégek reklámanyagait látványosan, hatásosan kombinálják, és amelyek az agrártevékenységek minden területén erőteljesen ösztönzik a változást, a műszaki-technológiai beruházásokat. Ennek elsődleges oka nyilván az, hogy a térségi agrártermelők többsége családi léptékű tevékenységet folytat, nem célcsoport a korszerű gépeket, termelési vagy feldolgozási technológiákat kínáló szolgáltatók számára. Hasonló a helyzet a rendkívül gazdag internet alapú kínálattal is, amelyről a térségi termelőknek – térségi ismeretterjesztő hálózat és gyakorlat híján – vagy nincsen tudomásuk, vagy pedig a szakmai-tájékoztató anyagok profizmusát érzékelve a kínálatot nem tartják a maguk számára relevánsnak. Mindez tulajdonképpen azt jelenti, hogy az agrárium fejlesztéséhez kapcsolódó, a fejlesztést ösztönző üzleti jellegű vagy szakmai információk, tudáscsomagok, eszköz és technológia kínálatok halmaza a térségi szereplők számára nem jelenik meg, nem működik kínálatként. Következésképpen ösztönző tényezőként sem.

b.

Az Internet alapú tájékozódás gyakorlata ebben a kontextusban érdekes módon megfordul: a gazdag tartalmi kínálatban való keresés/tájékozódás, válogatás helyett az eseti, alkalmi, véletlenszerű megoldás keresési gyakorlat kerül előtérbe, amely a digitális információs kínálatot csak rendkívül szűk szegmensben, mintegy véletlenszerűen hasznosítja. Egyéni, egyedi helyzetek megoldásához járulhat hozzá, ami a maga során nyilván hasznos, de nincsen ösztönző funkciója.

c.

Nem utolsó sorban számításba kell venni azt, hogy a digitális kultúra jelenlegi térségi szintje mellett a térségi szereplők nem tudják megoldani a digitális információk bizalmas kapcsolati keretbe helyezésének feladatát, ezért a fizikai találkozásokat, a valós személyes tapasztalatokat helyezik előtérbe a digitális világ által kínált információszerzési, kapcsolatépítési megoldásokkal szemben. A digitális felületek,

információk, kapcsolati módok fontosak, de csupán kiegészítő, pontosító, bővítő jellegűek.

A fenti észrevételek arra utalnak, hogy a vizsgált térségben a digitális eszközök és tartalmak minimális szerepet játszanak az innovatív agrárvállalkozások tervezésének, indulásának ösztönzésében. Ugyanakkor fontos módszertani szempontokat kínálhatnak azoknak a fejlesztéspolitikai vagy szakpolitikai programoknak a számára, amelyek ebben a térségben az innovatív agrárszereplők vagy agrárkezdeményezések számát gyarapítani kívánják, illetve az agrárinnováció térségi folyamatának társadalmi elfogadtatására törekednek.

3.2.Szakmai ismeretszerzés, tanulás

A vizsgálatba bevont agrárkezdeményezések a saját környezetükhöz képest innovatívak, ezért nem csupán az induláskor, hanem a későbbi működés során is szükség van olyan szakmai ismereteke, tudásra, amelyet a saját környezetben domináns önfenntartó gazdálkodási modell nem tud kínálni. A szakmai ismeretszerzés forrása lehet valamilyen tanfolyam vagy egyéb szakképzési (felnőttképzési) program, külföldön szerzett személyes tapasztalat, a térségben hasonló tevékenységet folytató vállalkozóval kialakított kapcsolat, a térségben kialakított szakmai egyesületben való részvétel, illetve az agrárinnovációval kapcsolatos ismeretek széleskörű és gazdag digitális kínálata. A következőkben az interjúkban megfogalmazott állítások alapján ismertetjük az egyes tudásszerzési módozatok súlyát és funkcióját. Az interjúkészítés során direkt módon kérdeztünk rá a tudásszerzési módozatokra, a 19 interjúalannyal rögzített teljes szövegkorpuszban 36 szövegrész foglalkozik a tudásszerzés forrásainak vagy módozatainak a konkrét megjelölésével.

a. Formalizált képzések

A vizsgált célcsoportra a szakirányú alapképzés nem jellemző, a vállalkozók egy esetben említettek olyan középfokú, illetve két esetben felsőfokú szakmai képesítést, amelyet az agrártevékenység elindítása előtt szereztek. A tudásszerzéssel kapcsolatos szövegek nagyobb része (15 szöveg) a térségben elérhető tanfolyamokon, képzési programokon való részvétellel kapcsolatos. A képzési programokon való részvétel indoklása többféle, említik a részvétel kötelező jellegét (szükség volt a képzésre a pályázathoz), a próbálkozás jellegű kíváncsiságot, illetve a programszerű tudásszerzési törekvést is. A képzési programok tartalmával, hasznosságával kapcsolatos értékelésekben mindig van pozitív elem, az azonban nagyon ritkán

fordul elő, hogy a képzési tartalmat a saját tevékenység működtetésével szorosabb összefüggésbe hozzák.

> *„Voltam kétszer tanfolyamra a megyeházánál, mert kérték, meg kellett legyen a tanfolyam, de viszont jó volt, szerintem hasznos volt, ilyen-olyan információkat lehetett gyűjteni."*
>
> *„Tanfolyamokon vettem részt. Ezek ilyen mezőgazdasági témájú tanfolyamok voltak, növénytermesztés, állattenyésztés. Úgy gondolom hasznos volt, hogy elmentem. Tanultunk újabb dolgokat, hogy hogyan jobb termelni, hogy kijövedelmezőbb. Mindig lehet valami újat elsajátítani. Ha ezzel nem foglalkozol, akkor nem tudsz fejlődni, s előre haladni."*
>
> *„Voltam továbbképzésen is tavaly. A LEADER által vettem részt, egy-két hetet, tizennégy-tizenöt napot, de az úgy be volt osztva, hogy mentünk két hetet egymás után, s akkor szünet, s két nap, s megint szünet. Az alapoktól átvettünk mindent."*
>
> *„Erre a méhész tanfolyamra csak úgy eljöttünk, mert voltunk a bio tanfolyamra is, és ott mondták, hogy lesz méhész tanfolyam is, s a férjem mondta, hogy jöjjünk el erre is."*
>
> *„Tudtunk mi is alapból dolgokat, de tanultunk a bio tanfolyamon is, ezen a méhész tanfolyamon is, de tapasztalat kell ahhoz, hogy működjenek a dolgok, mindenhez kell. Érteni kell hozzá egy kicsit, és oda is kell figyelni. Szeretni kell, akarni kell, másképp nem működik. Jártam még egy számítógépkezelői tanfolyamra, mert az is fontos most már ugye. Az ingyenes volt, mert az egy pályázaton belül volt. Még ételt is adtak, elvittek Szebenbe egy három napos kirándulásra. Ott is elég sok mindent tanultunk, még új embereket ismertünk meg, ez is hasznos volt."*

A fenti szövegrészek szemléletesen jelzik, hogy a képzési programokon (mint formalizált, intézményesített tanulási alkalmakon) való részvétel ambivalens jellegű. Jó ha van, „lehet valamit tanulni", „mindig hall az ember valami hasznosat" stb., de az így szerzett tudásanyag és a saját tevékenység közti átfedés strukturálisan kismértékű. Ez részben adódhat abból, hogy ezeknek a képzési programoknak az anyaga és módszertana külföldi mintákat követ (vagy a képzési anyag csak átvett külföldi anyag, nem kevés esetben külföldi szakemberek is tartják), a képzési tartalmakat más országok jogi-adminisztratív-szakmai kontextusában alakították ki, ezért a térségben folytatott tevékenységek számára csak kisebb-nagyobb részleteket lehet belőle hasznosítani. De adódhat az ambivalens jelleg abból is, hogy a térségi szereplők távolságtartóak a formalizált képzési formákkal szemben, elsősorban azok újszerűsége, legitimitás hiánya okán. De távolságtartási attitűdöket alakít ki a képzéseken való részvétel kötelező jellege is. Összességében azt látjuk, hogy a formalizált keretekben történő térségi tudásterjesztés szerepe mennyiségi szempontból

jelentős, funkció szempontjából azonban ennek a tudásátadási formának egyelőre részleges hatása van. Opcionális kínálatként működik, amelyből a résztvevők a saját elképzeléseik, igényeik szerint választanak ki részinformációkat, de nem alakult ki egyelőre a tudásátadás olyan térségi formalizált gyakorlata, amely a saját tevékenységbe strukturálisan beilleszthető, a saját tevékenység tartalmát, működését meghatározó tudás anyagok (pl. technológiai folyamatok) átvételére kínálna módot.

Nem utolsó sorban pedig a formalizált tudásszerzési alkalmak ambivalens megítélést támogatja az a térségi beállítódás is, amely a tudásszerzés személyes módozatait a formalizált programok elé helyezi.

b. A tudásszerzés egyéni módozatai

Az innovatív kezdeményezés működtetéséhez szükséges szakmai tudás megszerzésének másik fontos módozata a formalizált tudásszerzés ellenpólusa, a személyes tapasztalathoz és személyes kapcsolatokhoz köthető ismeretszerzési gyakorlat. Az ilyen jellegű gyakorlatra utaló 20 szövegrészből hétben külföldi forrást jelöltek meg az interjúalanyok, 13 esetben pedig térségi személyes kapcsolatra vagy személyes tapasztalatszerzésre utalnak. A külföldi tapasztalatszerzésre jellemző a sokféle tevékenység kipróbálása, valamint a hosszabb időtartamú vagy az időszakosan ismétlődő külföldi munkavégzés.

> *„Az alapvető kiindulópont az volt, amit külföldön tanultam meg, mert ha akarod tartani a lépést, akkor muszáj követni a külföldi módszereket, az európai normákat…"*
>
> *„Mindenféle munkát végeztem attól függően, hogy hol milyen munka volt. Németországban mezőgazdaságban dolgoztam, Svájcban is, csak ott növénytermesztés és gyümölcstermesztés volt. Angliában lófarmon voltam mindenes, kellett minden csinálni a sofőrködéstől a kertészkedésig."*
>
> *„…mezőgazdaságban dolgoztam külföldön, legtöbbet Németországban, 5-6 éven keresztül jártam kétszer-háromszor havonta."*

Ezek a személyes tapasztalatszerzési formák nem kapcsolódtak a később indítandó saját vállalkozáshoz, tartalmukban sokfélék. Megítélésük pozitív abban az értelemben, hogy az interjúalanyok a személyes tudásuk gyarapodásaként értelmezik a tapasztalatokat, és ezt az itthoni környezethez viszonyítva személyes többletként kezelik.

A külföldön szerzett személyes tapasztalok kétféle módon hatottak az itthoni kezdeményezésre. Egyfelől általános jellegű ösztönző, támogató kontextusként, másfelől pedig konkrét referenciapontként abban az értelemben, hogy az itthoni

tevékenység végzése során a külföldi tapasztalat egyik vagy másik konkrét elemét igazoló hivatkozásként hasznosítják. Ami minden szövegben hangsúlyt kap a tapasztalatszerzés személyes jellegének kiemelése.

Hasonló jellemzőkkel írhatók le a térségi személyekhez vagy tapasztalatszerzési helyzetekhez kapcsolódó ismeretszerzési, tanulási alkalmak is. Tartalmi szempontból a tudásszerzés térségi formái is sokfélék, ezek két alapvető modellbe rendeződnek: az egyikben tapasztalatszerzési helyzetre, eseményre utalnak a szövegek, a másikban egyediesített, személyessé tett tudásszerzési kapcsolatra valamilyen szakemberrel. Arra a kérdésre, hogy honnan szerzi a tevékenység működtetéséhez szükséges tudást, szakmai információkat a jellegzetes válaszok a következők:

„Sokat érdeklődtük, mert most már elég sokan foglalkoznak ilyennel, és olyanoktól, akik még régebbről foglalkoznak ezzel…"

(Honnan fogod beszerezni a további információkat?) „Inkább spontán módon…"

„Amikor elkezdtük mi egyszer kiolvastunk két könyvet, hogy tényleg mit kell csinálni."

„Meg kell próbálni mindenfelőlről információkat szerezni, aztán mindenki próbálkozik, és vagy összejön, vagy nem…"

„Az egyesület elnökének megnéztük a méhészetét, ott láttam, hogy ő hogy csinálja…"

„Más gazdáktól is szoktam informálódni, amikor ilyen tanfolyamokon vagyunk, vagy valamilyen összejövetel van, gyűlés vagy ilyesmi. Ugye olyankor az ember beszélget, s tapasztalatcserék történnek.

„…s ha elakadunk valamivel, akkor tájékozódunk..."

A szakemberektől való tanulás mintázataira az alábbi szövegrészletek utalnak:

„Felfogadtunk egy fiatal kertészmérnököt, és akkor ő tervezte meg az ültetvényt. Ő ajánlotta honnan vegyük ribizli töveket, elmondott több lehetőséget. Ezt ő tervezte meg, mi csak asszisztáltunk. Ő segített az ültetvénynek a kialakításában, az ültetésnél…."

„Mondjuk itt az állatorvosok ha jönnek, egyfolytában kérdezek, s jegyzetelek, hogy tudjam, hogy mit kell csinálni…"

„Fontos tanácsot kérni szakembertől, ugyanakkor fontos, hogy nem csak egy szakember legyen megkérdezve, és akinek van erre ambíciója, és legyen, az járjon utána egy kicsit."

„… mindig ott voltam, valahányszor az állatorvos kijött, elmondják, hogy mit hogy kell csinálni. Egyszerűen csak megjegyzem a dolgokat. Nem jártam idáig tanfolyamokra…"

„Ha betegség, állategészségügyi gond merül fel, akkor állatorvoshoz fordulunk, egyéb nincs, amit ne tudnánk mi megoldani. Az a tudásunk, ami van most elég, ennél több nem szükséges."

Egy interjúrészlet, amely a formalizált és a személyes tudásszerzés viszonyát is jelzi:

> *„Voltam tanfolyamokon is. Részt vettem sajtkészítő tanfolyamon. A pályázat kapcsán is volt kötelező tanfolyam, amire el kellett menni. Azok is mind hasznosak voltak. De inkább nem ezekből informálódtam, hanem ismerősöktől, szomszédoktól, akik itt ezzel foglalkoznak. Érdeklődtem állatorvostól is, szóval mindenkitől, akitől lehetett. Csak kell kérdezni, s akkor lehet információt szerezni. A tanfolyamok inkább azért voltak jók, mert ötleteket adtak, amelyek még nem feltétlenül valósultak meg, viszont a fejemben megvannak, s aztán majd valamikor gyakorlatba lehet ültetni őket. Ilyen a biogazdálkodás például. És tanultam is új dolgokat is, de a leginkább az ötletek miatt volt hasznos…"*

A vállalkozás működéséhez kapcsolódó tudásszerzési gyakorlat kapcsán két fontos megjegyzést lehet tenni:

- A tudásszerzés hangsúlyozott személyessé tétele nem csupán a személyes birtoklás és a személyes gazdagodás (tudásnövelés) jelzése, hanem annak igazolása is, hogy az így megszerzett tudáselem hiteles. A tudásszerzési helyzettel (személyes tapasztalatot lehetővé tevő helyzet) vagy a tudást hordozó személlyel való egyedi és bizalmas viszony egyszerre termel személyes tulajdont (tudás, ami csak az enyém) és hitelességet. Ez a két komponens igazolja a megszerzett tudáselemnek a saját gyakorlatba való beépítését. Az interjúszövegek vagy ennek a gyakorlatnak a sikeres voltára utalnak (megszerzett tudás) vagy a törekvésre, hogy a tudásszerzési ilyen módozata kialakuljon.
- A személyes tapasztalatszerzés vagy a szakemberrel kialakított kapcsolat személyessé, bizalmassá tétele mindig valamilyen probléma megoldására irányul. A megszerzett tudás nem a tevékenység egészére vonatkozik, nem olyan tudás, amely átrendezi a saját tevékenységet, hanem a tevékenység folyamatában felbukkant (vagy nagy valószínűséggel felbukkanó) problémák helyzeti kezelésére irányul. A megszerzett tudás olyan „rész" ami beépíthető a tevékenységbe, mint „egészbe", és ez a beépítés rendszerint korrekciós, problémamegoldó jellegű. Tudásszerzés alatt célirányos, koncentrált tevékenységet kell ez esetben érteni, amely folyamatát és tartalmát tekintve teljesen más jellegű, mint a tanfolyamszerű formalizált tudásszerzés. Funkcióját tekintve emlékeztet a szaktanácsadás

igénybevételére, azonban ez a térségi tudásszerzési gyakorlat a vállalkozók saját, egyediesített tevékenysége, amelynek során a megszerzett tudás nem csupán a tevékenységükbe illeszkedik bele, hanem személyes identitásukba is.

c. Digitális eszközök és felületek, média

Témánk szempontjából a fontos kérdés az, hogy a tudásszerzés fentiekben bemutatott két domináns térségi formája (tanfolyamok, formalizált keretben, illetve egyediesített személyes tudásszerzés) milyen teret ad (még pontosabban: mennyit teret hagy) a médiafelületek és az IKT felületek által kínált tudásszerzési lehetőségeknek, gyakorlatoknak. Az előző elemzési pontokban elmondottak alapján arra számíthatunk, hogy keveset.

(Tájékozódtok az ***Internetről?****)* *„Az elején mindenképp a borcsinálást is, és a szörpcsinálást is. Nagyon sok féle van. De aztán csak visszatértünk a gyökerekhez és úgy döntöttünk, hogy azt, amit mostanig is tudtunk, azt fogjuk csinálni, mert az úgy lesz jó. De utánanéztünk, hogy esetleg más, hogy csinálja."*

(Honnan szerzel új ismereteket?) „Szerzek kollégáktól, tehát más gazdálkodóktól sok információt. Egymás között megosztjuk a problémákat, tapasztalatokat. Én azt szoktam mondani, hogy jobb más kárán tanulni, mint a sajátomon. Ezen felül járunk képzésekre is, ilyen-olyan mezőgazdasági felkészítőkre. Jelenleg is járok ondózó tanfolyamra, szaporítás terén próbálok ismereteket szerezni. Mindezek mellett könyvekből és internetről is tanulok…"

„Voltam valamikor régen egy gazda tanfolyamra, ott is szereztem, és a nyáron voltam képzésen, amit a (…) szervezet csinált, az is nagyon jó volt. De más méhészektől is szoktam érdeklődni. Van egy A…i bácsi, akihez jártam, hogy el tudjak lesni ezt-azt tőle. Mindezek mellett sokat olvastam méhész könyveket, és ***internetről*** *is olvastam, amit lehetett, folyóiratokat. „*

„Megvannak a források, ***internet****, szakemberek, szakkönyvek, úgy gondolom, hogy nem szabad csak egy forrásra támaszkodni…"*

„Véleménycserére is sor kerül bemutatkozás során, és eléggé sok tapasztalatot lehet szerezni. Az új területekről, kormányhatározatokról, sok mindenről lehet értesülni ott, amiket magyar nyelvre lefordítanak. ***Ha a médiából értesülsz dolgokról, akkor az román nyelven van, és nem biztos, hogy megérted, vagy jól értelmezed****."*

(Honnan lehetett beszerezni a gépeket?)" Külföldről. Vannak gépek, amelyeket külföld gyártott, de vannak kirendeltségek, méhész üzletek. ***Vannak lapok, interneten…***

most millió egy módja van annak, hogy kapcsolatba kerüljünk a gyártókkal.”

(Igényel-e valamilyen tudtást ezeknek az új technológiai eszközöknek a használata?) „ Percek alatt el lehet sajátítani. ***Számítógépes vezérléssel működik, be lehet programozni, van egy minimális számítógép rajta, de ebben a világban ez már nem egy kihívás. Fél óra-óra alatt el lehet sajátítani ezt a tudást****.”*

A szövegrészek egyértelműen jelzik, hogy a vizsgált célcsoport a médiafelületeket és a digitális felületeket csak kismértékben használja tudásszerzésre. A székelyföldi térségben végzett korábbi programjaink tapasztalatai alapján azt mondhatjuk, hogy az innovatív agrárvállalkozások működtetői között vannak olyanok, akik a digitális eszközöket és felületeket nagymértékben igénybe veszik, de számuk elenyésző. Természetesen, ha az interjúkészítés során kizárólag a médiafelületek és a digitális felületek használatának mennyiségére és módozataira koncentrálunk, akkor nagyobb mennyiségű és változatosabb használat fog mutatkozni. Fejlesztéspolitikai szempontból azonban a fontosabb kérdés nem a digitális eszközök és tartalmak hasznosításának a mértékbe, hanem az, hogy ezeknek az eszközöknek és tartalmaknak a használata milyen helyet és milyen szerepet foglal el az egyéb használati módok kontextusában. Az ebben a tanulmányban vizsgált célcsoport (fiatal vállalkozók) esetében sokkal inkább az látszik, hogy a tudásszerzés más formái (a tanfolyamok mint formalizált tanulási alkalmak, illetve a személyes és egyediesített tapasztalatszerzés) mellett a digitális felületeknek csak mellékes, kiegészítő szerep jut. Ez megítélésünk szerint kapcsolatba hozható azzal, hogy a térségi szereplők a tudásszerzési helyzetek és módozatok személyesített formáit inkább preferálják, és a szereplők jelenlegi IKT kompetenciakészlete nem elegendő vagy nem alkalmas arra, hogy a digitális tanulás alkalmait és módozatait perszonifikálja. (Csak zárójelben jegyezzük meg, hogy a digitális tanulás módozatainak hasznosítása – eltekintve a problémamegoldást szolgáló információk és eljárások megtanulásától – a vizsgált térségben nem csupán az agrárinnovációs folyamat számára jelent gondot, hanem olyan területeken is, mint a pedagógusok oktatási gyakorlata). Mindez arra utal, hogy a digitális eszközöknek és tartalmaknak a térségi agrárinnovációs folyamatban való hasznosítása nem egyszerű feladat, számolni kell – még az IKT eszközök és tartalmak használata iránt nyitottabb fiatal generáció esetében is – a térségre jellemző tudásszerzési minták korlátozó szerepével.

3.3.A kapcsolatok jellege

Az innovatív agrártevékenység működtetésében szerepet játszó kapcsolatok kialakítása és menedzselése sok tekintetben átfedést mutat a szakmai ismeretek szerzése kapcsán bemutatott eljárásokkal. Ennek magyarázata természetesen az, hogy a vizsgált célcsoport tagjai a tudásszerzésben előtérbe helyezik a személyes kapcsolatokat, és ez érvényes az agrárszakemberektől való tanulás helyzeteire is. Amint azt az előző elemzési fejezetben láttuk, kevés kapcsolatot alakítanak ki, ezeket viszont igyekeznek minél jobban elmélyíteni, stabilizálni és személyes, bizalmi jellegűvé tenni. A kapcsolatokban szerepet játszó, gyakran említett és fontosnak nevezett személyek köre kibővül a könyvelő szakemberrel, a helyi közösség tagjaival (elsősorban azokkal, akikkel időszaki vagy állandó jelleggel együtt dolgoznak), a hasonló tevékenységet folytató helyi gazdákkal. Elemzésünkben a kapcsolatok kialakításának és működtetésének fontosabb modelljeit vesszük számba a kapcsolati végpontok típusai, illetve a kapcsolatok funkciói szerint

a. Kikkel állnak kapcsolatban?

Az elemzett interjúkban 32 szövegegységben foglalkoznak a megkérdezettek a kapcsolati végpontok megjelölésével, és összesen 41 megjelölés fordul elő. Az említések a kapcsolati végpontok szerint a következőképpen alakultak:

Sorszám	Kapcsolatok típusa	Kapcsolatok száma
1.	más gazdálkodók, akik ugyanígy fiatalok,akik ilyesmikkel foglalkoznak, egyesületi tagok, helyi termelők, nagyobb méhészek, nagyobb termelők	11
2.	Haverok, barát, jó barátaink, barátnő, kolléga	9
3.	könyvelő, technikus, állatorvos, hozzáértő szakember, egyesületi elnök	10
4.	akik közel állnak hozzánk, ismerőseim, szomszéd, szomszédság, egy fiatal srác a közelben, vásáron szomszédok, fizikailag közel vannak hozzánk, akik fontosak	11

A kapcsolati végpontok megjelölése, valamint sok esetben a megnevezésben a birtokos személyragok használata egyértelműen utal arra, hogy ez a fiatal vállalkozói csoport egyértelműen a személyes kapcsolatoknak ad prioritást, és a kapcsolatot igyekszik minél jobban perszonifikálni, egyediesíteni, sajátként megélni vagy legalábbis feltüntetni. Ebben a beállítódásban nagy szerepet kap a közelség, legyen szó térbeli közelségről, szociális-érzelmi közelségről, foglalkozásbeli azonosságról

vagy éppen ezek halmozásáról. A közelségre való törekvésben a kapcsolatok erőssége, magas bizalmi foka és stabilitása fejeződik ki.

> *„Tartom a kapcsolatot* ***a nagyobb termelőkkel*** *is, ezzel-azzal, segítséget kérek örökké, és információt a vegyszerekről. Vannak* ***jó barátaim****, akik vegyszereket forgalmaznak, most már ez így kialakult, és tudnak tanácsokat adni."*
>
> *„Hát vannak* ***barátaink*** *a környéken, tőlünk szoktak információt kérni, ha valami baj van."*
>
> *„Szerencsére van* ***egy fiatal srác a közelben****, aki gyakorlatilag ugyanabba a hajóba evez, mint én, csak egy pár évvel előrébb jár. Ő már megcsinálta a fiatal gazda pályázatot, már gépekre pályázik, tehát pont azokat csinálja, amiket én szeretnék idővel megcsinálni. Ezeken mind túl van, csak kérdezem, mit csináljak, hogy csináljam, mikor csináljam, s ő mondja, hogy mit hibázott, mit csinált jól, s abból próbálok tanulni."*

A kapcsolatokban nagy szerep jut az informális együttműködés olyan módozatainak, amely ebben a térségben hosszú időn át az önfenntartó családi gazdálkodás fontos szerkezeti eleme volt. A csereformák kialakulása és működése az együttműködés olyan mintázatait hordozzák, amelyek nagyon távol állnak az intézményesített, formalizált kooperációs formáktól.

> *„Nyáron nagyon fontos összedolgozni. A szénakészítésről mondok egy példát. Egyik sodorja össze, a másik bálázza be, nem kell hazamenni, és kicserélni a gépeket, időt lehet nyerni. Nagyon jól lehet haladni így. Érdemes. A másik dolog pedig, hogy ilyen formában* ***van egy barátság****, amit az ember fenntart eközben is, nincs besavanyodva az udvarára."*
>
> *„Minden gépet nem tudok megvásárolni magamnak. Neki, ha van valamije, akkor ideadja, nekem, ha van valamim, odaadom."*
>
> *„Van, aki tehenekkel foglalkozik, tőlük szoktam venni a trágyát, cserébe adunk szirupot…"*

A bizalmi fok, kapcsolat tartósságnak jelzése a szakemberekkel kialakított kapcsolatokban is megjelenik.

> ***„Szakemberhez járunk****. Van a cégalapításnál is* ***ismerősünk****. Most a* ***könyvelőhöz*** *járunk. Ott is megnézni, hogy mit érdemes csinálnunk a jogi formát illetően. Mindenképp ezeket a kapcsolatokat meg kell mozgassuk, ahhoz, hogy hatékonyan tudjunk haladni. Azért jó, hogy egy* ***hozzáértő*** *segít abban, hogy merre indulj el."*
>
> *„A könyvelés az nem olyan nagy gond. A* ***barátnőm könyvelő,*** *így ez megoldódott…"*

Digitális kapcsolatra egyetlen esetben történik utalás: *„Ha adódik információ, vagy e-mailbe leküldik, mert benne vagyunk az adatbázisba, és szoktak e-mailbe erről-arról értesíteni."*

b. Funkciók

Ha a funkciók oldaláról vizsgáljuk a fentiekben bemutatott kapcsolatokat, akkor azt tapasztaljuk, hogy ezek a személyes jellegű és bizalmas kapcsolatok többféle módon, szervesen beépülnek a mindennapi gyakorlatba. Háromféle funkció látszik elkülöníthetőnek, bár sok esetben ezek halmozódnak is:

- Ismeretszerzést, alkalmi problémamegoldást elősegítő kapcsolatok. Ide sorolódik a szakemberekkel kialakított kapcsolatok nagyobb része.
- Együttműködési és csereformákat kialakító és fenntartó kapcsolatok.
- Kapcsolati tőkefelhalmozások, kapcsolatokba való beruházások részint a biztonságérzés, részint a későbbi hasznosítás céljából.

A kapcsolattartás és kapcsolatmenedzsment fentiekben bemutatott módozata és az agrárvállalkozások működésében betöltött szerepe több fejlesztéspolitikai kérdést is előtérbe hoz. Az első kérdés az, hogy ez a kapcsolati kultúra (amelyet térségi fiatal és innovatív gazdák képviselnek!) milyen fogadó közeget jelent az olyan együttműködési és ismeretterjesztési kezdeményezések számára (tájékoztatási hálózatok, szaktanácsadási gyakorlat, termelési és értékesítési láncok kialakítása, szövetkezeti együttműködési keretek megszervezése, térségi szakmai hálózatok létrehozása stb.) amelyekre már vannak térségi kísérletek, és amelyek teljesen más alapokon szerveződnek és működnek? Milyen mértékben lesz hitele a térségi szereplők számára ezeknek a szervezeti formáknak, ha azok a formalizált működés logikájából adódóan nem tudnak teret adni a kapcsolati hálókban a személyességnek, a bizalmasságot termelő tényezőknek, a kapcsolatok egyediesítésére és személyes kisajátítására irányuló törekvéseknek és rutinoknak? Meg lehet-e tervezni és lehet-e működtetni a kétféle kapcsolati kultúra egymásra hangolását? A digitális eszközök, kapcsolattartási eljárások és tartalmak térnyerése napról napra nagyobb súlyt ad ezeknek a kérdéseknek. Az egészen bizonyos, hogy a digitális eszközök és eljárások szerepe ma nagyobb, mint amit az interjúalanyok a vizsgált szövegekben megjelöltek. De pontosan ez a mellőzés jelzi a személyes és informális kapcsolati kultúra erejét és társadalmi szerepét. Okkal feltételezhetjük, hogy térségi léptékű, IKT alapú programok kialakításkor a ma még dominánsnak mutatkozó kapcsolati kultúrát figyelembe kell venni.

3.4. A saját tevékenység megjelenítése, értékesítés, marketing

A térségi agrárinnovációs kezdeményezésekben két olyan tevékenységi terület van, ahol a digitális eszközöket és eljárásokat nem lehet megkerülni: az értékesítés és a saját tevékenység pozícionálása. Természetesen az agrárszereplők dönthetnek úgy, hogy a termékértékesítésben figyelmen kívül hagyják a reklámozás kézenfekvő megoldásait, és elvben azt is megtehetik, hogy mellőzik a saját tevékenység lokális vagy szélesebb körű pozícionálásával kapcsolatos megoldásokat. Tevékenységük innovatív jellege azonban rákényszeríti őket arra, hogy legalább minimális mértékben foglalkozzanak ezzel. Ennek az az oka egyfelől, hogy a termékek újszerűsége miatt az értékesítés megszokott, ismert térségi módozatai nem működnek, másfelől pedig az, hogy ha innovatív tevékenységük társadalmi pozícionálásától teljes mértékben eltekintenének, akkor saját munkájuk és ahhoz kapcsolt identitásuk legfontosabb elemét, az újszerűséget iktatnák ki. Amint ezt a témával kapcsolatban korábban kifejtettük (Biró 2016) a térségi önfenntartó gazdálkodási gyakorlat jellemzője az, hogy a sikeres gazdálkodáshoz szükséges négy alapvető feltétel közül (lásd: van der Ploeg 2000, Ventura et al.2008) az üzleti komponens hiányzik. A térségi innovatív vállalkozók tevékenységének újszerűsége – a termékeknek és a termelési technológiáknak a térségi kontextushoz viszonyított újszerűsége mellett – épp abban lelhető fel, hogy tevékenységükben megjelennek (ha csupán kísérleti jelleggel is) az üzleti komponensek. Ezek számára pedig az IKT eszközök, eljárások és tartalmak használata kézenfekvőnek tűnik.

a.

A reklámhoz, a termék marketinghez sorolható megoldások, valamint az ilyen jellegű tevékenységhez való viszonyulások esetenként nagyon eltérőek és gyakran ellenmondásosak. Ha az interjúszövegekben a távolságtartó kijelentéseket vesszük szemügyre, akkor érzékelhetővé válik az is, hogy a reklámtevékenység mellőzésének indoklásában – a kevés termékre vagy a vállalkozás szerény méretére való hivatkozás mellett – a térségre szélesebb körben jellemző kulturális mintáknak fontos szerepük van. A reklámüzenet ellenében értékesebb a személyes kapcsolat, az értékesítés informális rendje.

> *„Nincs reklámja. Nem is gondoltam erre, mert én úgy gondolom, hogy ha valamit csinálsz, s egyszerűen jó a minősége vagy a milyensége, akkor az saját magát reklámozza, s terjed a híre akár szájról-szájra."*

> *„…község szinten elterjedt, hogy mi ennek nekifogtunk és foglalkozunk…"*

„(Hogyan történik az értékesítés?) Tiszta családi és baráti körön belül. Ez még csak ennyi. Erre elég. Szólunk nekik, hogy van, és jönnek, és vásárolnak. Nagyban még nem tudunk eladni, mert nincs is annyi…"

„Kérdezik, hogy mikor lesz ribizli, szeretnének vásárolni…"

„(Reklámozod-e a tevékenységedet?) Egyáltalán nem. Ha kérdeznek, válaszolok, vagy, hogy ha látom, hogy egy fiatalabb barátom neki akar fogni, akkor tanácsokat tudok adni."
„Egyelőre szóban, mert ez a legjobb reklám, meg egy elégedett kliens, ha úgy vesszük. Én nem hiszek abban, hogy szükség van túlzott média kampányra. Én abban hiszek, hogy bármilyen termék vagy szolgáltatás, amit valaki előállít, annak a reklámja szűk körben történjen meg".
„Nincs amit reklámozni, mert nagyon sok munkával jár."

A gyakorlatban az értékesítés egyedi módon, többféle formában zajlik. A termelők térségi léptékben keresik meg azokat a megoldásokat, amelyek nem túlságosan költségesek, nem igénylik szakember vagy szakmai tudás igénybevételét, megtartják a személyes jelleget (törekvés arra, hogy minél kevesebb megoldással kelljen foglakozni, és azok legyenek tartósak, biztosak) és az értékesítési folyamat feletti személyes kontrollt. Ha a termék nem újszerű például tej), akkor betagolódnak a felvásárlási hálózatba.

„Bio boltokban vannak. Most már tizenöt boltban bent van. Meg hát vásárokra járunk. Azok is szinte minden hétvégén vannak valamilyen városban. Ezekre szoktunk járni. Meg itthonról, akik jönnek ide, megfordulnak itt körülöttünk, meg régi vásárlók is sokat kérnek. Néha postán is szoktunk küldeni."

„Üzletekben is van, mert üzletekben is csak kell, mert több elfogy, és azok a biztos pontok."

„Honlap nincs, de szinte egész évben nekem kilenc faluban megy a helyi tévében a hirdetés".

b.

A tevékenység és a személyiség pozícionálása terén a térségi szereplők tartózkodóak, kevés megoldást alkalmaznak, a digitális megoldásoktól idegenkednek. Az ezzel kapcsolatos szövegrészekre is jellemző a pro és kontra érvelés, egyfelől érzik az ilyen megoldások szükségességét, korszerűségét, másfelől pedig tartózkodóak.

„Van Facebook oldal is. Ott is valamilyen szinten ez működik. De más nincs. A honlap is most készül, még nincs kész teljesen. Az utolsó simítások most vannak. A termék lista még nincs fent. Van mondjuk még szórólap. A szórólap most azóta van, hogy el kezdtem én is csinálni. Akkor legyen egy weboldal, legyen egy kézzel fogható anyag."

„Mi ezt amatőr szinten csináljuk, így. Tehát a Magyarországról és magyar vidékről érkező, vagy magyar oldalakat néző turistákat a székelyszállás.hu, a szállás.hu, booking.com oldalak által érjük el, és van Facebook oldalunk is, az az, amivel kapcsolatban úgy látjuk, hogy jól működik. A romániai vendégek számára pedig a turistinfo.ro, lapensiuni.ro, infoturism.ro, cautacazare.ro, hirdetes.ro, szekelyhirdeto.info, és a Facebook oldal szolgáltat reklámot. Ezek az online felületek, ahol vagyunk."

Ebben a témakörben is azt tapasztalhatjuk, hogy a térségi agrárszereplők narratív viszonyulásaiban a távolságtartás a domináns, a gyakorlatban többféle megoldást alkalmaznak, mint amennyiről a szövegekben utalás esik. A vélemények és a gyakorlati megoldások közti eltérés egyfelől a kulturális minták erejét mutatja, másfelől pedig arra is ráirányítja a figyelmet, hogy az IKT eszközök, eljárások, tartalmak hasznosítási gyakorlata ebben a térségben követő, kényszer jellegű. A digitális eljárások nem kihasználható lehetőségként, tervként, programként jelennek meg a szövegekben, hanem olyan változtatási kényszerként, amelynek valamilyen mértékben, legalább formálisan eleget kell tenni. Az agrárium digitalizációját szorgalmazó, támogató térségi kezdeményezések, programok számára ez az utóbbi hozzáállás képezhet olyan korlátot, amelynek a lebontása időigényes és térségi léptékű fejlesztéspolitikai beruházást tesz szükségessé. Az interjú szövegekben egy vélemény képviseli a tervezést és a nyitottságot:

„Igazából én reklámban nem gondolkoztam, hanem összefogásban a gazdák között, és még ha kell, akkor egy szakembert is alkalmaznék, aki az értékesítés terén tudna segíteni, azzal létrehoznék egy társulást is akár."

* * *

Elemzésünk eredményei azt mutatják, hogy az innovatív tevékenységet folytató fiatal gazdák a digitális eszközöket, eljárásokat hasznosító kapcsolattartás, információszerzés, tanulás formáit akkor működik, amikor az egyéb megoldások nem állnak rendelkezésre vagy nem elégségesek. A digitális megoldások a kapcsolattartásban és a saját tevékenység pozícionálásban ismertek, de inkább csak úgy

működnek, mint szükség esetén elérhető megoldások. Amikor gyors problémamegoldásra van szükség, akkor jó az Internet, de egyébként a személyes, egyediesített megoldásoknak van prioritása. Egyfajta bizalomhiány, továbbá pedig kompetencia-, és tapasztalathiány jellemzi a fiatal vállalkozók gyakorlatát.

Az elemzett tevékenységi területeket egyszerre jellemzi a kifele való nyitás, térségen kívüli ismeretszerzés, kapcsolatépítés, illetve a vállalkozások működtetésben a térbeli-társadalmi belterjességre való törekvés.

Az értékesítés kis mérete (vagy csekély szerepe) miatt a formalizált kapcsolatos száma és szerepe kicsi, holott ezekhez sokkal jobban kapcsolódnának a digitális megoldások. A nem formalizált (személyes) kapcsolatok rendszerint sűrű kapcsolatok, ezek esetében a személyes együttlét a fontos. Hárítják a pályázatot, a hiteligénylést is, ami a formalizált kapcsolatoknak a tevékenységbe való beépítésében szintén késleltetést okoz. A pályázatok és banki megoldások mellőzésében minden bizonnyal szerepet játszik a formalizált kapcsolatoktól való tartózkodás is.

A térségi innovációs folyamatban az IKT beépülési folyamata kedvezőtlenebb helyzetben van, mint a market komponens beépülési folyamata (ez utóbbi hellyel közzel egyre nagyobb szerephez jut). **A korábbi fontos hiány (a market szempont hiánya) lassan számolódik fel, és közben egy újabb fontos hiánnyal egészül ki**: az IKT eszközök, eljárások, tartalmak hasznosításának hiányával. Mindez paradox módon akkor történik, amikor minden az IKT megoldásokat kínálja és ösztönzi. Ennek ellenére az innovatív vállalkozók többsége csak az okostelefon passzív használatáig jut el. Akár térségi paradoxonként is értelmezhetjük ezt a helyzetet, amikor a gazdálkodási tevékenység versenyképességnek megszerzéshez fontos korábbi hiányosság (az üzleti szempont érvényesítése) fokozatosan felszámolódik, és közben a helyét újabb fontos hiány foglalja el.

4. Összefoglalás helyett

Miért döntenek ebben a térségben az innovatív agrártevékenységet folytató fiatal gazdák az esetek többségében a nem digitális megoldások mellett? Az interjúk anyagainak elemzése két olyan tényezőre hívja fel a figyelmet, amely az innovációk térségi elfogadási folyamata kapcsán több területen is előtérbe kerül, nem csupán az agrárinnováció vagy a digitális kultúrához kapcsolható innovációk terén. Nagy a valószínűsége annak, hogy az AD térségi tematizációja, illetve az AD térségi léptékű szakpolitikai tervezése és támogatása során is figyelembe kell venni ezt

a két térségi tényezőt. A két tényező közül az egyik a térség vidéki, félperiferikus jellegéhez kapcsolódik, a második pedig erre a térségre jellemző sajátos társadalmi minta. Röviden elemezzük ennek a két tényezőnek a megjelenési módját és térségi szerepét.

4.1.

A térségi szereplők számára a társadalmi-műszaki innovációk megjelenésének kétféle modellje ismert. Egyik esetben (ilyen volt például a kollektív gazdaságok működéséhez kapcsolódó technológiai innováció, például gépesítés, növényvédelem stb.) az innováció mögött külső, hatalmi-adminisztratív akarat és intézményrendszer áll, ilyen esetben az egyéni, családi vagy lokális közösségi léptékű elfogadás mindig távolságtartással vagy ellenkezéssel jár, maga az elfogadás folyamata időben nagyon elhúzódik. Az sem ritka, hogy az adminisztratív-hatalmi erő gyengülése esetén az innovációs megoldásoktól a helyi szereplők elfordulnak. A másik megoldás a spontán és diszperz jellegű innovációs folyamat, amelynek során az innováció kínálatként, egyénileg választható opcióként jelenik meg, ennek újabb és jellegzetes példája az IKT eszközök és tartalmak kínálata (társadalomtörténeti vonatkozásban az életforma váltáshoz kapcsolódó fogyasztási innovációk tartoznak ide, például lakóház építési divatok, lakásberendezés, a rádió és a tévé elfogadási folyamata stb.)

Mindkét innovációs modellre az jellemző, hogy nem alakulnak ki az innováció elfogadási folyamatát ösztönző, támogató, térségi érdekeltségű szerkezeti-intézményi keretek. Nincsenek olyan térségi intézményi vagy szakmai szereplők, amelyek a térségi társadalom számára pozitív mintaként jelennének meg, amelyek kialakítanák, forgalmaznák, támogatnák a szóban forgó innovációval való azonosulás térségi társadalomra szabott mintázatait. Ezért olyan helyzet áll elő, amelyben az egyén, a család, a helyi közösség az innovációhoz való viszonyulás tartalmát és módozatait illetően magára marad, magára van utalva. Ösztönző külső, felső minták vagy kényszerek nyilván vannak, de ezek – mint fentebb láttuk a kollektivizáláshoz kapcsolódó innovációk példáján – inkább ellenállást váltanak ki a térségi szereplőkből. A közvetítő szerepű, térségi azonosulást támogató transzfer szerkezetek hiánya jellemzi az IKT eszközök és tartalmak által hordozott innováció térségi folyamatát is. Ebben a térségben nem alakultak olyan IKT vállalkozások, amelyek munkaerőpiaci előnyként jelenítenék meg az új technológiát vagy az ahhoz kapcsolódó tudást, nem szerveződtek ilyen funkciót ellátó intézmények,

stratégiai vagy operatív programok, a térségi hivatalok és intézményi szolgáltatások pedig különösen tartózkodóak ezen a téren.

Ilyen vidéki környezetben mindenki maga dönti el, hogy az elérhető IKT eszközök, kompetenciák, fogyasztási tartalmak köréből mi, mikor, mennyi és mire kell neki. Ha magatartási modellek alakulnak ki, akkor azok vagy külső mintákat követnek felületes módon, vagy szűkebb körű referencia csoportok gyakorlata szerint alakulnak. Ennek a helyzetnek a következménye az, hogy az IKT eszközöknek, tartalmaknak és kompetenciáknak az életvezetési modellbe való strukturális beépülése lassan halad, részleges és az egész folyamat alakulása bizonytalan. Át lehet térni az Internet alapú banki ügyvitelre, de „biztosabb" a személyes ügyintézés. Lehet hirdetni a terméket digitális felületen, létre is lehet hozni ilyen felületet, de biztosabb a személyes értékesítési csatornára alapozni. Lehet Internetről eszközt vásárolni, de előbb ki kell kérdezni azt az ismerőst, akinek ilyen már van. Fontos lehet a szakmai előadás az új technológiáról, de kell menni oda ahol azt személyes meg lehet nézni. A példák hosszan sorolhatók. Az olyan tevékenységi területeken, mint az információszerzés, szaktanácsadás, kapcsolatteremtés, marketing és értékesítés hasznosak lehetnek a digitális megoldások, de az esetek többségében a nem digitális megoldást választják. Megbízhatónak tekintett térségi transzfer intézmények/szerkezetek hiányában az innovatív megoldáshoz való viszonyulás minden esetben egyéni döntésként, teherként, kockázati tényezőként jelenik meg, és az innovatív megoldást csak akkor választják magától értetődő megoldásként, amikor már nincsen más lehetőség, vagy a tapasztalat szerint „már mindenki azt teszi".

4.2.

A különböző területeken végzett kutatások eredményei alapján (fiatalok iskoláztatása, munkaerőpiaci kihívásokra adott válaszok, műszaki innovációk befogadási gyakorlata, munkamigráció, kultúrafogyasztás) azt a következtetést fogalmazhatjuk meg, hogy a térségben a társadalmi kihívásokra adott válaszok két alapvető magatartási modell köré sűrűsödnek. Az egyik megoldást (kezelési módot) azokban a helyzetekben tapasztalhatjuk, amikor a szóban forgó kihívás kezeléséhez a lokális közösségi tudásban választípusok állnak rendelkezésre. A másik kezelési mód azokhoz a helyzetekhez kapcsolódik, amikor választható közösségi megoldás hiányában egyéni, családi léptékű megoldást kell találni. Jellemző példa az első esetre az IKT eszközök beszerzése és használata, a másodikra pedig az IKT

kompetenciáknak az egyéni/családi életvezetésbe való beépítésének a feladata. A mobilitási és információszerzési lehetőségek bővülése, az életvezetési modellek individualizálódása növeli azon helyzetek számát, amelyekben nem állnak rendelkezésre lokális közösségi tudásban felhalmozott megoldások.

A térségi magatartási modellek egyik nagyon fontos, társadalomtörténeti hagyományokban is gyökerező jellemzője az, hogy egyéni mérlegelések, döntések helyzeteiben (amikor nem lehet a lokális közösségi tudásban rendelkezésre álló megoldási modellekre támaszkodni) a társadalmi szereplők az erős kapcsolatokat (Granowetter fogalmai értelmében) preferálják a gyenge kapcsolatokkal szemben. Mégpedig abban az értelemben, hogy a számításba vehető, számukra elérhető gyenge kapcsolatok köréből kiválasztanak egyet, arra koncentrálnak, azt építik, erősítik, abba fektetnek időt, energiát és (ha szükséges) anyagi erőforrást, és a többi lehetőségtől eltekintenek. A problémamegoldás, a válaszkeresés ebben a formában az esetek többségében egyetlen kapcsolati végponthoz kötődő ügyintézési folyamattá válik. A kapcsolatépítésnek és kapcsolatmenedzsmentnek ilyen típusú egyedíesítése, perszonifikálása azt eredményezi, hogy az adott kapcsolati végpont az egyéni „saját világ", a személyes identitásszerkezet részévé válik. Ez a tevékenység megjelenhet „eredmény" (bebiztosított, személyessé tett kapcsolat) vagy „kísérlet", törekvés formájában. Függetlenül attól, hogy melyik formával találkozunk a gyakorlatban, az agrárium digitalizációjának ösztönzésével és fejlesztésével kapcsolatos programok működtetőinek számolniuk kell azzal, hogy ezek a kapcsolatépítési és kapcsolatmenedzselési kulturális minták strukturálisan szemben állnak az IKT paradigmával, vagy legalábbis annak ellenében működnek. Az olyan folyamatok vagy törekvések, mint a kapcsolati hálónak erős kapcsolatokra való redukálása, a formalizálás ellenében a személyes jelleg preferálása, a dinamika helyett a stabilitásra való törekvés mind olyan tényezők, amelyek a digitális paradigma ellenében hatnak, vagy kisebb-nagyobb mértékben korlátot képezhetnek a digitális paradigmához sorolható kezdeményezések és megoldások számára. A térségi agrárinnovációs folyamat szemszögéből nézve olyan átmeneti helyzettel állunk szemben, amelyben az agrárjellegű tevékenységek tartalmi és formai diverzifikációja és individualizálódása nyomán (az innovatív kezdeményezések számának és térségi ismertségének növekedése) *a közösségi struktúrák (közösségi tudás, közösségi megoldások) szerepe csökken. A kialakuló új, formális hálózatok (szakmai egyesületek, termelési és értékesítési láncok, szövetkezetek) még nem hálózatok a szó szoros értelmében, nem termelnek hálózati tudást és megoldási gyakorlatokat (ahogyan a lokális közösségek közösségi tudást termeltek),*

ezért a szereplők az egyéni, egyediesített, személyes megoldásokat helyezik előtérbe. Mivel a digitális megoldások a gyenge kapcsolatok modelljét, a nyitottságot, a változatosságot promolválják, a térségi szereplők gyakorlatában a második vonalba szorulnak. Ambivalens helyzetet eredményez az a tény is, hogy a digitális megoldások elfogadása a gyakorlatban nagyobb léptékű, mint a mentalitás szintjén. Ez az ellentmondás a digitális innovációkkal való azonosulása visszafogott mértékére utal, első sorban arra, hogy a digitális megoldások kényszerűségből követendő gyakorlatoknak látszanak, nem részei a tervezésnek, a jövőképnek.

* * *

Összességében azt mondhatjuk, hogy az agrárium digitalizációja témakörben a térségben lassú elfogadási folyamatra kell számítani. Ez elsősorban azért van így, mert a digitalizációs folyamat társadalmi elfogadása egy jóval tágabb körű társadalmi innovációs folyamat része. Ebben a folyamatban nagyon fontos szerepe lehet az olyan térségi intézményépítésnek, amely nem kivitelező, hanem bizalomtermelő, modellforgalmazó, legitimáló szerepet tud felvállalni. Az agrárinnovációs folyamat alakulása, a digitális megoldásokkal kapcsolatos viszonyulások modellje arra figyelmeztet, hogy ebben a térségben a korábbi társadalomtörténeti folyamatokban megalapozott kulturális minták újratermelődése legalább olyan mértékű, mint az innovációs megoldások térnyerése. Ez az ambivalens térségi kontextus behatárolja az agrárium digitalizációja terén is a kampányszerű, technicista megoldások eredményességét.

Szakirodalom

Biró A. Zoltán 2016

A fiatal gazdák innovációs szerepe a székelyföldi térségben. In: Biró A. Z., Magyar F. (szerk.) Agrárinnováció – térségi esély. Fiatal gazdák a székelyföldi térségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda, 13-56.

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2016

Agrárinnováció – térségi esély. Fiatal gazdák a székelyfölditérségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2017

A generációváltás esélyei. Agrárvállalkozók innovatív szerepe a székelyföldi térségben. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.) 2018

Kísérlet vagy modell? Az agrárinnováció, mint székelyföldi fejlesztési paradigma. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Státus Kiadó, Csíkszereda

Kovács Judit-Tünde 2017

Innovatív agrárvállakozások indítását meghatározó tényezők Székelyföldön. Pro Scientia Ruralis, 2017. 1. 166-180.

Van der Ploeg et al. 2000

Rural development: from practices and policies towards theory. In: Sociologia Ruralis 40:391 – 408.

Ventura, F et al. 2008

The rural web: A synthesis. In: Van der Ploeg J.D.- Marsden T.J. (eds). Unfolding Webs. The Dynamics of Regional Rural Development. Van Gorcum. Assen.149-174.

Biró A. Zoltán

AGRÁRTEMATIZÁCIÓ A VIDÉKI MÉDIÁBAN

1. Bevezetés

A székelyföldi térség nyomtatott és elektronikus médiájában az agrárium digitalizációjának (AD) témaköre csak nagyon ritkán jelenik meg, és ezek a megjelenések is az esetek többségében valamilyen külső késztetésnek köszönhetőek. Ilyen külső késztetésnek nevezhető például a precíziós gazdálkodás térségi helyzetének elemzésével foglalkozó szakmai fórum, külföldi szerzők térségi jelenléte és hasonlók. Annak ellenére, hogy az agrárium digitalizációjához sorolható témák a mindennapi beszédhelyzetekben egyre gyakrabban megjelennek (agrárvállalkozók körében eszközbeszerzések kapcsán, gépforgalmazók körében az eszközkínálathoz kapcsolódóan, szakemberek körében a fejlesztési lehetőségekkel kapcsolatos diskurzusokban stb.), a médiában az ezzel a témakörrel kapcsolatos tematizáció nem alakult ki. Annak ellenére sem, hogy az agrárium digitalizációjához sorolható tevékenységek egy része (Internet alapú tanulás, tájékozódás, adminisztratív feladatok és pénzügyek digitális eszközök révén való intézése, szakmai kapcsolathálók építése és konkrét problémák megoldása IKT eszközök révén stb.) az agráriummal foglalkozók mindennapi tevékenységében is megjelenik (anélkül nyilván, hogy ezt bárki is az agrárium digitalizációs folyamatával összekapcsolná).

A médiatematizáció hiánya, illetve esetleges volta minden bizonnyal hozzájárul ahhoz, hogy az agrárium digitalizációjával kapcsolatos ismeretek a térségi szereplők körében hiányosak és ellentmondásosak, ha van is ilyen tematizáció akkor az a precíziós gépekre, vagy a precíziós gazdálkodás fontosságának hangsúlyozására korlátozódik. Ez a jelenség már csak azért is elemzést érdemel, mert a térségi média sokat foglalkozik az agrárium helyzetével, azonban ebbe a tematizációs gyakorlatban az agrárium digitalizációja nem kap teret. Okkal fogalmazható meg a kérdés, hogy miért van ez? Csupán arról lenne szó, hogy a média még nem figyelt fel az agrárium digitalizációjának fontosságára? Vagy a térségi agráriummal kapcsolatos tematizációs gyakorlat olyan, hogy abba az agrárinnovációnak ez a szegmense nem fér bele? Ez az utóbbi feltételezés azonban csak úgy ellenőrizhető, ha részletesen megvizsgáljuk az agráriummal kapcsolatos térségi médiatematizáció gyakorlatát.

A tanulmány keretében az agráriummal kapcsolatos térségi tematizációs gyakorlatnak a fontosabb jellemzőit igyekszünk felvázolni. Okkal feltételezhető, hogy ha a következő időszakban ki fog majd alakulni a térségben az agrárium digitalizációjával kapcsolatos médiatematizáció, akkor az az agráriummal tágabb értelemben foglalkozó tematizációs gyakorlat keretein belül kap majd helyet, vagy jobb esetben a már működő gyakorlat kereteinek bővítéseként. Elemzésünk célja annak felderítése, hogy a székelyföldi nyomtatott és elektronikus médiának az agrárium tematizációjával kapcsolatos fontosabb jegyei, és az agráriummal foglalkozó médiatematizációs gyakorlat (pragmatikai és szemantikai síkon) milyen vonatkozásban, illetve milyen mértékben jelent támogató vagy korlátozó médiakörnyezetet az agrárium digitalizációjával kapcsolatos tematizáció számára. Elemzésünk anyagát az agráriummal kapcsolatos, 2018 júniusától 2019 júniusáig megjelent cikkek képezték. Az összegyűjtött anyag részletesebb elemzésekre is lehetőséget kínál, ebben a tanulmányban csupán arra törekszünk, hogy fölvázoljuk az agráriummal foglakozó térségi médiatematizáció fontosabb jegyeit, és ennek a tematizációs kontextusnak az ismeretében mérlegeljük az agrárium digitalizációjával kapcsolatos médiatematizáció térségi lehetőségeit, illetve javasolható módozatait.

2. Térségi médiakörnyezet, pragmatikai jegyek

A térségben 7 napilap, egy rádióadó és egy havonta megjelenő szaklap foglalkozik rendszeresen vagy alkalmi jelleggel agrártémákkal. A napilapok többségében van rendszeresen megjelenő agrárrovat (agrároldal), a rádióadó hetente két agrártémájú műsorral rendelkezik, a havonta megjelenő szaklap szakmai és publicisztikai írásokat egyaránt tartalmaz.

A térségi nyomtatott médiára általában az a jellemző, hogy az agrárrovat egy vagy két oldal terjedelmű, három-öt cikket tartalmaz, a cikkekhez az esetek többségében fotók kapcsolódnak. Az agrároldalak a belső laptestben vannak, agrártéma csak akkor kerül az első, második vagy harmadik oldalra, ha valamilyen rendkívüli esemény (szakmai rendezvény, országos léptékű döntés, különleges természeti esemény stb.) ezt indokolttá teszi. A rovatok elhelyezése azt jelzi, hogy az agrártéma köztes helyzetben van a lap első részében elhelyezett, fontosnak ítélt közéleti, politikai, kisebbségi, gazdasági témák és véleménycikkek, illetve a lap második részében elhelyezett olvasmányosabb és terjedelmesebb anyagok (interjúk, helytörténet, irodalom, tematikus összeállítások) között. Ugyanezen lapok digitális változataiban

az agrárium a fő menüsorban nem szerepel, az esetek többségében a gazdasági rovat részeként kerülnek elhelyezésre az agrártárgyú írások.

Tördelés, grafikai megjelenítés tekintetében az agrártémájú anyagok nincsenek kiemelve vagy egyediesítve, vizuálisan teljes mértékben beleilleszkednek a lapba. A csatolt képanyag ritkább esetben az adott cikkhez kapcsolódó, terepen készített fotó. Gyakoribb esetben a szerkesztőség fotógyűjteményéből választott, a cikk témájához illő vizuális anyag. Az agrártémájú rovatok pragmatikai jegyei egyértelműen azt üzenik, hogy az agrártéma „egy téma a többi között…". A rovatokon kívül publikált agrártémájú írások esetében nincsenek sajátos pragmatikai jegyek, szerkesztési eljárások. Attól függően, hogy az így közölt agrártémájú anyagok milyen sajtóműfajba illeszkednek bele és mekkora a terjedelmük, megjelenítési formájuk a más témákat tárgyaló hasonló műfajú és terjedelmű cikkekhez idomul. A publikált anyagok nagyobb hányada ahhoz a tájegységhez kapcsolódik, amelyben a lap olvasói bázisa van, a cikkek kisebb hányada országos léptékű témákat tárgyal.

A térség egészét lefedő rádióműsornak online felülete van, a nyitóoldalon az agrárműsor nem szerepel. A „Műsorok" menüpont alatt látható ABC sorrendben a heti rendszerességgel jelentkező műsorok neve, köztük a két agrárjellegű műsor (Falu világa, Gazdaélet), a két műsort ugyanaz a szerkesztő gondozza. A „Falu világa" csak részlegesen foglalkozik agrártémákkal, a „Gazdaélet" pedig csak agrártémákkal foglalkozik. A műsorok heti egy alkalommal, ugyanazon időpontban, egy-egy óra időtartamban jelentkeznek. Mindkét műsornak önálló weboldala van, minden adásról előzetesen írott anyag jelenik meg, a műsorok online is hallgathatók, és a korábbi műsorok anyaga utólag is elolvasható, illetve az utóbbi évek anyaga meghallgatható. A „Gazdaélet" a ma elérhető 61 oldalon gazdag médiaanyag gyűjteményt kínál a térségi agráriumról (országos és térségi hírek, esemény beszámolók, interjúk). Az agrártéma pragmatikai kezelése ebben a médiakörnyezetben sem mutat specifikus jegyeket.

A térségben az egyik napilap mellékleteként jelenik meg havonta egy alkalommal, színes kivitelben, A3-as formátumban a „Székely Gazda" kiadvány. Formai tekintetben a széles körben ismert tematikus agrárszaklapokra emlékezetet, tartalmában azonban más jellegű. A napilapban megjelent írásoknál nagyobb terjedelmű publicisztikai, esetenként ismeretterjesztő jellegű írásokat tartalmaz, illetve ugyanilyen stílusú portrékat, interjúkat. Az anyagok szerzője ugyanaz a szerkesztő, külsős

szakértő saját szakmai anyaggal csak ritkán jelenik meg a lapban. Hiányoznak az ilyen jellegű agrárkiadványokban általános reklámok, termékbemutatók is.

* * *

A pragmatikai jegyeknek a fentiekben bemutatott jellemzői azt üzenik, hogy az agrárium egyike a térség fontos témáinak (nem a legfontosabb), ezért a médiában ennek a témának kiszámítható rendszerességgel, azonos tipográfiai jegyekkel meg kell jelennie. Mind a nyomtatott sajtó, mind pedig a rádióműsor pragmatikai jegyei hasonló módon jól meghatározottak és stabilak. **A tematizációnak ez a szerkesztési rutinja ahhoz vezet, hogy az adott oldalt, műsorkeretet minden megjelenés idejére tartalommal meg kell tölteni.** A tematizáció pragmatikai kereteit nem az agrárium helyzetének alakulása határozza meg (eltérően a politikai, szociális, interetnikus tematizációktól, amelyek médiabeli megjelenítése terjedelmi és formai tekintetben is sokkal rugalmasabb), hanem a kialakított szerkezeti rács. Ezt a stabil pragmatikai keretet legfeljebb az töri meg, ha valamilyen különleges éghajlati esemény váratlan helyzetet idéz elő az agrárium számára, illetve az agrártevékenységek kampányjellegű eseményei. Kérdéses, hogy ebbe a több éve kialakított, változatlan tematizációs keretbe, illetve gyakorlatba miként illeszkedik/illeszkedhet bele olyan újabb tematizációs gyakorlat, amely a kialakított tematizációs modell megváltoztatását igényli.

3. Térségi médiakörnyezet: tartalmi elemek

Három napilap tematizációs gyakorlatát elemeztünk abból a célból, hogy fölvázoljuk azt a tartalmi jellegű tematizációs kontextust, amelybe az agrárium digitalizációjával kapcsolatos ezutáni tematizációs munkának valamilyen módon bele kell majd illeszkednie[1]. A beilleszkedés feladat hangsúlyosan előtérbe kerül abban az esetben, ha az AD tematizáció anyagai ezekbe a napilapokba, ezekbe a tematizációs struktúrákba fognak belekerülni. De a beilleszkedés követelménye fennáll abban az esetben is, ha az AD tematizáció más médiatérben zajlik majd, mert a térségi lakosság abban szocializálódott, hogy az agráriumról olyan tartalommal és olyan módon kell beszélni, ahogyan ezek a napilapok már több éve gyakorolják. Az új tematizáció indítása esetén – a jelenlegi tematizációs gyakorlat mellett – az

[1] Elemzésre három megyéből (Hargita, Maros, Kovászna) azt a három napilapot választottuk (Hargita Népe, Népújság, Háromszék), amelyek már 1989 előtt is megyei lapként működtek, és mind a mai napig meghatározó szereplői a térségi sajtókínálatnak.

agráriummal kapcsolatos térségi beszédmód társadalmi elfogadottságát is figyelembe kell venni. Az ezután kidolgozandó AD tematizáció ezt a kettős kontextust (média gyakorlat, társadalmi befogadói rutinok) nem kerülheti meg.

Elemzésre három térségi napilapot választottunk, amelyek az agrárjellegű témák megjelenítésében formailag hasonló, de a tartalom tekintetében sok esetben különböző tematizációs gyakorlatot folytatnak. Az elemzések a három napilap azon agrárjellegű anyagaira irányultak, amelyek rovatok (gazdasági, mezőgazdasági, vidékfejlesztési rovatok) keretében jelentek meg. Az elemzések egy év agrárjellegű anyagira terjedtek ki. Adatbázisba rögzítettük az egyes cikkek megjelenési helyét, időpontját, szerzőjét, terjedelmét, címét és alcímét. A cím és a cikk anyaga alapján határoztuk meg az anyag fő témáját, és ennek alapján soroltuk be az alábbi kategóriák valamelyikébe. Munkánk célja nem a tartalomelemzés volt, hanem az agrárszegmensre vonatkozó tematizációs gyakorlat pragmatikai és tartalmi kereteinek felvázolása. Hangsúlyozzuk, hogy elemzésünk eredményei nem kívánják semmiképpen értékelni vagy minősíteni az adott sajtóorgánumok agrárjellegű tematizációs gyakorlatát.

A besorolás témakörei a következők voltak:

- Támogatások, pályázatok
- Szabályozás, ellenőrzés
- Rendezvények, vásárok, kiállítások
- Fórumok, szakmai rendezvények, képzések, szakmai utak, szaktanácsadás
- Technológiai fejlesztések, műszaki megoldások
- Helyzetképek (megyei, helyi, gazdálkodók)
- Egyesületek, szerveződések
- EU kitekintés, információk
- Országos helyzetkép, statisztika

3.1. Első modell: technokrata szempontok

A lap 16 oldalon jelenik meg a hét öt napján. Az 1. oldal anyagait nem vettük figyelembe, mert ezek csak a laptestben közölt fontosabb cikkeket reklámozzák. Nem vettük figyelembe az utolsó 4 oldalt (apróhirdetés, reklám, művelődési hírek, stb.) A fennmaradt 11 oldalon naponta átlagban 20 cikk jelenik meg (eltekintve a kisebb keretes írásokról, rövidhírektől.) Az egyes anyagok terjedelme változó, lapszámonként előfordul 3-4 egész oldalas anyag is. Hetente átlagban 100 cikk jelenik

meg, ezek napokra bontott eloszlása egyforma. Egy naptári évben az elemzésbe bevont oldalakon körülbelül 5000 cikk jelenik meg.

Az adatgyűjtés eredményeként az elemzésbe bevont anyagok száma egy évre 236 cikk, ez hetente átlagban 4,7 cikket jelent. Az anyagok döntő hányada az agrárrovatban jelenik meg mindig a hét azonos napján, két belső oldalon, azonos helyen. A rovaton kívül megjelent agrártematikájú anyagok száma kevés, ugyanakkor előfordul, hogy az agrárrovat terjedelme csak egy újságoldal. Ez a szerkesztési eljárás azt eredményezi, hogy az ilyen témájú írások az esetek nagy többségében a kijelölt napon jelennek meg. A hetente megjelentetett körülbelül 100 sajtóanyagból átlagban 4,7 százalék foglalkozik valamilyen agrártémával, a rovat alapú szerkesztés eredményeként egész évre vetítve is egyenletesen ez az arány érvényesül. A terjedelem tekintetében azt láthatjuk, hogy az elemzésbe bevont, lapszámonként 11 (heti 55) oldalból valamivel több mint 2 teljes oldalt fednek le az agrártémájú anyagok, a megjelenés aránya terjedelem tekintetében is 4 százalék körül van.

A sajtóanyagok témák szerinti megoszlása az anyagok száma és százalékos aránya szerinti bontásban (első modell)

TÉMAKÖRÖK	**Anyagok száma**	**Százalékos arány**
Támogatások, pályázatok	80	33,8
Fórumok, szakmai rendezvények, képzések, szakmai utak, szaktanácsadás	36	15,2
Helyzetképek (megyei, helyi, gazdálkodók)	24	10,1
EU kitekintés, információk	24	10,1
Országos léptékű szabályozás, ellenőrzés	20	8,4
Országos helyzetkép, statisztika	16	6,7
Rendezvények, vásárok, kiállítások	14	5,9
Technológiai fejlesztések, műszaki megoldások	12	5,0
Egyesületek, szerveződések	8	3,3
Összes sajtóanyag	**236**	

A rovat és az anyagok fontosabb jellemzői

- Törekvés a minél több adatszerű információ bemutatására.
- Csak 1-2 állandó szerző van, tematikai jellegű szerepmegosztásban dolgoznak.
- Gyakori tematikák: pályázatok, támogatások és országos vagy tágabb helyzetkép.
- Jellemző az ismeretterjesztő jelleg, a távolságtartó és hivatalos stílus, sok adat és technikai információ (részletesség) közlése.
- A szakemberek, hivatalvezetők igénybevételére ritkán kerül sor, a megszólított szakemberek száma kevés (2-3 megyei hivatalvezető).
- Az agrárium egyéb térségi szereplői (termelők, fogyasztók, más szakértők) nem jelennek meg.
- A termelési technológiák, portrék stb. a havonta mellékletként kiadott szaklapban jelennek meg. Ez a megoldás leszűkíti a tematizációs lehetőségeket, mert csak a közvetlenül érintettekhez jut el.
- Rovaton kívül csak ritkán jelennek meg anyagok, például szakmai rendezvényekről való beszámolók, nagyobb agrárjellegű rendezvények.
- Gyakori az átvett nagyobb anyagból írt tájékoztató jellegű cikk (országos adatok, EU adatok).
- Rendkívül kevés a térségi agrárgazdálkodást vagy annak helyzetét (eredményeit, problémáit) bemutató anyag.

3.2. Második modell: előtérben az elvárások

Ez a napilap átlagban 12 oldalon jelenik meg hetente hat alkalommal. Agrárjellegű anyagok egy rovatban jelennek meg rendszeresen (Gazdakör), ezen az oldalon külön felcímmel jelentkezik a Vidékfejlesztés rovat.

A Gazdakör, a Vidékfejlesztés rovatokban megjelent agrárjellegű anyagokat dolgoztuk fel, valamint a más rovatokban alkalmi vagy részleges jelleggel megjelenő anyagokat (Közélet, Riport). A cikkek besorolásánál azok fő tematikáját vettük figyelembe.

Az elemzett napilapban naponta 25 nagyobb cikk jelenik meg, szombaton kevesebb. Egy hétre vetítve ez átlagosan 150 anyagot jelent, egész évre vetítve pedig körülbelül 7200 sajtóanyagot. A gazdasági, agrárjellegű rovatokon kívül csak nagyon kevés cikk foglalkozik agrártémákkal. Ha figyelembe vesszük az agrárszektornak a

térség társadalmában elfoglalt helyét és szerepét, illetve a közzétett anyagok számához viszonyítjuk az agrártematikájú sajtóanyagok számát, akkor azt mondhatjuk, hogy az agrárszegmens ebben a napilapban igen szerény keretek közt van jelen. A Gazdakörrovat (a Vidékfejlesztés rovatot is beleértve) hetente, keddi napon jelenik meg egy oldalon, az összeállítás minden megjelenéskor 3-4 anyagot közöl, esetenként apró híreket is. Átlagban heti 3,5 anyaggal számolva egy évre vetítve ez 175 agrártémájú anyag publikálását jelenti. Ez a megjelent anyagok számát illetően az éves anyagmennyiség 2,5 százaléka. Terjedelem tekintetében (ha eltekintünk az utolsó három oldaltól) az arány még kisebb, 2 százalék alatt van.

A megjelent anyagok között jelentősebb arányban az olyan publicisztikai írások szerepelnek, amelyek általános jellegű értékelésként vagy a cikkek szerzőjének tereptapasztalata alapján beszámolókat közölnek a térségi agrártevékenység egy-egy szeletéről (a szerző rendszerint ugyanaz). Az ágazathoz kapcsolható tudásszerzéssel kapcsolatos anyagok tartalmi szempontból sokfélék, a megjelent anyagok kis száma azonban nem indokolja az egyes tevékenységtípusok szerinti számbavételt. A tematizációnak ezzel a modelljével kapcsolatban két megjegyzést tehetünk. Egyfelől azt, hogy ez a tematizáció csak részlegesen és nagyon szelektíven tükrözi az adott térségi agráriumot, amely sokkal színesebb, gazdagabb, mint a sajtóanyagokból körvonalazódó kép, ugyanakkor az értékelések tartalma és a megoldandó problémák köre is jóval sokszínűbb, mint ami a támogatási gyakorlat kapcsolható. Másfelől viszont azt látjuk, hogy ez a tematizációs gyakorlat hangneme, stílusa oldottabb, személyesebb, mint amit az előző részben elemzett technokrata jellegű tematizációs modell esetében láttunk. Több anyag is foglalkozik műszaki-technológiai kérdésekkel. Ez a tematizáció és stílus jellemzi a Közélet rovatban alkalmanként megjelenő agrártémájú anyagokat is. A Vidékfejlesztés alrovat anyagai az esetek többségében pályázati információkkal foglalkoznak.

A sajtóanyagok témák szerinti megoszlása az anyagok száma és százalékos aránya szerinti bontásban (második modell)

TÉMAKÖRÖK	Anyagok száma	Százalékos arány
Támogatások, pályázatok	83	48,5
Helyzetképek (megyei, helyi, gazdálkodók)	27	15,7
Fórumok, szakmai rendezvények, képzések, szakmai utak, szaktanácsadás	15	8,7
Technológiai fejlesztések, műszaki megoldások	15	8,7
Rendezvények, vásárok, kiállítások	8	4,6
Szabályozás, ellenőrzés	8	4,6
Egyesületek, szerveződések	4	2,3
EU kitekintés, információk	4	2,3
Országos helyzetkép, statisztika	3	1,7
Összes sajtóanyag	**171**	

A rovat és anyagok fontosabb jellemzői

- A rovatok tartalmi szerkezete nagymértékben hasonlít az első modell szerkezetéhez.
- Az egyes anyagok terjedelme valamivel kisebb.
- Kevés szerző jegyzi a szövegeket.
- A tematikai kör kisebb, mint az első modell esetében. A pályázatokkal kapcsolatos anyagok tematikája hasonló, kisebb eltérést jelent, hogy nem csupán a lehetőségekről és a szabályokról vannak anyagok, hanem a megyei pályázati eredményekről is. Ugyanakkor a pályázatok ismertetéséhez kapcsolódnak olyan szövegrészek, amelyek a megye adottságai vagy agrárszereplői szemszögéből pozícionálják a pályázati lehetőségeket. Pl. a fokhagymatermelés támogatásának megyei szemszögből való értékelése.
- Valamivel nagyobb szerepet kapnak a termelési technológiák.
- A hangnem közvetlenebb.
- A médiaanyagokban több helyi, térségi szakértő szerepet kap, nem csupán megyei hivatalok vezetői, hanem szerveződések, egyesületek vezetői is.

- Alapvetően jellemző a pozitív hangvétel (lehetőségek, eredmények, sikerek, elkötelezettség kifejezése)
- Az egyes anyagok azonos nyelvi-retorikai stílust képviselnek.

3.3. Harmadik modell: társadalmi tematizáció

Ez a napilap a hét öt napján, 12 oldalon jelenik meg, szombaton csak 8 oldalon (a pénteki lapszán 20 oldalas, ez a többlet azonban a tévéműsorok közléséből adódik). Agrárjellegű anyagok számára nincsen külön rovat, az ilyen témájú írások a pénzügyi-gazdasági, illetve a közéleti rovatban jelennek meg. Agrártémájú írások előfordulnak az egy-egy település életét bemutató, riportszerű egész oldalas összeállításokban is.

Egy évnyi anyag, a gazdasági rovat keretében közölt agrárjellegű sajtóanyagok elemzését végeztük el a 2018. június – 2019. június közti időszakra vonatkozóan. Ebben az időszakban 86 agrártematikájú anyag jelent meg. A hetente átlagban megjelenő 130 sajtóanyagból 2-3 foglalkozik agrártémákkal, de sok esetben ennél kevesebb. Az évente megjelentetett körülbelül 6000 sajtóanyagnak csak 1-2 százaléka kapcsolódik az agráriumhoz. A másik két laphoz viszonyítva ez a mennyiség jóval szerényebb. Jelentős különbség van azonban tartalmi vonatkozásban is. Az elemzés bevezetőjében jelzett szempontok alapján kilenc kategóriába soroltuk a lapban megjelent anyagokat.

A sajtóanyagok témák szerinti megoszlása az anyagok száma és százalékos aránya szerinti bontásban (harmadik modell)

TÉMAKÖRÖK	**Anyagok száma**	**Százalékos arány**
Helyzetképek (megyei, helyi, gazdálkodók)	26	30,2
Rendezvények, vásárok, kiállítások	12	14,0
Szabályozás, ellenőrzés	12	14,0
Támogatások, pályázatok	11	12,8
Fórumok, szakmai rendezvények, képzések, szakmai utak, szaktanácsadás	9	10,4
Technológiai fejlesztések, műszaki megoldások	6	7,0
Egyesületek, szerveződések	4	4,6
Országos helyzetkép, statisztika	3	3,5
EU kitekintés, információk	2	2,3
Összes sajtóanyag	**86**	

Ebben a tematizációs modellben az anyagok témaköre szóródik és a hangsúlyok is mások. Legnagyobb számban a tereptapasztalaton alapuló anyagok szerepelnek, ezek műfaja többféle: beszámolók, riportok, gazdaportrék, interjúk. Nagyobb szerepet kapnak még egyfelől az agrártematikájú rendezvények és a tudásszerzéssel kapcsolatos anyagok, másfelől pedig az országos léptékű támogatási és szabályozási gyakorlattal kapcsolatos anyagok.

Az anyagok fontosabb jellemzői

- Változó terjedelem.
- Sok szerző.
- Többféle tematika (például pályázatok, technológiák, a termelők gondjai és sikerei).
- Többféle műfaji megközelítés (ismertetés, terep beszámoló, portrék).
- A nyelvi-stiláris megoldások többfélék. A hangnem inkább publicisztikai, mint hivatalos.
- A tájékoztatás mellett hasonló mértékben szerepet kap a problematizálás is.
- Az anyagokban a hivatali szakértők mellett megjelennek az ágazat más szakértői, valamint a termelők is.
- Nagyobb teret kap a terepen tapasztaltak bemutatása.

3.4. Mi áll a háromféle tematizációs gyakorlat mögött?

Az elemzésre kiválasztott három napilap három olyan térségben működik, amelyek az agrárjellegű tevékenység tekintetében lényeges mértékben különböznek. A lakosság agrárérintettsége mindhárom térségben hasonlóan magas, azonban az agrárjellegű tevékenységek végzésének természeti feltételei, illetve az agrárjellegű tevékenységek gazdasági szervezettségi és technológiai szintjei eltérőek. Az első két modell szerkezetében nagyon hasonló, eltérések a hangnem, a stílus tekintetében vannak.

Az első tematizációs modell olyan térségben alakult ki, amelyet alapvetően az önfenntartó családi gazdaságok jellemeznek, ezek mellett az 1990-es évek elején néhány társas gazdálkodási szervezet jött létre. Az úgynevezett közepes (üzemszerűen) működő, piacra termelő farmgazdaságok száma kevés. Az utóbbi időszak fejleménye az innovatív agrárkezdeményezések számának növekedése, valamint az

egyesületi és szövetkezeti formák kialakulása. Ezért nem véletlen, hogy a tematizációs gyakorlat nagyon hangsúlyosan a családi kisgazdaságok pályázati gyakorlatának támogatását célozza. A tematizációs gyakorlat számára korlátot jelent az is, hogy a térségben az agráriumhoz kapcsolódó szakintézmények száma kevés, a szakmai és termelési szerveződések sok esetben csak formálisak. Ennek egyenes következménye az, hogy az agrárjellegű tematizációban szerepet vállalni tudó szakemberek száma (a központi hivatalok helyi munkatársaitól eltekintve) kicsi. Így az a helyzet áll elő ebben a modellben, hogy a tematizációs gyakorlat jóval szűkebb körű, mint a térségben zajló agrárjellegű tevékenység.

A második tematizációs modell olyan térségben működik, ahol az agrárjellegű tevékenységre a természeti feltételek kedvezőbbek, a földkoncentráció nagyobb fokú, több az üzemszerűen működő gazdaság, ezért nagyobb szerepet kapnak a termelési technológiával és az eszközparkkal összefüggő témák. Az agrárszakemberek száma nagyobb, érdeklődési körük szélesebb skálát fog át, az egyesületi szakmai szerveződés pedig jóval gyakorlatiasabb, mint az előző térségben. A tematizációs gyakorlat pragmatikus és hangsúlyozottan normatív jellegű, a követelmények és a lehetőségek jóval nagyobb szerepet kapnak benne, mint az agrárszereplők tényleges tevékenysége vagy személyisége. A térségben egyébként még egy napilap működik, és ez is teljesen hasonló tematizációs gyakorlatot követ. Ebben a tematizációban a nagyszámú családi önfenntartó gazdaság csak nagyon ritkán kap helyet.

A harmadik tematizációs modell olyan térségben működik, amelyben az agrárjellegű tevékenységek számára a természeti adottságok még kedvezőbbek, az üzemszerűen működő nagygazdaságoknak meghatározó szerepük van, az agrárjellegű tevékenység professzionális szintje (termelés, szolgáltatás, tanácsadás, értékesítés) magasabb, mint a másik két térségben. Az önfenntartó családi gazdálkodási gyakorlat ebben a tematizációs modellben sem jelenik meg, a nagyobb farmgazdaságok mellett azonban az innovatív, kisebb kezdeményezések értékelése előtérben van. Az agrárjellegű tevékenységet ez a tematizációs gyakorlat nem csupán fejlesztési elvárásként, technológiai folyamatként ábrázolja, hanem társadalmi viszonyaiban is (személyi jellemzők, gondok és nehézségek, helyi szerep stb.). Ez a tematizáció az agráriumot már implicit módon is úgy kezeli, mint fontos, a többi tevékenységgel azonos rangú társadalmi szegmenst. Ugyanakkor a tematizáció mennyisége jóval kisebb, mint a másik két lap esetében.

A három egymástól eltérő modell azt jelzi, hogy a térségi média tematizációs gyakorlata egyfelől követő jellegű, másfelől pedig erőteljesen szelektív. Követő abban az értelemben, hogy igazodik az adott térség agráriumának szerkezetéhez, szelektív abban az értelemben, hogy az adott térségre jellemző agrártevékenységek egyes szegmenseinek megjelenítéseitől eltekint. Mindkét jellemző (a követő jelleg és a szelektív jelleg) komoly korlátként jelentkezhet abban az esetben, ha a térségi média stratégiai váltást szorgalmazó innovatív változások népszerűsítőjeként, szorgalmazójaként (például az agrárium digitalizációjának szorgalmazójaként) kívánna fellépni.

4. Összegzés

Az elemzés első részében utaltunk arra, hogy a tematizációs gyakorlat pragmatikai jegyei korlátot jelenthetnek az új tematizációs gyakorlat bevezetése esetén. Elemzésünk második részének eredményei azt mutatják, hogy a tartalomgyártási gyakorlat is jelentkezhet korlátként. A követő jelleg korlátot jelenthet abban az értelemben, hogy az innováció tematizációja esetén nem csupán a már tapasztalható újszerű kezdeményezések bemutatása jelent szakmai feladatot, hanem olyan anyagok készítése is, amelyek a lehetőségeket, az elvárásokat, a tennivalókat, a távoli sikeres gyakorlatokat mutatják be. Ez nyilván a követő jellegű tematizációs rutinok megváltoztatását igényli. A szelektív jelleg abban az értelemben képezhet korlátot, hogy a bemutatásra érdemesnek tartott témák kiválasztása mögött nyílt vagy rejtett értékelések, meggyőződések – akár előítéletek vagy hitek is – állhatnak, és ezek épp úgy működhetnek az innováció érdekében, mint ellene.

Összegzésként azt hangsúlyozhatjuk, hogy az AD tematika gyakorlatilag teljes mértékben hiányzik jelenleg a térségi média napirendből. Kivételt csak néhány anyag képez. De ennél is nagyobb figyelmet érdemel az a jelenség, hogy az agrárinnováció témaköre is hiányzik.

A pragmatikai jellemzők korlátozó tényezőként működhetnek egy olyan tematizációs folyamat beindítása esetén, amely az AD tematika programszerű térségi megjelenítésére irányul. A témakezelés gyakorlata szintén korlátozó tényezőként jelenhet meg. Ennek oka az, hogy **jelenleg a tematizációs gyakorlatot egy sajátos, koherens diszkurzív paradigma uralja**. Részleges eltéréseket ettől a diszkurzív paradigmától csak a harmadik modellben látunk. A térségi agrártematizációs diskurzus fontosabb jegyei a következők:

- A tájékoztatás központi szerepe: a forrásszerzési tevékenység prioritása mindenek felett, ez a téma sokkal fontosabb, mint az innováció, de annál is fontosabb, hogy az agrártevékenység ebben a térségben az emberek életében milyen szerepet tölt be.
- Hivatalos, normatív nyelvezet/stílus.
- Normatív attitűd: előbbre kell lépni, az agráriumot fel kell hozni a többi szegmens szintjére (vagyis: most nincsen ott).
- Elvont tárgyalási mód, a személyesség hiánya.
- Témaszelekció.
- Ebben a tematizációban az agrárium nem társadalmi kérdés, hanem elsősorban technológiai és forrásszerzési (támogatásszerzési) kérdés.

Az nem nagyon vitatható, hogy az agrárium digitalizációjának térségi térnyerése csak a térségbe irányuló tudás- és technológia transzfer formájában látszik kivitelezhetőnek. A transzfer folyamattal kapcsolatosan már ma is megfogalmazódnak a fontosabb akadályok, ezek közt első sorban a térségi szereplők mentalitását, a szakmai kompetenciák hiányát és az anyagi természetű nehézségeket szokás említeni. Nem vitatható az sem, hogy ehhez a folyamathoz programszerű, többszintű térségi tematizációs tevékenységet kell kapcsolni. Elemzésünkkel arra kívántuk felhívni a figyelmet, hogy a térségi agrárium digitalizációját célzó szakpolitikai és szakmai munkában korlátozó tényezőként számolni kell az agráriummal kapcsolatos, jelenleg működő térségi tematizációs gyakorlat (pragmatikai és tartalmi jellegű) akadályozó szerepével is.

5. Javaslatok

A térségi médiatematizáció módosítására, illetve kibővítésére vonatkozóan a helyzetelemzés következtetései alapján **négyféle cselekvési irányt jelölhetünk** meg:

1. Általános tematizáció végzése azzal a céllal, hogy az AD téma a térségi társadalmi nyilvánosságban folyamatosan napirenden legyen.
2. Az AD témakörhöz tartozó információk közül az eszközökkel, technológiákkal, alkalmazási módokkal kapcsolatos információk, bemutatók, ajánlatok híranyag (még pontosabban: kínálat) formájában való gyakori megjelenítése külön-külön a potenciális térségi célcsoportok számára.

3. Az AD témakörhöz kapcsolható térségi kezdeményezések „innovációs kezdeményezésként" vagy „jó gyakorlatként" (követhető példaként) való megjelenítése térségi szereplők és a szélesebb közvélemény számára.
4. Az AD problémakörrel kapcsolatos térségi szakmai tematizáció rendszeressé tétele

A javasolt **tevékenységi területek** magukba foglalhatják az alábbiakat:

- A működő térségi médiaszerkezeten belüli és a jelenleg általános, **bejáratott tematizációs rend keretein belüli tartalmi és formai módosítások, bővítések**. A formai módosításokra vonatkozóan ki lehet dolgozni a szerkesztőségek (illetve az agrárrovatok) számára formai javaslatokat, a tartalmat illetően pedig modelljellegű anyagok elkészítésére és átadására van szükség.
- A jelenleg működő **tematizációs rend részleges módosításai**. Erre szintén javaslatokat kell kidolgozni, illetve azokról szakmai egyeztetést kezdeményezni a szerkesztőségekkel. A tartalom vonatkozásában, ez esetben már jelentős mennyiségű külső anyag előkésztésére van szükség, amíg a módosított pragmatikai keretek megszilárdulnak.
- **Új térségi tematizációs keretek kialakítása**. Ez esetben ki kell dolgozni az alapoktól kezdve az új tematizációs keretek szerkezetét és működési módját.

Megjegyzés: A javasolt három tevékenységi terület (AD tematizáció a kialakított kereteken belül, AD tematizáció a kialakított keretek részleges módosításával, illetve új tematizációs keretek kialakítása) közül – az elemzés során jelzett pragmatikai és tartalmi korlátok miatt – a harmadik tűnik a leginkább járhatónak. A tematizáció térségi diszkurzív modellje kevés esélyt ad a kialakított kereteken belüli kísérletekre, és még kevesebbet a keretek módosítására. Az új tematizációs keretek kialakítása, illetve a tartalomgyártás programszerű beruházást igényel.

Amint a felsoroltakból látható, mindhárom esetben szakmai tartalmak előállítására van szükség, és ezt fel kell kínálni az egyes szerkesztőségeknek. A helyzetelemzésből az következik, hogy a kialakított pragmatikai rend és diszkurzív gyakorlat miatt a szerkesztőségektől nem várható el, hogy rövid idő alatt átálljanak az AD tartalmak gyártására.

Az AD tartalmakat illetően a helyzetkép alapján azt lehet mondani, hogy 3-4 témakörben célszerű az alapozó munkát elkezdeni. Ezek a **témakörök (AD tartalmak)** a következők:

- Azoknak a megoldásoknak, eszközöknek, technológiáknak, eljárásoknak a bemutatása, amelyek más országokban sikeresnek bizonyultak, és amelyek helyi hasznosítása a térség adottságait figyelembe véve elképzelhető.
- Térségen kívüli jó gyakorlatok személyhez kötött (személy által hitelesített) helyi/térségi bemutatása.
- Az élelmiszertermelés fontosságának és új modelljeniek ismertetése, az agrárjellegű tevékenységek „korszerűségének" rendszeres megjelenítése.
- A térségi agrárjellegű tevékenységből az AD tartalmak kiemelése, azok fókuszba állítása
- Térségi innovatív szereplők portrészerű bemutatása
- Komplementer jellegű, az agrárinnovációt hangsúlyozó rendszeres szakmai tematizáció (a környezetvédelem, éghajlatváltozás, talajvédelem, tájvédelem, vízgazdálkodás stb. fontosságának rendszeres hangsúlyozása).

Tanulmányunkban az agrár tematizáció gyakorlatának azon pragmatikai és tartalmi aspektusaira kívántuk felhívni a figyelmet, amelyeket egy újszerű, az agrárium digitalizációs folyamatát előtérbe állító, térségi léptékű tematizációs program tervezőinek, kivitelezőinek érdemes lesz figyelembe venniük. Javaslataink csak arra vonatkoznak, hogy ezt a térségi tematizációs kontextust figyelembe véve milyen területeken milyen eljárásokkal lehetne megalapozni és fölépíteni az agrárium digitalizációs folyamatát ismertető és támogató gyakorlatot. Ma már a vizsgált térségen kívül sokféle módon, sokféle tartalommal zajlik az AD tematizáció, és biztosra vehető az, hogy a máshol már kialakított, más jellegű és más indíttatású tematizációs praxisból több eljárás vagy szakmai tartalom átvehető, és a térségi tematizációs munkába beépíthető. Ezek megismerése, értékelése, térségi adaptációjának elgondolása azonban már egy következő szakmai feladat.

Sárosi-Blága Ágnes

DIGITÁLIS TÁRSADALMI INNOVÁCIÓ – VIDÉKI TÉRSÉG

Bevezető

A vidéki térségek fejlődése és fejlesztése szempontjából az innováció egy kulcsfogalom és komplex stratégiai megoldás, amelynek jelentőségét a vidéki térségek problémáival foglalkozó kutatók és szakértők többféle megközelítésben hangsúlyozzák. Az a megközelítés, hogy a gazdasági és technológiai innováció mellett a társadalmi innovációnak ugyanolyan fontossága van, többek között a vidékfejlesztési paradigmaváltás kapcsán került előtérbe. Ehhez kapcsolódóan a digitális társadalmi innováció egy viszonylag új fogalom, amely a digitális technológiák gyors fejlődése és a társadalmi problémák kezelése közötti kapcsolódási lehetőségeket jelenti. A digitális társadalmi innováció fogalom (DTI) röviden összefoglalva egy olyan szemléletet jelöl, amely a 21. században elérhető digitális eszközök és technológiák segítségével megoldásokat keres a társadalmi problémák kezelésére, a társadalmi egyenlőtlenségek csökkentésére, vidéki térségek esetében pedig kiemelten az innovációs képesség erősítésére. A DTI fogalom használata továbbá ahhoz a felismeréshez is kapcsolódik, amely szerint a digitális eszközök és technológiák a gazdasági szempontok mellett közösségfejlesztési célokra is alkalmasak, ugyanis megkönnyítik a kommunikációs és tanulási folyamatokat. A DTI az Európai Uniós stratégiákban és támogatási programokban is kulcskérdés. Az EU az elmúlt évek során számos olyan kutatási program (például Interreg Europe, 2019; TEPSIE, 2014) megvalósítását tette lehetővé, amely a vidéki innováció kérdéskörével foglalkozott, és ehhez kapcsolódóan a digitális eszközök és technológiák, valamint a digitalizálási lehetőségek hatékony alkalmazására keresett megoldásokat. Vidéki térségekben a digitális társadalmi innováció egyik legkézenfekvőbb alkalmazási területe az agrárium.

A csíkszeredai Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány és a KAM – Regionális és Antropológiai Kutatások Központja 2011 óta foglalkozik a székelyföldi agrárinnovációs folyamatok elemzésével. A kutatási eredmények a székelyföldi agrárium esetében egyértelműen jelzik a digitális felületek, eszközök, technológiák és hálózatok fontosságát, felértékelődését, de ugyanakkor az ezek széleskörű elterjedésével és hatékony alkalmazásával kapcsolatos lemaradásokat, korlátokat is.

Jelen tanulmányban olyan szakirodalmi anyagok és kutatási projektek ismertetésére kerül sor, amelyek vidéki környezetben, többféle megközelítésben, és nem csak az agráriumra vonatkozóan foglalkoznak a digitális társadalmi innovációban rejlő fejlesztési lehetőségekkel és megoldásokkal. A tanulmány elsődleges célja felhívni a figyelmet a DTI fogalmának fontosságára és széleskörű alkalmazási lehetőségeire. Az agrárium digitalizációja kapcsán gyakran találkozhatunk olyan megközelítésekkel is, amelyek ezt a folyamatot csak az agrárszegmens fejlesztési feladataként, vagy még jobban szűkítve a megközelítést, műszaki-technológiai beruházásként (lásd: precíziós gépek vásárlása) értelmezik. A DTI fogalma és gyakorlata ezzel ellentétben arra hívja fel a figyelmet, hogy az agrárium digitalizációját egy jóval tágabb innovációs kontextusba helyezve, a digitális társadalmi innováció részeként célszerű értelmezni és kezelni. Ez a megközelítés hangsúlyozottan érvényes lehet olyan vidéki térségek esetében mint a Székelyföld, ahol a lakosság agrárérintettsége magas, és az agrárium fejlesztése az egyéni és közösségi életvezetés több szegmensét is közvetlenül érinti. A tanulmányban bemutatott fogalmak, értelmezések, kutatási tapasztalatok kezdeményezést, szakmai ösztönzést jelenthetnek abban a tekintetben, hogy a székelyföldi térség agráriumának digitalizációs folyamatát is – legyen szó társadalmi tematizációs vagy szakmai tervezésről – tágabb megközelítésben, az IKT eszközök, technológiák, tartalmak által támogatott komplex társadalmi innováció kereteiben gondoljuk el.

A digitális társadalmi innováció szerepe a társadalmi problémák kezelésében

Bria és társai (2014) kutatási jelentésükben a digitális társadalmi innovációt egy újszerű tudományterületként határozzák meg. Egyelőre kevés ismeret áll a rendelkezésre a digitális társadalmi innovátorokról, vagyis azokról a szervezetekről és tevékenységekről, amelyek a digitális eszközök használatát támogatják a világ működésének jobbátétele érdekében. Bria és társai (2014) az általuk elvégzett kutatás értelmében a következőképpen határozzák meg a DTI fogalmát: társadalmi és együttműködő innováció, amelyben az innovátorok, felhasználók és a közösségek együttműködnek a digitális technológiák használatában annak érdekében, hogy az internet elterjedése előtt elképzelhetetlen mértékű tudást és megoldást generáljanak a társadalmi problémák széles skálájára. A kutatás célja továbbá az internetben rejlő hálózatosodási lehetőségek feltárása (tevékenységek és szolgáltatások, amelyek annál erősebbek, minél több ember használja őket), a digitális eszközök

jellemzőinek hangsúlyozása. A kutatók számára kihívás volt a hálózatok együttműködő erejének, közös intelligenciájának alkalmazása a társadalmi kihívások kezelésében. Ebben a megközelítésben a nyílt adatinfrastruktúrák, közös tudás platformok, decentralizált társadalmi hálózatok, vezeték nélküli hálózatok, hardverek stb. a kollektív cselekvést és a tudatosságot szolgálják a társadalomban.

Mindez azért fontos, mert a digitális technológiák fejlődése és gyors terjedése ellenére még mindig nem sikerült megoldásokat találni a nagyszabású társadalmi problémák kezelésére. A digitális technológiák további egyenlőtlenségeket termeltek, és már meglévőket mélyítettek el. A digitális társadalmi innováció éppen ezért központi szerepet játszik az internet fejlesztésében is. A hivatkozott kutatás fő célkitűzése megvizsgálni, feltérképezni a civil szervezetek és helyi közösségek szerepét az alulról felfelé irányuló társadalmi innováció elérésében az internet segítségével. A kutatás további célja ajánlásokat megfogalmazni konkrét politikai intézkedésekre a DTI európai szintű alkalmazása és támogatása érdekében. A célok elérése érdekében a kutatás során 250 eset elemzésére került sor digitális társadalmi innovációs szolgáltatásokról, szervezetekről és tevékenységekről. Az elemzések értelmében a civilszervezetek, a társadalmi mozgalmak, valamint az innovátorok (fejlesztők, hackerek, designerek) kulcsszereplők a TI szempontjából. A társadalmi innováció folyamatában nagyon fontos a nem intézményi és az intézményi szereplők kezdeményezéseinek megkülönböztetése, valamint olyan európai szintű innovációs modellek kidolgozása, amelyek az eddigi felülről lefelé irányuló programokkal ellentétben nem hagyják figyelmen kívül a civil társadalom szervezeteit és kezdeményezéseit sem.

Graziano (2018) tanulmányában a digitális társadalmi innováció fogalmának meghatározásával foglalkozik. Arra hívja fel a figyelmet, hogy az elmúlt tíz évben számos aktivista, politikus, szakember és kutató foglalkozott a technológia közösségfejlesztésben betöltött szerepének fontosságával. Ezek a kulcsszereplők úgy gondolják, hogy az óriásvállalatok profitjának növelése helyett, illetve mellett a technológiát inkább a közjó érdekében kell használni (vagy arra is lehet). Ebben a megközelítésben a digitalizáció számos alternatív megoldást kínál a társadalmi problémákra. A hivatkozott szerző ezt a mozgalmat nevezi digitális társadalmi innovációnak. Szerinte minél nagyobb lesz a DTI alkalmazási területe, annál nagyobb szükség van a valós alapelvek tisztázására: nyitottság és átláthatóság, demokrácia és decentralizáció, kísérletezés és elfogadás, digitális készségek és multidiszciplinaritás, fenntarthatóság. A szerző a fogalom tisztázása és a félreértések elkerülése

érdekében fontosnak tartja számba venni azt, hogy mi NEM nevezhető digitális társadalmi innovációnak. Például a DTI nem jelenti azt, hogy a technológia minden társadalmi problémára megoldást kínál, nem jelenti a meglévő társadalmi szabályokat zavaró új technológia mindenáron történő alkalmazását, vagy a politikai szféra udvarias megkerülését. Tehát a DTI nem csak a felhasználók visszajelzésre való biztatását jelenti, hanem a fejlesztési folyamatokban való aktív részvételüket. A DTI-ben a társadalom jelentős változásait nem csak a technológiai vállalatok és a zsenik idézik elő, hanem olyan szervezett közösségek, ahol a különböző szereplők, megközelítések és gondolkodásmódok lehetőséget kapnak arra, hogy egymást befolyásolják, egymástól tanuljanak, és egymásnak visszajelzést adjanak.

Alijani és Wintjes (2017) tanulmányukban a digitális társadalmi innovációt a technológiai és társadalmi innováció összjátékának keretén belül értelmezik. Következtetéseiket egy EU-s kutatás kapcsán fogalmazzák meg, amely 2014-2016 között valósult meg 12 európai kutatóintézet közreműködésével, valamint a németországi Gelsenkirchen Egyetem Munka- és Technológiai Intézetének vezetésével.

Alijani és Wintjes (2017) szerint az innováció fogalma egyre inkább kitágult a különféle területeken mind az értelmét, mind a végeredményét tekintve. Az általuk áttekintett szakirodalmi anyagok a technológiai változásokat tekintik a gazdasági változások fő mozgatórugójának. A technológiai és gazdasági szempontokon túl a társadalmi innováció a társadalmi folyamatok, célok fontosságát hangsúlyozza. A hivatkozott szerzők a technológiai és társadalmi innováció fogalmak közötti különbségek tisztázása után a kettő közötti kölcsönhatást elemzik. Amellett érvelnek, hogy az információs és kommunikációs technológiát sokféle módon lehet alkalmazni a társadalmi innovációban, és hogy több beruházásra volna szükség a technológiák integrálására a társadalmi innovációs folyamatokba és fázisokba. A technológiai és társadalmi innováció együttes fejlődésében nagyon fontosak a társadalmi innovátorok, valamint az innovációs hálózatok támogatására irányuló politikák.

Eid (2019) a digitális társadalmi innováció fogalmát a digitális múzeumok szerepén keresztül elemzi. A cikkben tárgyaltak azt szemléltetik, hogy a DTI keretrendszere hogyan alkalmazható a múzeumok fejlesztésében úgy, hogy közben valós innovációkat generál, közösségeket formál és javítja az életminőséget. A hivatkozott szerző szerint a múzeumok társadalomban betöltött szerepe nagyon sokat változott az elmúlt évek során. A modern múzeumok a pozitív irányú társadalmi változások hordozói lehetnek. Legalábbis erre utalnak a muzeológiai szakirodalomi anyagok, valamint a konferenciákon és workshopokon elhangzottak.

A múzeumi szektorban a digitális eszközök segítik a közönség elérését, a hozzáférhetőség növelését, a különböző kiállítások és események megszervezését. Azonban itt nincs közvetlen kapcsolat a múzeumok újszerű, társadalmi változást generáló szerepével. A múzeumok a digitális technológiákat többnyire a felhasználók digitális élményének fokozására, gyűjtemények digitalizálására és közösségi média kampányokra alkalmazzák. Ez a működési modell azonban elkülöníti a digitálist, mint eszközt és fogalmat, és megakadályozza azokat a megoldásokat, amelyekkel a múzeumok közvetlenül betölthetik alapvető küldetésüket a közösségek fejlesztése érdekében. A tanulmány ebben a megközelítésben értelmezési keretet nyújt a múzeumok hatékonyabb és mérhetőbb társadalmi hatásainak előidézéséhez, úgy, hogy közben elismeri a DTI keretrendszer elfogadásának lehetőségeit és korlátait. Eid (2019) szerint a digitális társadalmi innováció alkalmazásához paradigmaváltásra van szükség.

A tanulmányban tárgyalt szempontok a társadalom egyéb szegmenseiben is alkalmazhatók, és hasznos kiindulópontot képeznek a digitális társadalmi innováció keretrendszerének alkalmazásához.

Cangiano és társai (2017) szerint a digitális társadalmi innováció fogalom értelmezéséhez kapcsolódó megközelítések és projektek a központi megoldásokkal ellentétes megoldásokat kínálnak a társadalmi problémák kezelésére. Az európai szintű, gazdasági tényezőket meghaladó értékeket is figyelembe vevő innovációs modellek kidolgozása érdekében elengedhetetlen a különféle digitális társadalmi innovációs projektek hatásának elemzése. A tanulmány egy egyéves képzési program eredményeit mutatja be, vagyis egy olyan mentorálási modell kialakítását, amely a társadalmi innovátorok kapacitásépítésére fókuszál. A modellben modern technológiák, nyílt forráskodú szoftverek alkalmazására került sor, ami a képzési program nagyobb társadalmi hatásának elérését célozta meg. A modell továbbá az Open Design módszer alkalmazását mutatja be, amely támogatja azoknak a szervezeteknek, kezdeményezéseknek és egyéneknek a fejlődését, akik a digitális társadalmi innováció érdekében javasolnak megoldásokat Európában.

Eckhardt és társai (2017) tanulmányukban német kontextusban foglalkoznak a digitális társadalmi innovációk megvalósulását elősegítő és korlátozó tényezők elemzésével. A tanulmány fő célja választ adni arra a kérdésre, hogy a digitális társadalmi innováció miként lehet az inkluzív társadalom elősegítésének eszköze. A hivatkozott szerzők a digitális technológiákban rejlő lehetőségek és a speciális igények közötti kapcsolat kialakítására olyan modellt javasolnak, amely komplex

társadalmi innovációs rendszerekben strukturálja a folyamatot elősegítő és korlátozó tényezőket. Ezek a rendszerek a digitális társadalmi innovációs kezdeményezésekben lehetővé teszik és támogatják az innovátorokat az elősegítő és korlátozó tényezők megértésében. A tanulmány szerzői kvantitatív adatbázisok (EU által támogatott SI-DRIVE projekt, Social Innovation – Driving Force of Social Change, 2014-2016, valamint SIMPACT projekt, Boosting the Impact of Social Innovation in Europe through Economic Underpinnings, 2014-2016) eredményei alapján arra a következtetésre jutnak, hogy az egyének, hálózatok és csoportok képezik a digitális társadalmi innováció legfontosabb hordozóit. Ezt követik az IKT eszközök, valamint az innovatív környezet. Ugyanakkor a globalizációnak, a versenyképességnek, valamint a szabályozásoknak ehhez képest kevés szerepük van a digitális társadalmi innováció megvalósulásában. A korlátokat elemezve a szerzők a finanszírozási kihívásokat, a személyzet és a tudás hiányosságát emelték ki a DTI folyamat legfontosabb korlátozó tényezői közül.

Grove (2015) szerint napjainkban a civil társadalom, a vállalkozások, a kormány és a társadalom egyre inkább összekapcsolódnak az online felületeken keresztül. Továbbá egyre elismertebbé válik a társadalmi innováció hálózati jellegének fontossága. A digitális társadalmi innováció a társadalmi innováció egyik konkrét formája, amely hálózati alapon célozza meg az innovációt és a társadalmi változást: internetkapcsolatok, webes együttműködési eszközök, nyílt hozzáférésű adatbázisok, alulról építkező tevékenységek és alkalmazások (Anania & Passani, 2014). Ebben a megközelítésben a digitális technológia a társadalmi fejlődés fő mozgatórugója. Jelenleg nagyon sok elvárás kapcsolódik a digitális technológia potenciális társadalmi szerepéhez. Azonban nem lehet figyelmen kívül hagyni a digitális eszközök integrációjával kapcsolatos problémákat sem: a magánszféra védelmével kapcsolatos aggodalmak, a személyes adatok online platformok közötti közvetítése, az algoritmusok által meghatározott döntések növekedése például a hálózati tagság és az információkhoz való hozzáférés kapcsán.

A tanulmány szerzője kritikus megközelítésben, a lehetőségek és kihívások alapján elemzi a fentiekben röviden fölvázolt problematikát.

Internet, digitalizáció, társadalmi innováció

Chowdhury és Odame (2013) kanadai kontextusban elemzik a közösségi média szerepét az agrár-élelmiszeripar és a vidéki térségek fejlesztésében. Szerintük a mezőgazdaság és a vidék fejlesztése érdekében történő kommunikáció interaktív és többszereplős megközelítéseket foglal magába, amelyek az állami és a magánszektor, valamint a civil társadalom ötleteit és erőforrásait mozgósítják. A web 2.0 technológiának nevezett digitális eszközök – különösen a közösségi média – kommunikációs csatornát képeznek az innováció számára. Ezek az eszközök és felületek potenciálisan támogatják a kollektív tanulási és tudáslétrehozási folyamatokat. Egyelőre még kevés bizonyíték van arra vonatkozóan, hogy ezek az eszközök és felületek az agrár-élelmiszeripar és a vidék fejlesztésére is alkalmasak. A tanulmány célja elemezni ennek az alkalmazási területnek a feltételeit. Ennek érdekében a hivatkozott szerzők adatbázisokat, a témában releváns szakirodalmakat tekintenek át, valamint 50 online közösség tartalmi elemzését végzik el. Következtetéseik alapján a közösségi média alkalmazása még mindig egy korai szakaszban van, és a Web 2.0 által nyújtott együttműködési lehetőségek kihasználása korlátozott. Tehát korlátok és hiányosságok vannak a dinamikus kommunikációhoz szükséges visszajelzések adásában és fogadásában. Ilyen korlát például (1) az érdekeltek egymással ellentétes vélekedése a közösségi média felhasználásáról, kockázatáról, hitelességéről, valamint (2) a megfelelő közösségi média alkalmazások használatát és fejlesztését lehetővé tevő kapacitáshiány. A hivatkozott szerzők szerint további elemzésekre és interjús módszerek alkalmazására van szükség a közösségi médiától való vonakodás mélyebb okainak feltárásához és megértéséhez az agrár-élelmiszeripari és más vidéki ágazatokon belül. Chowdhury és Odame (2013) nagyon fontosnak tartják a témával való foglalkozást, mert szerintük több eset jelzi, hogy a közösségi médiát alkalmazó egyéni gazdálkodók nem csak szakmai hálózatukat, hanem hírnevüket és üzleti érzéküket is fejlesztik ezáltal. Tehát a tanulmány következtetései alapján a közösségi média fejlesztése és használata kulcsfontosságú tényezője a vidéki innovációs folyamatoknak.

Hamburg és Bucksch (2017) tanulmányukban az oktatás szempontjából elemzik a digitális technológiák és az internet szerepét a társadalmi innovációkban. Szerintük az oktatásnak támogatnia kellene ezt a szerepet, és reagálnia kellene olyan társadalmi problémákra, mint például a gyors népességnövekedés, vagy a növekvő szegénység. A digitális társadalmi innováció szerepei az inkluzív oktatásban a következők lehetnek: az összes lehetséges tanuló elérése, vagy olyan vállal-

kozói szellem kialakítása, amely elősegíti a társadalmi befogadást és minden embernek egyenlő esélyeket biztosít a vállalkozások létrehozására és működtetésére. A tanulmány szerzői ebben a folyamatban nagyon fontosnak tartják a hátrányos helyzetű, vagy a bizonyos területeken alulreprezentált csoportok bevonását, mint például a fiatalok, a nők, az etnikai kisebbségek, bevándorlók, vagy a fogyatékosok. Ebben a megközelítésben az információs technológia értékes erőforrás, az oktatás pedig egy hasznos eszköz ennek az erőforrásnak a társadalmi hasznosításában. A tanulmány olyan projektek bemutatását tartja fontosnak, amelyek ebben a kontextusban példái a digitális társadalmi innovációnak. A fő cél mindezzel a téma fontosságának tudatosítása, és további hasonló projektek ösztönzése.

Edwards-Schachter és társai (2012) egy spanyol esettanulmányon keresztül elemzik az életminőség ösztönzése, a társadalmi innováció, valamint a digitális technológiák közötti összefüggéseket. A hivatkozott szerzők szerint a részvételi folyamatok kulcsfontosságú tényezői a társadalmi innovációnak, és ez az állami és a magánszektort is magába foglalja. A társadalmi innovációnak különböző modelljei vannak, amelyek sokféle együttműködési stratégiát tükröznek. Az esettanulmány egy olyan társadalmi innovációs modellt mutat be, amelynek középpontjában az időskorúak szükségletei, valamint az üzleti lehetőségek közötti kapcsolódási felületek megtalálása áll.

Ebben a modellben az információs és kommunikációs technológiák együttműködő innovációs felületet képeznek a felhasználók és a termelők között, amely észleli a felhasználói elvárásokat, reagál azokra, ezáltal azonosítja a társadalmi innovációs lehetőségeket, és segíti a helyi kormányzás döntéshozatali folyamatait.

Majumdar és társai (2015) tanulmányukban a technológia, az innováció és társadalmi változás kapcsán azzal a megközelítéssel foglalkoznak, amely szerint a globális üzleti környezetben megvalósuló technológiának és innovációnak káros hatása lehet egy nemzet vagy társadalom értékeire és normáira. A tanulmány ebből a megközelítésből kiindulva egymástól független, a világ több pontján (Indiában, Mexikóban, Thaiföldön, Kambodzsában, Laoszban, Vietnamban, Etiópiában, Nigériában és más afrikai országokban) megvalósuló kutatásokat integrál, és a technológia, az innováció és a társadalmi változások természetét és jelentőségét, valamint a közöttük lévő összefüggéseket elemzi. A különféle kutatások elemzése következtében Majumdar és társai (2015) arra a következtetésre jutnak, hogy a társadalom nem minden esetben fogadja el a technológiai változásokat, sok esetben

azokat ellenségnek tekinti, valamint előfordul az is, hogy a gazdasági fejlődés negatív irányban eredményez társadalmi változásokat.

Franquera és Gomes (2017) szerint az új digitális technológiák használatának elterjedése láthatóságot biztosít különféle társadalmi csoportoknak és civilszervezeteknek, amelyek egy fenntarthatóbb társadalom létrehozásának szereplői, hordozói lehetnek. A hivatkozott szerzők szerint a tervezés nagyon fontos a stratégiák és az innovatív megoldások kidolgozásában. A tanulmány olyan projekteket mutat be, amelyek a tanulmány megírását megelőző 5 évben egy portugáliai egyetem mesterképzésén valósultak meg, és a közösségi média és a digitális technológiák integrálásával fenntartható társadalmi fejlődést elősegítő megoldásokat terveztek. A DESIS hálózatban (Design for Social Innovation and Sustaninability) tervezett megoldások a tanuláson alapultak, és kezdeti fázisban elsősorban etnográfiai módszereket alkalmaztak. Mindenik projekt esetében nagyon fontos volt a legújabb digitális eszközök alkalmazása. A közösségi hálózatok és a weboldalak felületei gyakorlatilag azonnali lehetőséget biztosítanak az emberek elérésére, a szolgáltatók és a felhasználók közötti kommunikációra. A digitális technológia funkciói és felületei földrajzi elhelyezkedéstől függetlenül biztosítják a valós idejű információcserét. Ebben az új környezetben a technológiák az emberek által fejlődnek, és az emberek a technológiák révén tanulnak. Éppen ezért a 21. században tervezett szolgáltatásoknak minden területen tágabban kell értelmezniük a társadalmi kapcsolatok jelentőségét, amely nem csak az egyén és egyén közötti társadalmi viszonyokat, hanem most már az egyének és tárgyak közötti viszonyokat is magába foglalja.

Tirziu (2017) Románia vidéki területein elemzi a társadalmi innováció megvalósulásának feltételeit. A hivatkozott szerző számba veszi azokat a tényezőket, amelyekre fontos figyelni az IKT projektek alkalmazása és a vidéki közösségek fejlesztésének tervezése kapcsán. Kutatása alapján Romániában számos projekt irányult a digitális írástudás fejlesztésére, a digitális szakadék csökkentésére vidéki és városi környezetben egyaránt. A projektek városi, valamint városhoz közeli vidéki településeken bizonyultak eredményesebbnek. A hivatkozott szerző a társadalmi innovációt olyan gyakorlatnak tekinti, amely az alkotási folyamat révén valósulhat meg. Ebben a folyamatban nagyon fontosnak tartja az IKT eszközöket az új ötletek megvalósítása és a közösségek formálása érdekében. A lakosság és a rurális kisvállalkozások számára nagyon hasznos az elektronikus szolgáltatások fejlesztése. Fontos figyelembe venni továbbá azt, hogy annak ellenére, hogy az IKT eszközök-

nek jelentős szerepük van a társadalmi innováció elérésében, vidéki térségekben a személyközi kapcsolatok kulcsfontosságú tényezője az emberi erőforrás marad. Tehát vidéki környezetben nagyon fontos a digitális technológiák és a hagyományos módszerek alkalmazása közötti egyensúly megteremtése. Tirziu (2017) szerint ez a kapcsolat az „élő laboratóriumok" fogalom meghatározásával érthető meg: nyílt innovációs ökoszisztémák, amelyek a felhasználókra összpontosítanak, és olyan megközelítésen alapulnak, amely a felhasználókat a valós közösségekben és helyszíneken megvalósuló kutatási és innovációs folyamatok társszerzőjeként kezeli. Tehát az innováció középpontjában minden esetben a helyi lakos áll. A szerző által meghatározott laboratóriumok képesek az új IKT megoldások által biztosított lehetőségek kihasználására úgy, hogy közben a helyi feltételeknek is megfelelnek. Tirziu (2017) az élő laborok, az IKT eszközök és a társadalmi innováció közötti kapcsolódásra példaként említi az Élő Laborok Európai Hálózatát, amely 2006-ban jött létre, és globális szinten 170 élő laboratóriummal rendelkezik. Ez a hálózat a tapasztalatcserére, a jó gyakorlatok bemutatására, tanulásra, valamint nemzetközi projektek megvalósítására kínál felületet. A hálózat weboldala szerint Romániában működő „élő laboratórium" a Bukaresti Politechnika Egyetem által indított ARCHE3S (Automation, Robotics, Computers Science, Healthcare, Energy, Efficiency, Environment), amely egy multidiszciplináris, szinergiára összpontosító platform. A hivatkozott szerző szerint a városi élő laborok sikeres példája a vidéki térségek számára is hasznos lehet olyan pozitív irányú változások elérése érdekében, mint például a jelenlegi vidékfejlesztési politikák változása, az innováció támogatása, a vállalkozói szellem serkentése, a társadalmi és egyéni jólét javítása. Ezekben a folyamatokban nagyon fontos szerepe van a közigazgatásnak.

Tirziu (2017) a romániai vidéki területeken végzett kutatások eredményei alapján arra a következtetésre jut, hogy az IKT eszközökhöz való hozzáférés és azok alkalmazási lehetőségeinek növelése kulcsfontosságú a vidéki térségek fejlődése szempontjából (digitális felületek, interakció, tudáscsere, versenyképesség növelése stb.). Ugyanakkor az IKT-projektek megvalósításának számos korlátja van, amit érdemes figyelembe venni: korlátok például a hálózati infrastruktúra kiépítése, vagy a technológiák elfogadása és használata terén. Fontos megemlíteni továbbá a digitális szakadékot is, amely európai szinten is nagymértékben lassítja az innovációs folyamatot.

A vidéki innováció digitalizációval kapcsolatos aspektusai EU-s megközelítésben: az Interreg Europe és TEPSIE projektek példája

Az **Interreg Europe (2019)** régiók közötti együttműködési program 2019-ben közzétett jelentésében a vidéki innováció kihívásaival és szükségességével foglalkozik (Szakpolitikai Tanulási Platform). A jelentés a különböző szakpolitikai megközelítések áttekintésével három témára hívja fel a figyelmet: a vidéki üzleti élethez igazított innovációs támogatási mechanizmusok kialakítása, a mezőgazdaság szükségleteinek kezelése, valamint az új technológiák és digitalizálási lehetőségek biztosítása. Mivel az EU-28 területének mintegy felét vidéki régiók alkotják, ahol az összlakosság több mint egynegyede él, a kihívások leküzdése és az életképes vállalkozások érdekében szükségszerű az innovációs kapacitások kiépítése és az innovatív megoldások támogatása. Ennek érdekében EU-szinten számos intézmény készített különféle jelentéseket és szakpolitikai dokumentumokat, amelyek a vidéki régiók sajátos jellemzőire, és az innovációs kapacitásuk erősítése érdekében fontos fejlesztésekre, politikai intézkedésekre hívják fel a figyelmet.

Az Interreg Europe 2019-es jelentése továbbá kitér a vidéki innováció különféle aspektusaira, mint az ökoszisztémák, helyi vállalkozások, ipar, városi partnerekkel való kapcsolat, és így tovább. Az Interreg Europe közösségben számos olyan projekt működik (például RUMORE, P-IRIS, RATIO, ERUDITE), amely közvetve vagy közvetlenül foglalkozik a vidéki társadalmi innováció kérdéskörével. A Szakpolitikai Tanulási Platform összességében a régiók és projektek közötti együttműködésekre, valamint a vidéki innováció ösztönzése szempontjából fontos szinergiákra kínál megoldásokat. Ezen belül kiemelt téma a digitalizálási lehetőségek biztosítása.

A **TEPSIE** („The Theoretical, Empirical and Policy Foundations for Building Social Innovation in Europe"), EU által finanszírozott projekt 2014-es jelentésében olyan témák áttekintésével foglalkozik, mint a társadalmi innováció rendszere, a társadalmi innováció mérése, a társadalmi innováció akadályainak megszüntetése, a tőkeáramlás generálása, a lakosság bevonása, a működő dolgok felismerése, a működő dolgok fejlesztése, online hálózatok alkalmazása az eredményesség érdekében. A jelentés továbbá 30 eset tanulmányozásával számba veszi, hogy a digitális technológiáknak milyen hatásai lehetnek a társadalmi innováció szempontjából. A kutatás a hatások három típusát különbözteti meg: (1) támogatás, vagyis a meglévő társadalmi innovációk hatékonyságának és hatásosságának növelése, (2) lehetővé

tétel, vagyis a társadalmi innováció új formáinak lehetővé tétele az online felületek különféle kombinációival, az online és offline közösségek közötti kapcsolódási pontokkal, (3) átalakítás, vagyis a meglévő társadalmi struktúrák és modellek megváltoztatása.

Összegzés

Jelen tanulmányban olyan szakirodalmi anyagok és kutatási projektek ismertetésére került sor, amelyek a vidéki társadalmak fejlődése és fejlesztése szempontjából a digitális társadalmi innováció fogalmának és alkalmazásának fontosságára hívják fel a figyelmet.

A tanulmányban ismertetett szakirodalmi anyagok alapján a digitális társadalmi innováció vidéki környezetben való alkalmazásával kapcsolatos fontosabb következtetések:

- Vidéki környezetben nagyon fontos figyelni a digitális technológiák és a hagyományos módszerek közötti egyensúly megteremtésére, a digitális eszközök integrációjára.
- Az IKT eszközök és felületek a kollektív tanulási és tudáslétrehozási folyamatokat támogatják, ami kulcsfontosságú a vidéki térségek fejlődése szempontjából.
- A digitális társadalmi innováció legfontosabb hordozói az egyének, hálózatok és csoportok. Ezt követik az IKT eszközök, valamint az innovatív környezet.
- Mivel a társadalom sok esetben nehezen fogadja el a technológiai változásokat, fontos figyelni az ellenállás, vonakodás hátterében álló mélyebb okok feltárásával és megértésével.
- A közösségi hálózatok és weboldalak felületei által biztosított tanulási környezet földrajzi elhelyezkedéstől függetlenül biztosítja a valós idejű információcserét, ami a vidéki térségek innovációs kapacitásának erősítése szempontjából kulcsfontosságú tényező.
- A digitális technológiák és eszközök, valamint az emberek között kölcsönös kapcsolat van, éppen ezért a 21. században tervezett szolgáltatások kialakításában nem csak az egyén és egyén, hanem az egyének és tárgyak közötti kapcsolatokra is figyelni kell.

Felhasznált irodalom

Alijani, S. – Wintjes, R. 2017

Interplay between Technological and Social Innovation. SIMPACT Working Paper, 2017(3). Gelsenkirchen: Institute for Work and Technology. http://www.simpact-project.eu/publications/wp/WP_2017-03_AlijaniWintjes.pdf

Bria, F. – Almirall, E. – Baeck, P. – Halpin, H. – Kingsbury, J. – Kresin, F. – Van Tongeren, S. – Tait, J. 2014

Digital social innovation. Interim Report. European Union. https://waag.org/sites/waag/files/media/publicaties/dsi-report-complete-lr.pdf

Cangiano, S. – Romano, Z. – Loglio, M. 2017

The growth of digital social innovation in Europe. An Open Design approach to support innovation for the societal good. An Open Design approach to support innovation for the societal good, The Design Journal,20:sup1, S3546S3559, DOI: 10.1080/14606925.2017.1352857

Chowdhury, A. H. – Odame, H.H. 2013

Social Media for Enhancing Innovation in Agri-food and Rural Development: Current Dynamics in Ontario, Canada. In W. Ashton & A. S. Carson [Eds.], The Journal of Rural and Community Development, 8(2), 97-119. https://www.researchgate.net/publication/281118425_Social_Media_for_Enhancing_Innovation_in_Agri-food_and_Rural_Development_Current_Dynamics_in_Ontario_Canada

Eckhardt, J. – Kaletka, C. – Pelka, B. 2017

Inclusion Through Digital Social Innovations: Modelling an Ecosystem of Drivers and Barriers. In Universal Access in Human–Computer Interaction. Design and Development Approaches and Methods: 11th International Conference, UAHCI 2017, Held as Part of HCI International 2017, Vancouver, BC, Canada, July 9–14, 2017, Proceedings, Part I (pp.67-84). https://www.researchgate.net/publication/317183696_Inclusion_Through_Digital_Social_Innovations_Modelling_an_Ecosystem_of_Drivers_and_Barriers

Edwards-Schachter, M. E. – Matti, C. E. – Alcántara, E. 2012

Fostering Quality of Life through Social Innovation: A Living Lab Methodology Study Case. Review of Policy Research, 29: 672–692. doi:10.1111/j.1541-1338.2012.00588x

Eid, H. 2019

Digital Social Innovation and the Evolving Role of Digital in Museums." MW19: MW 2019. Published January 12, 2019. Consulted July 23, 2019. https://mw19.mwconf.org/paper/digital-social-innovation-and-the-evolving-role-of-digital-in-museums/

Franqueira, T. – Gomes, G. 2017

Design for Social Innovation Supported by Social Based Technologies. In: Streitz N., Markopoulos P. (eds) Distributed, Ambient and Pervasive Interactions. DAPI 2017. Lecture Notes in Computer Science, vol 10291. Springer, Cham. http://www.desisnetwork.org/wp-content/uploads/2017/11/Design-for-Social-Innovation-supported-by-Social-Based.pdf

Graziano, V. 2018

What is (not) digital social innovation? In Humanities Commons. https://hcommons.org/deposits/download/hc:18686/CONTENT/what-is-not-dsi.pdf/

Grove, W. 2015

A critical analysis of Digital Social Innovation and its potential in strengthening constitutional democracy. SPL Constitutional Governance 2015 Conference. http://www.hessequa.gov.za/wp-content/uploads/2015/08/A-Critical-Analysis-of-Digital-Social-Innovation-and-its-Potential-in-Strengthening-Constitutional-Democracy-_-W.-Grove.pdf

Hamburg, I. – Bucksch, S. 2017

Inclusive Education and Digital Social innovation. In Advances in Social Sciences Research Journal, 4(5) 161-169. https://www.cpwell.eu/media/hamb_buck.pdf

Interreg Europe 2019

The challenges and necessity of rural innovation. A Policy Brief from the Policy Learning Platform on Research and innovation.

https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/plp_uploads/policy_briefs/2019-01-21_TO1_policy_brief_Rural_innovation_final.pdf

Majumdar S. – Guha S. – Marakkath N. 2015

Technology and Innovation for Social Change: An Introduction. In: Majumdar S., Guha S., Marakkath N. (eds) Technology and Innovation for Social Change. Springer, New Delhi.

TEPSIE 2014

Social innovation theory and research: a guide for researchers. http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/165%20TEPSIE%20research_report_final_web%202014.pdf

Tirziu, A-M. 2017

Promoting social innovation in rural areas through living labs. Published in: Proceedings of 4th ACADEMOS Conference 2017 , Vol. 4, No. 1 (15 June 2017): pp. 155-160. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/79870/

Székely Kinga Katalin

A SZÉKELYFÖLDI INNOVATÍV AGRÁR-TEVÉKENYSÉGEK ONLINE JELENLÉTE

Az agrárium digitalizációjának kérdése a székelyföldi térségben is egyre aktuálisabbá vált az utóbbi időszakban. Az alapvető IKT alkalmazások, eszközök használata ma már a megfelelő üzleti boldogulás feltételét jelenti, még a legkisebb egyéni vállalkozás, őstermelő esetében is. De az alapvető felhasználás mellett a komplexebb IKT megoldások igénybevétele is egyre fontosabbá válik annak érdekében, hogy javuljon a vállalkozások teljesítménye, hatékonysága. Ennek a folyamatnak egy fontos szegmensét képezi az agrárjellegű tevékenységek online felületeken való megjelenítése. Bár eddigi tapasztalataink, megfigyeléseink alapján elmondható, hogy ebben a térségben egyelőre még nagyon kismértékben van jelen a digitális felületek alkalmazása, a kezdeményezések jellegének, szerepének számbavétele hasznos lehet a digitalizációs folyamat tervezői és szervezői számára. Az online jelenlét, az egyes internetes alkalmazások sora, a közösségi média ma már hozzájárul a különböző innovatív vállalkozások versenyképességének megőrzéséhez, a külső-belső információáramlás gyorsításához, javíthatja a működési hatékonyságot, amelyek révén csökkenhetnek a költségek, pontosabban fel lehet mérni a fogyasztói és a piaci igényeket, a közvetlen, gyors és ingyenes szolgáltatások segítségével pedig lojális fogyasztó csoportokat lehet létrehozni (Péntek et al. 2012).

Ugyanakkor fontos azt kiemelni, hogy az innovatív agrártevékenységek IKT eszközök és tartalmak révén való megjelenítése a vizsgált térségben még nem nevezhető jelentősnek sem a kialakított felületek száma, sem tartalmi gazdagsága vagy aktualizálási gyakorlata szerint, azonban az innovatív kezdeményezések digitális felületeken való megjelenítése jóval nagyobb mértékű és összetettebb, mint a térségre jellemző hagyományos agrártevékenység vagy az üzemszerű agrártevékenység megjelenítése. Ez az eltérés arra enged következtetni, hogy az innovatív jellegű agrártevékenység a maga során valamilyen mértékben generálja – ha egyelőre szerény mértékben is – a digitális felületen való tematizációt.

A helyzetelemzés – azon túlmenően, hogy segít képet alkotni az aktuális online aktivitásról – fontos kiindulópontot jelenthet a továbblépéshez, hisz ezek a

digitális felületek az ismeretterjesztés mellett jelentős szerepet játszhatnak a térségi agrárium digitalizációjában.

A pontosabb kép megismeréséhez, a helyzet megértéséhez meg kell azt is említeni, hogy térségi vonatkozásban nem csak az agrárjellegű vállalkozások IKT eszközhasználata csekély mértékű, hanem ez jellemző más területekre is. Térségi szinten beszélhetünk ugyanis az IKT eszközök elterjedésének megkésettségéről, az intézmények, vállalkozások halogató, tartózkodó magatartásáról és arról, hogy nincsenek, nem fogalmazódtak meg a térségben IKT fejlesztési elképzelések, stratégiák. Jellemző a digitális technológiák intézményi szintű alkalmazásának késleltetése, illetve alacsony szintje, és az ehhez kapcsolódó kulturális minták az intézményeket irányító középkorosztály viselkedésmódjában, attitűdjében.

A vidéki térségekben az új médiához való viszonyulás egyik alapvető jellemzője a középkorosztály úgynevezett idegenkedése. Ezt azért fontos kiemelni, mert a rurális térségekben ez az a korosztály, amely alapvetően meghatározza többek között az intézmények, szervezetek és vállalkozások működési stratégiáit. Ennek az idegenkedésnek pedig az a közvetlen következménye, hogy az IT alapú beruházások, illetve azok hasznosítása szinte minden területen csak hosszas késleltetés nyomán zajlik/zajlott le, az IT alapú modernizációs lépések sok esetben megállnak az eszközbeszerzés szintjén, vagy többnyire alapszintű felhasználási módozatoknál[1].

Az idegenkedés egyik oka lehet az, hogy ebben a térségben elmaradt az IKT-val kapcsolatos közérdekű ismeretterjesztés, hiányos az új médiaalkalmazási lehetőségekhez kapcsolódó tudás. A térség meghatározó szereplői sok esetben az új médiához való viszonyulási helyzeteit igyekeznek a legrövidebbre zárni, mert nem érzik otthonosan magukat ezen a területen.

Az iskolai oktatásban is megjelenik a digitális kompetenciák fejlesztésének késleltetése (ez többféleképpen mutatkozik meg, egyrészt a felszereltség hiányában, másrészt a oktatók képzésében, illetve a tananyagfejlesztésben is). Emellett megjelenik a szakmai „leegyszerűsítés" is, pl. annak hangsúlyozása, hogy „az IKT témákhoz az informatikus ért" (nem kell minden oktató elsajátítsa, megtanulja) vagy az IKT kompetenciák fejlesztése csak informatikai osztályokban komoly oktatási feladat, a többi számára nem fontos stb. (Székely 2018)

Szintén térségi sajátosság, és a helyzet alaposabb megértéséhez szükséges említést tennünk róla, hogy az agrárinnovációs kezdeményezések online tematizációjának kísérletei (néhány weboldal, blog, Facebook oldal) majdnem kivétel nélkül

[1] Az IKT alapú innováció térségi adaptációjának folyamatáról lásd: Biró (2012)

bottom-up jellegűek, azaz egyéni törekvések eredményei. Van ugyan néhány kivétel (pl. a Székelytermék oldal), amelyek intézményi keretek között jöttek létre, de ezeknek a felületeknek is a szerepe inkább formális és az esetek többségében abban merül ki, hogy egy közös helyen mutassák be névvel, elérhetőséggel ezeket a kezdeményezéseket. Az online felületeken való tematizáció alkalmi, egyéni jellegét magyarázza az a tény, hogy a térségi agrárinnovációs folyamat is sajátos/egyéni, kisléptékű kísérletek halmazából áll, ahol mindenki a maga módján próbál működni, érvényesülni (ideértve a digitális megjelenítés módját és tartamát is).

Innovatív agrárjellegű vállalkozások online jelenléte

A vizsgálat során székelyföldi vonatkozású, innovatív, agrárjellegű kezdeményezések és vállalkozások online jelenlétét elemeztem. A vizsgált vállalkozások kis, egyéni vagy családi vállalkozások, amelyek a térségi adottságokra alapozva, térségen kívülről szerzett információk vagy tapasztalatok alapján olyan agrárjellegű tevékenységbe fogtak, amelyek eltérnek a kistérségi vagy a lokális ismert gyakorlatoktól. Van közöttük gyümölcsfeldolgozó, zöldségtermesztő, méztermelő, gyógy-, illetve dekornövény termesztő, és egyéb kistermelői élelmiszerelőállító2. Egy megfigyelési ív segítségével vizsgáltam a különböző weboldalakat, blogokat és közösségi profilokat, figyelembe véve olyan szempontokat, mint az aktualitás, aktivitás, megjelenített tartalom jellege, interaktivitás és vizuális megjelenítés, arculati elemek. Elemzésem célja az, hogy felvázoljam a térségi innovatív agrárvállalkozások on-line megjelenítéseinek fontosabb típusait. A térségi innovatív kezdeményezésekről nem készült teljes körű számbavétel, ezért nem lehet meghatározni az, hogy körükből milyen arányban foglalkoznak saját tevékenységük on-line megjelenítésével. A tapasztalat azt mutatja, hogy kevesebben vannak azok, akik digitális felületeket alakítanak ki és működtetnek, ők tulajdonképpen innovatívabbak, mint maga a térségi agrárinnovációs csoport egésze (A fiatal gazdák IKT eszközökhöz és tartalmakhoz való viszonyulásról lásd jelen kötetben Biró A. Zoltán tanulmányát).

Összegezve a megfigyelés során összegyűjtött információkat megállapítható, hogy az egyes vállalkozások, online kommunikációs tevékenységüket és aktivitásukat illetően 6 (+1) típusba sorolhatók. A vizsgálat során a vállalkozások saját honlapja mellett meg szerettem volna vizsgálni a közösségi oldalakon működő profilokat is, illetve a blogokat. Azonban a közösségi oldalak közül csak a Facebook

[2] A térségi innovatív agrárvállalkozók csoportjának részletesebb bemutatását lásd: Biró 2017.14-18.

használata a jellemző, és a meglévő blogok is már évek óta nem voltak frissítve, ezért a felállított típusok kizárólag a Facebook jelenlét és a saját weboldal működtetése szerint kerültek meghatározásra.

a) Egycsatornás kommunikáció

Ezek a vállalkozások csak egyetlen digitális felületen vannak jelen (vagy saját honlappal, vagy Facebook profillal rendelkeznek). Statikus honlapokról beszélhetünk, kevés információt közölnek magukról és a termékekről, nem történik értékesítés, sokkal inkább bemutatkozó szerepük van ezeknek az oldalaknak. Kevés a vizuális tartalom, és egyáltalán nem jellemző a professzionális reklám- vagy termékfotó. A Facebook oldalakon alacsony fokú az aktivitás, nagyon ritkán töltenek fel új tartalmakat (akár hónapok is eltelnek két bejegyzés között), itt is hiányoznak a jó minőségű fényképek. Kevés a követők száma, és ezért a bejegyzések sem túl népszerűek (alig érnek el néhány megosztást meg lájkot), a tartalmak főleg a saját vállalkozásról, termékekről szólnak, ismertető jellegűek, nem értékesítenek. Nem használják az oldalt a vásárlókkal való kapcsolattartásra, a kommunikáció egyirányú, az interaktivitás szinte teljesen hiányzik, akárcsak az arculati elemek használata.

Az elemzett vállalkozások közül csupán néhány sorolható ebbe a típusba, kevésbé jellemző az ennyire passzív és hiányos kommunikáció a vizsgált agrárjellegű vállalkozásokra.

b) Többcsatornás kommunikáció

Azoknak a vállalkozásoknak a száma, amelyek a megmutatkozás céljából alkalmazzák a saját honlapot és a Facebook oldalt is magasabb, mint az előző típusé. A legtöbb esetben egy szakértő által készített honlappal rendelkeznek, illetve egy olyan Facebook oldallal, amit a vállalkozók saját maguk próbálnak működtetni.

A weboldalak informatívak, korszerűek, könnyen lehet rajtuk navigálni, általában kétnyelvűek, és itt már megjelennek az alapfokú arculati elemek is. A megjelenített tartalmak leíró, bemutatkozó jellegűek, érthető, célratörő szövegekkel találkozunk és jobb minőségű fényképekkel, de még mindig egyoldalú a kommunikáció, hiányzik az interaktivitás. A közösségi oldalon a jelenlét aktívabb, de nagyon véletlenszerű, kiszámíthatatlan. Nem jellemző az értékesítés-központúság, ezt a felületet is inkább megmutatkozásra, a termékek és a vállalat ismertetésére használják. A feltöltött vizuális tartalmak már jobban meg vannak szerkesztve, megjelennek a reklámfotók. Azonban az interaktivitás itt is minimális, a követők száma

nem jelentős, így a megosztott tartalmak sem túl népszerűek. Az online felületek össze vannak kapcsolva, a honlapról van átjárás a Facebook oldalra és fordítva is.

Tapasztalható az online jelenlét iránti igény, azonban nincsenek kellőképpen kihasználva az alkalmazott digitális felületek.

c) Átalakult kommunikáció

Néhány vállalkozás esetében megfigyelhető, hogy elavult, kezdetleges honlappal rendelkezik, ami évek óta nem került frissítésre, de ennek ellenére megjelenik a kommunikáció, a megmutatkozás igénye, és ezért el kezdték használni a Facebook közösségi oldalt. Azonban ezek az oldalak átvették a régi honlapok szerepét és továbbra is csak az ismertető funkciót látják el. Főleg az egyirányú kommunikáció a jellemző, vannak próbálkozások népszerűsítésre, de nagyon alapszinten történik mindez. A közzétett hirdetések, plakátok, ünnepi üdvözletek szerkesztési módja nagyon kezdetleges. Hiányzik az egységes megjelenítés, nincsenek kiforrott arculati elemek. Az értékesítés szinte teljesen alulmarad, a megosztott tartalmak nagyon vegyesek, vannak termék és vállalkozásismertető bejegyzések, a szakterülettel kapcsolatos hírek, de hasznos információk is. Nem törekednek a követőtábor növelésére, ez látszik az oldal kedvelőinek számából is (pár százan követik ezeket az oldalakat).

Megfigyelhető ezeknek a kommunikációs próbálkozásoknak az esetében is, hogy a szándék, az akarat megvan, azonban kommunikációs tapasztalat és szakmai tudás hiányában nem sikerül kellő hatékonysággal kezelni ezeket a Facebook oldalakat.

d) Értékesítésközpontú kommunikáció

Megjelentek azok a vállalkozások is, amelyek webáruházat működtetnek, innen közvetlenül meg lehet rendelni a termékeket. A vizsgált kezdeményezések közül akad olyan is, amelyik nem csak az országban forgalmazza a termékeket, hanem Magyarországra is szállít. A webshopok jól áttekinthetők, könnyű a keresés és egyszerű a megrendelési folyamat. Folyamatosan frissítve vannak, csak a készleten lévő termékeket lehet megrendelni. Mindegyik webáruház esetében lehetőség van az online fizetésre is.

Ezek a vállalkozások, a webáruházak mellett Facebook oldalakat is használnak, amelyek szerepe inkább a támogató kommunikációra, az ismertetésre tejed ki. Ezen a felületen nem érvényesül annyira az értékesítés, de van olyan vállalkozás, amely használja a Facebook bolt alkalmazását, átirányítva az érdeklődőt a saját webáruházába.

Itt már jól kialakított, sajátos arculati elemeket alkalmaznak, és mivel fontos az értékesítés szempontjából, a vizuális megjelenítés is minőségi.

e) Facebook-központú kommunikáció

A legjellemzőbb kommunikációs típus. A vizsgált vállalkozások többsége kizárólag csak a Facebook oldalt használja az online megjelenésre. Ezek az oldalak kiforrottabb arculattal rendelkeznek, a megosztott tartalmak előre megszerkesztettek, reklámfotókat alkalmaznak, megjelenik az értékesítésközpontúság, az ismertetés mellett megszólítják a követőket, a potenciális célközönséget. Megjelenik az interaktivitás, a kérdésekre, megjegyzésekre reagálnak, válaszolnak, emellett lehetőség van azonnali üzenetküldésre a Facebook Messenger szolgáltatásán keresztül. Néhány helyen működik a bolt alkalmazás, azaz a Facebook oldalon keresztül is van lehetőség a termékek megrendelésére, de azért a legtöbb esetben telefonon keresztül lehet leadni a rendelést.

Megfigyelhető, hogy különböző vásárlásösztönző eszközöket is alkalmaznak pl. nyereményjátékokat, ár-jellegű promóciókat, amelyek nem csak az eladás növelését szolgálják, hanem a követőtábor bővítését is.

A kommunikáció itt már sokkal szakszerűbb, állandó aktivitás figyelhető meg, még ha nincs is rendszeresség. Az oldalak működtetése és a megosztott tartalmak alapján elmondható, hogy a vállalkozók ezt a kommunikációs csatornát fontosnak ítélik meg a vállalkozás sikeres működése szempontjából.

f) Összetett kommunikáció

Viszonylag jelentős csoportot képeznek azok az innovatív agrárjellegű vállalkozások, amelyek tudatosan üzemeltetnek saját weboldalt és Facebook oldalakat is. Több esetben megfigyelhető, hogy a kommunikációs tevékenység során igénybe veszik külső szakemberek segítségét is (pl. designer, fotós). Igényes arculati elemekkel rendelkeznek, amelyeket következetesen használnak, a Facebookon közzétett tartalmak meg vannak szerkesztve, a jó minőségű fényképek mellé általában leírás vagy valamilyen felhívó szöveg is társul. A megosztott bejegyzésekből kiderül, hogy más népszerűsítő eszközöket is alkalmaznak (pl. nyílt napok, különböző rendezvények, médiamegjelenés), és az ezekről készült online cikkeket, videókat is közzéteszik.

Ezek a vállalkozások rendelkeznek a legnépesebb követőtáborral. Az interaktivitás is ennek következtében sokkal jelentősebb.

A honlapokra feltöltött tartalmak is részletesebbek, a bemutatkozón és az egyszerű termékismertetőn túlmutatnak. Megjelennek a személyes történetek, amelyek segítségével kapcsolatot lehet teremteni a vásárlókkal, továbbá az innovációk ismertetése, magyarázata, és a termékek esetében pedig a vásárlói előnyök bemutatása. Formai szempontból pedig itt is visszaköszönnek az arculati elemek. A weboldalak felépítése korszerű és felhasználóbarát.

Összességében megállapítható, hogy kommunikáció szempontjából ezek a legtudatosabb vállalkozás típusok, ugyanis fontosnak tartják az integrált kommunikációt.

g) Közös kommunikáció

Az elemzés során olyan online felületeket is vizsgáltam, amelyek nem csak egy vállalkozás megjelenítését célozzák, hanem közös felületet létrehozva több, kisebb termelő termékeit népszerűsítik. Mivel ezek a közösségi agrármarketing kezdeményezések is innovatívnak számítanak a térségben, fontosnak tartottam megvizsgálni és megemlíteni a kommunikációs gyakorlat kapcsán. Az üzemeltetők személye változó, van ahol közösségi projektként (alapítványi támogatással) jött létre ilyen platform, van ahol felülről érkező kezdeményezésről beszélhetünk, de többen vállalkozásszerűen is indítottak közös webáruházakat.

Ezek a közös felületek általában online piactérként működnek, és jellemző, hogy olyan termelők is megjelennek ezeken az oldalakon, akik nem rendelkeznek önálló kommunikációs csatornával. A honlapok mellett, minden esetben működik Facebook oldal is, amit a tulajdonképpeni kommunikációra használnak. Itt hasznos információkat, termékismertetőket tesznek közzé, míg a honlapok kizárólag az értékesítést szolgálják. A Facebook oldalakon megjelenő bejegyzéseket vizsgálva megfigyelhető, hogy olyan termékekről, vállalkozásokról is kerülnek fel tartalmak, amelyek nem rendelkeznek saját kommunikációs csatornával, míg azok esetében ahol van ilyen, inkább a tovább osztás a jellemző, nem az új tartalom gyártása.

Továbblépési lehetőségek

Összegezve az elemzés eredményeit számos olyan hasznos következtetés megfogalmazható, ami segíthet a továbblépésben.

A térségi innovatív, agrárjellegű vállalkozások online kommunikációjában többféle gyakorlattal találkozhatunk, így a kép is sokkal árnyaltabbá válik. Van ahol tudatosság, szervezettség figyelhető meg, máshol érezhetők a törekvések, de hiányzik a szakmaiság, míg néhány helyen teljesen háttérbe szorul ez a tevékenység. Éppen

ezért nem lehet egységesen kezelni a helyzetet, hanem többféle olyan megoldásban kell gondolkodni, ami elősegítheti a térségi agrárium digitalizációs folyamatát.

Egyrészt továbbra is fontos feladat az ismeretterjesztés, az IKT eszközök használatával járó előnyök megismertetése, a lehetséges megoldások bemutatása. Még mindig érzékelhető a digitális eszközöktől való idegenkedés, az elfordulás, ami sok esetben éppen a megfelelő ismeretek hiányából adódik.

Nagyobb szerepet kellene kapjon az értékesítés, vannak ugyan már jó példák az értékesítésközpontú kommunikációra, azonban még mindig inkább a bemutatkozó, leíró kommunikáció a jellemző. Egyrészt meg kell teremteni a vásárlást elősegítő felületeket, másrészt olyan vásárlásösztönző megoldások alkalmazása is hasznos lenne (pl. különböző promóciók, nyereményjátékok, hűségprogramok stb.), amelyek megszólítva, bevonva a célközönséget, hozzájárulhatnának az eladások növeléséhez.

Az értékesítés mellett kiemelten kellene foglalkozni a hitelesség és a bizalom kialakításával, ugyanis hosszútávon csak így alakítható ki a biztos vásárlói kör és a környezeti támogatottság. Ez szintén kommunikációs feladat, ami főleg a tartalmak megváltoztatásával valósítható meg, sokkal hangsúlyosabban kell megjeleníteni a vállalkozások hátterében álló személyeket, történeteket, ugyanis ezzel közelebb vihető, személyesebbé tehető. De ugyanolyan fontos pl. a termelési folyamatok bemutatása (videók, fotók segítségével), mert ezzel növelhető a hitelesség. A vásárlói előnyök kiemelése szintén kedvező lehet.

Az online kommunikációs eszközök, amellett, hogy segítenek a megmutatkozásban és a vásárlói kör bővítésében kiváló lehetőséget nyújtanak a szakmai hálózatok kiépítésére is, illetve az információ, a szakmai tudás megszerzésére is.

Az előrelépéshez, az ismeretterjesztés és tanácsadás mellett azonban más jellegű támogatottságra is szükségük van ezeknek a kis vállalkozásoknak, ahol jellemzően egyszemélyes vagy családi a feladatmegosztás. Online kommunikációs képzésekkel lehetne segíteni a digitális kompetenciák fejlesztését azok körében, akik kellően nyitottak, de nincsenek birtokában a megfelelő tudásnak. A közösségi agrármarketing tevékenységek lehetőséget nyújthatnak azon kistermelők számára, akiknek nem áll módjukban megfelelően foglalkozni a marketingkommunikációs tevékenységekkel, de mégis szükségesnek tartják a megjelenítést. A meglévő kezdeményezések jó példával szolgálnak, azonban meg lehetne teremteni ennek egy szervezettebb, átláthatóbb formáját is. Továbbá, akár programszerűen be lehetne vonni olyan fiatalokat az online kommunikációs tevékenységek elvégzésére,

akik már rendelkeznek a megfelelő IKT kompetenciákkal. Egy-egy személy így akár több kisvállalkozás online jelenlétét is menedzselhetné, így tehermentesítenék a kistermelőket a kommunikációs feladatok alól.

Fontos foglalkozni a digitális kommunikáció helyzetével, hiszen amellett, hogy hozzájárul a vállalkozások versenyképességének növeléséhez, fontos szerepet játszik az agrárium digitalizációs folyamatában is, hiszen amíg nem működnek megfelelően és nincsenek alkalmazva az alapvető IKT megoldások, addig kevés esély van a komplexebb megoldások bevezetésére.

Jelen elemzés csupán egy vázlatos képet mutat az aktuális helyzetről, ahhoz hogy kellően elegendő információval rendelkezzünk. A megfelelő előrelépési stratégiák megalkotásához szükséges lenne olyan kvalitatív kutatás elvégzése, amely alaposabban feltárja a vállalkozók IKT eszközökhöz való viszonyulásának formáit, valamint az ezzel a kérdéskörrel kapcsolatosan kialakult attitűdöket, véleményeket.

Felhasznált szakirodalom:

Biró A. Z. 2012

A media és a fiatalok – székelyföldi kutatási tapasztalatok. In: Bodó J. (szerk.) *Esély vagy veszély? A média hatása gyermekekre és fiatalokra.* Csíkszereda, Státus Kiadó, 93-103. o.

Biró A. Z. 2017

Új elitszerepek rurális környezetben. In: Biró A. Z. – Magyar F. (szerk.): *A generációváltás esélyei. Agrárvállalkozók innovatív szerepe a székelyföldi térségben*. Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, Csíkszereda, Státus Kiadó, 13-39. o.

Péntek Á. – Botos Sz. – Cseh A. 2012

Infokommunikációs technológiák használata Magyarország Észak-Alföldi régiójának agrár kis- és középvállalkozásaiban. Agrárinformatika 3 (1), 79-86. o.

Székely K. K. 2018

Digitális kompetenciák – térségi versenyképesség. Fiatalok IKT kompetenciáinak társadalmi hasznosulási lehetőségei. In: Bodó Julianna (szerk.): *Kínálatok és választások. A média hatása a gyermekekre és fiatalokra.*, Csíkszereda, Státus Kiadó, 143–154. o.

II. Szakértői szempontok

Török Jenő

Igazgató, Hargita Megyei Mezőgazdasági Vezérigazgatóság

„A mélyponton már túl vagyunk…”

A mai agrárinnováció kapcsán ritkán esik szó arról a társadalomtörténeti kontextusról, amely a mai folyamatok keretét képezi. A romániai rendszerváltás az agráriumot is erőteljesen érintette, rövid idő alatt sok minden megváltozott, a korábban fölhalmozódott mérnöki tudás, technológiai tudás helyzete is módosult. Ha ma valaki azt kérdezné, hogy mi az, ami 1989-ben elveszett, amiért kár volt, mit lenne érdemes kiemelni?

Az volt kár, hogy elsiették a földtörvényt, elsiették a föld visszaadását. Kellett volna még idő, de ez akkor politikai döntés volt, azért, hogy nyerjék meg a választókat. Elsiették… Kellett volna még várni legalább egy évet vagy kettőt, hogy mit csinál Nyugat-Németország, mit csinál Kelet-Németország a mezőgazdaságával. Az embereknek becsületesen vissza kellett volna adni, sőt kárpótolni őket, hogy annyi időn keresztül nem kaptak semmit a földjük után. A nagy parcella meg kellett volna maradjon.

Mi veszett el ezzel a rossz megoldással? Volt-e olyan érték is, ami sajnos elveszett?

A technológia alkalmazása, a tudomány alkalmazása egy pár évre visszavettetett, mert a változás idején mondták, hogy mi is értünk hozzá, nem kellett szakember, és ugyan úgy kezdték folytatni is. Kétszer toltak ki ezekkel az emberekkel, a gazdákkal, egyszer amikor elvették a földet és egyszer amikor visszaadták felkészületlenül, gép nélkül. A gépeket gyorsan elprivatizálták.

Lényegében akkor a géppark eltűnt, a másik meg hogy nyilván eltűnt a nagybani gazdálkodásnak a feltételrendszere, mert szétdarabolták a földtulajdont. Egyéb veszteség mi volt?

Azt mondták, hogy nincs szükség mérnökre, sok mérnökember mellőzötté vált. „Nincs szükség, mert mi úgyis tudunk gazdálkodni” – mondták, csak azt elfelejtették, hogy eltűnt harminc év és nem lehet ma már ugyanabban a formában gazdálkodni.

Ez azt jelenti, hogy ami a 70-es és 80-as években szakmai tudásként itt a térségben kiépült és működött az agráriumban, tulajdonképpen zárójelbe tevődött 1990-ben?

Nem teljesen, megint úgy van, hogy embere válogatja. Például ahol olyan szakember került, ott csináltunk egy technológiai társast, összeálltunk tízen először, és mindenki tudta, hogy ettől a parcellától eddig az enyém, de egybe vetettük és átlagtermés szerint osztottuk. Ez nagyon jól működött. Mindenki csatlakozott, aki akart. Mi vagy tízen csatlakoztunk, tehát nem csak hasonszőrűek. Most már csak hárman vagyunk együtt és egynek van még a földje nálunk. Ahogyan erősödtek mindenki vásárolt külön gépet és lassan vált külön. De a szakmai tudás ebben a keretben tovább működött, de nem mindenütt ment így. Vannak községek, ahol rosszabbul ment az átállás, és van olyan, ahol még jó pár évig vitték a társast, ami a kollektívre alapozott. De ezek aztán lassan felszámolódtak, vagy át kellett alakuljanak. Egy ideig próbálták abban a formában folytatni Alcsíkon is, de egy idő után lassan átalakult, ma már gyakorlatilag, még ha úgyis nevezik, hogy társas, inkább annak mondható, hogy bérbe van adva a területe egy menedzsmentnek, kiegyeznek, a tulajdonos bért kap év végén, de már a döntésekben igazán nem szólnak bele. Esetleg a nagy dolgokba van beleszólás például, hogy eladunk egy istállót, de egyebet már a vezető csapat határoz meg.

Ez az átváltás a szakmai irányításnak a beszűküléséhez vezetett…

Igen, ma annyi sárga parcella van, 1989 előtt a pártbizottságban felakasztották volna, ha a repce kivirágzott volna. Sok gyomos, össze-vissza parcella volt egy ideig, ma már el vannak tűnve.

Az elemzéseink azt mutatják, hogy ebben a térségben a földbirtok szerkezetben a koncentrálódás lassú volt harminc év alatt. Tehát bérleti rendszer sem igazán alakult ki, és aztán utána meg jött a földalapú támogatás, mindenki ragaszkodik a sok kicsi területéhez.

Van koncentrálódás azért… Van egy olyan dolog ezzel a koncentrálódással, hogy úgy tűnik, hogy nincs koncentrálódás az APIA támogatás miatt. Most ott van egy nagy tévedés. Az emberek azt hiszik, hogy az APIA-s támogatás az a földre jár. Igen, földalapú, de annak jár aki gazdálkodik. Azért, mert rossz árpolitika van, és az olcsó kerüljön a fogyasztó asztalára, inkább azt választja az Unió, hogy adja a támogatást. De a támogatást nem az kell kapja akié a föld, hanem az, aki gazdálkodik, hogy olcsóbb legyen majd a kenyér és a tej. De így értelmezik, hogy

ők azért kapják a támogatást, mert földjük van. Nagyon felment a bér értéke és nagyon közelíti a támogatást. Vagy olyan is van, hogy otthagyja bent, aki megműveli, de ő teszi le a papírt, már a parcella egyben van tíz emberé, de még egyénileg teszik le. Emiatt még mindig 26 000 ember tesz le kérést, de már nem gazdálkodik még 20 000 sem.

Sok ember érintett még mindig az agrártevékenységben. Vagy úgy, hogy földje van, vagy úgy, hogy valamennyit termel, vagy magának termel, de a térségben nagyon sok ember érintett valamilyen módon. Hogy látja ezt a folyamatot a szakember? Ez egy lefele, vagy felfele tartó folyamat, esetleg stagnálás?

A mélyponton már jól túl vagyunk. És van egy réteg minden községben, ahol már elég komoly, újra tudásalapú gazdálkodás van.

Ez azt jelenti, hogy változás van, és egyre kisebb rész az, ami stagnál?

Igen, persze, és az idős generáció szerepe egyre kisebb, akik folytatják azok körében már van koncentrálódás. Tehát minden községben van egy réteg, amelyik ebből gazdálkodik és ezt jövedelemforrásnak tekinti.

Ahhoz, hogy ez a változás folytatódjon, erősödjön ilyen körülmények között, mint ami ebben a térségben van mi az, amire szükség lenne szerinted, ami segíthetné, ösztönözhetné?

Értékesítés és szövetkezetek kellenének. A szövetkezetek nagyon kellenének, mert ez még mindig rányomja a bélyegét a térségre, hogy nehezen társulnak...

Itt jön be az a kérdés, hogy miféle tudásra és miféle technológiára lenne szükség, ami előrébb vinné a térséget?

Mint már említettem, kellene a szövetkezet, az értékesítés, a másik dolog, hogy hiányzik a legalább középfokú szakoktatás. Most a traktorok, kombájnok egyre modernebbek, és most az ember van jobban lemaradva, a tudomány hiányzik, hogy ezt tudjuk-e használni megfelelő módon.

Ahhoz, hogy az emberekben a szakmai, technikai jártasságok kialakuljanak, az azért késlekedik-e, mert hiányzik a tanulási hozzáállás, vagy nincs aki tanítsa őket?

A kényszer kezdte gerjeszteni a tanulást és a gépek beszerzését is, nincs munkaerő, egyre elterjedtebb lett, hogy a pityókát kombájnnal szedik, akkor ehhez

válogató gép is kell, az már kéri, hogy a raktárt kell modernizálni, tehát egyik gyúrja a másikat maga után. Tehát most már a tudomány szintje kezdi túlhaladni a dolgokat. Volt egy visszaesés, egy emelkedés, és ma már 70 százaléka a területnek magasabb szinten és racionálisan van művelve.

A szakemberek szerepe hol van ebben a történetben?

Nem úgy van, mint más szaktanácsadás akár bankszférával vagy topos munkánál, azt jól megfizetik. Ha én tanácsot adok – ez valamikor, valahol kialakult, hogy örvendünk, ha megkérdeznek – annak nincsen ára még. Nyugaton már vannak erre való irodák, és ha bebizonyítja, hogy az ő technológiája alapján 30 százalékkal nő a termés, akkor ő is kap valamit.

Úgy is fogalmazhatunk, hogy egy ilyen térségben az agrárjellegű szakmai tudásnak nincsen piaci értéke? Akkor működik, ha ingyenes szolgáltatásként fölvállalja a megyei hivatal…

Igen. Van amikor kértünk olyasmit, amit éreztünk, hogy ezt muszáj megcsinálják, ami összefügg az APIA-s támogatással. Például, ha a nitrát kezelést vagy trágyakezelést nem csinálod meg, nem kapsz támogatást. Akkor azért kértünk egy ilyen kurzusért 100-150 lejt.

Tekinthetjük egy innovációs korlátnak is akár, hogy a tudásra való nyitottság, a tudás piaci értéke kevésbé akar kialakulni. Ebben a helyzetben ki kell várni, amíg a helyzet rákényszeríti az agrárszereplőket arra, hogy technológiát váltsanak és tanuljanak?

Igen, azok a kis parcellák el kell tűnjenek, amelyek olyan keskenyek, hogy egy vegyszerező gép nem tud végig menni rajta. Vagy ha a szél éppen úgy fúj, akkor a szomszédját is megérinti. Tehát ezeket már kezdik belátni. Érdekes az is, hogy ez év kivételével volt három év, ami nem kedvezett a pityókának, megrostálta a termelőket, körülbelül 30 százaléka kiesett a termelőknek. Aki bírja marja, a többi meg csak annyit termel, hogy a családjának legyen.

Vannak pozitív kísérletek, túl vagyunk a mélyponton, és elindultak lassan a változások. Közben a világ egy kicsit ennél gyorsabban megy és türelmetlen. Mi az, amivel rá lehetne segíteni a térségi folyamatokra, feltéve, ha lenne erre jogi keret és pénz?

Hát szerintem ezt a kényszer fogja alakítani, hogy élelmiszerre nagy szükség van, mert a világ lakossága nagyon gyarapodik, és jön a vízhiány, az élelmiszer-

hiány. Ezek mind nagyobb dolgok lesznek. Azt hittük a hetvenes években, hogy a kőolajhiány fogja csődbe vinni a világot. Hát nem az fogja, hanem a víz- és élelmiszerhiány. Emiatt a mezőgazdaságban van a jövő, és lényeges, hogy a technológia, a magas szintű tudás minél hamarabb jusson el.

A középfokú agrárképzés erősítése lehet a továbblépés egyik módja?

Igen, mert jönnek a komoly gépek, és nincsen aki felüljön rájuk. Adott esetben a hozzá nem értés olyan hibát csinálhat, amire valakinek egy évi fizetése rámehet egy rossz gépkezelés miatt. És még egy dolgot észrevettem, hogy Nyugaton az átlag farmer annyira sem volt képzett, mint mi, sok mindent nem tudott, hogy mi van a dolgok mögött, hanem azt mondta, hogy én felhívom a növényvédős szakemberemet, megadja a receptet, és nem is törte a fejét azon, hogy most a növényben hogy van a tápanyag stb.

Van egy érdekes dolog ezzel a magas digitális technológiával is. Megyünk vidékre, van egy kolléga, fiatal, applikáció a telefonokon, és meglátunk egy gyomot, kezdünk gondolkodni, hogy ez most mi az és melyik családba tartozik. A kolléga lefényképezi a gyomot és kiadja a nevét. Igen ám, kiadja a nevét, de akkor nem is gondolkozik ő már többet, se az a család, hogy ez most milyen gyom, keresztes virágú, vagy fészkes virágú? Ez is egy példa arra, hogy ellustul az emberek egy része. A gépi tudáshoz kell a személyes tudás is. A termelők csoportjához pedig az intézményesített szakmai szolgáltatás.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

Könczei Csaba

Igazgató, Kovászna Megyei Mezőgazdasági Vezérigazgatóság

„Ha valaki valamit megvalósít, azt általában megosztja...”

A kollektív gazdaságok és az állami gazdaságok az 1989-es időszak előtt egy sor dologban képviseltek innovációt, ami 1990-ben eltűnt. Szakemberként hogyan látja, mi az, ami ebből kár volt, hogy eltűnt?

Ezek az innovációk az illető korszaknak megfelelő innovációk voltak. Most teljesen másokról beszélünk. Én ezt mindig úgy mondom mikor leülök a gazdákkal, hogy az akkori tervezhetőséget és tervszerűséget ha most legalább negyedére be tudnánk vinni a mostani mezőgazdaságunkba, akkor mi Európa vezető mezőgazdasági országa lehetnénk. Tehát én ezt így fogalmazom meg nagyon röviden. Az őszinteség az, hogy az egy erőltetett irányítású működési modell volt, amit az akkori kommunista párt ráerőltetett a mezőgazdasági egységekre, de bizony volt benne olyan komponens is, ami tényleg hasznára vált a mezőgazdasági fejlődésnek ebben a térségben, minden további nélkül. Volt olyan parancs, ami úgymond tényleg egy aberráció volt, de voltak tényleg olyan dolgok is, amit ha bevittél, akkor az egy pluszt hozott az egész mezőgazdasági termelési folyamatba. Nálunk kézenfekvő a krumplivetőmag termesztési zónában az a bizonyos zárt rendszer, amit úgy hívtak, hogy zárt zóna, ami Kézdivásárhely környékén vagy a Csíki Kísérleti Állomás körzetében volt. Annak megvolt egy tervszerű rendszere, hogy hogyan kísérletezzük, hogy tervezzük azt a vetőmag gumót, meg volt egy szabályzat vírus behurcolás szempontjából is például. Tehát az egy zárt zóna volt, oda nem szabadott semmilyen másféle krumplit behozni. Ez egy nagyon jó dolog volt, mert ennek a felszámolása vezetett oda, hogy most gyakorlatilag mi nem termesztünk vetőmagot például Kovászna megyében. Amit végzünk az nem vetőmagtermesztés igazából, hanem csak vetőmag multiplikálás, sokszorosítás. Ez például a legkézenfekvőbb dolog első kézből. A legelők kihasználása is szintén ilyen eset. Az akkori legelővállalat, ami létezett, ami gyakorlatilag a legelő kihasználhatóságának az optimalizálását biztosította. Egy másik olyan dolog, ami most jelen pillanatban probléma. Vannak legelőink, a lakótelepülésekhez közeli legelőkért verekedés van, de a magashegyi

legelők el vannak hanyagolva. Ezeket a dolgokat sokkal jobban lehetett működtetni abban a rendszerben, mint ahogyan ma működik ebben a mostani struktúrában.

Tulajdonképpen 1990-ben a nyitottság, az újítás és a szakmai tudás is kicsit háttérbe szorult amikor mindenki visszakapta a földeket?

A szakmai tudás mindenképpen, mert egy adott pillanatban az 1990-es évek elejétől a közepéig azt mondták azok akik visszakapták a tulajdonjogokat és tulajdonokat, hogy minek kell nekünk mérnök, mert „mi úgyis jobban tudjuk". Akkor történt egy visszalépés, mert az aki akkor visszakapta a téesz tulajdonokat, akkor ő a valamikori legjobb tudása szerint kezdte el újra a gazdálkodást. Visszalépés történt technológiában is, és akkor volt egy státusszimbólum, amire én azt mondtam, hogy az akkori gazdálkodás státusszimbóluma, hogy elől az erőgép, a traktor és utána kötve a szekér. Az én tapasztalataim szerint történt egy ilyen irányú visszalépés is. Az akkori szakember kollégáim – én akkor ugyanis még kezdő voltam – de azok a kollégáim eleget próbálták ezt a köztes időszakot katalizátorként felgyorsítani, de hát akkor a földosztásnál vagy a téesz szétosztásnál az akkori mérnököket szinte elüldözték, nem hogy meghallgatták volna. Ez bizony sokukban traumát okozott, sok idős szakemberben, veterán kollégában még mai napig is él ennek a periódusnak a kellemetlen emléke, hogy úgy egyszerűen fölöslegessé váltak, sőt az egész mérnöki szakmai tudás.

Térségi léptékben tulajdonképpen a technológiai tudás, a nyitottság, a figyelés is háttérbe szorult?

Igen, határozottan állítom, hogy ez így van, és ez igazából a '90-es évek végénél kezdett egy kicsit megfordulni. Akkor akik 1990-1991-ben visszakapták a dolgaikat, akkorra érett oda a gondolkodásmódjuk és a gazdálkodáshoz való viszonyulásmódjuk, hogy kezdtek kicsit jobban odafigyelni a vegyszerezésekre, kicsit közelebb kerültek az újabb technológiák. Akkor már kezdték behozni „second hand" gépeket, jobb minőségű gépek kezdtek megjelenni a gazdálkodó társadalomban. Ebben nagyon fontos szerepe volt legalábbis Kovászna megyében, de gondolom Hargita megyére is kihatott, a LAM Alapítványnak, a svájci képzéseknek. Ez azt jelentette, hogy évente két-három csoport is elment Svájcba ilyen féléves vagy több hónapos gyakorlati képzésre. Ez kicsit a '90-es évek végére ezt a folyamatot felgyorsította. Aztán a csatlakozás előtti 2004-2007-es periódus, amikor már lehetett pályázni, akkor onnan számítva indult el egy újabb fejezet a székelyföldi mezőgazdaságban.

A digitális lehetőségek, internet, levelezés stb. az ismeretszerzésben, tanulásban, tapasztalatszerzésben megnyitotakt egy sor új lehetőséget. Ebben a térségben az emberek személyes úton, tapasztalatok alapján próbálnak információra szert tenni? A digitális megoldások terén esetleg idegenkedés, távolságtartás van?

Ez nagyban függ a gazdák életkorától, meg gazdaságfüggő is szerintem. Az idősebb korosztály és kisebb gazdaságokban gazdálkodók nem annyira használják ki ezeket a digitális lehetőségeket. Esetleg egy idősebb farmer, de akinek jó nagy gazdasága van, és ő már szakmailag is esetleg képzettebb, az már igénybe veszi. A fiatal gazdák azok, akik határozottan igénybe veszik. 30-40 éves korig a fiatalabb gazdageneráció az minden további nélkül használja. A fiatal generációnál az első, hogy reggel felkel és telefonon megnézi, hogy milyen idő lesz. Ezt biztosra tudom, hogy lehet nem csak az aznapi, hanem a holnap, holnaputáni mezőgazdasági programját is az interneten megjelenő időjárás függvényében alakítja. Tanulás szempontjából is fontos, hiszen nagyon sokat informálódnak. Olyan site-okról küldenek cikkeket, amit még én sem tudok. Valahol felkutatják, úgy alakul a keresésük, hogy oda ráakadnak. A gépkihasználásban is az új modern gépeknél minden valamilyen szinten digitalizálva van. Akár egy vetőgépről beszélünk vagy egy műtrágyakiszóróról, akár egy szerves trágya kiszóróról, akár maga az erőgépről is. Biztos vagyok benne, hogy egy fiatal gazdálkodó, ha az erőgépen vagy bármelyik gépen egy hibakód jelenik meg, azt rögtön az interneten megnézi, hogy mi lehet tenni, mi lehet a probléma Ezt attól függetlenül teszi, hogy otthon esetleg megvan a kézikönyve, de azért ezek már nagyrészt mind fel vannak töltve az illető gépforgalmazók oldalára is akár. Az idősebb korosztály is azért nem olyan nagy mértékben, de kihasználja ezt a lehetőséget. Főként nagyobb gazdaságoknál, nálunk Kovászna megyében azért egy kicsit jobban jellemző, mint Hargita megyében. Farmmenedzsmenti programok, raktármenedzsmenti programok már nagyobb gazdaságokban simán léteznek és használják is. Példaértékű, ha csak a raktároknak a klímaberendezéseiket említjük, ugyanis most pályázatok alapján eléggé sokat építettünk Háromszéken, és azoknak a vezérlése egy számítógépes vezérlésű valami. Páratartalom, belsőhőmérséklet függvényében ő automatikusan rendezi az optimális klímát.

Ebben a dologban a korlátokat hol látja?

Én igazából nem is látok korlátokat. De ha erről beszélünk én inkább a szemléletet nevezném meg, visszatérve a korosztályos felosztásra. De ezt sem nevezném nagyon nagy korlátnak, talán inkább egy kis fenntartásnak. Én nem

látom azt, hogy egy profitot termelő gazdaság, ha kisebb, ha közepes, ha nagy, az anyagiak miatt elzárkózna az innovatív, digitalizált megoldások elől. Lehet, hogy az egyik hamarabb képes lesz rá, a másik csak idővel, de szerintem nem fognak ez elől elzárkózni kiváltképpen akkor, amikor megértik, hogy ennek gazdasági haszna is van az ők részükről.

Mindenkire rá van egyénileg bízva, hogy honnan szerzi az információt ezekről a digitális eszközökről, vagy vannak esetleg olyan tájékoztató fórumok ahol ezekről van szó?

A fórumokon szó esik róluk mindenféle képpen és ha másképpen nem, akkor a közösségi médián keresztül. Ha valaki valamit megvalósít, azt általában megosztja és akkor azt látják az emberek. Ha valami nagyon nagy pozitívum, még akár én is megosztom mint pozitív példát. Ha látok egy jó elgondolást, egy jól működő valamit, azt jó példa gyanánt promoválom, és nem csak én, hanem szerintem nagyon sokan.

Konkrét példákon keresztül, mint éghajlat, növényvédelem, ahol vannak országos információk érdemes-e, lehet-e regionális szolgáltatást kiépíteni, ami az információt térségspecifikussá vagy akár település specifikussá tudja tenni?

Én mindig annak a híve vagyok, hogy központúságról mindig minél több dolgot le kell hozni a térségre. Ha már így vesszük, maradva a meteorológiai szolgáltatásnál, akkor igen, lényegében a térségspecifikus dolgokat a térségbe kell megosztani, és a térségbe is kell kijuttatni az érdekeltekhez. Minél rövidebb és minél térségibb az ilyen irányú információ az csak segítene az embereknek

Lát olyan lehetőséget, hogy ki lehetne egy ilyen szolgáltatásnak a gazdája?

Ha ezt most levetítjük Kovászna és Hargita megyére, mindkét megyében van ez a bizonyos ADI, ami a közösségek közötti társulást jelenti. Én szerintem ez lehetne, mert ha ezt közpénzből el lehetne indítani szerintem jó dolog lenne.

A precíziós gépek igényét, a térségi fogadási felületet hogy látja?

Ezekhez egy bizonyos farmnagyság szükségeltetik akár gazdasági háttér szempontjából, akár terület szempontjából. Én úgy gondolom, hogy legalábbis Kovászna megyében van lehetősége, talán nagyobb is, mint Hargita megyében. Azt gondolom, hogy Kovászna megye szerencsés helyzetben van, mert nálunk találkozik a

nagyüzemi mezőgazdaság lehetősége a kis családi gazdasági, vagy picit nagyobb gazdasági dolgokkal, és eléggé egyensúlyban vannak. Amióta én ezt a pozíciót betöltöm, mindig arra törekedtem, hogy ez a két rész maradjon egyensúlyba és egyáltalán ne is vessék egymásra a vizes lepedőt, hogy most melyik jobb, melyik nem jobb. Ez volt például az adórendszerrel is, hogy mondták a „nagyok", hogy a „kicsik" nem adóznak és akkor konkurencia, de nem lojális konkurencia. Utána meg volt olyan, hogy a „kicsik" mondták, hogy a „nagyok" minden pályázatot lenyúlnak meg ilyenek. Ez meg volt, és mai napig is van valamilyen szinten. Én azt próbáltam, hogy ez a két réteg között valamilyen szinten tartsak egyensúlyt, ami többé, kevésbé sikerül is. Azt mondom, hogy Székelyföldön is van jövője ennek a precíziós mezőgazdálkodásnak, és amit Miklós Ervin képvisel, annak egyértelműen van jogosultsága Székelyföldön is, még az ilyen struktúra mellett is. Mindig meg kell találja egymást a kereslet és a kínálat. Annak aki felhasználhatná, el kell jöjjön az az időszak, amikor ő belátja azt, hogy „erre nekem szükségem van és ezt fel kell használjam". A kínálat mindig megelőzi ezt a szükségletet, és akkor persze a kínálatok között mindig van egy nyomás, de azért ez időben egy folyamat. Egy folyamat ugyanis amíg az illető gazda, farmer rájön, hogy neki olyan szükségletei vannak, hogy ezt ő be kell vezesse a tevékenységébe. Ez környezetvédelmi szempontból is fontos lehet. Sajnos most még a környezetvédelem a gazdák körében nem prioritás.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

Becze István

Elnök, Székely Gazdaszervezetek Egyesülete

„A digitalizáció megkerülhetetlen…”

Volt néhány kísérlet a térségben, a Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány kezdeményezésére gondolok és másokra is, amelyek az agrárinnováció és a precíziós gazdálkodás prezentációjára irányultak. Fontosak voltak-e ezek, célszerű-e így kezdeni ebben a térségben az agrárágazat innovációjával kapcsolatos szakmai tematizációt?

Igen, hát nekünk az a nagy szerencsénk székelyföldi gazdáknak, illetve gazdaszervezeteknek, hogy az anyaország nagyon jó helyzetben van az agrárdigitalizáció tekintetében. Az egész IT fejlesztés és az ilyen irányú fejlesztés az agrárium digitalizációját jelenti… nekem az a meglátásom, hogy Magyarországon ez a fejlesztési ágazat egy nagyon komoly pozíciót foglal el. Most februárban ott voltunk egy csapattal, a falugazdászokkal a PREGA-n, láttuk azt, hogy nemzetközi szintű szakembereket sorakoztattak fel, és kormányzati részről is, illetve az Agrárkamara részéről is olyan szintű odaállás van ebben a történetben, amely arra predesztinálja az egész magyar agráriumot, hogy éllovas legyen ebben a történetben.

Digitális agrárstratégia is készült…

Igen, aminek valamilyen szintű határon túli része is van. Most mi azt kell megnézzük, hogy mi hogyan tudunk ezekre a jó irányokra rácsatlakozni. Sokan azt hiszik, hogy a digitalizáció, meg egyáltalán a modernizáció az agráriumban csak a nagy ipari gazdaságokat érinti és érintheti, mert ott éri meg a nagy beruházás. De nekem az a véleményem, hogy a kisgazdaságok szintjén is meg kell találnunk azokat a lehetőségeket, amelyek versenyképessé, hatékonyabbá tudják tenni a kisgazdaságokat. Csak példaként említem, az alcsíki gazdákat összehívtuk, a pityókatermelőket, akik a mi szintünkön nagyok, de nemzetközi szinten kicsikék. Ha összefog 50-100 ilyen gazda és azt mondja, hogy közösen van 2-3 ezer hektár, akár pityóka, miről beszélnek, akkor az már egy akkora lépték, hogy ilyen fejlesztés tekintetében is számottevő. Az ilyen fejlesztés belátható időn belül megtérül és nagyon jó profitot tud hozni a gazdáknak. Mondjak példát: hogy ha folyamatosan méréseket végeznének, hogy a növényvédő szereknek a hatását lemérjék, hogy

igen, az a forgalmazó aki kiadja, az a gyártó, aki azt mondja, hogy 14 napra garantálja a védelmet és közben 7-8 napon belül már kimegy… és ha ezt mérésekkel tudnánk bizonyítani, akkor egyértelmű, hogy egyszerre több gazda nevében fel tudnánk lépni ilyen tekintetben, és akkor akár ezeknek az inputoknak az árában nagyon komolyan belejátszana. Nem beszélve arról, hogy most hát egységesen egy bizonyos növénytáblára rátesznek mindent, közben pontosan lehetne lemérni négyzetméterekre, hogy hol, pontosan milyen és mennyi növényvédő szer kell, egészen más lenne a lépték. De ugyan úgy az állattenyésztésnél is, most már több település gondolkodik azon, hogy úgy segítse a kisgazdákat, hogy a faluvégén egy fejőházat építenek, ahol közös fejés zajlik, és például ezekkel az új technológiákkal meg lehetne úgy oldani, hogy naponta minden tehénnek lemérni külön-külön, hogy mennyi tejet adott. Ezek a fejőrobotok be tudják programozni, és az mutatja az abrakot, meg mindenfélét. Egy sor olyan technika van, amit kisgazdákként is nagyon hatékonyan lehetne használni és mi ebben vagyunk érdekeltek, hogy ezt a folyamatot segítsük, hogy ne mindig a különböző irányok után szaladjunk.

Nagy előnyt jelent a magyarországi agrárium fejlettebb volta, és ez tudástranszferre, technológiatranszferre nyújt lehetőséget. Itteni szemszögből nézve hogyan látod a korlátokat. Ezek lehetnek anyagi jellegűek, a szervezettség, a mentalitás…

Mind a három szinten lehet korlátról beszélni. Mi a szaktanácsadással próbálunk hozzájárulni a székelyföldi mezőgazdaság sikeréhez, és ilyen tekintetben próbálunk egy online felületet létrehozni. Most az a kérdésünk, mint mindig, hogy vajon a gazdák hány százaléka az, aki okostelefont használ, digitálisan írástudó és ezt próbáljuk most felmérni, és valamilyen szinten visszaigazolást kapni, hogy lesze ennyi gazda, aki használja a technológiákat. Ez mentalitásbeli kérdés is. Most az elmúlt hónapokban nagyon sok fórumot szerveztünk, és öröm volt látni, hogy nagy sok fiatal gazda volt ezeken a fórumokon. Fiatal gazdára az ilyen 50 év alatti gazdákra gondolunk.

Új generáció., akik nem a régi minta szerint gondolkodnak?

Igen. Aki érti már ezeket a dolgokat, és én azt gondolom, hogy nagy esélye van annak, hogy a következő 15 évben egy komoly generációváltás menjen végbe a mezőgazdaságban is. Hogyha a fiataloknak nem tudunk megmutatni ilyen új technológiákat, nem tudjuk vonzóbbá tenni, akkor kevesebben fognak mezőgazdaságban dolgozni. Most ha elvisszük egy kiállításra, látják, hogy milyenek a legújabb

traktorok. Olyan IT technológiával vannak felszerelve, hogy az nem igaz, és ez érdekes tud lenni számukra. A mezőgazdaságnak minden vetületét, a támogatási rendszerektől kezdve mindent lehet számítógépesíteni, az okostelefonba vinni...

A személyes tapasztalatszerzés ebben mennyire fontos?

Szerintem fontos lenne, hogy már az oktatás szintjén, középiskola szintjén, meg már a gyerekek szintjén megmutatni, hogy azért a mostani mezőgazdaság nem az, mint ami ezelőtt 50 évvel volt. Tehát hogy kicsit a gumicsizmás, nagyon-nagyon negatív képről kell elmozdítani abba az irányba, hogy ez lehet egy szép tevékenység, modern, az okostelefonra is ebben a tevékenységben nagyon nagy szükség van. Azt gondolom, hogy itt a mentalitás szintjén a fiataloknál, gyerekeknél lenne fontos kezdeni, és ezáltal is kicsit hozzájárulni ahhoz, hogy a szektornak az utánpótlásában az a nagy hiány megszűnjön, ami ma még tapasztalható. Most az, hogy mennyire lesz ehhez pénz? Én azt látom, hogy a következő közös **európai agrárpolitika nagyon nagy hangsúlyt fektet a digitalizációra, mert megkerül**hetetlen, és gondolom, hogy a fejlesztéseknél ez plusz pontot jelent majd. Vagy a területalapú támogatásoknál jelent valamit. Biztos, hogy ez jelent valamit, mindig kell önrész, ez egyértelmű. Minél többen használják, annál olcsóbb tud lenni ez a technológia.

Fontos kérdés a közösségi szerveződések helyzete. Rá lehet-e őket beszélni, hogy forrásaikból ilyesmire is beruházzanak? Jónak látják-e, hogy ilyesmibe ruházzanak be?

A nyers számok meggyőzőek tudnak lenni. Össze lehet adni, ki lehet vonni, hogy nagyon-nagyon komoly összegeket lehet megspórolni, ha ilyen beruházásokat vállalnak, mert azzal, hogy pontosan méréseket végeznek, illetve hatékonyabban, gazdaságosabban tudnak termelni, rengeteget lehet megtakarítani. Nem beszélve arról, hogy a biotechnológiában is sokkal hatékonyabban lehet előbbre lépni.

Milyen a romániai országos kontextus ebből a szempontból?

Romániában az történik, hogy a benti vidékeken, Románia déli részén és a Bánságban is nagy gazdaságok vannak kialakítva. Az történik, hogy a kormány erről beszél, mert az EU előírja, és a gyakorlatban a nagygazdaságok meg tudják maguk is finanszírozni, mert akinek van 5 ezer, 10 ezer hektár területe, egyértelmű, hogy érdekelt benne, és le is vannak szerződve valamilyen szakcéggel. És az is

érdekes, hogy éppen egy magyar cég az, aki lassan piacvezető lesz ebben a történetben Romániában, de viszont az, hogy a mi vidékünkön hogy lehet kisgazdaságokkal rákapcsolódni ez egy nagyon komoly szakmai kihívás számunkra, és azt gondolom, hogy mindenki számára, hogy ne maradjunk le ebben a történetben.

Országos koncepció még nem igazán állt össze, hogy mi történjen a kisebb gazdaságok digitalizációjával?

Nem, nem. Nagyon kényelmes helyzetben van a minisztérium, mert több ilyen nagy mezőgazdasági konszern van, amelyek gazdasági megfontolásból már régen döntöttek valamelyik agrár IT cég mellett, beruházásokat végeztek, és működik a dolog. Az, hogy a kicsik hogyan tudnak felsorakozni? Én nem látom, hogy ez országosan prioritás lett volna, ezt nekünk kell kiharcolni, illetve megtalálni azokat a módokat, ahogyan hozzá tudunk kapcsolódni. Ami fontos történés az az, hogy Hargita megye az a hely, ahol az elektronikus agrár regiszter legelőször bevezetésre került. Ez azért fontos, hogy egy gombnyomással tudjunk pontos adatot kapni arról, hogy pontosan bizonyos kultúrából mennyi van, és bizonyos állatfajtából mennyi van. Ezek a rendszerek legyenek összekapcsolva a kataszterrel, az APIA-val, hogy ne kelljen azzal foglalkozni, hogy papíron összeadogatjuk. Korábban bármilyen adat kellett, kb. a megyében 100 ember azon dolgozott egy hétig, hogy számolta, hogy a megyében hány tehén van stb. Most az elektronikus rendszerben, regiszterben ezt egy gombnyomással meg lehet tudni. Ezek mind nagyon-nagyon fontos dolgok, segítik a folyamatot.

Érdemes-e, lehet-e, és jó lenne-e azon gondolkodni, hogy akár közpénzből vagy közösségi erőforrásokból itt a térségbe olyan szolgáltatást kiépíteni, ami nem feltétlenül üzleti alapon működik, például talajvizsgálat, kártevő előrejelzés, időjárás előrejelzés… Olyan digitális alapon működő szolgáltatások, amelyeket igénybe vehetnek az érdekeltek, nem feltétlenül ingyen…

Egyértelmű, hogy az a gazda, aki versenyképes akar lenni az folyamatosan azon dolgozik, hogy tudjon rákapcsolódni ilyen rendszerekre, és az hogy önkormányzati szinten mennyire tudunk ezekben résztvenni, mondjuk az önkormányzatok mennyire tudnak ezekben résztvenni ez kérdés. Most próbáljuk Kovászna megyét és Maros megyét erre fele biztatni, hogy egy ilyen rendszert kialakítani, legalább az elektronikus agrárregiszter rendszert…legalább az legyen rendben, ne papíralapon menjen. Napirenden van egy ilyen labor koncepció az Egyetemmel, éppen a Sapientia Egyetemmel, mert ahhoz, hogy folyamatosan a minőséget leheS-

sen biztosítani, időközönként kellene véletlenszerű vizsgálat. Földmérő meg más eszközök beszerzését most az Agrárkamarával közösen próbáljuk megoldani. Az online tanácsadási rendszer is egy sor dolgot fog tudni. Most az, hogy ennek hol lesz az a szintje amit mi saját pályázati forrásból meg tudunk teremteni, és hol lesz az a szint, hogy akkor a gazdák regisztráljanak és akár költségtérítéses formában vegyenek részt benne, ez kifog alakulni. Tehát van egy elég komplex feladat, aztán hogy meddig fogunk elérni, mi lesz a vége ez kérdés, ugyan úgy az is, hogy meddig fog ez a digitális fejlődés elérni… Én azt látom, hogy a digitalizációra azért lesznek nyitottak az emberek, mert a munkaerő, a fizikai munkaerő egyre elérhetetlenebb. Muszáj lesz mindenféle olyan rendszereket, gépeket bevezetni, amivel munkaerőt tudnak kiváltani. Ahol gépekkel lehet a munkát elvégezni, ott a változás elkerülhetetlen lesz.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

Orbán Miklós

Elnök, Kovászna Megyei Fiatal Gazdák Egyesülete

„Arra kellene rábírni a gazdákat, hogy alkalmazásokat használjanak…”

A digitalizáció egy sor lehetőséget kínál azok számára is, akik az agrárium területén dolgoznak. Az Ön tapasztalatai szerint az agrárium szereplői Háromszéken mennyire nyitottak az ismeretszerzés, tanulás új formáira?

Van rálátásom, és tapasztalatom is, mert amikor több mint 10 éve hazatértem az egyetemről, hoztam magammal egyfajta más szemléletet. Magyarországon, Gödöllőn végeztem, de amúgy is olyan típusú vagyok, aki szereti az új dolgokat, és ennyi év elteltével nem sok változást látok jó irányba olyan szinten, hogy nem tudjuk rávenni a gazdákat, hogy használják az Internetet. Használgatják este, otthon, az e-maileket nézik két napban egyszer. Most különböző csoportokat hoztunk létre (Facebook, WhatsApp, stb.) mindenféle eseményre, de nem működik. Folyamatosan, ha kérnek tőlem valamit azzal kapcsolatban, hogy hányan lesznek az eseményen, kiküldted-e e-mailen, stb. mindig kell mondjam szakmán kívülieknek, vagy szervezőknek, hogy fel kell hívni az embereket. Mondom, ha akarjátok, hogy legyen ott 50 ember, fel kell hívni, és legalább kétszer kell felhívni. Hiába küldjük ki a meghívókat, megnézik (én látom, hogy ki nézi meg, s mikor nézi meg). Tehát az a tapasztalat, hogy ad hoc nézik meg. Sajnálom, hogy nem használják.

Ha korlátokban gondolkodunk, akkor mit lehet megemlíteni? Inkább a régi szokásokat, mentalitást, ismerethiányt, újtól való tartózkodást?

Minden benne van. Fiatalokról beszélek, a Háromszéki Ifjú Gazdák Szövetségének az alapítója vagyok, s már lassan át kellene adnom másnak is a funkciót, és ott csak fiatalokkal indítottam, és úgy hozta a sors, hogy inkább a nagyobbakkal társultunk, akik fejlődőképesek. Tehát róluk beszélek, 35-40-es korosztályról, nem az idősebbekről. Nehezen működik. S ez szorosan kapcsolódik az agrár digitalizációhoz is.

Az internet az ismeretszerzés és tanulás mellett a hálózatépítésre is alkalmas. Ezzel kapcsolatban is lát tartózkodást?

Nagyon alacsony az aktivitás. Háromszékről 10 személyt tudnék mondani, aki aktív, esetleg hozzászól szakmai oldalakon, vagy letölt anyagokat, például egy vegyszernek a leírását.

De gondolom azért információszerzésre használják az internetet, ha saját maguk megmutatására nem is. Például arra, hogy utána nézzenek egy növényvédő szernek.

Még mindig a telefon, 90%-ban a telefon. Felhívják a vegyszerforgalmazót, ők is sok bemutatót tartanak. S akkor visszahívják, abban jobban megbíznak.

A tévéműsoroknak, rádióműsoroknak, vagy újságoknak valamiféle hatását tapasztalja?

Az újságot olvassák. S akkor rátérhetünk a kisebb gazdákra is, akiknek több idejük, türelmük van. Itt be van járatva a falugazdász Bokor Gábornak a keddi rovata, a Háromszékben. Az népszerű, azt figyelik. Oda bármit lehet közölni, mert az biztosan eljut hozzájuk. A Székely Hírmondónak van még rovata. Így hogy tévénézés, meg rádióhallgatás még az idősebbek körében elterjedtebb. Például vasárnap van a Viaţa Satului műsor, amit szeretnek. Szerintem egy heti, vagy havi, magyar kiadvány nem ártana itt Háromszéken, amiről már nagyon régóta beszélünk. Szerintem az menne, meg is van rá az eszközünk, hogy promováljuk. Erre nagyobb fogadófelület van, mint az internetes dolgokra. De a kettő nem zárja ki egymást.

Mi a véleménye az elektronikus hírlevél formáról?

Szerintem kiveszett. Én például nem olvasom, nekem spam. Őszinte vagyok, biztosan nem fognak hírlevelet olvasni, mert nem is nézik meg, vagy ritkábban nézik az e-mailt.

Ha lenne rá erőforrás, a digitális technológiák által biztosított lehetőségekből mit volna jó hasznosítani a hálózatépítésben, ismeretszerzésben, oktatásban?

Nehéz kérdés, hogy mi az, ami jó lenne. Talán az okostelefonok, a különböző alkalmazások hasznosítása fele lehetne elindulni. Például térségi időjárással kapcsolatban. Rengetegen rendelkeznek modern traktorokkal. Jómagam is tudatosan

választottam olyant, amibe már önkormányzó mód is van. Tehát GPS-szel működik. Valahol én ezt látom, hogy erre kellene rávezetni őket. S persze akkor már használnák a telefont is. Tartottam én is konferenciát, ismerjük Miklós Ervint, de csak egy-két farmra sikerült beültetni a fejlettebb technológiát, egy farmmenedzsment programot. Jó lett volna, ha legalább azt elérjük, hogy GPS-szel permeteznek, mert képesek volnának rá. Traktorvásárlásra 90%-os pályázatok voltak, 10%-os önrésszel, s a legjobbakat vették, még akkor is, ha nem tudták, hogy mire lehet használni. Olyan gépeik vannak, hogy egy lépésre vannak attól, hogy telefonon ellenőrizni lehessen, hogy ki merre van, vagy adatokat lehetne gyűjteni. Valahogy arra kellene rábírni őket, hogy alkalmazásokat használjanak. Vagy legalább hasznosítsák azokat az adatokat, amiket rögzített a traktor. S még ezen kívül sok más lehetőség van. Nagyon fontos volna, ha ezeknek a tudatosítását elérnénk.

Erre milyen módszerek jöhetnének számításba ebben a térségben?

A tanulmányi utakat jónak látom, például kivinni őket egy PREGA konferenciára, Budapestre, ahol agrár digitalizációról van szó. Lassacskán lehetne haladni, lépésről lépésre. De jelenleg egy-két emberről van szó, aki mer lépni, bármiről beszélünk. Tehát már az nagy előny volna, ha használnának egy mezőgazdasággal kapcsolatos alkalmazást a telefonon, amire bejönnének a traktor adatok. A kisebb gazdák boldogulnak. Én azokat búsulom, akiknek több millió eurós gépparkjuk van, és nem használják ki. Egyetértenek azzal, hogy hasznos egy ilyen farmmenedzsment programban követni a dolgokat, de a traktoristák nem mernek hozzányúlni a képernyőhöz, aki nem ért hozzá, az valakit kell alkalmazzon, és akkor ott vannak a bizalmi kérdések is, és így tovább. Tehát ilyen jellegű akadályok is vannak.

A termékmegjelenítésre a digitális eszközök többféle lehetőséget nyújtanak. Erre mekkora nyitottság van?

Négy integrált, élelmiszerlánc létrehozásra volt kiírás, gyakorlatilag a termeléstől a promoválásig, 100.000 Eurós projekt. Mi négy ilyent valósítottunk meg. Például a cloc.ro egy weboldal, egy projekt része, ahol online is lehet vásárolni. Itt hagyományos termékeket promováltunk. Van egy projekt hagyományos termékekre, egy tejre és most a mézeseknek is készítettünk egyet. Ezek mind olyan kezdeményezések voltak, hogy ők megkapták az anyagot, egy évig promováltuk a termékeket kisfilmmel, led-es pannókkal, rádió spottokkal, s mindennel, amit csak el lehet képzelni. Rajtuk múlik, hogy mindezt hogyan viszik tovább. Erre van igény.

Ha négyen-öten összeállnak, akkor vannak ilyen lehetőségek. Vannak kezdeményezők is. Mi most fő pályázóként megválasztottuk a partnereket. A mézeseknek is azt mondtam, hogy náluk látok potenciált. Például négy-öt barát összeáll, azt mondják, hogy ebből megcsinálják a weboldalt, csomagolóanyagot vásárolnak, elkezdenek egységesen csomagolni, összegyűjtik a mézet. Mondtam nekik, hogy ha ügyesek, akkor ezt lehet vinni, a pályázat 100.000 Eurót biztosít a kezdéshez. Ebben promoválás, brand, minden benne van. Az ilyen dolgokra látok lehetőséget, jó kezdeményezéseket. Ilyen kisebb csoportokban lehetne. Nagyobb szinten a szövetkezeteket látom mozgatórugóként, és erőként, akik pályázni is tudnak.

Mi a véleménye a Kovászna megyei agrártermelők digitális megjelenéséről? Vannak-e ilyen kezdeményezések?

Igen, a nagyobbaknak már van online felületük. Én ezeket az EU-s pénzeket látom jó lehetőségnek, így tudnának elindulni. Nem hiszem, hogy volna olyan agrártermelő, aki 50-60.000 eurót önerőből tudna ilyen célra fordítani. Viszont fontosnak tartom, és érdeklődnek is. Meg kell ragadni az ilyen lehetőségeket, s ez nekünk is egy cél, hogy minél többet hangoztassuk.

Az Agrosic akkor ebben az értelemben közügyet vállal fel.

Igen, ezért mondtam, hogy most négy szegmenst megcéloztunk, négy pályázat révén, amiből kettő tej, egy hagyományos termék (kürtöskalács és házikenyér), illetve méz, de nem zárok ki más irányokat sem. Itt annyira nincsenek elterjedve ezek a szörpösök, gyümölcsösök, zöldségesek, de van négy-öt olyan ezen a területen is, akinek meg tudjuk fogni a kezét.

Az agrárinnovációhoz kapcsolódó változásokat középfokú vagy felsőfokú képzésbe már be lehetne vezetni, vagy még korai?

Egyetemi szintre egyértelműen igen. Középfokra is, de hová? Kevesebb lehetőséget látok, de van itt Háromszéken is mezőgazdasági szakközépiskola, ahová bevinném. Tehát középiskolába, szakiskolába, egyetemre föltétlenül bevinném. Az agrárdigitalizáció, agrárinnováció kötelező tantárgy kellene legyen minden szinten. Ez nem jön, hanem ebben vagyunk benne, és az a jó, ha nem egy 25 éves holland technológiát veszünk át, hanem a mában élünk. Tehát most, 2019-es IT-s dolgokat át lehet venni, be lehet bevezetni Székelyföldön, legyen az marketing eszköz,

szoftver vagy hardver. Ott vagy, tudod tartani a lépést. Volt, aki pályázott, tehát ott lehet lenni a körforgásban, csak ne legyen késő. Most nagyon gyorsan halad a technológiai fejlődés. E-mailekről beszélünk, amikor jön az 5G. Magyarországon például tudatosabb tervek kapcsolódnak ehhez is. Jó volna, ha ebben az országban is volna egy erre vonatkozó program. De jelenleg, ennek hiányában, itt helyben kell próbálkozzunk, s az EU-s forrásokat kihasználnunk, amikor vannak.

Köszönjük a beszélgetést!

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán, Sárosi-Blága Ágnes

Mátéffy Mária

Igazgató, Csík LEADER Egyesület

„Ha nincs innováció, akkor nem lesz együttműködés...”

A Csík LEADER Egyesület vezetőjeként több szereplőt ismersz az agrárium területén. Mi a véleményed az innovatív gazdálkodókról? Milyen területeken látszik a másság, illetve az azonosság a hagyományos családi gazdaságokhoz viszonyítva?

Van különbség, biztosan van különbség azok között, akik nyitottságot mutatnak az újítások, a térségünkbe behozott eljárások, gyakorlatok iránt, illetve akik konzervatívak. Itt elsősorban azt emelném ki, hogy a mezőgazdaságban, és főleg az állattenyésztésben, a szarvasmarha tenyésztés kapcsán van egy ilyen tendencia, hogy új fajtákat hoznak be. A közbeszédben már a ’90-es évektől fontos téma az, hogy sok a térségben a legelő, ki kellene használni ezt az adottságot, erőforrást, és az, hogy húsmarhákra van szükség. Ezt nagyon sokáig hangoztatták. Elindult két irány: az ősi fajták, valamint a kimondottan kitenyésztett, szelekció által nemesített fajták iránya (például az Angus marha). Az állattenyésztésben van egy ilyen nyitottság. Van fiatal gazdánk is, aki ezzel foglalkozik. Ha én csak most az ő profiljáról beszélek, akkor azt tudom mondani, hogy tanult, forrásszerzésben is jártas, ügyeskedő, gazdahálózatban is részt vesz. Ahová megyünk, ő mindenhol ott van, tehát látszik rajta egy ilyen nyitottság, és viszonylag hamar meg tudta valósítani a pályázatát is.

Úgy látod, hogy az innovatív szereplőknél megjelenik az, hogy a magatartásuk egésze újszerű?

Igen. Nem tudom arányaiban meghatározni, de többen vannak olyanok, akik külföldről tértek haza. Ők hoznak magukkal egy nagyobb teherbírást és vállalást. Tehát többet hajlandók bevállalni, ha támogatáshoz juthatnak. Megtapasztalták a másfajta technológiát, és nagy önbizalommal jönnek haza. Olyan is jött hozzánk, aki szintén külföldről jött haza, és egészen új technológiát hozott, például a háztartási és a kertből származó hulladék feldolgozásában. Ez a technológia hő által, akár egy hónap alatt humusszá alakítja a háztartási hulladékot. Az illető

megkeresett bennünket azzal, hogy őt egy nagyobb, térségi összefogás érdekli. És egy egyszerű, szenttamási emberről van szó, aki azt szeretné, ha mi abban segítenénk, hogy egy ilyen hálózatot hozzon létre. Kilenc éve Svájcban dolgozik, ezt csinálja és szeretné, ha itt is megvalósulna. Megkeresett bennünket, tehát azt is tudja, hogy a LEADER-nél kell keresni a támogatást ilyen hálózatszerű projekt megvalósítására. A kászoniak megkerestek egy olyan projektötlettel is, hogy szigetelőanyagnak szeretnék feldolgozni a gyapjút. Ez is egy újdonság, és nagyon fontos lenne, mert jelenleg a gazdák örvendenek, ha banikért elviszik a mosatlan gyapjút. Akkor a villanypásztor használata most már nagyon elterjedt. Ezelőtt 10 évvel csak esetleg távolról ismerték, hogy például Ausztriában van villanypásztor. Ma már ezt bárki, akármelyik gazda fel tudja szerelni, elérhetővé vált. Géphasználatban az ellátottság is nőtt az utóbbi időben. Komplexebb gépeket is vásárolnak. Nem csak az van, hogy traktor kell mindenkinek. Még a közös géphasználat terén látok egy kis szkeptikus hozzáállást, de már például vágóhíd közös használatára van nyitottság. Jelenleg egy olyan együttműködésen dolgozunk egy pályázat keretén belül, ahol több száz gazdát fogtak össze, és aláírták az együttműködési szerződést. Tehát azt lehet mondani, hogy mind az állattenyésztésben, mind a növénytermesztésben van egyfajta nyitottság az innovációra.

Nagyon érdekesek ezek a példák abból a szempontból, hogy a LEADER iroda innovatív kezdeményezések találkozóhelye is ebben az értelemben, mert ha jól értettem, ha valakinek van egy jó ötlete, akkor az ötlet és a forrásigény alapján hozzátok is fordulhat.

Nem szorosan a mezőgazdasághoz, de a legelők és kaszálók takarításához kapcsolódik egy olyan pályázatunk, ahol azoknak a gazdáknak, akik nem képesek rendben tartani a legelőjüket, ahhoz, hogy a támogatást megkaphassák, igénybe vehetik az erre a célra létrejött egy szociális vállalkozás szolgáltatásait. Egy következő lépés, hogy a társadalmi vállalkozás áttért arra, hogy a legelőtakarításból származó hulladékot faaprítékként felhasználják fűtésre. Ebben is nagy nyitottság van, tehát sokan meglátogatják, megkérdezik miről van szó. Volt olyan pályázat, amely a giliszták segítségével komposztkészítéssel foglalkozott. Senki pályázata után annyit nem érdeklődtek, mint a „gilisztás" pályázat után. Az egy nagy innováció volt, és tovább lehetett volna fejleszteni. A pályázó szerette volna, ha egy utcaszerződéssel a háztartási hulladék és az állattenyésztésből származó trágya a mai környezetkárosító eljárástól eltérő módon, érett komposzt formájában kerül a földekre. Ez lett volna egy továbbgondolása a korábbi pályázatnak.

Ezek a példák azt jelzik, hogy az innováció valahol az együttműködést és a hálózatosodást is generálja.

Abszolút. Ha nincs innováció, akkor nem lesz, pontosabban nem tud lenni együttműködés, nem kelti fel annyira a felek figyelmét az együttműködésre. Tehát kell oda egy csillogó gyöngy, ami az innováció, s amiben az együttműködő felek azt érzik, hogy ők különbek lesznek a másik falunál. Van egy ilyen egészséges versengés.

A digitalizáció általában összekapcsolódik-e ezeknek az embereknek a tevékenységével? A tevékenységekben kezdenek-e megjelenni a digitális technológiák, az internethasználat?

Igen, hogy ha most csak a gépesítést vesszük, mondtam, hogy nem csak az alapgépeket vásárolják, hanem egyre okosabb gépeket is. De ez már közelít ahhoz, hogy például használják a saját gazdaságukban az Internet időjárás előrejelzéseit. Biztos, hogy van egy olyan réteg, amely erre a célra rendszeresen használja az internetet. A támogatásokkal kapcsolatos információkat is többnyire Interneten szerzik. Bár még mindig nagyon fontosak a személyközi kapcsolatok, a példakövetés is. De már hívják fel a LEADER irodát olyanok is, akik azt mondják, hogy egyszerűen látták az Interneten, hogy volt egy ilyen támogatásunk, megkérdezik, hogy lesz-e még, stb. Most a fiatalok már sokkal nyitottabbak, jobban ismerik a jogaikat, illetve azt, hogy ha szépen köszönnek, bárhol kiszolgálják őket. Ez egy előrelépés ebből a szempontból. Na, de visszatérve a témára, az Internet segítségével egyre többen szereznek információkat. a támogatási lehetőségekről, területalapú támogatásokról, szabályozásokról, eljárásokról. Emellett egyéb Facebook-os információkat is használnak, mint például azt, hogy hol lesz vásár, hová lehet elmenni értékesíteni. Nagyon sokan használják az internetes megrendelést. Tehát sajtot lehet vásárolni, Interneten megrendelhető, és szombaton a piacon át lehet venni. Egyre elterjedtebb, inkább a fiatalok körében, de van egy ilyen irányzat.

Van tapasztalatod arról, hogy ezek az innovatív szereplők használják-e az Internetet, a digitális felületeket tanulásra, problémamegoldásra, növényvédelmi kérdések kezelésére, szakmai információszerzésre?

Itt is két irányzat van. Van aki azt szeretné megtudni, melyik a műtrágya vagy permetezőszer a leghatékonyabb, míg a másik azt szeretné megtudni, hogy hogyan tudna egészségesebben termelni. Az egyik irányban a mennyiség, a másikban pedig a minőség növelése a fontosabb. Az Internet mindkettőre kínál lehetőséget.

Szerintem az egészségesebb termelés iránt érdeklődők főként onnan szerzik az információkat. Akár tapasztalatszerzésként elmennek farmlátogatásokra is, de ezzel kapcsolatban is az információt az Interneten szerzik meg. A személyes kapcsolatok is fontosak, de az információkat a digitális felületekről is meg lehet szerezni. Most már nem olyan egyszerű átverni az embereket például a vegyszerekkel kapcsolatban sem, mert utána tudnak nézni akár idegen nyelven is. Egyre többen beszélnek idegen nyelvet.

Az elmondottak alapján nyilvánvaló, hogy a digitális kínálatokat információszerzésre, kapcsolatépítésre használják leginkább ezek a szereplők, viszont a digitális felületek lehetőséget adnak tartalomgyártásra is. Például arra, hogy a termelők megmutassák magukat, a termékeiket. Tehát nem csak a passzív felhasználói szerepre, hanem az aktív tartalomgyártásra is. Ezen a területen tapasztalatod szerint mutatkozik-e nyitottság?

Szerintem viszonylag kevesebben vannak azok, akik egyénileg nyitottak erre, viszont, ha egy egyesület fiókjába bekerülnek (mint például a Sajtkészítők Egyesülete), és ezt a folyamatot valaki generálja, már más a helyzet. Egyénileg is vannak olyanok, akik létrehoznak egy felületet és azon reklámoznak. Vagy megfizetik ezt, vagy egyénileg is képesek rá. De a falusi turizmusban, a mezőgazdasági termékek értékesítésében is inkább az jellemző, hogy csatlakoznak valahová, ahol biztosítják a marketing tevékenységet. Szerintem ezért ilyen népszerű a Székely Termékhez való csatlakozás is. Az értékesítés szempontjából azt gondolom, hogy sokkal nagyobb a hajlandóság az együttműködésre, mint a termelésben. A termelésben inkább egyénileg szeretnek dolgozni, de az értékesítésben minden lehetőséget megragadnak, hogy vásárokon vehessenek részt, vagy hogy a termékeiket népszerűsítsék.

Ez egy nagyon fontos kérdéshez vezet, amit szeretnék megfogalmazni. Az, hogy egy termelő szakmai információt is szerezzen, termeljen is, a piacot is szervezze meg, és saját magát prezentálja is, együtt nagyon sok feladat. Fejlesztéspolitikusként hogyan látod, ezekre a dolgokra térségi léptékű szolgáltatások kialakítása lehetséges, illetve szükséges volna-e? Ki vállalhatna fel ilyen feladatokat?

A gazdák pontosan ott fulladnak ki a folyamatban, ahol a profit következne, vagy egyáltalán a jövedelem többlet, a hozzáadott érték. Ezért is vállalják azt, hogy inkább közösen értékesítenek, holott egy országos pályázatban a marketing tevékenységre jár a 100%-os intenzitású támogatás, míg a gépvásárlás esetében ez csak 50%. De mint mondottam a nehezebb termelési körülmények miatt kevesebb idő-

és energia-ráfordítás jut ezekre a tevékenységekre, pedig gazdaságilag itt kezdődne a dolgok kedvező része. Köztudott, hogy a mezőgazdaság szempontjából a hegyvidék kedvezőtlenebb a termelésre. A Natura 2000 keretén belül hegyvidékekre járó és megígért többlettámogatásokat még nem váltották be. A következő tervezési időszak viszonylatában egyre többet beszélnek róla, van a hegyvidékre külön törvény, létrehozták a hegyvonulat bizottságokat, de hegyvidéki támogatásokra még nem jött pénz. Ezeket a nehézségeket senki nem vállalta fel, és ezért a gazdák ott sérülékenyek pontosan, ahol több energiát kellene fordítani az értékesítésre. A helyi terméket forgalmazó üzletek sorra zárnak be, ha nem nyernek célirányú támogatást, akkor nem fognak tudni tovább működni.

Hiányzik az a térségi közszereplő, aki ezt meg tudná szervezni?

Ez a vidékfejlesztési, község közti egyesület, amelyet a megye kezdeményezett (annak idején mi is tevékenykedtünk benne, ismerem közelebbről is), valamilyen szintig eljutott. Amit nem tudtak elérni, és most látom, hogy a következő kitűzött célkitűzésük az, hogy megerősítsék a vásárlók bizalmát. Fontos kérdés, a követhetőség, hogy meg lehessen győzni a vásárlót, hogy a többletfizetés minőségben megtérül.

Nagyon jó kérdés, hogy ez a termelő gondja kellene legyen, vagy a vidék adottságaira hivatkozva közpénzből, közfeladatként kellene fölvállalni?

Fennáll annak a veszélye, – s most vállalom a felelősséget azzal kapcsolatban, hogy ezt mikrofon előtt elmondjam – hogy ha ezt egy közszereplő fölvállalja, akkor mindenki más hátra dől. A forrás viszont ezeknél a szereplőknél van. Szerintem a jó megoldás a köz-és magán-szféra közötti együttműködésben, a szereplők egyenjogú és jól körvonalazott szerepvállalása mellett elképzelhető.

De ki lenne a közszereplő a térségi viszonyokat figyelembe véve? Közszereplő alatt azonnal a hivatalokra gondolunk, de nem csak ők jöhetnek számításba, ha egy szolgáltatás struktúrában gondolkodunk.

Több közszereplő kellene legyen. Mert egy vállalja, akkor előfordulhat, hogy mindenki más félreáll, pedig sokan foglalkoznának ezzel. Az országos LEADER Szövetségben nagyon sok kezdeményezés van, mint például a Bio-LEADER. Az északiak, Máramarossziget környéki akciócsoportok ezt indították el.

Én a promóció szempontjából nagyon fontosnak tartom a baráti összejöveteleket, tematikus találkozókat, kóstolókat ahol lehetne terméket bemutatni. Ha már van egy bórkostoló, akkor legyen mellé egy olyan sajt, ami helyi. Ezeket én nagyon fontosnak tartom. Szerveztünk ilyeneket. Nagyon sok akciócsoport meglátogatott az ország más részeiről. Például a brassóiak voltak a gyimesi Skanzenben, a Maros megyeiek Borzsovában, több román csoportot hoztunk a megyébe, és olyankor jócskán fizettek azért, hogy megkóstolják a helyi terméket. A mi együttműködéseink rávezették a szövetkezeteket arra, hogy a panziókkal kössenek szerződéseket, amelyek keretén belül a panziók vállalják azt, hogy a Szövetkezetek termékeit népszerűsítik.

Az értékesítés szempontjából lassan haladnak a dolgok. Ez mivel magyarázható? Anyagi, mentális korláttal, vagy inkább szakmai tudáshiánnyal?

Van egy felfogásbeli korlát. Konkrétan, volt olyan pályázat, ahol fennmaradt 4000 Euró, amit promócióra elhasználhattak volna, s nem használták el. Nem volt ötlet. A gazdáknak nincs ötletük, s fogékonyságuk ezekre a szolgáltatás típusú projektekre. Ezek mentek a legnehezebben. Tehát a lassú folyamat inkább az ötlethiánnyal magyarázható, illetve azzal, hogy nincs humánerőforrás, aki véghez vigye az egészet. Általában felvesznek valakit, de elmarad a profil követelményének megfogalmazása. Egy minimális terv alapján kellene felvenni az embereket arra vonatkozóan, hogy mit fognak megvalósítani egy év alatt. Nem tudatosan keresik a szakembereket. Nem ismerik el, hogy egy marketing szakember mekkora többletet tudna kihozni az értékesítésben. Mi együttműködtünk a gyimesi sajtosokkal, és most pályázati úton olyan autót szándékoznak vásárolni, amivel körbejárják a térséget, és bizonyos program szerint megállnak községekben, és meg lehet tőlük vásárolni a termékeket. Ennek az autónak az oldalán van egy nagy reklám.

Köszönjük szépen!

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán, Sárosi-Blága Ágnes

Miklós Ervin

Közgazdász, LGT Proiect

„A térségbe behozott tudással helyi speciális megoldásokat kell kialakítani…”

A precíziós gazdálkodással kapcsolatban eben a térségben is volt előadás, bemutató, szakembereket hívtak. Az eddigi kezdeményezéseket hogyan ítéli meg? Célszerű lenne-e még további bemutatók tartani, szakembert hívni, gépeket, eszközöket, eljárásokat, technológiákat ismertetni?

Érdemes lenne talán távolabbról indítani, hogy miért is kell ezzel az agrár digitalizációval foglalkozni. Nagyon általánosságból indulva az látszik, hogy a termelést növelni kell. Nagy nyomás van világszinten, globális szinten abba az irányba, hogy a termelés növekedjen. 2050-re – azt mondják – 60 százalékkal kell a termelést növelni. Az élelmiszerigény részéről jön ez az elvárás. Aztán hogy a piacok ezt hogyan fogják lereagálni azt meglátjuk, mert ez valószínűleg nem többlet profitot fog jelenteni a termelők számára, hanem azt fogja jelenteni, hogy például az árak csökkenni fognak. Ezért mindenkinek ehhez fel kell zárkózni, mert hanem veszteségesek lesznek és csődbe mennek. Ez a nyomás az el fogja érni Székelyföldet is, Székelyföldön is el kell kezdeni a váltást, el kell jutni oda, hogy többet kell termelni. Most ugye az történik, hogy nagy fejlesztést a gépparkban, nagy innovációt a gépparkban nem lehet elérni rövid idő alatt, a géppark összetétele rövid idő alatt nem fog nagyon megváltozni. A szakmai tudás, az adatoknak a használata, a földnek a pontosabb megismerése az, amire pontosan szükség van. Ezek azok a tényezők, amelyek nagyobb hatással lehetnek arra, hogy növekedjen a termelés. Tehát ezért beszélhetünk az agrár digitalizáció fontosságáról ilyen sokat, mert globális szinten mindenki azt látja, hogy ennek lehet olyan hatása, hogy elérjük a többlettermelést.

Úgy gondolja, hogy sokan az agrár digitalizációs témát leszűkítik a precíziós gazdálkodásra, a gépekre? Kevésbé beszélnek arról, hogy az agrár digitalizáció sokkal komplexebb, összetettebb probléma, és jó lenne ezt is tudatosítani, hogy többről szól, mint űrhajókat utánzó traktorok vásárlása?

Nyilván többről szól az agrár digitalizáció, az egész gazdálkodást meg fogja változtatni. Egy kicsit visszatérnék az első kérdésre, mert gondolkodtam közben, hogy Székelyföldön miért nincsenek óriási sikerek a digitalizációban és a precíziós

gazdálkodásban. Talán erős megfogalmazás, de elmondhatom azt, hogy a digitalizációnak a legnagyobb ellensége az a mondat, hogy „mi ezt eddig így csináltuk". Tehát ez a legnagyobb gátja a változásnak, mert amíg azt hangsúlyozzuk ebben a térségben, hogy „mi ezt eddig így csináltuk", és amíg ezt a gondolkodási, érvelési módot nem dobjuk el, addig sajnos a digitalizáció csak részlegesen, kísérletekben fog megjelenni ebben a térségben. Társadalmi léptékben nagyon nehezen tud beágyazódni….

Ezek szerint a mentális jellegű társadalmi rutinokat tartja a legfontosabb korlátnak?

Igen, az egyik legfontosabb korlát az emberek fejében van. Az emberek fejében való változás eredményezhetne olyan megoldásokat, amely Székelyföldre szabott. Nagy cégek óriási pénzeket fektetnek a digitalizációs projektekbe. Székelyföld a nagy cégek szempontjából nem létezik, nem célterület, mezőgazdasági szempontból nem célterület. Ezért az, hogy ide megfelelő megoldások szülessenek ahhoz az kell, hogy ittlévő gazdálkodók körében szülessenek – közösen, együttműködve olyan cégekkel, akik erre képesek – olyan megoldások, amelyek a székelyföldi környezetre szabottak.

Az agrár digitalizáció ez egy nagyon széles paletta. És akkor visszatérnék az előbbi gondolamenethez, hogy nem csak arról van szó, hogy gépek kellenek. Három nagy összetevő eleme van a gazdálkodásnak. Az első az éghajlat, az időjárás, a második a föld és annak a megmunkálása, és a harmadik a gépek. Ez az egész együtt valamilyen fajta informatikai rendszerbe kellene összpontosuljon, összekapcsolódjon, mert emberi agy nem képes ezt a sok adatot összekapcsolni. A mezőgazdaságban ma már minden mindennel össze van kapcsolva. Én más szakterületről jövök és be kell látni azt, hogy a mezőgazdaságban sokkal több változó van, mint bármely más ágazatban. Vannak olyan iparágak, ahol robotok raknak össze autókat, de az sokkal kiszámíthatóbb és kevesebb a változó, mint a mezőgazdaságban. A mezőgazdaságban rengeteg változó van az éghajlat és a talaj összetétele miatt, és ez akár egy parcellán belül is változhat.

És mindez ez változhat is a termelési folyamat során, közben még az emberi tényezőkről nem is beszéltünk...

Igen, ezért mindhárom tényezővel foglalkozni kell, minél jobban megismerni és előre látni az éghajlati változásokat, az időjárási változásokat, minél jobban megismerni a talajt, hogy mi van benne, mire van szüksége, és ugye a harmadik

elem, ami a legkézenfekvőbb azok a gépek. Ezekkel foglalkozni kell, ezek tudnak igazán jó eredményeket hozni és növelni a termést.

Ebben az egész folyamatban említette, hogy a gazdálkodók egy rész úgy gondolkodik, hogy „így csináltuk korábban, eddig is így csináltuk”, viszont a változáshoz kell az is, amit úgynevezett tudásnak nevezünk, ez lehet technológiai tudás, értékesítési vagy arculatépítési tudás stb. Ma már infokommunikációs tudás nélkül ilyen területeken nem nagyon lehet előbbre lépni. A digitális agrárium kialakításához szükséges szakmai tudásnak behozatalában kik lehetnének a fontosabb szereplők, melyek lehetnének a tudástranszfer módozatai? A képzéstől a személyes tapasztalatszerzésig elé széles a lehetőségek skálája.

Én azt gondolom, hogy mivel ez kereskedelmi szempontból nem kifizetődő a nagy vállalatoknak, ezért olyan szereplők tudják a legjobban megcsinálni Székelyföldön, akik nem feltétlenül profitorientáltak. Ilyenek lehetnek az egyetemek, a gazdaszervezetek, szövetségek, alapítványok, akik ezzel a tudással rendelkeznek vagy meg tudják szerezni, akiknek megvan a képzési hálózatuk, megvannak a kapcsolataik, megvannak a tanáraik, akik ezt tudják oktatni. Ugyanakkor valamilyen fajta kapcsolatot is tudnak teremteni azokkal a cégekkel, akik konkrét megoldásokat tudnak kialakítani a Székelyföldön. Én azt látom, hogy itt egy speciális helyzet van, ki kell találni ennek közösen a finanszírozását, mert nyilván ennek van költsége, de én ezt egy együttműködés formájában látom elképzelhetőnek.

Tudás behozás vagy térségi tudástermelés? Miként látja ezt a dilemmát? Sokszor mondják azt ma, hogy az a világ is kell termelje a tudást, amelyik hasznosítani akarja, nem elég az, hogy hozom a külső szakértőt, megfizetem, átadta a tudást, elment, mert akkor nem biztos, hogy illeszkedik a fogadóközeghez…

Igen, sőt én azt mondanám, hogy az nagy valószínűséggel nem fog találni, nem fog illeszkedni. Azok a tudások, amelyek a precíziós mezőgazdaságban és agrárdigitalizációban világszinten születnek, azok a nagygazdaságokra, más típusú területekre vannak kitalálva. Azt egy helyi csapat, aki ismeri az itteni adottságokat, az itteni embereket, az le kell fordítsa, adaptálni kell. Tehát csak úgy lehet eredménye, ha van a kinti tudás, a külföldi tudás vagy bárhonnan behozott tudás és azt sikerül adaptálni. Az adaptációban lehet szerepe az itteni intézményeknek vagy akadémiai szereplőknek, és fontos lenne megtalálni közösen azt a szeletet, ami ebben a térségben működőképes. Itt mások az adottságok, mások a stratégiai célok, és ezt mindig össze kell valamivel fűzni. Például a precíziós mezőgazdaság egy nagyon jó

eszköz a környezetvédelemre is. Mivel itt van Székelyföldön a borvizek országa, a vizeknek a megvédése, a vízgazdálkodás, a borvizeknek a megvédése, ezek mind olyan témák, amiket figyelembe kell venni.

Gyakran halljuk azt, hogy az agrárium 1989 utáni visszaesésének az egyik oka az volt, hogy megszűnt az agrármérnök képzés és megszűnt a középfokú agrárképzés is. Az eddig elmondottak szerint a tudásbehozatalban többről van szó, mint az agrármérnök képzés és a középfokú szakiskolai agrárképzés visszaállítása. Az adaptációs feladatokat is ellátó tudáscsomag több, tágabb, komplexebb és többféle szereplőt igényel.

Igen, ha egy farm ezt nem tudja megvalósítani, mert kicsi ehhez, akkor valamilyen szervezett formában, szövetkezetekben többfajta tudás kell. Ma már a mezőgazdaság nem csak arról szól, hogy vetünk és aratunk. Az agrármérnököknek kulcsfontosságú szerepük van abban, hogy vessenek és arassanak és termelési technológiákat menedzseljenek. A digitális eszközök és megoldások az agrármérnököknek is adnak támpontokat. A termelési folyamat során nagyon sok döntést kell hozni. Párhuzamot vonnék az orvosok munkájával. Az orvosok, az orvosképzés nem szűnt meg azzal, hogy megjelentek nagyon profi diagnosztikai eszközök, átalakult az orvosoknak picit a szerepe, illetve másképpen dolgoznak. Ha már vannak röntgenképek vagy még bonyolultabb diagnosztikai műszerek, akkor nem feltétlenül tapogatás alapján döntik el, hogy van-e vagy nincs törés. A kép alapján döntenek, hogy itt bizony műteni kell vagy elég gipszelni. És így kell átalakuljon az agrármérnökök munkája is, mert nagyon sok mindenben döntést kell hozni. Szoktuk azt mondani gazdáknak, hogy a vetés előtt a legnagyobb a valószínűsége, hogy 20 tonna kukoricát fogunk elérni. Mikor még nincs a kukorica elvetve vagy a burgonya ott van kiültetés előtt a pincébe, akkor a legnagyobb valószínűsége annak, hogy jó termés lesz. De menjünk vissza odáig, hogy milyen fajtát vetek, hogy hogyan készítem elő a földet, milyen tápanyag kijuttatást végzek, milyen műtrágyát teszek rá, mikor vetem. Nagyon sok döntés van, ami gyakorlatilag rontja az eredeti elképzelést, vagyis minden egyes döntéssel rontok a kezdeti számon. Az a kérdés, hogy mennyire rontok? Ezeknek a digitalizációs és precíziós eszközöknek a segítségével a rossz döntések valószínűsége csökken. Úgy, ahogyan az orvostudományban is ezeknek a diagnosztikai eszközök segítségével jobb döntéseket hoznak az orvosok és ugyanez van a mezőgazdaságban is. Ha azt hangoztatjuk, hogy a mai gyakorlat jó, mert „eddig is így csináltuk….” ez azt jelenti, hogy nem fogadom el, hogy valaki

tud egy röntgenképet adni, nem fogadom el azt, hogy lehet szatellitről megmondani, hogy milyen a növénynek a nitrogén igénye.

A tudásszerzéssel és tudásalkalmazással kapcsolatos gondokat még bonyolítja, hogy egy sor új termék jelenik meg, ami korábban egyáltalán nem volt benne a térségi termelési gyakorlatban. Az innovatív kezdeményezése körében – a csigatenyésztéstől a gyógynövényen át a fóliaházas paradicsomig – megjelentek a különböző termékek és termelési technológiák, és ezek mind-mind speciális tudást igényelnek. Ez is megváltoztatja az agrárszakember korábbi szerepét, mert már nem tudhat ilyen széles spektrumban segíteni.

Igen, az látszik, hogy például a genetika nagyon fontos a mezőgazdaságban, az állattenyésztésben egyből látszik, de a növénytermesztésnél is nagyon fontos, hogy milyen vetőmagot szedünk be. Amíg pár évvel ezelőtt, vagy hosszú időkön keresztül ugyanaz a vetőmag volt, vagy hosszú időn át ugyanaz a pirostarka tehén, most vannak olyan kimutatások, hogy egy-két kukorica hibrid 2-3 évig van csak piacon és utána jön ki az újabb generáció. Tehát annyira leszűkül és annyira felgyorsult ezeknek az új termékeknek a megjelenése, hogy ezt nagyon nehéz követni. És akkor mi történik? Hát az történik, hogy jön az eladó és megmondja, hogy akkor ezt kell, venni vagy azt kell venni. Aztán kiderül, hogy az nincs is erre az éghajlatra felkészítve.

Ebben a tekintetben az országos szakpolitika, támogatás politika, ismeretterjesztés még kialakulóban van. Miként látja, országos léptékben lehet-e várni segítő, ösztönző kezdeményezésekre, programokra, szolgáltatásokra?

Országos szinten az agrárdigitalizációhoz és a precíziós mezőgazdasághoz kapcsolható politikai vagy szakpolitikai tevékenységet én nem látok. Úgy, ahogyan Magyarországon ezt komolyan veszi a kormány, és viccesen mondva a csapból is digitalizációs stratégia folyik. Ott van egy országos stratégia, nem véletlenül, mert az Európai Bizottság szintjén csak digitalizációról, vagy digitális farmról beszélnek. Tehát a hagyományos farm az már nem is létezik, mint a fejlesztéspolitika tárgya, mert nem azzal kell foglalkozni, hanem azzal kell foglalkozni ami a jövő. Alakultak európai szintű irányelvek, javasolják a tagállamoknak, hogy legyen digitális agrárstratégiájuk, a magyarországi digitális agrárstratégiából az olvasható ki, hogy 10 százalékkal növeli az agráriumból jövő GDP-t a precíziós mezőgazdaság. Romániában ebből egyelőre semmi nem látszik. Tehát a szakpolitika szempontjából én úgy látom, hogy országos szinten ez a téma nem létezik. Létezik viszont a nagy cégek napirendjén. Múlt héten volt egy konferencia, ami kimondottan a precíziós

mezőgazdaságról szólt, amit a kereskedelmi cégek szerveztek, összegyűjtöttek pár szereplőt akik ebben érdekeltek és próbálják ezt a témát előre vinni. Visszatérve a kérdésre: szakpolitikai szempontból én ezt nem látom és ez elég nagy baj, mert ez sajnos lemaradást jelent.

A vidék szempontjából nézve a helyzet az, hogy előbbre lépni kellene, de periférikus térségben csak saját erőből lehet, mert az országos struktúra kevésbé támogat. Ki vagy mi lehetne az elmozdulás szervezője, mozgatója? A Székelyföld esetében egy hátrányos helyzetű vidéki térségről van szó, ahol a családok agrárérintettsége nagyon magas, hiszen a háztartások fele még mindig valamilyen módon kapcsolatban van a földdel, termeléssel. Ez azt jelenti, hogy népességmegtartó és megélhetés szempontból az agrárágazatnak a szerepe a térségben még mindig jelentős. Ahhoz, hogy a versenyképesség fele a térség elmozduljon valamiféle közügy menedzsmentre lehet szükség, hiszen maguk a szereplők önállóan nem tudnak változást kezdeményezni. Vagy az erőforrásuk kicsi vagy az ismereteik hiányosak. Ilyen esetben térségi léptékben kellene olyan szereplőket találni, akik ezt az ügyet valamilyen térségfejlesztésként kezelik?

Igen, én ezt csak valamilyen fajta közösségi megmozdulásként és komoly stratégiai célok mentén látom a térségben megvalósíthatónak. Én azt gondolom, hogy ennek a térségnek ez nagyon fontos. Ha árnyomás lesz, akkor valamilyen módon az árnyomásra reagálni kell a térségnek. Lehet akár biotermékekkel is, de a biotermelésben is kell a digitalizáció, mert ki kell mutatni, meg kell mutatni a vásárlónak, hogy mi történt azzal a termékkel és ehhez meg szintén rendszerek kellenek, mert nem elég az, hogy tudom mikor vettem el a krumplit. Minél több az információ, minél több az adat, minél többet megtudunk a termékünkből mutatni a vásárlónak, annál hitelesebb lesz, és annál nagyobb lesz az értéke. Ez is például egy olyan speciális megoldás lehetne, amit Székelyföldre érdemes lenne kitalálni. Én azt látom, hogy nagy potenciál van a térségben, és vannak olyan szigetmegoldások, amiket ha itt a térségben össze lehetne rakni, illetve továbbfejleszteni, akkor az a térségnek adna egy nagy versenyelőnyt. Egyelőre nincsen országos szakpolitika és nem foglalkoznak ezzel országos léptékben, de egy régió nekiállhat és foglalkozhat ezzel, és ez egyértelmű versenyelőnyhöz vezethet. És vannak viszont EU-s kezdeményezések. Németország egyik régiója saját maga írt agrárdigitalizációs szakpolitikát, nem országost, hanem régió szintűt. Tehát vannak már európai példák, regionális agrárdigitalizációs stratégiák megalkotására. Ehhez kellenek helyi állami intézmények, oktatás, gazdaszervezetek és olyan cégek, akik tudnak ilyen megoldásokban dolgozni, azok közösen üljenek le, és valamilyen irányba mozduljanak el.

Egyszerű példával élve valószínű a digitális alapszolgáltatásokat is ki kellene építeni, ami nem feltétlenül ingyen van, de nem feltétlenül piaci áron. A talajelemzési, növényvédelmi információkat valószínű a piacról nem fogják tudni megvásárolni a kisgazdálkodók. Akkor ezekből valahol, valahogyan közszolgáltatásokat kellene kialakítani?

Egy közszolgáltatás lehetne az időjárás előrejelzés saját meteor állomásokkal. Mert ugye mindig az szokott a probléma lenni az előrejelzéssel, hogy nem pontos. Tehát a pontosság az a mérési pontok számától függ. Tehát ha az országos hatóságok letesznek Székelyföldre két állomást, akkor az olyan pontos lesz. De beszéltem például egy dán gazdálkodóval, aki Romániában gazdálkodik és ő elmesélte, hogy Dániában falvak, közösségek készítettek saját meteor-állomás hálózatot és végig tudják követni, az előrejelzés nagyon pontos, végig lehet követhető mikrorégió szinten.

Mint közgazdász, szakmájából adódóan másként lát a térségi agrárium működésére? Lehet számítani arra, hogy az agráriumban a térségi szereplők ne csupán agrártermelést lássanak?

Én próbálok optimista választ keresni. Nehéz döntéseket hozni valószínű a mezőgazdaságban egy telefonos applikáció alapján. Én azt mondom mégis, hogy el kell kezdeni csinálni. Először ne higgyük el, menjünk ki a mezőre, másodszor ne higgyük el és menjünk ki a mezőre, de egyszer nézzük meg és menjünk ki a mezőre. Aztán lehet, hogy két-három év múlva el fogjuk hinni, mert maga a technológia is úgy fog fejlődni, hogy egyre jobb és egyre pontosabb lesz. Én azt látom, hogy foglalkozni kell a témával és kell a külső segítség, kellenek a facilitátorok, a külső tudásnak a behozása a régióba. El kell kezdeni a kintről behozott tudással helyi speciális megoldásokat kialakítani egy-egy szegmensre, egy-egy valamilyen kis területre. Maga az agrárdigitalizáció túl nagy, tág fogalom, tehát valamilyen megfogható dologra kell ezt, vagy kellene szűkíteni. Ilyen lehet egy meteor-állomás hálózat, egy krumpli levélminta vagy valami. Egy-két olyan dolog kell, amivel lehet eredményeket elérni és áttörni ezt az akadályt, hogy „ezt nagyapáink is így csinálták”, mert a versenyképesség megszerzéséhez nem lesz elég az ahogyan „nagyapáink csinálták.”

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

Máthé Emma

Elnök, Székelyföldi Bio Egyesület

„Digitális eszközök nélkül nem lehet továbblépni...”

A Bio Egyesület vezetőjeként sok biogazdálkodót ismersz közelebbről is, az ők tevékenységükben tapasztalatod szerint milyen az Internet szerepe a tájékozódásban?

Szerintem az internet a biogazdáknak is egy létszükséglet. 2011-ben, amikor alakult a Bio Egyesület kevés taggal, akkor még nem volt ilyen nagy jelentősége az Internetnek. Hova tovább az információátadás, a szervezés tekintetében is fontos, vagy amikor pályázatkiírások vannak. Előnybe részesítik azokat a gazdákat, azokat a gazdaságokat, akik környezetbarát gazdálkodást folytatnak. Úgyhogy ez hova tovább elengedhetetlen egy biogazda számára. És ahogyan észrevettem nagyrészük ezzel él is, annál is inkább, hogy az internet is valahol a precíziós gazdálkodásnak egy láncszeme, habár itt nálunk még nem lehet precíziós gazdálkodásról beszélni…

Két terület is előtérbe kerül, az egyik a pályázatokban, kapcsolattartásban az Internet szerepe, a másik meg – amire rákérdeznék – a szakmai vagy technológiai információk szerzésében fontos-e?

Mindkét szempont elengedhetetlen. Az információ átadás a technológia szempontjából is nagyon fontos, a biotermelés is hovatovább új szakaszokat ér el, fejlődik a technológia.

És ezek többnyire távoli dolgok, nem ebben a térségben jelentkeznek...

Igen, többnyire távoli dolgok, és ezeket mind mi pillanatnyilag Magyarországról kapjuk elsősorban, ők meg Amerikából vagy Nyugatról kapják.

Ezek az információs források inkább személyes jellegűek vagy inkább web-portálok?

Szerintem mindkettő, a személyes kapcsolatok itt, ebben a térségben is fontosak, vannak elismert biogazdaságok, azokkal lehet kapcsolatokat kialakítani. De fontosak a távolabbi személyes kapcsolatok is. A Bio Egyesület minden évben tapasztalatcserét is szervez a sikeres biogazdákhoz a Kárpátmedence minden részébe. Beszélek én itt Palik Lászlóékról Felvidéken vagy Magyarországon Rózsa

Péter. Tehát ezekhez a sikeres biogazdákhoz személyesen is elmentünk a Bio Egyesület tagjaival pályázat útján a Magyar Agrárminisztérium segítségével.

Ilyen helyzetekben kialakul a személyes kapcsolat?

Igen, személyes kapcsolatok alakultak ki, és azóta ilyen személyes kapcsolatok útján minden információhoz hozzájutnak a biogazdáink, de itt már hasznosul a Facebook kapcsolat is, mert Palikék például minden eseményt és mindenfélét megosztanak velünk, és az itteni biogazdák, akik az egyesület tagjai – vagy nem tagjai is – benne vannak ebben a bio csoportban, akiket sikerült így magunk közé gyűjteni. Ezek a tagok elvégezték a Pro Agricultura Alapítvány által szervezett biotanfolyamot, ismerik egymást, figyelnek egymásra. Úgyhogy olyan 300-ra tehető ezeknek a száma. És ezzel a csoporttal működik a kapcsolat, az egyesület vagy én is, amikor valamilyen információhoz hozzájutunk, azt azonnal interneten keresztül, email-en közöljük velük.

Ezek szerint a hálózat működtetésében is nagy szerepe van…

Így van…

Gondolom a neten nagyon sok angol nyelvű szakmai felület is lehet biogazdálkodás témakörben...

Ilyen szempontból nekünk szerencsénk van, mert közvetlenül magyar féltől kapjuk ezeket az információkat és ők már azért fordítják magyarra.

Hírleveleknek korábban volt-e vagy ma még van-e szerepük?

Igen, ezeket eljuttatjuk a hálózat tagjaihoz.

Közben csökkent az elektronikus hírlevelek szerepe?

Szerintem nőtt a szerepük annál is inkább, hogy egyre több információhoz jutnak a hírlevelek által. A hírlevelek útján olyan információkhoz is juthatnak, hogy mikor, hol van kiírás, milyen pályázatokra, és akkor rögtön felveszik a kapcsolatot velünk.

A hírlevelek között hazaiak is vannak?

Például a Pro Agricultura hírlevelét is folyamatosan továbbítjuk, sőt a linket, hogy hogyan is lehet hozzájutni. Aztán folyamatosan kérem, hogy kövessék a Pro

Agricultura weboldalát, mert ott külön megjelennek folyamatosan az információk, és azon kívül, ami nem az alapítvány programja például *A legszebb konyhakertek* vagy a *Bor és lekvárverseny*, azokat emailen keresztül továbbítom. Most ismét megkaptuk a felhívást és *A legszebb konyhakertek* benevezése június 15-én le is jár.

Mindehhez a digitális hálózat nagyon fontos.

Igen, persze.

A tévé vagy a rádióműsorok valamit segítenek-e, vannak-e ott olyan jellegű műsorok, amelyek a térségi biogazdáknak hasznosak, elérhetőek?

Ilyen műsorok vannak a magyar tévében, sőt a román tévében is. A TVR1-en van minden vasárnap ez a mezőgazdasági adás, a TVR2-őn a *Ferma,* vagyis ez *A farm.*

Miként ítéled meg a biogazdák szemszögéből ezeket a műsorokat? Kevés, sok, általános jellegű, gyakorlati, mire alkalmas?

Hát szerintem lehetne még több ilyen bio-val kapcsolatos műsor, de azért hova tovább az évek során azt tapasztalom, hogy egyre több azon adások száma, amelyek biogazdálkodással foglalkoznak, és ez valahol a statisztikákból is kiderül, hogy Romániában is nőt a biogazdálkodók száma, sőt Hargita megyében is egyre többen érdeklődnek, szimpatizálnak ezzel a gazdálkodási formával.

A *műsorok lépést tartanak-e a társadalmi igénnyel?*

Szerintem igen. A magyaradásban van minden hétfőn mezőgazdasági adás. Aztán van a precíziós gazdálkodással a Szent István Egyetemnek külön műsora, ami a Facebookon is, vagy a Pro Agricultura honlapján is megjelenik. Ott mondjuk egy kicsit kevesebb a bio-val foglalkozó téma, hiszen egyre inkább a precíziós gazdálkodás irányába tartunk, és összeegyeztetni a kettőt egy kicsit nehezebb, de azért vannak amelyek segítenek.

Megjelennek a biogazdálkodással kapcsolatos témák a Marosvásárhelyi Rádió agrárműsorában is?

Igen, többek között én is adtam interjút és megszólaltatta a gazdákat is… olyan gazdákat, akik eredményeket értek el, példaértékű biogazdaságok vezetőit.

A digitális technológia lehetőséget ad a megmutatkozásra is. Ebben a biotermelők mennyire hajlékonyak, mennyire képlékenyek, milyen mértékben élnek ezekkel a lehetőségekkel? Esetleg abban is, hogy saját Facebook profilt létrehozzanak?

Szerintem eléggé nyitottak, annál is inkább, hogy hova tovább fiatal biotermelők jelennek meg a színen, és ők a digitális technológiával jobban napirenden vannak, mint a 60-70 éves biotermelők. Persze azok is próbálják tartani a lépést, de nem annyira vannak napirenden, mint a fiatalabbak. Hova tovább nagy sikernek örvend az a kezdeményezés is, hogy pályázat útján csináltunk tíz biotermelővel videót, videósorozatot, ami rajta van az alapítványnak a honlapján, és most már kezdtek megjelenni a szereplők, felteszik a saját weboldalukra, Facebook oldalukra, akkor ott megosztják, megosztjuk.

Mit mutatnak be ezekben? Magukat, a technológiát vagy a terméket?

A kisfilmekben mindhárom szerepel. Kezdve attól, hogy honnan indultak, mi késztette arra, hogy biotermelők legyenek…

Tehát portré jellege is van?

Igen, azonkívül bemutatja, hogy milyen terméket állít elő és persze a terméket is. Vagy például a dióültetvénynél bemutatta Orbán Szabolcs, hogy a nagyapja területét hogyan alakította át bioterületté, és diót ültetett. Arról is szó van, hogy milyen támogatások vannak. Vagy a gyógynövényeknél például bemutattuk Csiki Emesének a farmját, sőt ő kérte is, hogy jó lenne egy angol fordítás is. Sajnos ez még nem sikerült. De ő is feltette a saját Facebook oldalára is. Természetes, hogy nagyon sokan megnézik, és példaértékűek ezek a kisfilmek.

A precíziós gazdálkodás nyilván a szántóföldi termelésben meg az állattenyésztésben a nagyléptékű gazdaságokban nyert teret inkább. Te miként látod, a digitális technológiák alkalmazása – nem feltétlenül a precíziós dolgokra értem, hanem bármire ami digitális megoldás – a biogazdálkodók esetében hol lehet hasznos, vagy hol lehetne továbblépni olyan irányba, ami digitális megoldást jelentene?

Amikor felkértek, hogy megírjam a bemutatót és előadjam a konferencián, akkor nagyon sokat gondolkoztam, hogy párhuzamba vonjam-e a kétfajta gazdálkodást. Rájöttem, hogy nagyon sok dolog van, ami közös a kétfajta gazdálkodásban. Például a biotermelésnél is az a lényeg, hogy egyből ne állj át biotermelőnek,

hanem csak fokozatosan, kis léptékben. Mindig a tanfolyamosaimat is arra intettem, hogy körültekintően kell a témát kezelni, és legelőször az agyakban kell megszülessen az az elhatározás, hogy én biotermelő akarok lenni, és tudatában vagyok annak, hogy egyből nem fogok meggazdagodni, de távlatilag ez egy jó megoldást jelent a családomnak. Na most a precíziós gazdálkodásban ugyanígy van, csak nagyobb léptékben. A precíziós gazdálkodás lényegében a nagyoknak a gazdálkodási formája, mivelhogy nagy beruházást igényel, fokozatos átállást, a költségek meg megoszlanak, ha fokozatos az átállás.

Milyen területeken hasznosíthatók a digitális megoldások?

Az információátadásban, de említhető emellett a talajvizsgálat, éghajlat információ, betegség előrejelzés…tehát ezek a dolgok. Inkább az információszerzésekben látom a digitális technológiák behatolását a biotermesztésben. De digitális technológia az is, hogy Facebookon a termékeket megjelenítem, digitális technológia az is, hogy tartom a kapcsolatot a málnatermesztőkkel a világban, megszerzem a legújabb információkat vagy növényvédelmi információkat. Ezek a fő lépések a digitalizálódásban… Nagy szerencsénk van azzal, hogy Magyarországon előbbre tartanak a dolgok, és onnan át lehet venni azt, amit ők már hasznosítottak. Az ember minden eredménynek örül, amit a biogazdálkodásban sikerül elérni, de ugyanakkor az igények egyre nagyobbak, mert annak a háromszáz- négyszáz embernek egyre több információra lesz szüksége egyre több területen. És folyamatosan jönnek, jelentkeznek újabbak is. Úgy gondolom, hogy itt a Pro Agricultura szervező, kezdeményező szerepe, a Bio Egyesület kezdeményező szerepe az kulcsfontosságú, digitális eszközök nélkül nem lehetett volna idáig eljutni, és nem lehet továbblépni sem.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

Cilip Árpád

Igazgató, Hargita Megyei Fejlesztési Ügynökség

„A gazdák jövője a képzésen és az összeálláson múlik…”

Az utóbbi időben a térségben több kezdeményezés volt az agrárinnováció és a precíziós gazdálkodás megmutatkozására, prezentációjára. Önnek mi a véleménye ezekről a kezdeményezésekről, első próbálkozásokról?

Köszönöm szépen a megkeresést. Én úgy gondolom, hogy ezekről föltétlenül kell beszéljünk, de meg kellene nézzük azt is, hogy milyen célközönségnek. Nem vagyok meggyőződve arról, hogy a precíziós gazdálkodás kapcsán a 65-70 éves, 3 tehenet tartó gazdának van miről beszéljünk, vagy tudunk érdemben hatni rá. Ennek ellenére úgy gondolom, hogy a fiatal gazdák azok, akik akár pályázatban is tudnak mozgolódni, és akik talán a legjobban érzik annak a súlyát, hogy nincs munkaerő. Itt megint az idősebb és a fiatalabb gazdát szeretném összehasonlítani. Az idősebb gazda az esetek 80-90%-ában ő maga végzi a gazdálkodás 100%-át. A fiatal gazda is sok esetben igen, de még szeretne fejlődni, szeretne több állatot, szeretne több hektáron gazdálkodni, és ott már látja a munkaerő hiányát. A precíziós gazdálkodás én úgy gondolom, hogy ahogyan Európában is, Székelyföldön is elengedhetetlen. A Szent István Egyetemnek ezért a kezdeményezésért talán 2-3 év múlva leszünk hálásak. Időben kezdünk beszélgetni róla, és belátjuk azt, hogy a világ erre halad, Székelyföldön is el fog érkezni a precíziós gazdálkodás szükségessége. Már komoly farmok esetében vannak olyan egyedülálló kezdeményezések, amelyek számomra örömmel szolgálnak. Én úgy gondolom, hogy az, hogy Magyar Ferenc kancellár úr ilyen szívvel lélekkel foglalkozik ezzel a témával, hihetetlenül nagy segítség tud lenni számunkra. Én úgy is beszélek, mint aki a Székely Termék népszerűsítésével foglalkozik, de úgy is mint fiatal gazda, mert tudom azt, hogy sok esetben egy gép, amely által látjuk a borjak napi súlygyarapodását, milyen hihetetlenül nagy segítség tud lenni. Ehhez hasonlóan egy chip-rendszer. Tehát olyan eszközök, olyan kellékek, olyan kezdeményezések, amelyek nélkül nem tudunk életképes és versenyképes mezőgazdaságot folytatni. Én úgy gondolom, hogy jó ez a kezdeményezés, még többet kellene beszéljünk róla, még több fórum kellene legyen a precíziós gazdálkodásról, és konkrétan meg kellene célozni azokat a fiatal, 18-20-30-35 éves

gazdákat, akiket akár lehetne egy levelezőlistára tömöríteni. Őket külön meg lehetne hívni, különböző újításokat, információkat csak nekik ki lehetne küldeni. Ki lehetne alakítani egy olyan réteget nem csak Hargita megyében, hanem egész Székelyföldön, amellyel másképp lehet dolgozni.

A digitalizáció nagyon sok lehetőséget nyújt az agrárium területén dolgozóknak. Már ez az Ön által említett levelezőlista is egy ilyen lehetőség. Az eddigi tapasztalatai szerint az agrárium szereplői ebben a térségben mennyire nyitottak ezekre a lehetőségekre, az ismeretszerzés, a tanulás, a kapcsolatépítés új formáira?

Itt is oda kanyarodok vissza, hogy attól függ melyik kategóriáról van szó. Én úgy látom, hogy a gazdák nagyon passzívak, viszont nagyrészt megtaláltuk azt a réteget, aki érdekelt akár egy e-learning tananyag bevezetésében, aki rájött arra, hogy Székelyföldön már kell beszéljünk akár az öntözésről, akár önmagában a precíziós gazdálkodásról. Továbbá rájött arra is, hogy a tanulás, a gazdák képzése elengedhetetlen. Tehát az, hogy mi megtanultunk az őseinktől gazdálkodni, az biztos, hogy egy nagyon szép dolog, nagyon jó dolog, csak kérdés az, hogy mi a cél. Ha versenyképes gazdák akarunk lenni a mezőgazdálkodásban és állattenyésztésben egyaránt, folyamatosan kell képezzük magunkat. A minőségi állatállományban is vezetők kellene legyünk, mivel hogy nem sokat tudunk tenyészteni, keveset, de jó minőségűt. A növény- és gyümölcstermesztésben is példamutatók kellene legyünk. A példamutatás alapvető szükségessége a folyamatos képzés. Én úgy gondolom, hogy érdemes ezzel foglalkozni, meg van az a réteg, még ha jelen pillanatban kicsi is, de most fog következni az a korosztály, akivel kell foglalkozzunk, akivel érdemes foglalkozni. Például azzal, aki akár külföldről hazajött bizonyos tőkével, és itthon neki látna egy mezőgazdasági tevékenységnek. Valamikor a Székely Termék is gazdák képzésével indult. Tehát a mai legnépszerűbb kézműves sajtkészítőnk, aki azóta már szinte duplájára fejlesztette a gazdaságát, tisztességes és biztos megélhetést tud nyújtani a családjának, az egy Megyei Tanács által szervezett sajtképzés által szerezte meg a tudását, szakmáját. Ennek lassan 12 éve, azóta ebből él. Ezekkel mindenképp kell foglalkozzunk. Nyilván a székely gazdák még mindig ahhoz vannak szokva, hogy beülünk a padba, írószer, lap, és ennyi, de na. Én még egyszer azt szeretném mondani, hogy megvan az a fiatal gazda kategória és növénytermesztő réteg, akikkel kell foglalkozzunk.

Ez egy nagyon jó dolog, valóban. Ha szélesebb körben szeretnénk ezt terjeszteni, korlátokban is gondolkodva, inkább a régi szokás, a mentalitás, vagy az ismerethiány áll az innováció útjában?

Szerintem a pozitív példák bemutatására lenne szükség. Amíg nem tudunk bemutatni egy székelyföldi fiatal gazdát, aki precíziósan gazdálkodik, addig a gazdák ugyanúgy húzódoznak, félnek. Amikor a faluban lesz egy fiatal gazda, aki méri a borjú súlyának gyarapodását, chip-rendszerrel követi az állatok vemhesülését, földmintát vesz, vezeti számítógépen, laptopon a precizitás bármelyik részét stb., és a faluban, akár térségben be tudjuk mutatni, hogy ez jó és kézzelfogható eredménye van, akkor tudunk hatni akár az 50 éves gazdára is. Tehát a pozitív példa bemutatása! Azt kellene megnézni, hogy a csíki zónában, vagy akár Hargita megyében – lehet, hogy Kovászna és Maros megye ebből a szempontból fejlettebb – ki az a gazda, aki precíziósan gazdálkodik. Mindenképp a pozitív példát látom én fontosnak. Tehát ugyanaz, mint amikor a bálafóliázás vagy a kukorica silózás idegen volt a falvakon. Amikor az első gazda megcsinálta, és a falu látta, hogy jól sikerült, a következő évben 40%-a próbálta ki, majd a rákövetkezőben 60%-a és így tovább. De ezt ugyanígy értem a passzív házra is. A passzív házról ezelőtt néhány évvel nem akart hallani senki sem. Ma már Csíkban 12 passzív házat terveznek. Tehát nagyon fontos szerintem a pozitív példák bemutatása.

Az internet az ismeretszerzés és a tanulás mellett hálózatosodásra is lehetőséget biztosít. Jó példa erre a Székely Termék. Ezzel kapcsolatban milyen tapasztalatai vannak?

A gyergyócsomafalvi példát tudom felhozni: a Fenyőalja Egyesület összeállt, és az összetartásuk tényleg nem csak a Székely Termék védjegycsaládban példaértékű, hanem a teljes társadalomban is. Lekvár, szörp, méz, de csokoládétól kezdve mindent gyártanak külön-külön a termelők. Nem csinált mindenki külön labort, hanem egyet csináltak, és ott dolgozzák fel a termékeiket. Ez is szép dolog. De ami még inkább értékelendő, az az értékesítésük. Nem tudom pontosan hányan vannak, de tizenegy néhány főből kettő kimegy Manchesterbe a Góbéfest-re, és kiviszi mindannyijuk termékét. Ez egy fantasztikus dolog. Nem fog tudni mindenki kimenni az anyagiak, meg a fizikai idő miatt sem, de kimegy valaki és viszi a többi termékét. A gazdák félnek a szövetkezetbe való tömörüléstől, szervezetben, hálózatban való gondolkodástól, de csak addig amíg meglátják, hogy nincs más út. Tehát mi nem fogunk tudni sem mennyiségben, sem minőségben, sem anyagilag, sem logisztika, sem marketing szempontjából külön-külön felzárkózni. Hihetetlen, hogy ezt milyen nehezen értik meg a gazdák. Lehet, hogy ez most egy ilyen hullám,

amin dolgozunk-dolgozunk, s akkor mindenki szervezetekbe, szövetkezetekbe fog tömörülni. Hihetetlen, hogy mennyi előnye van: a szövetkezet tagok nem kell a területekre adót fizessenek, nem kell külön marketing-szakembert megfizessenek stb. Tehát nem kell külön hűtőkocsit venni, veszünk öten egy nagyobbat.

Tehát azt jelenti, hogy ezeket az előnyöket kellene jobban hangoztatni?

Mi zúgjuk, kezdjük, végezzük, de most a termelők nagyrésze 50 év feletti. A 136 védjeggyel rendelkező termelők kb. 60%-a 50 év feletti, aki tapasztalta a régi rendszert, s tartózkodik, fél. Pedig van egy olyan, hogy közös-közös, de a jövedelem nem közös. Hogy is mondjam? Mindenki önmaga termel, meg tudja őrizni a saját minőségét, receptjeit, de legyen egy marketing, egy könyvelés, egy logisztika, egy szállítás, egy csomagolás. Azzal még a te terméked megmarad, a te piacodat megőrizted, s a te havi jövedelmed bejött. Nem épp az a kockázat, mint amikor azt mondom, hogy na, gyere, fektesd be az örökölt vagyonodat egy cégbe, s akkor vagy bejön, vagy nem. Valahogyan erre próbáljuk sarkallni a gazdákat. A másik, ami nagyon fontos – s az ügynökség is ebben próbál szerepet vállalni – az, hogy a gazda az gazda, s gazdálkodjon, ne könyveljen, ne gondolkozzon, hogy hol lesz vásár, hogyan jut ki Budapestre, hogyan csomagoljon, szerkesszen, mit írjon a csomagolásra, stb. Ne fájjon az ő feje azon, hogy meg van-e minden engedély. Az ügynökségünk ezeket a feladatokat próbálja felvállalni, és egyre jobban bátorítjuk a gazdákat arra, hogy jöjjenek hozzánk, szoruljanak ránk, mert higgyék el, hogy én nem értek hozzá, de mi megkapjuk azokat a szakembereket, akik egy-egy ágazathoz értenek. Az hogy a gazda nagyon ügyesen csomagol, s vezet, s raktároz, s logisztikához is ért, s könyvel is, ma már nem életképes. Jöjjenek be az ügynökséghez, jöjjenek be a Megyei Tanácshoz, s segítünk, hozunk marketing szakembert, keresünk vásárt. Ezelőtt két évvel az Ügynökség 20 vásárt szervezett. Ma több mint 40-et szervezünk. Két év alatt megduplázтuk. A Székely Termékek az a nagy család, ami összefogta a termelőket. Most annak, hogy én, Cilip Árpád sajtkészítő kimenjek Manchesterbe, nem lett volna értelme, de ki tudunk menni úgy mint Székely Termék védjegy. Ez egyre jobban működik. Soha nem arra törekedtünk, hogy egyre több védjeggyel rendelkező termelő legyen, hanem a minőségre, de ennek ellenére, mára már 136-on vagyunk több mint 1000 termékkel. Ez nagyon tömöríti a gazdákat. Most azon dolgozunk, hogy a 136 gazdát három külön kategóriába soroljuk, tehát ki az, aki csak havi vásárokra jön, ki az, akinél folyamatos termelés van stb. Van a másik kategória, a fiatal gazdák, akik nyitottak a pályázatokra, őket megint másképp kell kezelni, számunkra érdemes létrehozni egy fórumot, szervezni kerekasztalokat, és így tovább.

Ezek a személyek az internetet, vagy inkább a személyes kapcsolataikat használják tájékozódásra, ismeretszerzésre?

Inkább az internetet, a telefont bármihez. Applikációkat is. Szerintem nincs ezzel probléma.

A tévéműsoroknak, rádióműsoroknak, újságoknak valamiféle hatását tapasztalja-e?

Kellenek ezek is szerintem. Olyan nehézkes nálunk az információáramlás, hogy szerintem kell az internet és ezek is. Ez az én véleményem, aztán nem tudom.

Mi a véleménye az elektronikus hírlevél formáról?

Ez nagyon rendben van, az a kérdés, hogy kinek kerül kiküldésre. Én úgy csinálnám, hogy mindig egy aktuális adatbázist használnék. Például a Székely Gazdaszervezetek Egyesülete nagyon jól csinálja ezt. Lehet, hogy legegyszerűbben egy nagyobb gazdafórumon a regisztrálás után össze lehetne gyűjteni az e-mail-címeket, s azokra kiküldeni. A falugazdász hálózatban van a térség jövője. Nagyon jó, ha van térségenként és tematikánként egy-egy szakember, akihez a gazdák tudnak fordulni. Régen kihez fordultak segítségért? Vagy a paphoz, vagy a polgármesterhez. De most ha van szakember, nagyon-nagyon jó tud lenni. A Székely Gazdaszervezetek Egyesületének nagyon jó szakembereik vannak.

Igen, várhatóan ez egy jó dolog lesz, csak még túlságosan új ahhoz, hogy a hatását mérni tudjuk. Ha lenne rá anyagi, meg emberi erőforrás, a digitális technológiák által biztosított lehetőségekből mit lehetne hasznosítani például az ismeretátadásban, oktatásban, hálózatépítésben?

Mivel a gazdák ideje egyre szűkösebb – és mi tudjuk, hogy ha február-márciusban szervezünk fórumokat, az még rendben van, de tovább már nem lehet a gazdákat megszólítani –, e-learning tananyagokat lehet használni. Mi is ezzel próbálkozunk. Az e-learning tananyag az, amit este, mikor hazaérnek, meg tudnak nézni. Most öt modult raktunk össze, és én ebben látok fantáziát. Ugyanilyen fontos eszköz lehet a weboldal. Kellene egy weboldal, ami könnyen használható, amire akár a termékeket fel lehet tölteni. Én most hirtelen nem látom Székelyföldön azt a kereskedelmi felületet, ahol a gazda tudja árulni, cserélni a termékeit. Talán a Székely Hirdető az, ami még működik mindenre, de kellene egy csak gazdáknak szóló. Nem tudom, tényleg nagyon kényes, és nehéz az, amit Önök csinálnak.

Vajon van egyfajta tartózkodás a termékek online megjelenítésével kapcsolatban is? Például akinek lehetne webshopja, miért nincs?

Bonyolult. Nem az anyagi forrás a kérdés. A webshopot meg lehet csinálni nagyon könnyen, a gazdák nagyrészének meg is lesz a pénze rá. A logisztikát is meg tudják oldani. A kérdés az, hogy tudnak-e folyamatosan minőséget termelni. Tehát nem tudjuk mi azt a több száz kiló sajtot abban a minőségben, abban a periódusban, arra az időre leszállítani. Nem tudjuk csinálni, mert változik a tej minősége legelőtől, időszaktól függően. Nem tudjuk azt mondani a Merkúr üzletláncnak, hogy folyamatosan tudjuk azt a minőséget és mennyiséget termelni. Egyszer tudjuk lejáratni magunkat, s többször nem. Ezért kellene közösen gondolkodjunk. A gazdák látják ezt, hogy egyedül nem képesek rá. Itt már nem az online megjelenítés összegéről van szó, hanem arról, hogy belátják, egyedül nem képesek rá. Tehát nem tudnak fenntartani hűtőkocsit, nem tudnak fizetni plusz embereket. De ezt meg lehet oldani tízen. Egy részből jó, hogy nem csinálják, mert lejáratnánk saját magunkat, és nem lennénk hitelesek. Közösen lehet tematikus napokat is szervezni, például Budapesten. Ezt meg tudjuk oldani, de folyamatos termelést, minőséget a gazdáink többsége jelenleg nem tud biztosítani. Vannak azok a nagy termelők (pl. Harmopan, Perla Harghita, Vitos kerámia), akikkel lehet dolgozni, és számukra már nem téma, ha Franciaországba kell kimenni termékbemutatóra. Ez egy más szint, de ezek is hozzánk tartoznak. Egy adott pillanatban már ezek viszik a Székely Termék védjegyet. Rémegyszerű: a gazdák jövője a képzésen és az összeálláson múlik. Ennek hiányában csak beszélgetünk.

Vajon ezeket az agrárinnovációhoz kapcsolódó változásokat már középfokú és felsőfokú képzésekbe be lehetne-e vezetni, vagy még korai erről beszélni?

Szerintem nagyon sürgős lenne bevezetni. Olyan szinten gyorsul a világ, és az élelmiszertermelés olyan szinten változik, hogy én nem húznám az időt. Erre szükség van, s ezt érzik a gazdák is. Most már érzik azt is, hogy az állatoknak a takarmányt nem csak úgy adjuk, ahogy megtanultuk, hanem most már receptek vannak. Rájöttek arra is, hogy sok esetben nem is a gazda kell összeállítsa a receptet, hanem a szakember. Szükség van erre, hogy szakembereket hívjunk, és szükség van arra is, hogy a gazdák saját magukat képezzék. Nyilván nem minden kategória. Aki nem akar, az nem akar.

A változásokat Ön szerint inkább a központból kell várni, vagy a megvalósításnak lehetnek alsóbb szintjei is?

Ha a medve ügyből indulunk ki, akkor szerintem senkire nem szabad várni. A gazdáknak folyamatosan fórumokat kell szervezzünk, vagy létrehozzunk egy e-learning tananyagot, vagy egy weboldalt értékesítésre. Itt nincs akire várni, ezt mi kell minél hamarabb megoldjuk. Ez nem is kérdés. Lent Alföldön GPS-es traktorok dolgoznak. Én az éjjel jöttem haza, Ialomița mentén olyan traktorokkal dolgoznak, mint Hollandiában. Tehát itt vagyunk mi, nem tudunk a székely ember felfogásán tovább lépni, hogy nyisson, vállalkozzon, stb. Többszázezer hektárok vannak lent, ahol aratnak. Nyilván itt nagyon sok környezeti tényező van, amit figyelembe kell venni, de ott nyitottak erre: öntöző berendezések vannak, precíziós traktorok, nem láttam még drónt, de el tudom képzelni, hogy jövőben már drónnal fognak permetezni. Itt abszolút nincs akire várni. Nagy segítség nekünk a Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány, a Szent István Egyetem ittléte, az általuk hozott szakemberek. Precíziós fórumokat kellene tartani akár háromhavonta, kellene egy levelezési listát összerakjunk, ami a fiatal gazdákat tömöríti. Nincs értelme fölösleges energiát pazarolni azokra a gazdákra, akik nem nyitottak. Ők soha nem fognak nekünk géppel, távirányítóval és applikációval borjút etetni. De van az a réteg, amelyik igen! Azoknak kellene folyamatosan küldeni a lehetőségeket. Itt volt például a Magyar Gazdaságfejlesztési Program. Attól, hogy valaki vesz egy új traktort – ami különben szuper dolog, és nagyon örvendek neki –, nem lesz nagy változás. Nagyon kevesen vásároltak fejőházakat, precíziós eszközöket, gépeket. A régi traktor is használható precízióson különböző eszközökkel és a jó minőségű termésünk, vetésünk, aratásunk nem a traktoron múlik. Biztosan kényelmesebb egy új traktor, de a jó vetés, szántás, aratás nem ettől függ. Kíváncsi vagyok a statisztikákra, szerintem a gazdák nagyrésze eszközt, traktort vett. Szuper dolog! De jó kérdés, hogy a 10.000 pályázóból hányan vesznek precíziós gépeket. Maximum ötön. Inkább ez az a dolog, amire mi tudnánk hatni helyileg. Össze kell hozni a gazdákat és megbeszélni velük, hogy gondolják meg: az a traktor kényelmes, de vajon hoz több jövedelmet? Nem volna jobb egy olyan gépet megvenni, ami megspórol egy embert, és így megmarad havonta 2000 lej? Én azt mondom, hogy itt kellene hatni fórumokkal, e-mailezésekkel, levelezésekkel, akár Facebook csoport létrehozással, minden eszközzel. Én így gondolom.

Nagyon szépen köszönöm a beszélgetést!

Az interjút készítette: Sárosi-Blága Ágnes

Dániel Rajmund

Hargita Megye Tanácsának Vidékfejlesztési Egyesülete

„Fontos annak a tudatosítása, hogy miért szükséges az innováció, a technológia…”

Mi a véleményed az utóbbi időben a térségben megvalósult, első kezdeményezésekről az agrárinnováció és a precíziós gazdálkodás megjelenítésével kapcsolatban? Az emberek hogyan fogadják ezeket a próbálkozásokat? Szakemberként és vállalkozóként egyaránt rálátásod van erre a területre…

Az agrárinformatika és a térinformatika a 21. század aktualitásai közé tartozik. Létfontosságú az a szempont, hogy egy ilyen globalizált világban a primer szektort is kellőképpen fejlesszük. Az agrárium egy olyan fejlődésnek indult az utóbbi tíz évben, ami szerintem meghatározó lesz az elkövetkezendő időben. Tehát most már olyan szintű technológiákat használunk, amelyek ezelőtt egy pár évvel szinte elképzelhetetlenek voltak. Például gondolok itt a drónokra, amelyek egy pár éve amatőr felvételek készítésére voltak alkalmasak, és ma már egy teljeskörű talajanalízist el tudnak végezni. Szerintem itt Székelyföldön még nincs jelentősége, viszont jó úton haladunk az innováció fele.

A komoly technológiai fejlesztések mellett a digitalizáció számos lehetőséget kínál az agrárium területén dolgozók számára. Például lehet gondolni az ismeretszerzésre, értékesítésre, önmagunk megjelenítésére. A te tapasztalataid szerint ebben a térségben az agrárium szereplői mennyire nyitottak arra, hogy tanuljanak, ismereteket szerezzenek az interneten?

Véleményem szerint szükséges a fejlesztés és képzés, mivel sok esetben nem a technológiát nehéz megvenni, hanem a hozzárendelt tudást nehéz megszerezni. Sajnos sokszor találkozok olyan példákkal a szakmámból kifolyólag, hogy egy gazda rendelkezik magasabb technológiai szinttel, de nincs meg hozzá a megfelelő tudása. Például, ha a gazda vesz egy traktort, általában azt nézi, hogy szép, nagy, erős, kényelmes legyen. De van benne sok olyan gomb, amiről nem tudja mire lehet használni. Fogalma sincs róla, hogy az egy hidraulikus emelő, egy potenciométer, és így tovább. Szerintem szükséges lenne annak a tudatosítása, hogy mire kell az a fejlesztés, miért szükséges az innováció, a technológia. Van igény rá, csak szakemberek kellenek ahhoz, hogy egy alapos képzést le tudjunk tenni az asztalra.

Ha korlátokban gondolkodunk, inkább a régi szokások, mentalitás, vagy az ismerethiány áll az innováció útjában ebben a térségben?

Szerintem nem csak a bezárkózottság az a fő szempont, amely meggátolja ezt a folyamatot, hanem a tudáshiány is. Nem áramlik be elegendő információ az agrárium szférájába itt Székelyföldön. Szerintem több segítség, információközlés kellene ilyen téren, speciálisan, amely direkt a fejlesztésekre, az innovációra, az agrárinformatikára, térinformatikára hegyeződik ki.

Igen, ez nagyon fontos. Az internet alkalmas a hálózatépítésre is. Ezzel kapcsolatban szerinted az utóbbi időben milyen változások történtek? A gazdák mennyire nyitottak a hálózatosodás új formáira?

Én úgy látom, hogy a mai 21. században inkább a fiatal generáció az, amelyik nyitottabb erre a témakörre. A fiatalok azok, akik ezt az internetes hálózatosodási lehetőséget inkább kihasználják. Az idősebb generációkban is vannak olyanok, akik nyitottak, csak ők kevesebben vannak. Azt látom, hogy ha megfelelő vezetéssel és segítséggel ezt a két korosztályt össze tudjuk hozni, akkor igen jelentős és tartalmas eredményeket tudunk elérni.

Az agrárium szereplői általában mire használják az internetet? Itt talán fontos lehet a saját gazdaságod példája is.

Ha a saját példámat kellene felhozzam, akkor az nagyon érdekes, mivel én rengeteget olvasok az agrárium kapcsán. Tehát legyen az egy technológiai fejlesztés, egy eljárás, egy folyamat, vagy akármilyen aktuális információ kormányhatározatról, vagy bármilyen törvényről. Azt látom, hogy a gazdák nem csak arra használják az internetet, hogy megkeressenek egy adott információt, hanem próbálnak egy alapszintű tudást megteremteni saját maguknak. Ugyanakkor, ha szükséges, segítséget is kérnek a szomszédoktól, kutatóktól, barátoktól, tehát biztos forrásból.

Te milyen weboldalakat követsz gyakrabban? Vagy inkább a böngészőben keresel rá egy-egy adott témára?

Attól függ. Például, ha valamilyen technológiát szeretnék megnézni, akkor nyilvánvalóan a keresőbe írom be, viszont, ha konkrét dolog érdekel (támogatás, pályázat), akkor erre megvannak a speciális oldalak mind román, mind magyar vonatkozásban: afir, agroinfo, pndr.

Az agrárjellegű tévéműsoroknak, rádióműsoroknak valamilyen hatását tapasztalod-e?

Lényegében a sajtó az önmagában egy információközlő szerepet tölt be, s véleményem szerint ez nagyon fontos a jelenkori agráriumban, hogy minél több emberhez jusson el az az információ, amit szeretnénk közölni mi is mint szakemberek. Azt látom, hogy sokan adnak a tévé és a rádió szavaira. Szerintem fontos és nélkülözhetetlen dolog az, hogy egy cél eléréséhez megfelelő reklámot, marketinget és kapcsolati csatornát építsünk ki a direkt és indirekt hallgatókkal szemben.

Mi a véleményed a térségi szaklapokról, napilapokról? Mekkora teret engednek ennek a témának?

Alapvetően a térségi szaklapok és hírfolyamok, újságok azt hivatottak fölvállalni, hogy információközlést szolgáltatnak helyi szinten, helyi eseményekről, helyi embereknek. Szerintem ez is nagyon fontos dolog, mivel a jó példákat előre tudjuk vetíteni, meg tudjuk mutatni, hogy eddig az agrárium terén mit értünk el a térségben, Székelyföldön. Tovább azt is, hogy még mik várhatók a jövőben, melyek a tervek, célok.

Az elektronikus hírlevél formáról mi a véleményed?

Nincs mindig ideje az embernek arra, hogy megkeresse az őt érintő információkat egy adott témában. Szerintem a hírleveleknek van létjogosultságuk. Ezeken keresztül értesíteni tudjuk az embereket például eseményekről, újításokról, konferenciákról, törvényrendelkezésről. A hírlevélen keresztül sokkal kézenfekvőbb az információszerzés, mint külön rákeresni egyenként egy nagy világhálón.

A Facebookon te például követsz-e olyan csoportokat, vagy látsz-e szerveződni olyan csoportokat, amelyek segítenek a tájékozódásban, a napirenden levésben?

Igen. Most például aktuális a Székely Gazdaszervezetek Egyesülete, amely tevékenykedik jelen pillanatban, és szerintem egy olyan közeget hozott létre, amelyik aktív, s potenciális információközlésre képes a jelenkori agrárium terén is. Ez egyfajta közvetítő csatornát képez a politikum és a gazdák között.

A központi programok és erőforrások mellett látsz-e esélyt arra, hogy helyi erőforrásból és helyi szinten is lehessen kezdeményezni tevékenységeket, hálózatépítést?

Kisebb lépéseket lehet tenni regionális és helyi szinten is. Tehát döntések születhetnek helyi szinten is, viszont úgy gondolom, hogy ha valami nagyobbat, maradandóbbat szeretnénk elérni, akkor ahhoz szükséges az országos szintet érinteni. Úgy gondolom, hogy ha előterjesztjük a javaslatainkat a Minisztérium fele, előbb utóbb kapunk válaszokat. Volt már pár kezdeményezés, amit szerettünk volna helyi szinten elérni. Felterjesztettük és szerencsére most már be is vették a törvénykezésbe.

A termékmegjelenítésben a digitális eszközök használatára mekkora nyitottság van a térségben?

Ha a székelyföldi gazdatársadalmat nézzük meg, hogy milyen korcsoportból tevődik össze, akkor szembetűnő, hogy az arányok elcsúsznak az idősebbek és a középkorúak fele. Ez azt is jelenti, hogy ők kevésbé nyitottak, vagy egyáltalán nem is nyitottak erre a közlésmódra. Szerintem nem szükséges minden gazdának külön-külön egy webshopot működtetni, mert ha van egy logisztikája az egésznek, és egy oldalon akár több gazda társul, akkor ugyanazt a hatást el lehet érni. Így sokkal optimálisabb az értékesítés, az információközlés a fogyasztók számára is.

Vannak-e ilyen kezdeményezések például Hargita megyében?

Tudomásom szerint még agrárjellegű, és ilyenfajta kezdeményezés nincs, viszont már gondolkoznak gazdák azon, hogy hogyan lehetne egy online eladási felületet létrehozni akár zöldség, akár hústermékekre. Persze, ott van a Székely Hirdető, ami egy eladó felület, viszont sokkal-sokkal agrárjellegűbb dolgokat kellene reklámozni.

Egy másik téma az adminisztráció, ügyvitel. Ebben fontosak-e a digitális eszközök, lehetőségek? Mi az, ami működik, mi az, ami nem?

Most már azért eléggé megfigyelhető, hogy nem csak a gazdák, hanem más vállalkozók is inkább telefonnal fizetik a banki ügyleteket, s nem csak azt, hanem más tevékenységet is. Ha csak az agráriumot nézzük, még mindig kevés olyan gazda van, amelyik ténylegesen egy okostelefont, vagy egy digitális eszközt funk-

ciója szerint használ akár közügyek rendezésére, vagy bármilyen cselekvésre, amit nem papíron kell elvégezni. Még mindig kevés ez a réteg, én úgy látom, viszont idővel ez is fog változni.

A konkrét mezőgazdasági tevékenységedben tervezel valamilyen változást, bővítést, ami a digitális világ által kínált lehetőségekre alapoz?

Jól felszerelt gépparkkal rendelkezünk, viszont jelenleg is vannak bővítések. Szeretnék egy olyan megfigyelő rendszert kiépíteni, amely segíti a termelést egy olyan szinten, hogy ne kelljen minden egyes órában kimenni a mezőre. Egy drónnal, vagy bármilyen erre alkalmas eszközzel meg lehet vizsgálni a talajminőséget, nedvességet, szárazságot, az adott növény állapotát, tápanyag szükségletét, stb. Ha konkrétan a talajművelést nézzük, jó lenne most már a talajminőségre is odafigyelni. Gyakori betegség nálunk is, hogy a talaj nem kap elég oxigént, ezáltal a növények nem fejlődnek kellőképpen. Erre is valamilyen megoldásokat kellene találni. A fertőzések, szennyeződések elkerülésére is operatív dolgok kellenek.

Hasznosnak találnád-e, hogy a térségben legyen egy szakmai központ, bázis, ahová a gazdák segítségért fordulhatnak?

Mindenképp, azért is, mert Hargita megye több mint fele hegyvidék, és elég sok ember gazdálkodik. Nálunk, és egész Székelyföldön is szükséges az a fajta segítség és kézfogás, amelyik egy irány fele viszi a gazdáinkat, mert nem tudnak minden esetben önerőből egy olyan szintű tudást, egy olyan szintű tapasztalatot megszerezni, amelyik versenyképes lehet a globális piacon. Szerintem kell egy segítség, kell az információközlés ahhoz, hogy egy tartalmas, produktív társadalom jöjjön létre az agráriumban.

Volna értelme, illetve lehetne az agrárinnovációhoz kapcsolódó új irányokat középfokú, felsőfokú képzésbe bevezetni, vagy ez még korai?

Vannak kezdeményezések. Szám szerint hat mezőgazdasági iskola van a megyében. Ezek viszonylag nyújtanak egy képzést, viszont azt a fajta tudást és fejlődést, amelyiket a 21. század agráriuma képvisel, szerintem kellene tanítani akár egyetemi szinten is. Fontos, hogy lássák meg a fiatal vállalkozók, gazdák, hogy milyen egy modern gazdaság, milyen abban élni, milyen azt fenntartani, mik az előnyei, mik a hátrányai. Az a helyzet, hogy folyamatosan azt látjuk, hogy a

mezőgazdaságban dolgozók száma csökken, mindenki elvándorol, elmegy, más szektorban keres munkahelyet. Hova tovább kevesebb potenciális gazdálkodó, termelő marad. Azt kell látni, hogy ha a népesség folyamatosan nő, ezzel párhuzamosan nő az élelmiszerellátás is. Szükséges és létfontosságú az, hogy megfelelően tudjuk minden fogyasztónak megtermelni az alapvető élelmiszereket. A mezőgazdaság az élelmiszertermelő szektor.

Jelenleg van nektek olyan projektetek, amely bármilyen formában az agráriumhoz kapcsolódik?

Jelenleg én a Fejlesztési Ügynökségnél dolgozok, viszont itt meghatározó mezőgazdasági tevékenység jelenleg nincs. Viszont a vidékfejlesztésnek több programja van, amely segíti a mezőgazdaságot. Például a Kiskertész Program, ami segít a gyerekeknek abban, hogy jobban lássák az egészséges élelmiszer fogalmát, hogy mit is jelent az, hogy elvetem a magot, öntözöm, megtermelem. Ilyen még a Gazda Programunk, amely egy olyan fajta reklámot és motivációt jelent, amely a megyében tartózkodó, potenciális, ügyes gazdákról szól, hogy ők mit értek el az életben, milyen fejlesztéseken mentek keresztül. Szerintem ezek még kezdeti, de már jó lépések ahhoz, hogy egy fejlődés elinduljon itt a megyében is. Tudomásom szerint a vezetőség szeretné kiterjeszteni ezeket a programokat, még tágabb körre. Termelési és logisztikai szinten is lépéseket kell tenni ahhoz, hogy egy tartalmas vidékfejlesztésről és egy húzóágazatról beszélhessünk.

Köszönöm a válaszokat. Van még valami, ami még eszedbe jutott ebben a témában, de nem beszéltünk róla?

Nem szabad a haladás útjában állni. Ha van egy jó út, ami tényleg beválik, vagy tényleg eredményeket hoz, kell hagyni, hogy csinálják a fiatalabbak, vagy a szakértők. Nem szabad mindig leszólni azt, ami ismeretlen. Lehet, hogy rossz, lehet, hogy jó, de kell adni neki egy esélyt, mert a fejlődés útjában úgysem lehet állni. A nyugati, és most már a keleti országok is annyira elmentek a fejlődés irányába, hogy lassan Közép-Európa egyes részei azok, amelyek stagnálnak néhány szektorban, és néhány térségben. Szerintem kell haladni, itt is van agrárinnováció. Felcsíkon már vannak fejő robotok. Alcsíkon már olyan traktoron vannak, amelyek képesek volnának arra, hogy maguktól végezzenek el bizonyos tevékenységeket. Erre azonban még nincs szakképesített ember, aki ezt felügyelhetné.

Nagyon fontos, hogy az emberek elhiggyék, hogy kell változtatni. Most már nem elég az, hogy takarunk kézzel. Jó, persze, lehet azt is, de ha van rá lehetőséged, vegyél egy gépet, és ne olyan gépet, hogy 50-szer el kell menj egy szalag parcellán. Jó, kicsik a földek nálunk is, viszont, ha azt figyeljük meg, hogy egy munkafolyamat elvégzésével mennyi üzemanyagot, mennyi időt spórolunk meg, akkor nem mindegy. Most én is pályáztam, s szeretnék egy sokkal nagyobb géppalettát vásárolni, mivel kiszámoltam, hogy ha a mostanit lecserélem, akkor naponta megspórolok 150 lej üzemanyagot, ami rengeteg pénz. És kérdezem én, hogy melyik gazda az, amelyiknek nem hiányzik havi 3000 lej a zsebéből? Fontos, kell fejleszteni, s fejlődni, mert másképp nem lehet versenyképes maradni.

Ez egy fontos üzenet. Köszönöm szépen a beszélgetést!

Az interjút készítette: Sárosi-Blága Ágnes

Orbán Szabolcs

Kertészmérnök, Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány

„Ezekkel az eszközökkel minőséget tudok előállítani…”

Legyen szíves első lépsében a PAHRU Tangazdaságának a történetéről néhány szót mondjon, mikortól indult és hogyan épült?

Három éve, hogy a Tangazdaság építése elindult. Akkor kerültek telepítésre a gyümölcsfák, a bogyósok, mármint a ribizke, a málna, és a következő év folyamán lett megépítve a melegház. Ez nyárra, tavaly nyár elejére lett kész. Aztán közben épült a tangazdaságnak a feldolgozó részlege is.

Abban mi kapott helyet?

Ott megtalálható a gyümölcsfeldolgozáshoz mindenféle eszköz, teljes technológia a mosástól egészen a csomagolásig, úgynevezett „beg-in-box”-os technológia, mondhatjuk így. Mit jelent ez? Van gyümölcsmosó, daráló, prés, töltő, pasztörizáló…végülis minden, ami kell. A tavaly ősszel még sikerült ide vásárolni egy elég komoly pálinkafőzőt.

Szárító is készült?

Igen, az télire lett kész….a tavaly azt még nem tudtuk használni. Azt is egyszer ki kellett találni, hogy milyen formában, milyen méretben, hogy találjon ahhoz, ami nekünk itt van, mármint gyógynövényes, hogy ott tudjuk alkalmazni. A feldolgozó mellett megtalálható egy ilyen interaktív tanterem, vetítő, számítógép, interaktív tábla….

Minden a telepítésnek – növényeknek, termelési technológiának – a jellege tangazdaságszerű? Mindenből egy kicsi…

Igen, bemutató jellege van végülis az egész tangazdaságnak. Képzések zajlanak, és az a lényeg, hogy legyen variáció, legyen mindenből, legyen amit bemutatni a diákoknak, érdeklődőknek. Már két alkalommal volt tanfolyam. Tavasszal

metszésről volt szó, növényvédelemről stb. De amikor ide kerülnek a diákok, akkor mindenről szó van, mert 50 embernek 50 féle kérdése van, és próbálunk minél szakszerűbben válaszolni.

A gyümölcsfeldolgozó is ilyen kismértékű?

Igen, nem ipari feldolgozásra alkalmas, ezt úgy kell elképzelni, hogy egy családnak van egy területe, azt betelepíti különböző gyümölcsfajtákkal, ő saját maga feldolgozza…

Tulajdonképpen ez egy modell is, annak szemléltetése, hogy hogyan tudna működni családi léptékben. A tangazdaságban, amely agrártevékenységet modellez nagyon széles spektrumban, a digitális megoldásoknak hol lehet helye, szerepe?

Elsősorban öntözőrendszer van telepítve, és azt, ha úgy mondjuk, akkor egy kis mini számítógép vezérli. Mi tudjuk ott beállítani az öntözővíz mennyiségét, időtartamát, ez a rendszer már figyeli az esőknek a meglétét, mennyiségét. Itt lehetne fokozni, mert léteznek különböző műszerek, amelyek levélanalízis alapján meg tudják mondani, hogy milyen tápanyagigényük van a növényeknek, különböző műszerek, amelyekkel lehetne még a talajunknak a tápanyagtartalmát ellenőrizni, például teszem fel a ph-t, a talaj savasságának mértékét.

Hogyan ítéli meg mérnökként, ezek olyan megoldások, amelyek családi vagy közösségi gazdálkodásba telepíthetőek lennének? Most mondjuk így hogy a hasznossága és a költségvonzata szempontjából?

Persze, főként az öntözőrendszer és annak a szabályozása, ezek elérhető dolgok, nem olyan horribilis összegek, hogy az ember ne tudja ezt megengedni magának. Hogy ha családi gazdaságról is van szó, de azért a vetülete végül is az, hogy valamikor jövedelmet csináljunk belőle. És ezek a szélsőséges időjárások miatt most már egyre inkább szükségesek lesznek.

Ezen kívül a vízgazdálkodás sem mellékes kérdés….

Igen, meg van minden gyümölcsfélének, hogy mennyi vizet, mennyi idő-tartamot, hány litret kell fánként… hogy mennyi vízre van szükségük.

Ez a rendszer működtethető a fóliaházban, üvegházban is?

Igen, persze. Ahogy már említettem is, ezek több körös rendszerek, ez most egy háromkörös rendszer, nekünk nem volt szükségünk nagyobbra, mert ugye a gyümölcsfáknak, a bogyósoknak, meg a melegháznak a szabályozására ez pontosan elég.

A gyümölcsfeldolgozási rendszerben milyen digitális megoldást alkalmaznak?

Van nekünk egy aszaló-szárítógépünk, azt is egy mini számítógép vezérli, mert ott is meg van, hogy milyen hőmérsékleten, mennyit kell szárítóban legyenek. A másik meg ott van egy kis mini pasztörizáló gépezetünk. Kompótokat, meg befőtteket lehet vele készíteni. Nagyon egyszerű a dolog, mert ott nyersen a befőttes üvegbe belekerülnek a zöldségek, gyümölcsök, és fajtánként, – mármint szilva, cseresznye, meggy, uborka meg bármilyen zöldségféle –, be lehet állítani, azokat belehelyezi, feltölti vízzel vagy ami szükséges, mert ez egy vízalapú pasztörizáló készülék, beállítjuk, bekapcsol-kikapcsol, jelez, amikor vége.

Hadd kérdezzek egy nehezebbet, kertészmérnökként nem olyan nehéz, hogy megtanulja ezeknek a dolgoknak a kezelését, digitális dolgokkal megbarátkozzon. De lehet-e ez elidegenítő azok számára, akiknek nem szakirányú végzettségük van?

Nem kell ezektől tartani semmiféleképpen, mert nagyon jó leírások vannak, s hanem itt vagyunk mi szakemberek, nem csak én, hanem még vannak kollégák és lehet tanácsot kérni. Akár ide kell jönni az alapítványhoz és mi szépen elmagyarázzuk.

Azt egyelőre nem mondhatjuk, hogy ezek a digitális megoldások a térségben széles körben el lennének terjedve.

*A*z ember kell tudja, hogy mit akar, ez az első lépés, hogy én akarok egy pasztörizálót, akarok egy szárítót. Én is saját magamtól tapasztaltam, először próbálkoztam vele, és meg lehet tanulni, nagyon jó leírások vannak és a Google veled van...

Ha a felhasználónak gondja van, akkor az Internet a hasznos megoldás?

Ezek a gépek a világban már elég elterjedtek és kap megoldást rá az ember. De amikor megvásárolja már ott a szaküzletben kap tanácsot és magyarnyelvű leírás is van általában.

A tanácsadásban inkább a digitális megoldások, vagy a személyek alkalmasabbak?

Én most a saját tapasztalataimat tudom elmondani. Amit nem értettem, vagy nem tudtam, rákerestem fórumokra…volt amit én tudtam, egyszerűen ezen a fokon ennyi időtartamot kell tervezni, most egy példát mondtam… Amit még nagyon egyszerűen kap az ember az az angol nyelvű leírás. Az mindig van, mert azok a gyártók, akik nemzetközi piacon árulnak, azoknak mindig van. Most egy kicsit több időt eltölt ezzel az ember, de meg lehet találni a megoldást.

A magyar vagy román nyelvű segítségkérésnek kisebb az esélye?

Még a magyar nyelvű keresésnek kicsit nagyobb az esélye, én így tapasztaltam. A gyümölcstermesztésnek Magyarországon nagyobb hagyománya van, mint itt nálunk. Mondjuk most itt a csíki vagy gyergyói medencére gondolok, mert már Udvarhely környéke más. Az elmúlt 10 évben alakult ki, indult be úgymond egy ilyen bumm, ezt tapasztaltam, hogy az elmúlt 10 évben szaporodtak el a gyümölcstelepítések, változott is az embereknek a gondolkodása. De nem csak a fákról van itt szó, hanem lehet eper, bármilyen gyümölcs, és kezdte érdekelni az embereket, hogy saját maguk, ha van lehetőségük, termeljék meg, mert nem mindegy, hogy mit vesznek le a kertjükből, vagy mit vesznek bármelyik bevásárlóközpontból.

Ebben a folyamatban az eszközök, amelyek egyre okosabbak, hasznosak lehetnek...

Szükségesek ezek, mert egy családnak nem kell több 10-12-14 gyümölcsfánál. Abban körte, meggy, alma, szilva belefér, de aki már abban gondolkodik, hogy picit nagyobb területen termeljen gyümölcsöt, oda már szükségesek a feldolgozó eszközök, mert ugye az almát eltárolom, de mit csinálok a többivel? Befőtteket, vagy a szilvából pálinkát készítek, de abból is lehet akár befőttet is. Ha megvannak ezek az eszközök, fel tudom gyorsítani az egész folyamatot, minőséget tudok elállítani.

Bizonyíthatóan jóminőséget, ezt az eszközök támogatják?

Igen, bizonyíthatóan. Ezek nem mai találmányok, Nyugaton, fejlettebb országokban már évtizedek óta használják.

Ahhoz, hogy ez a fajta farmszemlélet itt a térségben teret nyerjen a tangazdaság lehet az egyik ilyen modell, kínálati lehetőség?

Igen, mi már tapasztaltuk is az elmúlt két évben, amikor megszerveztük a tanfolyamokat, hogy nagyon nagy volt az érdeklődés rá. Mi egy témával meghirdettük, de mellette mindig szóba került a feldolgozás, és nem csak gyümölcs esetében. Amikor az emberek meglátják a gyógynövényest, vagy egy szakszerűen telepített eprest, hogy érdekli őket, hogy ez hogyan lehetséges. Van igény rá, lesz igény rá, még ettől arrafele még inkább.

Véleménye szerint az okos eszközök, digitális megoldások szerepe növekedni fog?

Véleményem szerint igen, haladni kell a korral. Sokan szeretnének fejleszteni, de egyelőre nem engedhetik meg maguknak, de akinek van lehetősége, én mindenkinek javasolnám, hogy ebbe az irányba tartsanak. A lényeg az, hogy bárki bárminek nekifog, azt csinálja odaadással és precizitással. Nem hiába ez a neve… precíziós mezőgazdaság, mert ugye ez a kifejezés már sok dolgot magába foglal.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

III. Vélemények és gyakorlatok

„Fontos, hogy az innováció célzott legyen...”

László Csongor, Csíkszentdomokos

Kérlek röviden ismertesd, hogy mivel foglalkozol.

2016-ban végeztem el a mesterit a Szent István Egyetem Vidékfejlesztés és Agrármérnök mesterszakon és abban az évben már elindítottam a vállalkozásomat. Kezdetben húsmarhákkal szerettem volna foglalkozni. Egy pályázatot néztem ki magamnak, amelyikből ezt meg tudtam volna vásárolni, egy 6.1-es fiatal gazda pályázatot. Abban a pillanatban 3 tejelő Pirostarka tehenünk volt, nem törzskönyves, hanem hagyományos. Melléje vettünk még kilencet, hogy érjük el a kellő pontszámot. Leraktuk a pályázatot és nem nyert. Ez úgy 2017 márciusában derült ki, hogy nem támogatott különböző okok miatt. Akkor újra kellett tervezni az egészet, szerencsére addigra a meglévő tizenkettes állománnyal beálltam a tejkontrollra és így jogosult voltam az APIA támogatás lehívására. Akkor kezdtem a gazdaságomat a tejtermelés irányába működtetni, mivel két lehetőség áll előttem: vagy bezárom a cégemet és eladok mindent, egyébnek fogok, vagy a jelenlegi erőforrásommal kezdek dolgozni. Ez egy érdekes kérdés volt, és úgy döntöttem, hogy ha már nekikezdtem és ugye vannak buktatók és ezeken túl kell jutni és próbáljuk meg még egyszer. Abban az évben volt Bethlen Gáboros kiírás is, azt is megpróbáltam megpályázni. A pályázatom jó volt, de nem volt támogatott. Tehát a kettőből zérónál tartottunk. Abba persze olyan túlzottan nagy lelkesedéssel nem fogtam neki. Úgy álltam hozzá, hogy ha be fog jönni akkor szuper, hanem megyünk tovább, nem úgy, mint az első esetben. 2018 elején még egyszer megpróbáltam, akkor már a LEADER írta ki a fiatal gazdák számára a pályázatot. Ott is megpróbáltam érvényesülni, igaz akkorra már egy csomót fejlesztettem, állatokat cseréltem, próbáltam törzskönyves állományt kihozni a pirostarkákon belül, de nagyon gyatra létszámmal, akkor három volt, és abból kettőt azóta ki is kellett selejtezzek. Tavasszal nekikezdtem ismét, új lendülettel. Már januártól kerestem pályázatírót, végig is néztük, hogy mik lesznek a kitétek, és sikerült letenni a pályázatot. Az nyert is és az évben, 2018 augusztusában megkaptam a pénzt, a 30000 eurót, ami a 40000-nek a 75 százaléka volt első tételben. Kicsit visszatérnék, hogy amikor a pályázatnak nekifog-

tam, akkor az Anguszok fele húzott a szívem, mert sokkal könnyebb a tartásmód, nem kell fejni stb. Viszont annyi Pirostarka farmot meglátogattam és láttam hogyan tartják azokat, hogy lehet megélni belőle, és láttam, hogy mik azok a pontok, amelyekre ha odafigyelek, akkor működhet a történet, hogy végül úgy döntöttem, hogy Pirostarka ágra állok be. Amikor a céget bejegyeztem, akkor húsmarhát szerettem volna, ezért is ilyen a cégnek a neve, menet közben változott, de soha nem lehet kizárni, hogy valamikor lesz Anguszom is. Most a pirostarkákban látok fantáziát. Mihelyt a projektből sikerült vásároljak tizenkét darab törzskönyves pirostarkát, így az állományom most huszonnégy összesen, amelynek több mint fele törzskönyves, illetve egy napelemrendszert a farmomra, ami sajnos csak a világítást tudja ellátni, illetve a vízpumpálást.

A falugazdász-hálózathoz miként kapcsolódsz?

A pályázat kifutása után hallottam a lehetőségről és elég jónak tűnt, versenyvizsga volt és elgondoltam, hogy meg kell próbálni, hátha sikerül és szerencsére sikerült is. Ekkor magam helyett kellett valakit keressek az erdőre, addig egy ember volt, ekkor már kellett kettő. Ez megoldódott december, január között és most is jól működik. A farm része az egyik fele a napi teendőimnek, a falugazdász a másik fele. Mindkettőben vannak sajnos napi teendőim, de hát nem unatkozhat az ember.

A mindennapi tevékenység végzésében mennyire fontos, milyen szerepe van a tájékozódásnak és ebben mennyire látod te fontosnak az Internetet?

A napi operatív tevékenységekben nem olyan fontos, illetve, hogy ha valami abrakot ki akar próbálni az ember, akkor könnyebben fel tudja venni direktben a forgalmazóval a kapcsolatot. Rákeres, hogy Bábolna és egyből ott van, nem kell menni a szomszédba, és 20 százalékkal drágábban megvenni. A beszerzés szempontjából jó, eladás szempontjából az én szemszögemből nem túl sokat tud segíteni, mivel hogy csarnokba hordom a tejet. Ha lenne termék, akkor viszont az nagyon jó promóciós lehetőség lenne. A legegyszerűbb módon, már a Facebookon nagyon jól lehetne értékesíteni, illetve reklámozni a termékeket. Így az operatív tevékenységekben nem látom nagy szerepét. A vevői-beszállítói kör, ha ki van alakulva, akkor már más. Persze jó mindig, ha az ember fejlesztené magát, gondolkozzon, nézzen meg más farmokat akár az Interneten, eléggé sok hasznos videó van, de így lehet élni nélküle.

Ha tájékozódni akarsz vannak-e weboldalak, amelyeket konkrétan szoktál figyelni, vagy inkább a böngésző alkalmasabb, ha valamire rá akarsz keresni?

A Székely Gazdaszervezetek Egyesületét azt rendszeresen. Vannak különböző Facebook oldalak, amelyek hasznosak lehetnek.

Mi a véleményed az újság szerepéről, gondolok itt térségi lapokra, szaklapokra, van jelentőségük?

Még mindig a legtöbb gazda, akikkel én kapcsolatba kerülök az inkább papírformában értesül a dolgokról. Volt pályázati kiírás a Pro Economica részéről és azzal szembesültünk, hogy negyven gazdából, ötnek volt email címe akik akartak pályázni. Olyan volt, hogy 40-50 tehene van, s nincs email címe. A gazdasági része az ment, viszont digitalizálva semennyire sem volt. Vagy Facebookon még kevesebben voltak fent akinek tudtam volna írni és így tudtam volna kommunikálni. Az egyedüli kommunikáció, ami működött az a telefon, kör sms, hívás, mert semmilyen más módon nem értem el. Volt olyan szenttamási gazda, aki benne van egy másik egyesületben is és tudják, hogy a szenttamásiakat fel kell hívni telefonon, mert az e-mailre nem fognak válaszolni.

Szerinted a televíziós műsorokat, gazdaműsorokat mennyire érdemes követni, van-e ezekben használható információ?

Persze, mind az Agro TV, mind az Erdély TV-nek vannak olyan műsorai, amelyek a mezőgazdasággal foglalkoznak és ezeket fontos követni. Sajnos sokszor, például most a tavasszal is és a télen is abba a csapdába esett ez az egész, hogy meglebegtettek egy olyan információt, hogy különböző tejtámogatások lesznek, és akkor erre mindenki felült. Ezeken a médiumokon keresztül is meghirdették, és amikor nem volt, akkor mindenki csalódott volt. Van egy ilyen visszaütője, de mindenképpen érdekes követni.

A rádióműsorokról mi a véleményed, van esetleg olyan, amit követsz?

Nincs.

A Facebook számodra mennyire hasznos tájékozódás szempontjából?

Nagyon hasznos. Még egyszer ki kell emelnem a Székely Gazdaszervezetek Egyesületét. A legtöbb változás, ami tényleg érinthet minket az fel van tüntetve,

illetve most is kiírtak egy pályázati lehetőséget. Sajnos én nem esek ebbe bele, nem az olyan gazdaságokra írták ki, mint amilyen az enyém, de van olyan akinek jó, beleesnek, követik, keresnek pályázatírót és működhet a dolog.

Vannak esetleg olyan magyarországi szakmai csoportok, amelyek kapcsolódnak a te tevékenységi területedhez?

Mi kapunk a Nemzeti Agrárkamara részéről mindenféle támogatást, mint Székely Gazdaszervezetek Egyesülete. Én így személy szerint magyarországi csoportokkal nem tartom a kapcsolatot. De van sok olyan kolléga, akik a Limousin tartókkal tartják a kapcsolatot. Nem arról van szó, hogy ez nem működik, hanem én még nem láttam be, hogy kivel tudnék hatékonyan működni ilyen távolságról. De például Limousin tenyésztőknél van egy komoly elindulás, szeretnék a Pirostarka részről is egy ilyen elindulást, ott is igazából még gyerekcipőben jár a nagy létszámú értékesítés, ami nálunk persze még sehol sincs, de ott is még nagyon minimális. Ausztriából kell beszerezni a törzskönyves vemhes üszőket, ami sokszor probléma. Ha lenne egy kialakult társalgás a szervezetek között, illetve Erdély és Magyarország között, akkor oda- vissza lehetne állományokat értékesíteni jó áron.

Szerinted a szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segíti-e a gazdákat az információszerzésben, akár a technológiai tájékozódásban? Érdemes-e térségi vagy akár országos hálózatokhoz tartozni?

Mindenképpen érdemes. Most falugazdászként mondom el a hozzáállásomat, hogy körülbelül december végétől, január elejétől kezdtük el a fórumsorozatot több megállóval, Alcsík, Felcsík, Gyimes térségében, de mindenki a három megyében a saját térségét igyekezett látogatni. Informáltuk a gazdákat, általában két előadást vittünk, igény szerint hármat, de az volt az alap, hogy bemutatkozó, hús és tej hasznú támogatásokat hogyan lehet lehívni, erről informáltuk a gazdákat. Na, most ez nekik semmibe nem került, pusztán annyi, hogy beül és meghallgat minket.

Mikor egyre inkább elterjedt az információ, hogy a Pro Economica kiírja ezt a 15.000 eurós pályázatot a kisgazdák számára, akkor már az érdeklődés is nőtt, mi is igyekeztünk hangsúlyt fektetni arra, hogy erről beszéljünk többet. Ennek meg is van az eredménye, mert a térségünkben rengeteg pályázatot adtak le, arányosan is többet, mint más helyeken. Bizonyos térségekben látszik, hogy ki az, aki azért adott le pályázatot, mert hallott rólunk, eljött, beszéltünk vele. Abban volt még jó a

felvilágosításunk, hogy eleinte nagyjából mindenki úgy jött hozzánk, hogy kérdezte, az a traktoros pályázat hogyan is van. Mi elmondtuk, hogy nem föltétlen az van, hogy csak traktort lehet vásárolni, s bizonyos esetekben láttuk, hogy van rá nyitás. Többen törzskönyves, vemhes üszőket vásároltak mind Pirostarka, mind Limousin, vagy Angus fajtát. Ezeket a pályázatokat konkrétan én írtam meg, s tudom, hogy a gazdák először traktorvásárlásra akartak pályázni. Sok esetben segítettünk információkkal, illetve a beszerzésben telefonszámokat, kontaktokat adtunk. Tehát egy ilyen szervezethez való csatlakozás alapból jó. Az is jó, ha eljön valaki a mi előadásunkra, megadja az e-mail címét, telefonszámát, következőben tudjuk értesíteni. Tehát attól még nem csatlakozik valaki a szervezetünkhöz, hogy eljön az egyik fórumra.

A másik része a szövetkezet dolog, ami egy teljesen másik történet. Abba gazdasági megfontolásból, a közös értékesítés, termelés, vagy beszerzés céljából kell valaki belépjen. Ez a három lehetőség van. A szövetkezet egy sokkal magasabb szintű együttműködés, ami úgy érzem, hogy serkentheti, fellendítheti az erdélyi, illetve a székelyföldi mezőgazdaságot. Örvendek, hogy vannak a térségben olyan szövetkezetek, amelyek jól működnek. Reméljük, hogy még létrejönnek ilyenek akár a mi segítségünkkel, akár nem.

Igen, fontos volt, hogy ezt a különbséget kifejtetted, mert valóban nem ugyanaz. A te tevékenységed során az ismeretszerzésben, tájékozódásban, de akár valamilyen konkrét probléma megoldásában is milyen szerepe van a személyes kapcsolatoknak?

Ez helyzettől függ, de például betegség esetén állatorvost kell hívni, abban nem lehet csak az interneten tájékozódni. Az internethasználatra visszatérve, én azt emelném ki, hogy nem árt a napi tevékenység során figyelni. Például a tejkontrollos számla ott jön, csak e-mailben küldik le a tejeredményeket, azokat meg lehet nézni, követni lehet. Ezeket az adatokat jó követni, elemezgetni, mert adott esetben, ha van olyan tehén (s ezt a gazda kell tudja), amelyik gyengén teljesít például zsírfokban, s akkor annak az okait meg lehet keresni. Tehát ilyen kis szinten lehet csiszolni a hatékonyságot. Továbbá a stratégiai tervezésben elengedhetetlen az Internet használata. Most nekem vállalkozásom van, de akinek nincs is, nagyjából az e-mailen történő kommunikálás az már kötelező. Nem létezik olyan, hogy valaki egy pályázatot meg tudjon valósítani, ha nincs legalább egy e-mail címe. Mondjuk most a mi pályázataink esetében bebizonyosodott, hogy azok is megoldották, akiknek nem volt, de most nem egy ilyen egyszerű kiírásról, magyar-

országi pénzről beszélek, hanem például egy román AFIR pályázatról. Komplexebb pályázat esetében tényleg naprakésznek kell lenni, az interneten kell tájékozódni, adott esetben el kell olvasni a kiírás minden oldalát, mert nem biztos, hogy a pályázatíró mindent fog tudni. Tehát összefoglalva, az operatív tevékenységben nem kötelező az internethasználat, de ahhoz, hogy valaki egy farmot vezessen, már kötelező, hanem lemarad. Ha nincs információszerzésre és információcserére lehetősége, az mindenképpen gátolja a fejlődésben ahhoz képest, aki használja az Internetet.

Az információszerzés és a kapcsolattartás mellett egy másik nagyon fontos téma az értékesítés. Említetted, hogy neked konkrétan a tevékenységed során nincs szükség erre, de ha szóba jönne, szerinted milyen felületek volnának hasznosak erre a célra? Te hol értékesítenél?

Ha elkezdenék mondjuk sajtot készíteni, felkeresném Udvarhelyen a Helyénvaló üzletet, s megkérném, hogy rakják be a polcra. Ez lenne az első értékesítési forma. S az interneten hogyan reklámoznám? Hát voltam olyanoknál (például Bányász Józsefnél), akik az interneten is reklámozzák magukat, de már egy olyan kialakult kuncsafti körrel rendelkeznek, hogy nem is nagyon kell reklámozzák magukat. Tehát kezdetben volt probléma az eladásnál, de most már nincs. Mindenképp a Facebook az egy könnyű, ingyenes reklámlehetőséget biztosít. Én javasolnék emellé például weboldalt, de azt mindenképp be kell látni, hogy fontos az, hogy ki a célközönség, s mekkora kapacitásban termel. Ha valakinek van napi 20 kilogramm sajtja, akkor az ne költsön ezer Eurót egy weboldalra, s mindenféle design-jára. De az is fontos, hogy ne spórolja meg ezt. Ha már elér egy olyan szintre, hogy saját weboldalat szeretne magának, akkor azt profikkal csináltassa. Ahogyan a weboldal kinéz, az már valamilyen gondolatokat közvetít a termékről. De ehhez már egy olyan mennyiség, és célcsoport kell, amely ezt tudja finanszírozni.

Te hasznosnak látod-e a digitális eszközöket az adminisztratív ügyintézésben?

Akinek már van egy vállalkozása, annak nagyon hasznos. Annak, aki már egy nagyobb vállalkozást, mondjuk egy Kft-t működtet, annak már jóformán kötelező. Ott már a könyvelést is csak elektronikus formában lehet leadni. Tehát ott már megkerülhetetlenek a digitális eszközök. Az ember meg kell vásárolja a különböző programokat, azokat kell frissíteni, és így tovább. Megkerülhetetlen a digitális

életben való részvétel, illetve az internet használata, ha már valaki egy cégként akar működni.

Minden tevékenység bővíthető valamilyen okos eszközzel. Te milyen eszközzel bővítenéd a vállalkozásodat? Mi jöhetne számításba?

Magasabb szinten lehetne egy fejőgéprendszer, amelyik minden fejésnél veszi a mintát, és tudja az adott állat adatait. De ez egy túl távoli szint. Az, hogy én napelem rendszerből ott fent mit tudok megvalósítani, milyen gépeket tudok működtetni, az egy másik kérdés.

A térségben nagyon sok innovatív agrárkezdeményezés van. Te miként ítéled meg, jó volna valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása az információk rendezésére, szakmai segítségnyújtásra?

Mindenképp jó lenne, azt csináljuk mi (falugazdász hálózat). Ez nagyon fontos, több kollégánk is ezzel foglalkozik. Bio témában is szeretnénk előrelépéseket tenni, illetve már vannak is. Az is elég innovatívnak számít a közösségünkben, bár biotermelők vagyunk, nincsenek meg azok a feltételek, hogy ebben a formában is tudjunk értékesíteni. Mivel rohamos ütemben fejlődik a globális mezőgazdaság, nem szabad lemaradni, minimum kell kullogni utána. Ha saját fejlesztéseink lehetnének, akkor az egy igazán jó sikertörténet lehetne.

Szerinted milyen forrásokból és milyen szinted jó ezeket a hálózatokat működtetni? Életképes lehetne egy térségi struktúra, térségi erőforrásból?

Életképes lenne. Most is, ahogy a Székely Termékekkel foglalkoznak a Megyei Tanács szintjén, úgy pont így, az agrárinnovációval is tudnának foglalkozni. Kérdés az, hogy ennek milyen hozzáadott értéke lenne. Ha a megfelelő személyek kerülnek oda, szinte nem is releváns, hogy ki finanszírozza. Persze az lenne a legszuperebb, ha összeállna ezer gazda, s azt mondaná, hogy ő nagyon innovatív akar lenni, s ezért fizetne egy szakértői csoportot, s alulról finanszírozott, s számon kérhetőbb volna a történet. De erre nem látok nagyon lehetőséget. Szerintem ez még külföldön sem nagyon elterjedt. Maga ez a finanszírozási szint nem annyira lényeges, mint az, hogy elkapni a célközönséget. Az innovatív dolgok esetében egészen a permetező drónokig elmehetünk, s erről mi beszélhetünk minden fórumon több ezer gazdával az egész megyében, s lesz talán két gazda, aki belekezd és

befektet. Tehát fontos, hogy az innováció célzott legyen. Lehet az egy abraktakarmány is. Nem föltétlenül kell ilyen messzemenő dolgokra gondolni. Van is egy magyarországi cég, direkt klímavédő abrakot forgalmaz, ami azt jelenti, hogy a szarvasmarhák metántermelését 70%-kal visszább veszi. Talán működhet, még nem próbáltam ki. De ha működik, akkor ez egy abszolút innovatív dolog lenne a szarvasmarhák takarmányozásában. Tehát ilyen kis léptékeket ki lehetne ragadni. Szerintem ilyen kisebb lépésekkel, s célzottan lehetne használni az innovatív fejlesztéseket. Itt is az a fontos, hogy kinek, mit akarsz, mennyibe kerül, s az miben fog neki segíteni. Ezeket kell jól megfogalmazni, mert másképp olyan, mint ha a falnak beszélne az ember.

Ez egy nagyon fontos zárógondolat. Köszönöm szépen a beszélgetést!

Az interjút készítette: Sárosi-Blága Ágnes

„Korunk mezőgazdasági technológiája a precíziós gazdálkodás kell, hogy legyen.”

Molnár Róbert, Dózsa György község

Az a kérésem, kezdjük a beszélgetést rövid bemutatkozással…

A SAPIENTIA Egyetemen végeztem kertészmérnöki tanulmányaimat, majd ugyanott a növényorvosi mesterképzést. Az egyetem befejezésekor sikerült állást találnom közel a lakhelyemhez, Maroskeresztúrhoz, kb. 15 kilométerre, Dózsa György községben egy KALI LAND nevezetű cégnél, ami ökológiai gazdálkodással foglalkozik. Mivel mindig érdekelt voltam az egyetem ideje alatt ebben a témakörben, így ajánlottak a tanárok engem erre az állásra, azóta, több mint 3 és fél éve itt dolgozom agrármérnöki állásban.

A mindennapi tevékenység végzésében mennyire fontos, milyen helye van a tájékozódásnak a mai világban és mennyire fontos ebben az internet? Mit tartalmaz, mit jelent számodra a szakmai tájékozódás?

Két irányvonalra bontanám. Az egyik a hírek, amelyek segítenek a törvények, törvénycikkelyek vagy új technológiák, új, országos szintű fejlesztések megismerésében. Ezek a hírek elég fontosak. Ezt nagy részben követem az Interneten, fel vagyok iratkozva különböző hírlevél csatornákra. A másik oldalon, a szigorúan szakmai jellegű információkat általában nem lehet ilyen úton követni, a nagyközönségnek szánt oldalakon vagy fórumokon, ahhoz egy kicsit mélyebbre kell ásni és kell ismerni a forrást.

Milyen oldalakat követsz gyakrabban? Vagy inkább a kereső programok a hasznosabbak? Illetve: az Interneten talált információkról hogyan döntöd el, hogy megbízhatóak vagy nem? Hiszen tudjuk, sok a kamu információ az Interneten...

Úgy vettem észre, hogy nagyon sok népszerűsítő oldal, cikk, blog van, és nekünk, szakmabelieknek az ilyen népszerűsítő fogalmazásmód, az információ nem jelent nagyon sokat, ugyanis már ismerjük ennek az alapjait, vagy az e mögött lévő információkat, s ezt ki tudjuk szűrni. Viszont már vannak megbízhatóbb

szaklapok vagy híroldalak, amit évről évre követek és ismerek. Például amit követek: az Agroinform vagy az Agerpres. Ezt a kettőt komolyabban követem.

Gondolod, hogy megbízhatóbbak az újságok, a nyomtatásban megjelenő lapok? Gondolhatunk a térségi napilapokra vagy a szaklapokra.

Nem nagyon olvasok lapokat, lévén, hogy az én korosztályom inkább Interneten tájékozódik. Amit tudok, hogy a szigorúan szakmai tevékenységekkel foglalkozó lapokat általában meg szoktam rendelni, mint az **Erdélyi gazda** vagy a **Növényvédelem** magazin. Ezeket megrendelem egész évre, hazahozzák. Azon kívül az újságban nem ismerem, hogy a szakmai hangvételű témák mennyire állják meg a helyüket. A rádiót néha hallgatom, vannak jó rádióadások.

Hasznosak ezek a rádióműsorok?

Szerintem főleg a nagyközönségnek hasznosak. Van úgy, hogy mi, szakemberek is találunk hasznos információkat a műsorokban.

Televíziós gazdaműsorokat véleményed szerint érdemes követni, a te korosztályod követi?

Szerintem az én korosztályom nem követi. Én sem szoktam követni. Néhanéha, amikor úgy adódik szabadidő, akkor igen, de nem gyakori.

Vannak-e olyan román nyelvű tévé- és rádióműsorok, amelyeket követsz?

Vannak. Lévén, hogy Erdélyben élünk, muszáj követni ezeket. Sokszor a kulcsinformációk hamarabb megjelennek ott, mint magyar nyelven.

A közösségi médiában, a Facebook felületen szerveződő csoportok mennyire lehetnek hasznosak a tájékozódásban?

Általános információt lehet találni, sőt sokkal többet a közösségi médiában, mint a népszerűsítő oldalakon. Inkább a hobby téren találunk több információt, mint a komoly szakmabeli kérdésekben. Vannak viszont bizonyos csoportok, ahol szakemberek is válaszolnak kérdésekre.

Ezek földrajzilag nagyobb területeket fognak át vagy regionális léptékűek? Hiszen nem biztos, hogy Magyarország nyugati részén ugyanazt a technológiát, ugyanazokat a módszereket kell használni, mint Maros megyében...

Úgy vettem észre, hogy a közösségi média azért teszi a dolgát abban, hogy összekösse az embereket. Nem nagyon jellemző a regionalitás, mert nagyjából a technológiák mindenütt alkalmazhatóak, vagy legalábbis a nagyon specifikus technológiák itt nem jelennek meg a közösségi médiában vita szinten.

Vannak-e magyarországi szakmai csoportok a tevékenységedet érintő területen?

Igen, követek néhány szakmai felületet a közösségi oldalakon, illetve fel vagyok iratkozva hírlevelekre. Kiemelném Kökény Attila és Diriczi Zsombor (Talajreform), Szöllősi Gábor (Agrofutura), illetve a Talajegészség Konferencia csapatának tevékenységét és üzenetének korszerűségét, azok a gazdák akik szeretnék, hogy az unokáiknak is legyen min/miből gazdálkodni, azok oda kellene figyeljenek hasonló szemléletekre.

A szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segít-e az információszerzésben, a technológiai tájékozódásban? Gondolok itt térségi vagy országos szervezetekre.

Igen, követem például az RMGE tevékenységét, illetve személyesen ismerem több tagját, úgy szakmai tapasztalatokat osztunk meg egymással.

A tájékozódás mellett a másik fontos tevékenységi terület a termékértékesítés. Ezen a téren milyen felületek, eszközök a hasznosak?

Szerintem nagyobb szerepe van az értékesítésnek a közösségi média színterén, mint a tájékozódásnak. Így látom ezt abból amit passzívan követek. Főleg azok esetében, akiket az imént említettem: hobbikertészek, növénytermesztők vagy a kisgazdák esetében.

Ebben nem szükséges szakember igénybe vétele? Elég az, ha Interneten tájékozódik?

Értékesíteni könnyebben lehet, mint jó terméket választani. Nem lenne butaság, ha a szakemberek is hozzászólnának ehhez, mert nagyon sok hír terjeng, vitatható, hogy ki hogyan címkézi a terméket, a bio meg az ökologikus termékek

körül nagyon sok mítosz terjeng, mindenki azzal címkézi azért, hogy eladja. De emögött van egy komoly törvényi korlátozás, ami leszabályozza azt, hogy mit és hogyan lehet, és azt be kell tartani. Ezért a szakvélemény a mítoszok eloszlatásában fontos.

Milyen reklámot tartasz célravezetőnek ebben a térségben?

Ami jó reklám, az a hagyományos ízek, a hagyományos termékfeldolgozás, előállítás, ami egyik címke. És mondjuk az öko-bio, amivel én gyakrabban találkozom. Szerintem hosszútávon ki kellene szűrni az itteni hagyományokból azt, ami helytelen az egészséges életmód szempontjából, és megtanulni zöldség és gyümölcsfogyasztás terén, hogy a háztartásunkat, az étrendünket reformáljuk meg jó irányba, egy kicsit a hagyományok rovására figyeljünk jobban oda az egészségünkre. Ezt tartom fontosnak a tartalom szempontjából, ami a kommunikációs csatornákat illeti, azt hiszem, minden lehetőséget ki kell használni, főleg az Internet adta lehetőségeket.

A digitális eszközök, lehetőségek az adminisztratív ügyintézésben mennyire fontosak?

A farmvezetés terén tudok konkrét példát mondani. Vannak bizonyos programok, amelyek segítenek az adminisztrációban, előkönyvelésben, farmmenedzsmentben. Ez általában a tulajdonosoknak sokat segít azért, mert anélkül is hozzá tudnak jutni az információhoz, hogy 10-15-20 alkalmazottat felhívjanak, belépnek a rendszerbe és látják az információkat. Ilyen például az Agrovir program, amelyet mi használunk, és van egy Merlin nevű program is. Ez fontos, hogy nagyobb cégeknél, ahol nagyobb léptékben dolgoznak, legyen egy ilyen adminisztratív összekötő program, ami segít a munkában.

Megbízhatóak ezek az eszközök, hogyan látod?

Korunk mezőgazdasági technológiája a precíziós gazdálkodás kell, hogy legyen, ami azt jelenti, hogy mindenhol, minden téren a legoptimálisabb dolgokat tegyük, úgy az erőfeszítés, anyagfelhasználás, időbeosztás terén, ahhoz, hogy hatékonyak legyünk. Ezek a programok ezt akarják elősegíteni, hogy nyomon követhető legyen minden egyes művelet, minden egyes munkálat. A gyakorlatban programja vagy annak használati módja válogatja, hogy tényleg segít-e vagy sem az adott gazdaságnak.

Van-e a cégnek, a farmnak saját weboldala? Milyen szerepe van egy internetes oldalnak?

Most készül egy saját weboldala a cégnek. Mi nyerstermék előállítással indultunk, ezzel az ötlettel. A jövőben feldolgozott terméket is szeretnénk, egész pontosan lisztet előállítani. Szerintünk fontos szerepe van abban a reklámnak és a brandnek, hogy próbáljunk adni ennek az ökologikus lisztnek egy más jelleget.

Mindez azt jelenti, hogy a digitális eszközök, csatornák a tájékozódástól az ügyintézésig és értékesítésig be vannak épülve a mindennapi tevékenységbe...

Így van, ezek teljesen behálózzák a mai embereknek az életét, semmiképpen sem hagyjuk figyelmen kívül, így elérhetjük információ, tájékoztatás szintjén a vásárlókat, fogyasztókat és a termelőket is.

Fejlődik a világ. A digitális világ által kínált lehetőségek nyilván tovább bővíthetők. Tevékenységed szempontjából mi jönne még jól, milyen változás, bővítés a jövőben?

Farmon belül nagyon sok eszközt ismerek, amiről álmodozunk a precíziós műveletek végrehajtása révén, amit nem az ember végez el, hanem különböző beállított, programozott gépek. A másik oldal, amit lehetne fejleszteni a termelő és a vásárló, fogyasztó közötti kapcsolat ápolása, hogy leszűkítsük ezt a láncot, hogy az adott személy ki tudja szűrni, ki tudja választani, hogy mi a minőségi, mi a jó termék, az egészséges termék és sokkal gyorsabban hozzá tudjon férni - ebben segít a digitális technológia.

Ebben a térségben sok innovatív, újító agrárinnovációs kezdeményezés van. Miként ítéled meg, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása ahol gyűjtik és rendezik az információkat, ahová lehetne fordulni, szaktanácsadókat alkalmazni?

Szerintem jó irányba haladunk. Románia a végletek országa fent és lent között: vannak nagyon előrehaladott farmok és termelők, és vannak, akik felzárkózóban vannak. Azt láttam az utóbbi időben, hogy a gazdaegyesületek kezdték egy kicsit komolyabban venni a dolgukat. Az a szerep, amit említettem, az nekik járna ki, hogy tartsák a kapcsolatot, az egyes termelőket összefogják, és ugyanúgy kapcsolatot létesítsenek a fogyasztókkal is a térségünkön belül. Úgy láttam, hogy egy kicsit felzárkóztak az utóbbi időben, komolyabban vették. Gondolok itt például a Romániai Magyar Gazdák Egyesületére, akikkel gyakrabban tartom a kapcsolatot.

A kisméretű, innovatív agrárvállalkozások számára milyen okos eszköz, technológia alkalmazása lehetne fontos, hasznos?

Szerintem a jövő a hatékonyságon alapszik. A kisméretű gazdaságok, vállalkozások ki fognak rostálódni, ha nem képesek meglátni azt az alázatot, ami szükséges ahhoz, hogy lemondjunk valamiről ahhoz, hogy tovább tudjunk lépni. Ha nem mond le az erdélyi vagy a romániai gazdaközösség az értelmetlen konzervativizmusról és a ragaszkodásról, akkor nem fog tudni előrelépni és előbb-utóbb jönnek más nagy befektetők, külföldiek, akik átveszik a helyüket. Ez a szomorú valóság.

Az interjút készítette: Agyagási Levente

„Ha bármilyen információ kell, akkor ott van az Internet…”

Bereczki Attila, Bánkfalva

Gyümölcstermesztéssel (málna, ribizli, homoktövis) és gyümölcslé előállítással foglalkozó vállalkozást működtetsz. A mindennapi tevékenység végzésében mennyire fontos, milyen helye van a tájékozódásnak? Mennyire fontos ebben az Internet? Mit tartalmaz a szakmai tájékozódás?

Ami fontos az az, hogy meglehetni keresni az adott termékkel, az adott növénnyel kapcsolatos információkat, amivel éppen dolgozom, vagy amivel valami gond adódik. Ez lehet leírás arról, hogy melyek a feltételei annak, hogy valamit termeszthessél, melyek a növényi jellemzői, ha valami betegség fordul elő akkor a fotók alapján könnyen be tudod azonosítani. Ezek a gyakoribb példák, de ha bármilyen információ kell, akkor ott van az Internet.

Milyen oldalakat követsz gyakrabban? Vagy inkább a kereső programok a hasznosabbak?

Gyakran használom a Google keresőt, például ha betegség jelei mutatkoznak a málnán, akkor beírom, hogy málnabetegségek, és a kereső által kínált képek szerint ki lehet választani, hogy melyik a hasznos információ, ez most már nagyon jól működik. De fontosak a webshop oldalak, ezeket is felkeresem, például az agropataki.ro. Ez vásárláshoz kínál információkat, öntözőrendszer, vetőmag, takarófólia és sok más egyéb, nagyon széles ott a skála, ami mind hasznos lehet, amikor be kell szerezni valamit. Ez a webshop egy nagykárolyi cég, magyarul is van információ, de több van román nyelven. Ha meg növényi betegségekhez keresek információkat akkor az lehet angolul is. Angol nyelvű információs oldal van a legtöbb, utána a magyar, és utána a román, ez az utóbbi még nem annyira van kifejlesztve.

A tájékozódásnál maradva tapasztalatod szerint mennyire fontos vagy hasznos az újság? Gondolok itt térségi napilapokra, szaklapra.

Az újság kevésbé hasznos, van benne tavasszal vagy nyáron, így idényjelleggel egy-egy nagyobb terjedelmű cikk, de szerintem nincsenek annyira konkrét információk egy-egy adott növénnyel, termesztési technológiával kapcsolatban. Inkább

általános információk vannak az újság anyagokban, inkább érdekesek, mint hasznosak.

A televíziós műsorokat, gazdaműsorokat mennyire érdemes követni?

Nem nagyon nézek tévét, legalábbis ritkán. Magyar nyelvű gazda műsort nagyon rég láttam, pedig régebben voltak, azokat néztem reggel korán. A „Viața satului" az meg inkább tájékoztató jellegű, nincs benne sok konkrét információ, törvényekről, pályázati lehetőségekről szól. Vagy bemutat gazdálkodókat, inkább portrészerűen. A tévének a hátránya az, hogy nem interaktív, amit közvetítenek azt kell nézni.

Mennyire hasznosak a rádióműsorok?

A rádió az jó, a Marosvásárhelyi Rádió agráradásai azok jók. Konkrét kérdések vannak, általában olyanok, amelyek sokakat érintenek. Kedden és talán szerdán is van műsor, vissza is hallgatható, sok hasznos rövid kérdés és válasz van. Ugyanakkor mindig a szezonnak megfelelő. Még az is fontos, amiről a rádióban beszélnek az a klimatikus egyéb viszonyok miatt hozzánk két-három hét múlva jut el, így van időnk felkészülni. Vannak a műsorban meghívott szakemberek, az is fontos. Ezek a műsorok nagyon jók, igyekszem ezeket meghallgatni. Rádiót inkább autóvezetés közben hallgatok, nem biztos, hogy mindig el tudom kapni a műsort.

Hasonló jellegű román nyelvű rádióműsorok vannak? Vagy más térségi rádióadók.

Román nyelvű műsorok lehetnek, biztosan vannak is, de én nem tudok róla. A regionális rádiók nem foglalkoznak rendszeresen agrártémákkal. A Marosvásárhelyi Rádiónál van beállítva rendszeresen ez a műsor.

A közösségi médiában, a Facebook felületen szerveződő csoportok mennyire hasznosak a tájékozódásban?

Igen, vannak ilyenek, általában amatőr csoportok. Nincs olyan sok. Van például a ribizli termesztőknek, a málnatermesztőknek.

Ezek ilyen földrajzilag nagyobb területeket fognak át vagy regionális léptékűek?

Van több olyan román nyelvű oldal, amely országos kiterjedésűnek látszik, a tagok töltenek fel információkat, a szedertermesztőknek is van például ilyen

oldaluk, azok töltenek fel képeket, érdeklődnek egymástól a növénybetegségekről. A málnatermesztés kapcsán van egy Pepinierele Fundulea, talán ez a nevük, ott van néha még hasznos infó, de általában inkább az van, hogy „na, nézzétek, milyen szép termés van” meg ilyenek. Nyílt csoportok, csak be kell lépni. Nem nagyon aktívak, az ember egy héten egyszer megnézi, vagy eleve bejönnek neked a saját oldaladra van valami új bejegyzés. Térségi vonatkozásban van ez a Hargita Megyei Ribizlitermelők Szövetsége, de egy év után gyakorlatilag megállt, nem működtetik, létrehozták, de nem működik.

Vannak-e magyarországi szakmai csoportok a tevékenységedet érintő területen?

Nem kerestem rá… Nyilván vannak ilyenek, például az Indexnek van egy fóruma, azon belül van egy agrárfórum és azon belül rengeteg téma, de nem kapcsolódom ezekhez. Más országban mások a szabályok, más szabványok, más a klíma, más technológiákat alkalmaznak…

A szakmai hírleveleknek van-e szerepük a tájékozódásban?

Még működnek ilyen hírlevelek. Van például az Agro Inteligenţa-nak, rendszertelenül működik, amikor valami hírük van azt egyből küldik ki. Hozzám elektronikus levélformában jön be, de csak a címeket nézem át. Ott inkább csak a támogatások jelentik a fő témát. Magyar nyelvű hírlevelek nem jutnak el hozzám. És nem is nagyon kedvelem a hírlevelet, amikor valami információra van szükségem akkor az megkeresem én magam.

A szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segít-e az információszerzésben, a technológiai tájékozódásban? Gondolok itt térségi vagy országos szervezetekre.

Én a Ribizlitermesztők Egyesületébe iratkoztam be, ez térségi szervezet, Hargita és Kovászna megyére terjed ki, de inkább Hargita. Úgy látom, hogy nincsen aki összefogja, nincsen egy szakember aki a szükséges információkat közölje, akihez lehetne fordulni. A tájékoztatást tekintve nem szolgáltató jellegű szerveződés, hogy egy célcsoportot ellásson. Sokan beiratkoztak, hogy hátha drágábban el lehet adni majd a terméket anélkül, hogy ők valamit ezért kellene csináljanak, ezzel meg is állt a szervezeti működés, szerintem.

Az ismeretszerzésben van-e szerepe a stabilabb, személyi jellegű kapcsolatnak?

Igen, ezek működnek a legjobban, ezek a leghasznosabbak, például ha valakit fel tudsz hívni egy konkrét problémával kapcsolatban. Három-négy ilyen személyes szakmai kapcsolatom is van gyümölcsfa gondozás, ribizli, málna témában, akiket konkrét ügyekben azonnal fel lehet hívni, akiket tudnak tanácsokat adni, megoldásokat kínálni. Általában ezek működnek a legjobban és önzetlen szakmai segítségről van szó. Ha az embernek több tevékenységi területe van, akkor jó, hogyha van minden területen egy-egy stabil szakmai kapcsolata, akit feltud hívni ha gond van.

A tájékozódás mellett a másik fontos tevékenységi terület a termékértékesítés. Ezen a téren milyen felületek, eszközök a hasznosak?

Újságban hirdetünk, és az érdeklődés általában telefonos megkeresés formájában jön vissza. Vagy a termék címkéjéről lenézik a telefonszámunkat. Az állandó telefon készenlét a fontos, bármikor jelentkezhet egy érdeklődő. A Facebook-on is eléggé jól lehet hirdetni. Vannak fizetett hirdetéseink, ingyenes hirdetéseink, ezek nagyon jól működnek ebben a térségben. Általában úgy hirdetünk, hogy a cégünk 50 km-es körzetét célozzuk meg, abban benne van Sepsiszentgyörgy, Udvarhely és Csíkszereda is. Napi 200-300 embert ér el a fizetett hirdetés.

Ebben nem szükséges szakember igénybe vétele?

Általában nincsen szükség külső szakemberre, viszont jó, ha van valaki, aki megnéz egy reklámszöveget. De a műszaki megoldások is fontosak: például fel lehet úgy tenni a reklámot, hogy ha egy magyar anyanyelvű olvassa, akkor neki magyarul jelenik meg, ha román anyanyelvű felhasználó olvassa, akkor román nyelven jelenik meg a szöveg vagy angolul, ha angol felhasználóhoz kerül. De abban is fontos a szakmai vélemény, hogy mikor milyen reklámot kell kitenni.

Milyen reklámot tartasz itt célravezetőnek ebben a térségben?

Mindenképpen kell legyen rajta egy vizuális elem, kisfilm az nem nagyon van, de ha egy vizuális része van a reklámnak, az nagyon sokat számít, akár egy fénykép vagy egy rajz vagy akármi. És azt szoktuk, hogy ha új termék van azt szoktuk bejelenteni a Facebook-on, vagy ha valahová vásárra megyünk azt is bejelentjük, szezonkezdést szintén.

A digitális eszközök, lehetőségek az adminisztratív ügyintézésben is fontosak?

Igen, ez különösen fontos és nagyon jól működik. Telefonról szinte mindent lehet intézni. Bankba nem szükséges bejárnom, átutalásért, pénzügyekért, csak ha behívnak, hogy adatokat kell frissíteni. A reklámokat is sokszor telefonon teszem fel, telefonon hívnak, pénzt tudok utalni, vásárolni.

Van-e szerepe a weboldalnak?

Van egy weboldalunk, amin nincs sok információ, de van egy webshop felület amit bérlünk. Sok kicsi cég nem kell külön webshopot csináljon, hanem bérled a felületet, és feltöltöd a termékek fényképeit, árait, az adataidat, bármit, ami szükséges. Ez mobiltelefonon is követhető, az értesítések egyből bejönnek.

Mindez azt jelenti, hogy a digitális eszközök, csatornák a tájékozódástól az ügyintézésig és értékesítésig be vannak épülve a mindennapi tevékenységbe.

Igen, kommunikációs eszközök, digitális felületek használata nélkül minden sokkal lassúbb, költségesebb lenne. Előny, hogy sok minden ingyen van, vagy egyenesen pénzt és időt is spórolsz, hiszen például nem kell Bánkfalváról bejöjjek a bankba, parkolóhelye keressek, eltöltsek egy vagy másfél órát olyan ügyintézéssel, amely most percek alatt megoldható.

A digitális világ által kínált lehetőségek nyilván tovább bővíthetők. Tevékenységed szempontjából mi jönne még jól, milyen változás, bővítés?

Például lehetne a weben sokkal több szakirodalom. Ami megjelent a 90-es évektől az nincs digitalizálva, biztos rengeteg olyan ismeret van még ami nincs fenn az interneten. Most az van, hogy a Bookline-on keresem a régi antikváriumi példányokat. A keresés előnyös, de időigényes is. Vagy nem találod azt amit keresel. Vagy nehezen, hosszabb idő után jutsz el az információhoz. Csak egy példát mondok, ha érdekel, hogy milyen sortáv és tőtáv legyen a málna esetében. Vagy pontosan a málnának milyen talajigénye van. Az ilyen szükséges, nagyon konkrét információkat nem könnyű megtalálni.

Ebben a térségben sok innovatív, újító agrárinnovációs kezdeményezés van. Miként ítéled meg, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása ahol gyűjtik és rendezik az információkat, ahová lehetne fordulni, szaktanácsadókat alkalmazni?

Ez biztosan jó lenne, de úgy látom, hogy a térség kicsi ehhez, hogy annyi szakembert tudjon foglalkoztatni, viszont országos léptékben kiszolgálni az információs igényeket az jó lenne. Másik dolog az időjárással kapcsolatos információ, a növénybetegségek megjelenése, vagy lehetne szolgáltatás a talajvizsgálattal kapcsolatban, ma nagy hiba, azt mindenki igyekszik megspórolni, többek közt én is így jártam eddig, de viszont az szinte kötelező a saját magad érdekében, hogy saját magadat védjed egy rossz beruházástól, fölösleges munkától. Digitális eszközökkel nagyon gyorsan lehet mindezt végezni. A nagytermelők ezt esetleg tudják maguk végezni, a kicsiknek elérhető szolgáltatás lenne jó.

A kisméretű, innovatív agrárvállalkozások számára milyen okos eszköz, technológia alkalmazása lehetne fontos, hasznos?

Az öntözőrendszerekhez vannak az órák vagy sokszor van a csapadékmérő, hogy esőben be tudod állítani, hogy éjjel öntözzön. Az ilyen beruházás mindenképpen megéri, nem olyan drágák. Más okos eszközt, technológiát nem nagyon tudok említeni, a fóliában termelők számára az automata szellőztető rendszer lehet hasznos, Maros megyében láttam olyant, nagy gazdaságban, hogy a hőmérséklet és a páratartalom függvényében nyílik ki a tető és csukódik össze. A nagy mezőgazdasági termelők számára, akik nagy területen dolgoznak, azok használhatnak precíziósgépeket, de ez már más térségekhez tartozik.

Az interjút készítette: Biró A. Zoltán

„Vannak, akik kicsit félnek az ilyen újabb dolgoktól…”

Bartha Gellért, Kászonújfalu

Ribizli termesztéssel foglalkozol, a mindennapi munkavégzésben milyen helye van a tájékozódásnak ezen a területen? Mennyire tartod fontosnak?

Nagyon, nagyon fontos. Elsősorban az interneten tájékozódok, másodsorban a szakmai konferenciákon, saját ismerősöktől, szakemberektől szerzem be az információkat. Az interneten arra keresek rá, amire éppen szükségem van akkor. Ha nem tudom, hogyan kell megmetszeni a ribizlit, akkor arra keresek rá, utána olvasok. De azért még felhívok egy-két szakembert is, aki elmondja, hogy hogyan kellene, vagy esetleg megmutatja. Vannak most már, akár Youtube-on is videók felrakva, például van egy bokor és megmutatják, hogy hogyan kell megmetszeni. Viszont minden bokor másképpen van, ezért ha egy-két bokrot nem mutatnak meg, hogy hogyan kell megmetszeni, akkor azt valakitől meg kell kérdezd.

Milyen oldalakat követsz vagy inkább a keresőbe írod be amilyen információra éppen szükséged van?

Én a keresőbe írom be az adott kulcsszavakat. Ott több oldal lenyílik, és keresem a számomra megfelelőt. Több oldalon elolvasom az információkat és csinálok egy ilyen kutatást, hogy hol mit mondanak. Emellett vannak a Facebook csoportok és ott is beírom, érdeklődök itt-ott. Van más agrároldal is, például mint az Agroinform, próbálok információt, tapasztalatokat szerezni úgy gépekkel, mint növénytermesztéssel kapcsolatosan. Vannak ilyen faiskolák is, ahol részletesen leírják a növénynek az igényeit, például hogy milyen talajon termeszthetők stb. Viszont én inkább beírom a Google-be és többet előbdob, ami pontosan arra van, ami engem érdekel.

A tájékozódásnál maradva, tapasztalatod szerint az újságoknak mekkora szerepe van? Gondolok itt napilapokra vagy szaklapokra is.

Szerintem van szerepük. Lehet abból is informálódni, viszont ha egy konkrét dologról szeretnél valamit megtudni nagyon kevés az esélye, hogy pont abban az

újságban amit megvásárolsz, pont arra kérdésre a válasz benne lesz, amire kíváncsi vagy. Viszont, ha csak így általános műveltségből is szeretnél valamit tudni, akkor lehet informálódni onnan is elég sokat. Helyi szakmai lapokat nagyon nem tudok, amelyek így mindenhol megjelennek, viszont van Magyarországról az Agroinform is talán nyomtatva, vagy valami hasonló nevű, amit be lehet szerezni. Abban vannak esetleg érdekes dolgok. Román nyelven nem ismerek ilyen lapokat, a térségben nem erőst tudok róla. A Magyarországról behozottak vannak, amelyek itt a konferenciákon, gazdafórumokon szétosztódnak. Abból lehet informálódni elég sokat. Igaz ezek inkább a magyarországi növénytermesztésről szólnak, mint szőlő, alma, barackos, szilvás. Ilyen bogyós gyümölcsökről, ami főként engem érdekel, annyira nem volt, persze amit én láttam, de lehet, hogy egy-kettőben az is megjelenik.

És ezen a téren a televízió műsorokat mennyire látod fontosnak? Mennyire érdemes követni ezeket?

Lehet abból is tanulni, viszont oda idő kell. Én nem szoktam tévézni, ezért nem informálódok nagyon onnan, de aki követi rendszeresen, bizonyára abból is lehet tanulni.

Mi a véleményed a rádióműsorokról az információszerzés terén?

Hát az inkább a reklám terén fontos. Ott is vannak ilyen agrár, mezőgazdasággal kapcsolatos műsorok, abból is lehet tanulni. Ott inkább a gazdák mondják el a tapasztalataikat vagy bemutatják a gazdaságokat. De én úgy gondolom, hogy a rádió leginkább a reklám végett hasznos. A Marosvásárhelyi Rádiónak van talán két ilyen agrárjellegű műsora, mást nem nagyon tudok. Román nyelvű rádiót nem szoktam azt hallgatni, nem tudom, hogy ott esetleg vannak-e ilyen műsorok.

A közösségi médiában, a Facebook felületen szerveződő csoportok mennyire hasznosak információszerzés terén?

Azok eléggé hasznosak, mindenki rákeres arra a csoportra amilyen ágazattal foglalkozik, bejelentkezik a csoportba és ha kérdések vannak ott fel is teheti. Vagy ha valamilyen információt szeretne esetleg, olyan megoldás is van, hogy lefotózza a gyümölcsöt vagy növényt, ha valamilyen betegség például a fejét felüti, és akinek már tapasztalata van az hozzá kommenttel. Vannak mérnökök is a csoportban és jelzik, hogy mivel kellene megelőzni vagy kezelni az adott problémát.

Ezek a csoportok földrajzilag nagyobb területeket fognak át vagy inkább ilyen regionális léptékűek?

Nagyobb területeket fognak át. Például ha rákeresünk a ribizli termesztők csoportra, akkor Romániában a magyar ribizli termesztők jórészt benne vannak akik Facebook-ot használnak, de akár a magyarországi termesztők is. Tehát nem ilyen regionális, szerintem ez nagyobb kaliberű. Másabb zónákból, másabb földrajzi régiókból is érkezik így információ. Vannak román csoportok is. Abban is benne vagyok, tehát lehet ilyen is és olyan is.

Hogy látod a román csoportban szerzett információk hasznosabbak a Te szempontodból?

Nem föltétlen hasznosabbak. Most ez zónától függ, hogy ki milyen zónában tartózkodik, ki hol lakik, hol helyezkedik el. Most a magyarországi ribizli termesztőknek lehet nem az a tapasztalatuk, mint az erdélyieknek vagy a hegyek közötti termesztőknek, de azért jó mindent meghallgatni.

A szakmai hírleveleknek mekkora jelentőséget tulajdonítasz, van-e szerepük az információszerzés tekintetében?

Van, de inkább a reklámban van nagyobb szerepük. Görgetünk lefele, meglátjuk, hogy valami készülődik, valami lesz, rá is lehet kattintani, megnézzük, hogy milyen program lesz, olvashatunk róla. Általában ezek ilyen jó képes dolgok szoktak lenni és megragadják a szemet, felhívja az ember figyelmét, hamar utána is néz, és akkor majd elmegy vagy követi a dolgot. Email-be is szoktak küldeni hírleveleket. Vannak szervezve ilyen konferenciák, azokon van általában jelenléti ív elérhetőséggel, email-címmel és telefonszámmal. Így szoktak küldeni hírlevelet a következő eseménnyel, információkkal kapcsolatosan is például.

A szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segít valamilyen szinten az információszerzésben?

Igen, Hargita megyében is van egy egyesület, ahol 21 vagy 22 tag van jelenleg tudtommal és ők szoktak szervezni ilyen gyűléseket, különböző megye által kiírt programokkal, pályázatokkal kapcsolatban. Mindenki elmondja, hogy mire lenne szüksége, ilyen egyesületi szinten lehet pályázni, az egyesület pályázik és mindenki kifizeti az önrészét ha valamit akar venni. De az egyesület inkább az értékesítés

végett jött létre, annak is jól jönne egy kis reklám. De az egyesület révén is eléggé sok információhoz jut az ember. Ez egy ilyen térségi egyesület, a Hargita megyében létező termesztők egy része van benne.

Az ismeretszerzésben van-e szerepe a személyes kapcsolatoknak?

Igen, tudjuk például, hogy abban az egyesületben ki milyen gyümölcsöt termeszt és én akkor – ha pont a ribizliről akarok érdeklődni – akkor nem hívok fel egy áfonyatermesztőt ezért. Azokkal az egyesületi tagokkal veszem fel a kapcsolatot, akik ribizlit termesztenek. Beszélgetünk, kérdezek, tapasztalatokat osztunk meg, mit vettek észre, mi volna jobb, mit hogyan csináltak, hogy látják jobbnak, elég sok információt lehet szerezni így egyik, másik kollégától.

És mire szoktatok pályázni mint ribizli termesztők?

Függ a pályázatok kiírásától hogy mire. Van, aki gépre pályázik, most a jelenlegi pályázatoknál is nagyon sokan gépekre pályáznak. Itt elsődleges termesztéssel kapcsolatos mezőgazdasági gépekre kell gondolni, sormegmunkáló gépekre, betakarító gépekre. Van, amikor gyümölcsfeldolgozó gépekre pályáztak, kinek mire van igénye és mit enged meg a pályázatnak a kerete.

A tájékozódás mellett másik fontos tevékenységi terület az értékesítés. Ezen a téren milyen felületek, eszközök hasznosak?

Ugyancsak a hirdetőoldalak, főként a Facebook. Azon kívül ezek a Székelytermék vásárok, ott is elég nagy reklám szokott történni, viszont a jó áru eladja magát. Jó a reklámozás, viszont ha már be van indulva és ismerik a termesztőt, a terméket akkor jó részt visszatérő kliensek vásárolnak tőle. Reklám által egy-két új vevő is kerül, de szerintem inkább az ismeretségi kör vásárol inkább.

A reklámok terén szükségesnek látnád a szakember segítségét, aki tényleg jártas ebben a dologban?

Az jó volna és egyesületi szinten gondolkodtunk, hogy egy szakembert alkalmazni az egyesület menedzselésére, reklámkészítés és értékesítésre, viszont mindenkinek még nincs akkora érdeke, hogy ezt megfizessük, ezért egyelőre még tolódik.

Egyéni szinten te hogyan próbálkoztál a reklámmal?

Én Facebook-on próbálkoztam, hirdető oldalakon, ismerősök körében, vásárokon is voltunk. Nálam ez eddig bevált. Amennyi termékem van azt így el tudom adni. Volt a termékemnek saját profil is készítve, de az letiltódott és most csak a személyes profilomról, megosztások által reklámozom. A személyes kapcsolatok ezen a téren is nagyon fontosak, attól függ, hogy a Facebook-on is milyen ismerősi köröm van.

A digitális eszközök az adminisztrációs ügyek intézésében esetleg segítségedre vannak?

Például banki utalást még nagyon nem szoktam használni, viszont a telefon és az email is nagyon hasznos ebből a szempontból. Ha majd nagyobb mennyiségben fogok termeszteni, akkor biztosan még nagyobb szerepe lesz a digitális eszközök használatának az adminisztrációs ügyekben. Például a pályázatnál is banki utalást kell használni, nyoma kell legyen mindennek, lehessen lekövetni a pénzmozgásokat. Tehát ez így nagyon segíti a gazdákat, egyszerűbb megoldás, egy személyazonosságival ki van fizetve minden, vagy megnyomnak egy gombot és ki is van fizetve bármi. Jó haladni a korral. Most, aki át tud állni az álljon át, aki nem az nem. Sokaknak van előítélete is ezzel kapcsolatban, vannak, akik kicsit félnek az ilyen újabb dolgoktól, de előbb-utóbb átállnak biztosan. A fiatalabb generációnak ez már nem akadály.

Említetted, hogy a te termékednek is volt ilyen Facebook oldala. Esetleg ha majd ezt nagyobban fogod folytatni akkor látod esélyét a weboldal létrehozásának?

Igen, a weboldal is nagyon hasznos. Van termelő, aki weboldalon keresztül értékesíti nagyobb részét az árujának, viszont oda akkor ismét kell hozzáértő szaktudás és idő. Szakember alkalmazása úgy éri csak meg, ha nagyobban vagy többen fizetik, mert most ha csak az én termékemet tölti fel, csak ugyanazt a pénzt kell adjam mintha feltölteném én, melléje a kollégának is tíz termékét.

A továbbépítés, bővítés céljából kérdezem, hogy a digitális világ által kínál lehetőségek tovább fognak bővülni, és a tevékenységed szempontjából mi jönne még jól? Milyen digitális eszköznek látnád a hasznát?

Például vannak olyan eszközök is, amelyeket a gyümölcs cukortartalmának a mérésére fejlesztettek ki. Ez egy eléggé fontos dolog lenne úgy borkészítésben, mint szirupkészítésnél. A talajmintát meg általában a megfelelő szakhatósághoz

viszem bevizsgáltatni. Kikérem általában a szakemberek véleményét, de ha ezek a modern gépek megmondják, hogy mi van a földben vagy megmondják, hogy mi kellene bele, akkor egyszerűbb lenne. Más ilyen modern eszköz a digitalizálással kapcsolatosan a feldolgozással kapcsolatos gépek, amelyek digitalizáltak, és az adagoló eszközök is akár. Ilyen a palackozó gép is, egyszerűsítené a munkafolyamatokat. Biztosan vannak még olyan gépek, amik nem jutnak eszembe, de fontosak lennének egy hatékonyabb, gyorsabb műveléshez, betakarításhoz, feldolgozáshoz.

A térségi embereknek van erre lehetőségük? Mennyibe kerülnek ezek a gépek, megengedhetik maguknak?

Az új, modern technológiai gépek eléggé drágák. Szerencsére, hogy vannak ezek a pályázati lehetőségek, és aki mer az nyer. Önerőből nem tudom, hogy a helyi termelőkből van-e akkora kapacitás, hogy azt mondja, hogy akkor én befektetek ennyi pénzt ezért, hogy könnyítsek egy munkafázisomon. Lehet, hogy nem éri meg ha csak önerőből kell. A pályázatot ha ki tudják használni, akkor az nagyban segíti az előrehaladást.

Ebben a térségben egyre több innovatív, újító agrárinnovációs kezdeményezés van, és hogy látod, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központot létrehozni, ahol segíteni tudnak az informálódásban?

De, ez fontos lenne. Ezért is jó a Székely Gazdaszervezetek Egyesülete, hisz van szakember gyümölcsre, kertészmérnöktől elkezdve, állattenyésztés, állatorvos kollégáig mindenki. Szakmai tapasztalatokat osztunk meg, információkat közlünk, ha konkrét kérdés van, arra válaszolunk, utána nézünk és próbálunk segíteni. Ez így jó és fontos, viszont nehéz egy ekkora térségben, hogy mindenki mindenhez is nem ért, ezért több szakember kellene, így nehéz kivitelezni. Ezért ez így jó, ha ilyen szervezetek vannak, és azt összefogja egy ilyen egyesület, ami Magyarországról vagy akár más országokból tud akár szakembert hozni és kérdésekre választ adni, akár szórólapokat beszerezni vagy kiadni hasonló kérdésekkel és válaszokkal.

Akkor te úgy látod, hogy ez lényegében meg is van itt a térségben, csak lehet, hogy sokan nem így gondolnak erre az egyesületre?

Hát ez jelenleg most alakult, egy féléves múlttal rendelkező egyesület, úgyhogy még most van a felfutás alatt, hogy ismerje meg gazdatársadalom ezt az

egyesületet. Még ilyen bemutatkozás alatt van ez az egyesület. Viszont már meg van, jó dolog, hogy elindult és lassan egyre többen tudnak rólunk és egyre többen keresnek meg kérdésekkel.

Egy picit az előbbire térnék vissza, ezekre az okos eszközökre, hogy te a jövőben milyen okos eszközt vásárolnál, mit gondolsz, melyik lenne számodra a leghasznosabb?

Egy öntöző rendszer, amelyik digitalizálva van, automatikusan indul és megoldja az öntözést. Nekem ez lenne a legszükségesebb, vagyis az öntözési technológia. Emellett a más gépekre embererő kell, azok már nagyjából meg is vannak, egy komoly öntözőrendszer, ami megnövelné a termelést és csökkentené a fizikai munkát. Egyelőre ez kell nekem. Ezt pályázat útján szeretném megvalósítani.

Az interjút készítette: Szász Mária-Magdolna

„Igen, folyamatosan használok internetet”

Petréd Károly, Gyergyóremete

A mindennapi tevékenység végzésében mennyire fontos, milyen helye van a tájékozódásnak? Mennyire fontos ebben az internet, mit tartalmaz a szakmai tájékozódás?

Igen, folyamatosan használok internetet, főleg a Facebook-ot használom a legtöbbet, ott hirdetést teszek fel, minden ott megy, ott tudatom mindenkivel, hogy vagyunk. Leghamarabb a telefon van kéznél, ha bármilyen információt kell keressek, például, ha egy címet keresek vagy egy személyről keresek valamit, vagy egy gépet keresek, vagy egy új technológiát vagy egy szerszámot, mindent a netről keresek a leghamarább, mert az van kéznél. Eladó dolgokat is szoktam nézni, javarészt telefonról, mert az nálam van folyamatosan.

Milyen oldalakat követsz gyakrabban, vagy inkább a kereső programok a hasznosabbak?

Van ilyen konkrét internetes oldal, amit követsz, vagy a Google keresőt használod?

Van egy pár oldal, amit követek, annak függvényében, hogy mit keresek, de ha ott nem kapok olyan, amit keresek, akkor általánosítok a Google keresőbe és az ki adja, hogy hol van.

Ilyen lovas oldalak vannak-e, amiket követsz?

Vannak, persze. Van Erdélynek is külön egy lovas oldala, amit követek és magyarországi oldalakat is követek. Ezekkel párhuzamosan ugyanúgy megvannak a Facebook oldalak is. Inkább a Facebook, ami tájékozódás szempontjából többet jelent.

A tájékozódásnál maradva, tapasztalatod szerint mennyire fontos vagy hasznos az újság?

Az írott újság annak a generációnak jó, aki nem telefonozik annyit, aki a technológiával nincsen előre haladva, azoknak nagyon jó. Apumék is végig olvassák az újságot, tévét néznek, rádiót hallgatnak.

Vannak ilyen lovas újságok nyomtatott formában?

Voltak, de most már nincsenek ilyen újságok.

A televíziós műsorokat, gazda műsorokat mennyire érdemes követni?

Nem nézek tévét, egy éve, hogy elköltöztünk a lovarda melletti házba és még tévét sem vittünk oda. Van laptop, és amit este meg akarunk nézni közösen a gyermekekkel megnézzük azon. Nélkülözzük a tévét.

A rádióműsorok mennyire hasznosak? Szoktál-e rádiót hallgatni?

Az nagyon jó, a rádió az folyamatosan megy, reggel 7 óra előtt már, amikor megyek ki a házból, akkor bekapcsolom a rádiót és megy, az egész udvaron lehet hallani. Egészen este 9-ig megy, villanyoltásig, mindenki hallgatja, még a szomszédok is a MIX FM-et hallgatják. Inkább a zenéért megy egész nap, de viszont a híreket is onnan hallgatom. Az az alapzaj jó is nekünk.

Hasonló jellegű román nyelvű rádióműsorokat vagy más térségi rádiókat hallgattok-e?

Amikor nem megy a MIX FM, mert a szél elfújta jelet ☺ akkor azt hallgatunk, amit kapunk, de javarészt inkább magyar rádiót hallgatunk.

A közösségi médiában, a Facebook felületen szerveződő csoportok mennyire hasznosak a tájékozódásban? Azt mondtad már, hogy a Facebook-on hirdetsz, de információkat is kapsz a Facebook-ról?

Sokkal kézenfekvőbb és sokkal jobb követni ezt a pár oldalt, nincsen olyan túl sok. Javarészt a Facebook-ról kapok infókat, hirdetéstől elkezdve, vagy csak simán, hogy létezünk... Naponta nem, de hetente kétszer háromszor főleg a lovarda oldaláról rakok ki valamiket. Van a fúvószenekarnak egy külön oldala és oda szintén rakok ki. Sajátomat egy kicsit elhanyagolom.

Ezek az oldalak ilyen földrajzilag nagyobb területeket fognak át, vagy regionális léptékűek? Azokra az oldalakra vonatkozik ez a kérdés, amelyeket te követsz.

Vannak regionális oldalak is, erdélyi oldalak, amiket követek és vannak magyarországi oldalak is. De követek néhány európai oldalt is, újdonságokat innen lehet a leghamarabb megtudni, meglátni.

A tájékozódás mellett a másik fontos terület az értékesítés, reklámozás. Ezen a téren milyen felületek, eszközök a hasznosak? Te magadat javarészt a Facebook-on reklámozod, ahogy már elmondtad? De csak itt?

Az interneten keresztül csak a Facebook-on, de viszont a tévébe, rádióba, ha kell szórólap és az újságba is szoktam hirdetni az eseményeket. A gyergyói újságba és a Képes Vagyok-ba is írok, ha van egy kicsi mozgás. A Székelyhonba is meg szokták írni, ha egy fontosabb helyre, versenyre megyünk.

Amikor táborokat szerveztek, azt hol hirdetitek?

Azokat is Facebook-on, de amikor már a Facebook ki kezd fogyni, akkor kezdem a tévét és a rádiókat.

Ezt te csinálod vagy egy külső szakember?

Ezt én csinálom.

Szerinted melyik a leginkább célravezetőbb reklám ebben a térségben?

Ez szakágtól függ szerintem. Akiket én foglalkoztatok a lovardán keresztül, azoknak javarésze, tehát kb. 98%-nak van Facebook oldala, Messenger-e, tehát azt használjuk. Hirdetést is amikor kiteszem, akkor leghamarabb az a korosztály harap rá. 10 évtől felfele már javarészt mindenkinek van Facebook-ja, sőt még a 6 évesektől is kezdődik már.

Mennyire tartod fontosnak a digitális eszközöket az adminisztratív ügyintézésben? Például számlát fizetsz-e telefonról?

Nem szoktam ilyenre használni az internetet.

Van saját Facebook oldalad, de weboldalad nincs. Ennek a Facebook oldalnak miben van szerepe?

Erről már beszéltem, leginkább reklámozom a lovardát.

A digitális eszközök, csatornák, a tájékozódástól az ügyintézésig és az értékesítésig be vannak-e épülve a mindennapi tevékenységedbe?

Az ügyintézés kivételével igen.

A digitális világ által kínált lehetőségek nyilván bővíthetők. Tevékenységed szempontjából mi jönne még jól? Milyen változás? Milyen bővítés?

Nem tudom, megszoktam ezt és így csinálom, ha változás van, akkor alkalmazkodom.

Ebben a térségben sok innovatív agrárinnovációs kezdeményezés van. Miként ítéled meg, nem lenne-e jó valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása, ahol gyűjtik és rendezik az információkat, ahová lehetne fordulni szaktanácsadókat alkalmazni?

Hargita megyében van már egy ilyen, ami a lovardákhoz tartozik. Van ez a Visit Hargita, ezen az oldalon ez a szakterület csoportosítva van, elérhetőségek vannak. Ott egy szakember is van, aki ezzel foglalkozik. Ez ilyen megyei oldal.

Nincs közelebb ilyen kezdeményezés?

A medencében nagyon kevesen vagyunk, akik rendesen csináljuk. Lovak vannak, de hivatásszerűen kevesen foglalkoznak vele. Lovak vannak, lovagolnak is, de eredmény nélkül.

A kisméretű innovatív agrárvállalkozások számára milyen okos eszköz, technológia alkalmazása lehetne fontos, hasznos?

Ötletem lenne, ha elektromos dolgokról beszélgetünk. A lovardát lehetne még bővíteni, és lehetne jobban reklámozni az egészet. Gyergyóban van tévészerűség, ami különböző turisztikai célpontokat reklámoz. Én is amivel foglalkozok, ezek lennének hasznosak. Ilyen elektromos hirdetőtáblának mondanám, ami nekem is hasznos lenne. Gyergyóban van a posta mellett egy, amibe mi is benne vagyunk, de viszont itt nincs ilyen. Ha valaki idejön a faluba, nem biztos, hogy bemegy a turisztikai irodába, ezért kellene valahol ilyen elektromos tábla. Ha az ember kocsival is elmegy mellette, már akkor is lássa, hogy mi van itt. Én ilyen hirdetőtáblás okos eszközökre gondolok.

Az interjút készítette: Nagy-Menyhárt Szidónia

„A Facebook-on a vásárlóinkkal személyesen is tartjuk a kapcsolatot…”

Jakab Antal, Jakab Péter, Farkaslaka

Hogyan indult a vállalkozásuk?

Tulajdonképpen gyerekkoromtól mindenféle gyümölcstermesztést nagyapámtól, édesapámtól átvettem, tanultam. Akkor visszaadtak valami féle földeket, ott 2 ha gyümölcsös volt, kiöregedett gyümölcsös. Megtanultam oltani, azt hiszem, a faluban most már csak én tudok oltóviaszt készíteni, szóval ilyenek. Például olyanokat csináltam, hogy kint a mezőn, erdőn, legelőn, találtam egy körtefát, egy cseresznyefát vadon, azt megoltottam. Aztán volt olyan, amit letört a medve, volt olyan, ami megmaradt. Ezzel a 2 ha gyümölcsössel úgy jártunk, hogy dió van rajta, de főként alma, és leszedtük ősszel, megtermeltük, volt olyan, hogy húszon akárhány tonnát leszedtünk, télen valamennyit eladogatunk pálinkának, s tavasszal kidobtuk a maradékot a medvéknek. Nem tudtuk értékesíteni. Akkor én meghallottam, hogy van egy felnőttképzési lehetőség, gyümölcstermesztés és feldolgozás, azt elvégeztem, úgy, hogy én tanultam. Ez két éves képzés volt tulajdonképpen, egy csomó mindent megtanultunk. Akkor jött Amerikából egyik lány és mondta miért nem csinálunk a gyümölccsel ilyesmit. Akkor én…hát odáig ilyesmit? Be voltunk zárva, mint üvegben a befőtt, nem tudtunk ilyesmiről. Amikor meg hallottam, akkor egyből erre gondoltam, mert ezek ilyen hagyományos, régi fajta gyümölcsök, ízletes minden, de nem piacképes. Ezek a modern almák, ezek százszor jobban eladhatok, nem olyan finom, nincs beltartalmi érték, de eladható. Akkor neki fogtam, csináltuk, kérdeztem a fiamtól, hogy szeretné-e, ő igen, ő otthagyta jól kereső munkáját, hazajött. Azóta, most már tizenegyedik éve, szeptemberben tíz éve, hogy feldolgozunk, azóta ketten, sőt az egész család, a feleségem könyveli, az elején a lányom is főként az eladásban segített, most már tanítónő és kevesebb az ideje. Így ki kísérleteztünk pár olyan terméket, ami azóta is húzóárú, van vagy 25-30 féle termékünk, főként erdei gyümölcsökből készítünk lekvárokat, de a gyümölcsfeldolgozás, alma, körte, van ez a vegyes almás–céklás–muroklé, ami a fő termék most pillanatnyilag. Úgy, hogy, így indult ez az egész dolog, azóta csináljuk.

A mindennapi tevékenység végzésében mennyire fontos, milyen helye van a tájékozódásnak? Mennyire fontos ebben az Internet? Mit tartalmaz a szakmai tájékozódás, az újságok, a televíziós műsorok, a rádióműsorok?

A tudás soha nem elég, mindig tanulni kell. Évente általában szoktam járni vagy közös tanulmányútra, vagy saját magam látogatok termelőket. A tavaly például voltam biotermelőknél, akik termelnek és fel is dolgoznak az Arany Háromszögben a Tisza–Duna között, ott voltunk egy hétig. Mindig lehet tanulni, jó dolgokat, olyant, amit az ember magától valamilyen formában csinál, de nem olyan hatékonyan. Akkor persze az internet, hát a fiatalok … anélkül most már nem is lehet élni. Úgy, hogy Péter, a fiam azt intézi.

A tájékozódásban az Internet nem annyira megbízható, mert most már mindenféle téves információ is rengeteg van. Receptek is vannak, de hogy ha onnan készítünk, azok a receptek szerint, akkor nagyon-nagyon gyengék lennénk. Sok-sok téves információ van, át kell értékelni. Apum megtanulta, már régről is tudja az ilyesmit, hogy minek mi a jótékony hatása, mit mire lehet fel használni, ez olyan, hogy az ilyesmi például nem változik. Ha a cékla jó, használ a májnak, száz évvel ezelőtt is akinek ilyen májbetegsége volt vagy valami, annak ilyen céklát adtak. Egyébről inkább informálódunk, de nagyon sok téves információ van, amit valaki gondol, leír egy receptet vagy leírják, milyen jó egy gyümölcs, mert használták, de nagyon sok téves információ van. Tehát, ilyen szempontból nem igen használjuk, inkább egy kapcsolattartásra. Keresni a Google-ben keresünk, de nagyon sok téves információ, nem nagyon használjuk.

Szerepeltünk a Vásárhelyi Tévében, volt egy jó félórás interjúnk. A riporter egész nap itt volt és csinált egy egész komoly filmet, termékekkel feldolgozással, mindennel. Úgy, hogy a Vásárhelyi televízióban voltunk, szaklapokban sokszor, újságokban, ilyen helyeken szerepeltünk. Nem annyira reklám volt, inkább ismeretterjesztés, tájékoztató jellegű. De azóta hordjuk Vásárhelyre az árut, szeretik és kérik, egyfolytában kérik.

De úgy ahogy a fiam mondja, ezek az információk nem megbízhatók. Megnézzük mindig az interneten is, hogy valami újdonság van-e. Feltesznek egy receptet például teljesen adalékanyag mentes, tudom is én, milyen lekvár vagy lé, és akkor a végére odaírja, hogy Steviával édesített, citromsóval savanyított és szalicillal tartósított. Ezek mind a weblapokon fent vannak, s már elkészítettem egyszer. Így vannak a neten, ezek mind ilyen amatőr dolgok és azok vannak fent és vannak legelöl. Az értelmes cikkeket nagyon-nagyon át kell keresni, 20-30-at át kell nézni,

ahhoz, hogy kapjon az ember egy olyant, aki szakember és úgy tett fel, irt valamit. De kapcsolattartásra mindenképpen jó, a vásárlóinkkal is és más termelőkkel is. Összeköttetésben vagyunk a környéken is, külföldön is. Voltam én már Norvégiában is ilyen tanulmányi útra, ott például a világ végén, ahol hideg van, ahol azt mondaná az ember, hogy fenyőfát termelnek. Ott egy alma feldolgozóban voltunk, almalevet készítettek. Jó savanyú almájuk van, de addig behozatal nincs, ameddig saját termék van. Nálunk a minőségi gyümölcslevet meg készítsük, de akkora dömping van gyenge minőségű, minden féle levekből, hogy aki nem ismer minket külön az megvásárolja, mert olcsó, mert az embereknek esetleg nincs pénzük, mert nem tudnak arról, hogy minőség és minőség között különbség van. Viszont aki már megkóstolta a miénket, az hiába van ugyan olyan kiszerelésben mellette egy másik termék, nem kéri. Például a minap mondta az egyik ember, hogy ő az almáját feldolgoztatta minden évben és mi tavaly találkoztunk egyéb kapcsán, palackokat készítenek nekünk, cserében megcsináltuk az almalevüket, hogy máskor, még ha kell is várjon a sorba, bevár, és nem kísérletezik mással többet, annyira finom a miénk.

Mi vigyázzunk például arra, hogy ketten dolgozzuk fel a gyümölcsöt. Lehetne olcsó munkaerőt találni, látom a feldolgozókban, ahol járok, hogy más is alkalmaz, de az nem tudd olyan lenni. Például én még a pasztörizálást a kezemből nem adtam ki. Úgy, hogy hiába esek le a lábamról a reggelt még is azzal kezdem, az estét azzal végzem. Péter pedig az összeállítást, a ledarálást, a kipréselést. Úgy, hogy ezeket mi csináljuk, mi ketten készítünk mindent.

A személyes kapcsolattartás örömei. Vásárhelyen, a piacon mentünk végig. Jaj, Anti bácsi jöttek, hoztak árut, köszöntött kedvesen egy ismeretlen. Így megállítanak az utcán ezer idegenek, hogy meg kellett gondolkoznom ki az, de házhoz is szállítunk. Olyan is volt, hogy vittük a házhoz az árut, nem volt otthon a hölgy, de az édesanyának meghagyta és csomagolt nekünk tízórait. Ezek a dolgok megérik, hogy mi magunknak dolgozunk többet. Az ilyen visszajelzés, vagy amikor egy idős házaspár azt mondta, hogy annyira ez a céklás-murkos-almalé, hogy a férje azt sem tudja mióta betegeskedik és most már egészen jól él, jól van, fogyott négy kilót. Nagyon sok ilyen jó visszajelzésünk van, többen mondják, hogy eredmények is vannak. Rákos betegek nagyon sokan vannak és visszük ezeket a vegyeseket. Vannak natúr áfonyalé cukor nélkül, van vegyes áfonya-szeder-bodza-feketeribizli szintén cukor nélkül, vagy tiszta feketeribizlilé, vagy a céklás dolgok, ami daganatos betegeknek vagy vérszegényeknek. Olyan visszajelzésekkel jönnek, hogy már azért

megéri. Azt mondta a hölgy, egy fiatal harminc akárhány éves lehetet, hogy nem tudták a vörösvérsejt számát felemelni, amikor megivott ebből a vegyes erdei gyümölcsléből két üveggel, akkor ugrásszerűen meg szaporodtak a vörösvérsejtek. Vagy Magyarországról jött egy fiatal huszonegy-két éves lehetett a pasas, mert nyáron nekünk van egy két kilométerre egy kicsi telkünk és ott van egy szép parkoló és ott szoktunk árulni külföldieknek egy két hónapot. Na ott megálltak és mondta adjak valamit a szeme gyenge, és akkor adtam ilyen áfonyás szedres bodzás feketeribizlis szörpöt. És nem telt bele talán két hét felhívott, hogy nem tudnunk átküldeni Magyarországra. 25-öt kért egyszerre, fél literest. Azt mondta addig még szemüveggel is nehezen tudta olvasni az újságot, azóta az apró betűst is olvassa. Az áfonya az nagyon jó a szemidegeknek.

A közösségi médiában, a Facebook felületen szerveződő csoportok mennyire hasznosak a tájékozódásban?

Régebb a rádióban is hirdetünk itt Udvarhelyen, de a Facebook sokkal hatékonyabb, sokkal közvetlenebbül lehet elérni az embereket, tudnak írni, tudnak kérdezni. Minket azért is szeretnek, mert a Facebookon a vásárlóinkkal személyesen is tartjuk a kapcsolatot, ismernek így jobban. Sokkal hatékonyabb legalább is nekünk, mert nem áruláncokba tesszük be, és tévé reklámokkal hirdetjük, ahol megkapják a terméket, hanem személyesebb, közvetlenebb az eladás. Sokan ide jönnek helybe, ismernek, vagy mi visszük oda nekik. Sokkal közvetlenebb, mint rádió vagy tévé.

Termékünk húszon felül van, de változó, mert van amit nem mindig tudunk csinálni, vagy szezonális. Van, amit készítettünk, de annyira nem ment, akkor már nem készítsük, de úgy általában változó, mert ugye a gyümölcsök is szezonálisak. Van amit tudunk készíteni, van amit készítünk, de elfogy. Mindenből nem tudunk raktározni, változó az igény.

Van egy pár megbízható roma családunk, amelyiktől átvesszük az erdei gyümölcsöket. Azok is kiszűrődtek az évek alatt, hogy melyikük dolgozik szépen, egészséges, épp gyümölcsökkel. Volt olyan is, amelyik a málnát, áfonyát felvizezte, hogy jobban húzzon, s akkor azt mondtam, hogy többet ne is jöjjön ide. Amelyik ide hozza hibátlanul, tisztességesen, mi elég nagy mennyiséget vesszünk, mert arra már nincs időnk, hogy azt is mi gyűjtsük be. Mert például a pitypang virágot, a fenyő rügyet leszedjük, ketten a fiammal vagy tudom is én egyebet, amihez időnk van. De a tavaly ősszel már somlekvárt sem tudtunk készíteni, akkor nagy alma-

termés volt a tavaly, hogy tizenöt éve legalább ekkora nem volt itt a környéken, nem csak egész Európában. Nem győztük azt feldolgozni, amennyi kérés volt. Hát úgy egyharmadát dolgoztuk fel csak fel, mert mi ilyen bér feldolgozást is vállalunk ősszel szezonba. Somlekvárt, csipkebogyó lekvárt sem tudtunk készíteni eleget. Úgy, hogy vannak ilyen kihagyások. Vagy volt olyan, hogy a medvehagyma szószt nem tudtuk megcsinálni, mert tudom is én valami egyébre kellett összpontosítsunk.

Földrajzilag nagyobb területeket fognak át vagy regionális léptékűek?

Nagyobb mennyiségben Székelyföldre termelünk, de vannak olyanok, hogy jártak itt megkóstolták és akkor kérnek például Magyarországiak és ilyenkor szoktunk kiküldeni nekik. De nem hirdetjük, csak így ismerősökön keresztül. Ugye akik megkóstolják, azok felhívnak, hogy még kellene, mert ízlett. Nem lehet ott megkapni, mert még olyan nagy mennyiséget nem készítünk, de számítunk.

Vasárokra ilyen havi vásárokra járunk, Udvarhelyre. Magyarországra hívtak, de még nem volt kapacitásunk, ahogy apu is mondta ketten dolgozunk, azért rengeteg munka előállítani. Szerencsére itt helyben is jól tudjuk értékesíteni a termékeket, ha jó minőséget csinálunk itt is el tudjuk adni. Itt amennyit meg tudunk termelni és elég jó minőséget tudunk termelni, azt tudjuk értékesíteni szerencsére, de lehetne menni is vásárokra. Egyelőre nem látjuk szükségét. Jobban tudjuk értékesíteni, mint a konkurencia.

Hasonló jellegű román nyelvű rádió- tévéműsorok vannak?

Nem szoktunk nagyon tévét nézni, románul tudok, de nem a román műsorokat nézem. Elsősorban mi itt a saját székely közösségünknek szeretnénk jó minőséget adni ez a fő cél. Árut viszünk románoknak is, környékbeli románoknak, Udvarhelyen és Vásárhelyen is most már sokan vannak és házhoz szállítunk nekik is. Facebook oldalunk magyarul van, de azt valamennyire megértették, akkor írtak románul és románul beszélgetünk tovább. Törvényeket, lehetőségeket inkább Udvarhelyről hivatalos szervektől, vagy engedélyeket a megfelelő hivataloktól szoktunk. Tíz éve megcsináltuk a hivatalos részét, a felújítások helyben mennek. Jönnek, ellenőriznek évente többször. A pénzügyet a feleségem rendezi, az amit inkább románul kell. A törvényeket tudjuk, ha újítás van, azokat megkapjuk, mert jönnek. Olyan is volt, hogy havonta háromszor jöttek ellenőrizésbe, főként mikor

nagy szezon van, akkor jönnek és mindent megtudunk tőlük, ami van pluszba. Kell vigyük a próbákat, küldik szerte szét az országban, mert most már nem úgy van, hogy Udvarhelyen megvan a laboratórium. Nem csak ott ellenőriznek, hanem kérik a mintát és küldik például a tavaly Tulceába paradicsomlevet, vagy almalevet Galacon. Kérnek például 5 félliterest és azt több helyen is ellenőrzik, azért, hogy itt ne tudjanak csalni esetleg. A médiát nem használjuk, a romántkevésbé.

A termékértékesítésben milyen felületek, eszközök inkább hasznosak? Ebben nem szükséges szakember igénybe vétele?

Én azt végeztem például, marketing kommunikációt főiskolán. Nagyjából tudom, de mindenképpen nagy előny, mert ha nem tudnám, akkor meglehetne oldani józan paraszti ésszel is valamennyire, de mindenképpen szakember kellene akkor, de így én nagyjából meg tudom oldani magunknak, de szükséges lenne mindenképpen, hogy ha nem tanultam volna. Mert sokat csinál, például egy Facebook oldal, hogy hogyan készítünk el vagy, hogy hogyan üzemeltessük. Olyan nagyon még mi sem fektetünk a digitális világba, de azért már voltak fizetett hirdetéseink. Mindenképpen szükséges.

Legjobban, amire felfigyelnek ebben a térségben a minőség. Mivel nem áruláncokban vagyunk benne, hanem személyesen. Nagyon nagy reklám az is, hogy az emberek egymásnak elmondják, hogy ezt megkóstoltam, nagyon finom volt, ilyent vegyél. Vagy azt megkóstoltam, inkább ne vedd. Egymást ide küldik az emberek. Tehát egyik legjobb reklámunk a minőség, főleg így a személyes eladásban. Ugye, ha egy ismerősnek azt mondja, hogy finom volt ez a lé, akkor én is ismerem, tudom, ha ő azt mondja, akkor úgy gondolom, hogy jó. Tehát sokkal személyesebb, mintha látok egy hirdetést a tévében, hogy milyen jó ez a lé.

A termék imázst mi oldjuk meg. A dobozt, azt Péter terveztette egy barátjával, de a többi címkét az összes lekvárnak, leveknek, szörpöknek azt mind a fiam tervezte. Nagyjából a nyomtatást is megoldjuk. A doboz az amit készítettünk, de annak is a tervét mi készítettük, sajátunk.

A digitális eszközök, lehetőségek az adminisztratív ügyintézésben is fontosak?

Elég fontosak, ugye nap mint nap telefonálunk, Facebook-on üzenet elég jön. Gyakran beszélgettünk a vásárlókkal. Ősszel, amikor szezon van, akkor programáltatni kell akkor telefonon, azt szoktuk rendezni, listát kell vezetni, írni a sorrendről,

hogy kinek mikor mit dolgozunk fel. Nagyon fontos e-mailben is. Az Internetet is inkább arra szoktuk használni, hogy például itt a környéken nem annyira termelnek céklát, akkor a helyi termelőket, hogy megkeressük, Facebook csoportokban. Céklát is nehéz beszerezni, olyan céklát ami minőségi, helyi termelőktől, biocékla. Nekünk elég nagy mennyiség kell ezért több helyi termelőtől is kell vásárolni. Ott szoktunk Facebook csoportokban keresgélni, email-en tartani a kapcsolatot, telefonon. Az internetes keresőknek itt vesszük nagyobb hasznát. Nincsen weboldalunk, szeretnénk majd készíteni, mindenképpen fog is majd kelleni, csak ahhoz a részéhez nem értek a programozáshoz, még így arra pénzt nem szántunk, de fogunk készíteni mindenképpen.

Miként ítélik meg, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása ahol gyűjtik és rendezik az információkat, ahová lehetne fordulni, szaktanácsadókat alkalmazni? A kisméretű, innovatív agrárvállalkozások számára milyen okos eszköz, technológia alkalmazása lehetne fontos, hasznos?

Nem tudom, segítene-e, biztosan jó lenne. De ez olyan dolog a gyümölcs készítés, nem olyan mint az informatika, hogy gyorsan változik minden. Ezt ha egyszer az ember megtanulta jól csinálni, egy almalét például, akkor az az alma, hogy ha olyan, akkor abból mindig jót lehet csinálni. Nem olyan gyors a változás, fejlődés, mint az informatikában. Igazából jó volna, de van egy olyan itt Romániában, legalább is itt Erdélyben, hogy nem mindig az lesz belőle amit szeretnünk. Voltak próbálkozások, nagyon jó indulások, de általában kisiklott valamiért, mert nincs elég pénz itt az embereknek, hogy tudjanak összefogni, és mindenki magának kell kaparjon, amiatt az ilyen közös dolgok elcsúsznak. Vagy azért, mert aki ott van az elhanyagolja, mert az emberhez oda kellene menni, ilyen bácsi jöjjön, mert itt van egy ilyen tudomány, vagy azért, mert azok az emberek nem tőrödnek vele. De én sok helyen láttam ilyesmit, hogy gazdakörök, nem igazán azt csinálják amiért létrejöttek.

Mindenképpen az lenne a legfontosabb, hogy az ilyen kisebb vállalkozásoknak, mint mi is, hogy az értékesítést valahogy megoldani kisebb termelőknek. Ugye itt sok dolgos székely ember van, meg tudnák termelni, sok mindent meg is termelnek, de nem tudják értékesíteni, mert sokan nem tudnak annyit sem megcsinálni, hogy esetleg Facebook-on meghirdesse egy csoportban, idősebb emberekre gondolok. Jó lenne valahogy, legalább egy platform, amit vagy valaki segít nekik használni, értékesítésre gondolok. Udvarhelyen is már van ilyen kedvezmé-

nyezés, készítettek ilyen weboldalt, kistermelőknek, de van egy pár aki esetleg közelebbi, azoknak ott vannak a termékeik, de be vannak téve mások is, de nem lehet megtalálni. Meg van a weboldal, minden, de nem igazán működik az egész. Pályázati pénzből van és el kellett költeni, de nem működik. Pedig szerintem az értékesítésben valami platform fontos lenne. Segítség a kisebb termelőknek. Sokan küszködnek ezzel, hogy tudnának termelni, sok jó mindent ami értékes dolog, de nem tudják értékesíteni.

Pályázni nem szoktunk, eddig még nem, de most kellene. Most próbálkozunk a Pro Economica-val, a számítógéppel kell írni, scannelni. Most fogjuk használni, aztán meglátjuk milyen eredménnyel. Még nem pályáztunk. Sok jó lehetőség volt, de úgy voltunk mindig, hogy saját erőből biztosabbak voltunk. Amit megcsináltunk az meg volt, amit nem az nem. Most egyet próbálunk, szeretnénk vásárolni egy kisebb traktort, a gyümölcsöst rendezni, mert a kaszálással is gondok vannak, nem nagyon kell a széna sem senkinek. A gyümölcsfák alatt is elég nehéz rendet tartani, metszeni.

Jövőbeli terv egy weboldal készítése. Tájékoztatással, feldolgozással, esetleg egy webáruház jellegűt.

Az interjút készítette: Virginás Zolna

„Egy pontos időjárás előrejelzőre szükségünk volna…”

Mátyás János Szabolcs, Csekefalva

Röviden ismertesd, hogy mivel is foglalkozol?

Én most friss végzős vagyok, az idén végeztem az agrármérnöki egyetemen Kolozsváron. A tavaly pályáztam és most jelenleg itthon gazdálkodok. A jövőben ebből szeretnék megélni, ebben az ágazatban szeretnék dolgozni. Fő terményünk az a burgonya, utána silókukorica, búza és árpa. Eddig három hektár burgonya van, amit idén növelni kell, idén már négy hektár lesz. Silókukorica hat hektáron és búza, árpa a többi. Eddigi tervek szerint szabadpiacon fogom értékesíteni a pityókát, még nincs konkrét felvevő piacom egyáltalán. Ez majd kialakul. Ez a második év, hogy pityókát ültetünk, még nincs olyan nagy tapasztalatunk benne. Édesapámék nem gazdálkodtak idáig, miattam foglalkozunk vele. Nagyszüleim gazdálkodtak, én tovább akartam vinni. Voltak földjeink, én pedig szeretek gépekkel dolgozni és ez jött magától.

Hogy látod, ebben a növénytermesztésben mennyire van fontos szerepe az internetnek tájékozódás szempontjából?

Sok, még így is, hogy az agrármérnökit elvégeztem, bizonyos információt leadnak, de azt kiegészíteni sokszor jól jön az internet. Mindent az egyetemen sem tanítanak meg, hiányos amit ott tanulunk nagyon sokszor.

Szakmai oldalakat követsz, vagy a kereső programokban írod be azt, amiről éppenséggel tájékozódni szeretnél?

Inkább rákeresek dolgokra. De igazából kiegészítő információkat keresek, mert például a krumpli esetében tudom, hogy milyen betegség állt elő, de azt, hogy milyen vegyszert, milyen dózisban, azt mindig nem tudom fejből. Inkább román nyelvű oldalakon keresgélek, románul végeztem az egyetemet is, sőt teljesen más a szóhasználat is, akár a betegség megnevezése stb.

A tájékozódásnál maradva: mennyire látod fontosnak, hasznosnak az újságokat, szaklapokat?

Hát úgy vagyok vele, hogy jó is, meg nem is. Inkább azt látom jobbnak, amikor vannak tematikus napok, mint például a „Ziua verde a cartofului” a tavaly, és akkor bemutatták a parcellákat, a vegyszereket, megmutatták, hogy milyen dózist használnak. A folyóiratok is jók, rengeteget lehet tanulni úgy is. A térségben szaklapokat nagyon nem tudok, inkább Magyarországról szoktam kapni, de románul is van. A mindennapi sajtó ilyen jellegű tájékozódás szempontjából nálam nem fontos.

A televíziós műsorokat hogy látod, azok mennyire fontosak, hasznosak a tájékozódásban így az agrártevékenységek területén?

Inkább érdekességnek lehet mondani, hogy lássa az ember, hogy a nagyvilágban mi is van. Én is sokszor szoktam nézni reggelente a Duna tévén van egy valamilyen agrárműsor. Konkrét információkat nem osztanak meg egyáltalán a műsorokban. Arról beszélnek például, hogy milyen volt a szőlőtermés, vagy hogyan küszködnek a magyarok a szárazsággal, kevesebb lesz a gabona vagy ilyenek. Az én tevékenységem szempontjából a tévéműsorok nem nagyon határoznak.

Mennyire látod fontosnak a rádióműsorokat?

Én egyáltalán nem szoktam rádiót hallgatni.

A Facebook mennyire releváns az agrártevékenységedben az információszerzés szempontjából?

Én például arra használom, hogy vannak bizonyos csoportok gépek vásárlására. Én a Facebook-ot csak erre szoktam használni. Rengeteg használt gépet be lehet szerezni és ebből a szempontból hasznosnak látom. De a Facebook-on egyebet nem nagyon szoktam nézni. Az egyetemen van egy Facebook csoportunk és még abban vagyok benne, másban nem vagyok én benne. Ez a csoport földrajzilag az egész országot érinti, mert több helyről is voltunk és akkor így mindenhonnan tud információ jönni. De sokszor olyan is van, hogy felhívom a tanárnőt és megkérdezem amit tudni szeretnék.

Akkor inkább a személyes kapcsolatoknak látod hasznát?

Igen, azok sokkal jobban működnek és hasznosabbak is. De kialakulnak ismeretségi körök is. Én sokszor idősebb, tapasztaltabb gazdákhoz megyek el, meg-

kérdezem, hogy milyen vegyszert használnak például. Idén is burgonyavész volt és, nem tudtam, hogy milyen vegyszerekkel kellene hatásosan kikezeljem a pityókámat, ők segítettek, mondták, hogy milyen kombinációt kellene használni, milyen dózist stb.

Mennyire figyeled a szakmai hírleveleket? Esetleg szoktál kapni ilyeneket?

Nekem csak vegyszerekkel kapcsolatosan jönnek ilyenek, hogy milyen új vegyszerek vannak. Mást nem szoktam kapni.

Hogyan látod a szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segítene a te tevékenységedben, az információszerzésben, ha tartoznál például egy egyesülethez?

Igen, rengeteget. Amellett, hogy tapasztalatcsere az egész, most ez kritérium lesz, hogy pályázni 2020-tól úgy lehet, ha szövetkezethez tartozol, anélkül nem is lehet. Ez elengedhetetlen lesz a továbbiakban. Már van ilyen szövetkezet létrehozva, csak oda nem nagyon lehet bekerülni nagygazdáknak, úgyhogy mindenképpen szeretnék egyet létrehozni, mert akarok pályázni 2020-tól. Fontos lenne információszerzés szempontjából is. Például vannak barátaim Háromszékről és Udvarhelyről is, és szoktunk olyant, hogy megbeszéljük, hogy mi a probléma. Egy ilyen szervezeten, szövetkezeten keresztül is csak az ember lát, hall és segíteni tudunk egymáson.

A termékértékesítés terén hogy látod, milyen felületek, eszközök lesznek hasznosak?

Én el tudnék képzelni egy olyant a zöldségtermesztésben, hogy házhoz szállítani a terméket. Legyen egy online platform, ott kiválasztja az illető, hogy mit szeretne vásárolni és azt házhoz is kapja. Ebben látok egy ilyen piacot és szerintem van rá igény főként a városiaknál.

Az értékesítés területén fontosnak látod a reklámot?

Az indulásnál elsősorban mindenképpen nagyon fontos, hiszen nehéz az elindulás, ha az emberek nem is tudnak róla. A szakember igénybevétele is fontos így magamból kiindulva, hiszen mindenki mindenhez nem érthet. Tehát hasznos lehet mindenképpen egy szakember segítsége is. Elsősorban az internet, a Facebook a legalkalmasabb a reklámra, ugyanis ott nagyon hamar terjed minden. Aztán utána az újságban közölt hirdetések is. A célközönséghez viszont a Facebook-on jut el szerintem leghamarabb az információ.

Az adminisztrációban, ügyvitelben hogyan látod a digitalizáció fontosságát?

Most már elengedhetetlen. A banknál is mindent utalni kell, minden lassan elektronikusan történik ha van egy céged. Ha magánszemély vagy és nem vagy regisztrálva semerre az más, de ma már kell. Nekem is van egy saját magánvállalkozásom és most muszáj modernizálni. Az ügyintézésnél is most már akarják például, hogy az adófizetést is lehessen online elvégezni. Most jönnek be ezek a dolgok és én eléggé hasznosnak látom. Nem kell bemenni, egyszer kell regisztrálni, visszaigazolják, adnak egy kódot és lehet már itthonról is fizetni az adót. Ez is már nagyon jó ötletnek tartom.

Az előbbiekben már beszéltünk arról, hogy esetleg a termékeidnek egy online platformot majd létrehoznál, ahol értékesíteni tudod azokat. Esetleg más online felületre még szükség lenne, akár a termékeidnek egy külön Facebook oldal?

Majd szükségesnek látom, csak egyszer nőjem ki magamat. Vannak nekem is terveim, mert nem szeretnék csak a burgonyánál leragadni. Ez most segít, mert egyelőre ebből lehet pénzt csinálni, de más kultúrákkal is szeretnék majd foglalkozni. Zöldségfélékkel szeretném bővíteni még a gazdaságomat. Hosszútávon üvegházakat is szeretnék. Akkor már weboldal mindenképpen szükséges lesz.

Ha már beszéltünk a továbbépítésről, bővítésről, ezek a digitális világ által kínált lehetőségek mit hoznának, mire lenne szükséged a növénytermesztésben?

Egy pontos időjárás előrejelzőre szükségünk volna, mert eddig nem tudtuk eltalálni száz százalékosan. Amire még szükség volna az GPS-el felszerelni a traktorokat. Mondjuk ez olyan, hogy egyelőre nélkülözhető, mert ehhez nagy parcellák kellenének, de ha a jövőben lesz rá mód, akkor jó lenne. Amit én még beszereznék az a föld savasságát mérő eszközök. Emellett amire még szükségem lenne például, hogy a termést, a búzát megőrlöm, és akkor meghatározná valami a nedvességtartalmát. Erre is nagy szükség volna. Például ha meg tudom mondani, hogy a mag mennyire száraz, akkor oda figyelek a dolgokra, hogy mikor mire lenne szükség. Vagy ha megszárítom a magot, mert később egy szárítót is szeretnék, akkor nem penészedik össze a búza. Erre nagy szükség lenne, hiszen most kell vigyázzak, mert kell forgatni ha leürítem például. A nedvességmérőnek és a savmérőnek például az ára ma már elérhető magánszemélyeknek is. Ha már viszont arról beszélünk, hogy GPS-el felszerelünk egy traktort, ahhoz már kellene egy jó pályázat.

Ehhez már egy performáns traktor is kellene, ez már pályázat útján valósítható meg.

Ebben a térségben ma már egyre több innovatív, újító agrárinnovációs tevékenység indult, de akár hagyományos agrártevékenység is működik. Hogy látod, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központot létrehozni, amely folyamatosan közvetíti az információt az érdeklődőknek?

Volna rá szükség és tervben is van ez, ha jól tudom. Most fognak kihelyezni a községekbe ilyen tanácsadókat és kíváncsi leszek, hogy ez hogyan fog működni. Erre szükség lenne, de arra vagyok kíváncsi, hogy az emberek milyen szinten fognak élni ezzel a lehetőséggel.

A LEADER-rel való együttműködést hogyan jellemeznéd, milyennek tartod?

Nagyon meg vagyok elégedve. Operatívak voltak, meglepődtünk, hogy milyen hamar, vagyis más állami szervekhez képest nagyon hamar lefolyt az egész pályázat és nagyon gyorsan meg is volt az elbírálás. Meglepődtünk, a pénzt hamar átutalták, minden nagyon gyorsan és operatívan működött, nem is számítottunk erre. Nagyon fontosnak látom a LEADER-t, nekem ez indulásként nagyon sokat segített, enélkül nem tudtam volna elindulni. Rengeteg pénzt költöttem 15000 lejbe került csak a pityóka vetőmag megvásárlása és a műtrágya. Ez óriási segítség volt számomra. A jövőben is bátran fordulnék hozzájuk, ha olyan pályázat van, ami nekem hasznos.

Az interjút készítette: Szász Mária-Magdolna

„Legyen egy beszédtér, igazából az lenne a fontos…”

Gedő Hunor, Bágy

Mennyire fontos a mindennapi tevékenységek végzésében, milyen helye van a tájékozódásnak? Honnan tájékozódsz vagy honnan tájékozódtál a legelején a méhészettel kapcsolatban?

Tehát ez úgy… úgy kezdtem, hogy elvégeztem egy tanfolyamot, tehát volt egy ilyen méhész tanfolyam Udvarhelyen az APIA épületében, s ugye elvégeztem ezt, jó féléves tanfolyam volt, utána megkaptam a diplomát. Itt tanultam meg a legtöbb dolgot a méhészetről, s akkor utána pedig csatlakoztam egy vándorméhészhez, s egy két-három évet mentem vele vándorolni, s akkor így, a gyakorlati részét azt így szereztem meg, a tudást, plusz online is vannak fórumok, méhészfórumok, rengeteg magyarországi méhészfórum van, Facebook-csoportok… Tehát innen is így olvasgat az ember, de most, hogy innen konkrét tudást szerezni az nem, az nem…

Mennyire fontos az Internet a méhészet terén vagy informálódás terén?

Hát elengedhetetlen igazából, hogyha nem férsz hozza az Internethez, akkor az embernek abszolút semmi rálátása nincsen, hát nem igazán tud boldogulni, önmagától boldogulni. Tehát valaki kell segítsen, aki hozzáfér az internethez, tehát, hogy ha én nem használnék egyáltalán internetet, akkor valakit meg kellene kérjek, például pályázatokkal kapcsolatos információkhoz így lehet hozzájutni, enélkül, tehát maga az internet nélkül nem lehet, tehát az online, hanem online felület nélkül egyáltalán nem.

És általában mit szoktál keresni vagy mire szoktál rákeresni?

Hát a pályázatokkal kapcsolatos információk, akár például van olyan Youtubeon, valaki indított ilyen hát ilyen blogger, végül is ő, á-tól z-ig mindenféle munkafázisokat mutat be videón, például lehet innen is informálódni, ez már konkrétum, már konkrétum, mert ugye látod is, vizuális, azt látod vagy a fórumokon lehet kérdezni, olvasni, újságok vannak, online újságok is. Könyv az nincsen, tehát könyvet azt nem lehet, online könyvek nem, vásárolni lehet könyvet online maximum, tehát nincsenek felrakva ilyen fontosabb könyvek, azok nincsenek felrakva úgy.

De például könyvet szoktál megvásárolni?

Könyvet nem vásároltam így online, amúgy van Udvarhelyen…

De egy könyves üzletbe vagy ilyesmi?

Van, igen, van könyvem, de azt vettem üzletbe, tehát azt méhészüzletben lehet kapni mindenféle könyvet, azt vettem üzletbe.

Milyen oldalakat követsz gyakrabban vagy inkább a kereső programok a hasznosabbak számodra?

Például a Facebook, ami… a Facebook-on követem inkább és a Youtube-on, tehát ez a kettő a Facebook és a Youtube és…

A Google az annyira nem alkalmas?

A Google az végül is, amit szoktam nézni, van magyarországi méhészüzleteknek van ilyen online webshop ugye, s akkor onnan szoktam az árakból tájékozódni. Rendelni még nem rendeltem tőlük, de szoktam az árakból tájékozódni, mert mit tudom én, van itteni üzlet, tehát az itteni üzletek, és akkor össze tudom hasonlítani például az árakat úgy nagyjából, hogy mit tudom én mennyi, ezt inkább az elején csináltam, mert most már tudom, tehát annyival nem olcsóbb ott, hogy megérje egyáltalán gondolkozni is ezen. Úgy ezt néztem vagy van az omme.hu, ha jól tudom így van a Magyarországi Méhészek Egyesülete, ott szoktam ilyen-olyan cikkeket olvasni amúgy az agrárhírekről. Tehát, hogyha megjelenik valami, mit tudom én, például most van Magyarországon ilyen, hogy beporzásdíjat fizetnek a méhészeknek, ez ilyen totál újdonság most. Itt is volt valamikor a múlt rendszerben, most a rendszerváltás után egyáltalán nincsen, kilátásba sincs Romániába ez, most Magyarországon most lesz elméletileg, még eddig ott se fizettek, de most az idéntől talán fognak fizetni beporzásdíjat a méhészeknek. És az ilyen híreket úgymond, tehát a Google-t is használom, tehát, hogy hírekhez jussak hozzá.

Például méhekkel kapcsolatban vagy, hogy ha valamilyen problémát érzékelsz, rákeresel?

Igen, tehát, hogy rá lehet keresni cikkekre a Google-be, például betegségekre, akár fényképeket tesznek fel, a Google-el, igen. A Google-t azt ilyen téren lehet használni, s használtam is, tehát a Google-t egy konkrét betegségre, ha rákeresel,

ott vannak ilyen részletek pdf formátumba lehet kapni vagy akár képet is, hogy konkrétan hogy néz ki az a betegség, képet vagy videót… a Google az, igen. A Google, Facebook, Youtube, igen, ezeket.

Youtube-on a bloggeren kívül…?

Azon kívül nem igazán, mit tudom én, van, hogy megnézek, mert ugye tesznek fel ilyen-olyan videókat, hogy például, hogy Magyarországon ott vannak a repcén, s hogy nézzétek meg, hogy hullnak el a neonikotinoidoktól a méhek, ugye az, amit kapnak, s akkor felrakják ugye a Youtube-ra vagy inkább a Facebook-on van, ezek, amiket felraknak, mert ugye Facebook-csoportokba rakják fel ezeket a videókat.

A tájékozódásnál maradva tapasztalatod szerint mennyire fontos vagy hasznos például az újság? Például térségi lapok vagy szaklap, vagy vannak ilyenek egyáltalán itt a környéken?

Sajnos nincs egyáltalán, vagyis én nem tudok ilyenről, hogy főleg… román nyelvű lehet, hogy van, nem tudok róla, magyar nyelvű nincsen. Magyar nyelvű szaklap, amik vannak, most nem tudom pontosan ennek az újságnak a címét, havonta szokott talán megjelenni egy, magyarországi lap ez. Például ebbe benne vannak az is, hogy hol van karantén, tehát hol vannak zárak a betegségek miatt, mert ahol nyúlós-költés-rothadás van, ott karantén van Magyarországon, s ezek a szaklapok, ezek a lapok mindig leközlik, hogy melyik településekre, melyik zónákra, körzetekre van. Az mellett csomó minden, hasznos információt szerintem leközölnek a kezelésektől elkezdve az új gyógyszerek például, hogy ezek mindig újulnak meg, ezek ugye egyre nehezebb…, de egyre nagyobb a harc a méhbetegségek ellen, ugye egyre több gyógyszer jön ki, innen például lehet tájékozódni, hogy az ember elolvas egy lapot és hogyha ott is benne van, hogy ez tényleg jó akkor úgymond lehet bízni benne, ki lehet próbálni. Tehát ez jó lenne amúgy, de itt nincs a környékünkön ilyesmi.

Televíziós műsorokat, gazdaműsorokat mennyire érdemes követni? Szoktál-e követni?

Televíziós műsorok… hát igazából én tévét nem nagyon nézek, és nem tudom, hogy lennének tévés műsorok méhekkel kapcsolatosan… Hát ilyen tévés műsor van, de az ilyen… nem a konkrét szakmát, vagyis hogy mondjam, nem technikai dolgokról szól a szakmán belül, hanem bemutatják úgy a méhészetet az

átlagembernek, akit úgy érdekel, hogy a méz hogy is lesz, vagy nem tudom, mi a viasz vagy… Tehát nekem az plusz információt úgymond nem ad. Van film, amit így ki lehet guglizni, készítettek ilyen ismeretterjesztő, nem is ismeretterjesztő, dokumentumfilm végül is a méhekről, ami ad plusz információkat, például, hogy az Egyesült Államokba hogyan méhészkednek, mit csinálnak, tehát, hogy mikre mennek, merre vándorolnak…

És ezeket te tudod is hasznosítani?

Ezt lehet hasznosítani, hogy például ők milyen kaptárakat használnak, mert kaptár több… rengetegféle kaptár van és ugye az ember el kell döntse, hogy akkor látja, hogy igen, ők ilyen kaptárt használnak, a vándorláshoz tényleg ezek így jók, mert könnyű velük dolgozni, nem tudom mi, s akkor azt így látod, hogy, ha te is vándorolni akarsz vagy ha te is csak így akarod, akkor igen, olyant kell használni. Tehát azokból lehet tanulni, ezekből a filmekből. Van egy pár ilyen, van egy Youtube… a Youtube-on lehet kapni egy olyan sorozat is van, azt hiszem ilyen 15-20 percesek, hogy egészen kezdőméhészeket tanítanak, hogy a füstölő begyújtásától egészen a rajkészítésig, anyanevelésen át… Mondjuk ez még a kilencvenes évekbe csinálták…, de amúgy, mint kezdőméhész úgy ebből tanulhat. Tehát ezeket, amikor úgy kezdő volt úgy nézegettem, most nem nyilván, de akkor nézegettem. De inkább online...

Mennyire hasznosak például a rádióműsorok? Szoktál ilyeneket hallgatni? Vannak ilyenek egyáltalán?

A Marosvásárhelyi Rádióba volt, hogy elkaptam egyet, van ilyen, hogy Gazdaélet. Na, abba volt szó így a méhekről, amit így elkaptam egy pár percet belőle, hogy ott… Igazából ott is az van, hogy ugye megkérdeznek valakit, tehát az beszél ugye. Hát ez lehet, hogy közbe el lehet kapni ilyen információmorzsákat úgymond, hogy: ja, hát igen, ez is így csinálja, tehát jó ötlet vagy valami, úgy valamit el lehet kapni belől*e*.

Más rádiót hallgatsz román nyelven vagy magyarországit?

Nem, rádiót nem… Ez a Marosvásárhelyi Rádióba csak ez a gazdaműsor, de ezt se rendszeresen csak egy párszor kaptam el csak. Nem.

A Facebook-on szerveződő csoportokat mennyire találod hasznosnak?

Igen, tehát ez nagyon jó. Legyen egy beszédtér, igazából az lenne a fontos. Először egy beszédteret, hogy kialakítani erre. Ez Magyarországon, megint, sokkal jobban működik, itt ezek nem működnek annyira. Ott tényleg á-tól z-ig minden apróságot sokan… igaz, hogy sok marhaság is felkerül ezekre a fórumokra, sokan komolytalankodnak, vagy nem tudom mi, vagy valaki tegyük fel tényleg nem tud valamit, megkérdezi és akkor akinek ez banálisnak tűnik vagy nem tudom mi, akkor az komolytalan válaszokat ad rá meg ilyenek, rengeteg ilyen van, de emellett vannak hasznos információk is, tényleg, aki… vannak komoly régiséggel, komoly tudással rendelkező emberek, akik vannak ezeken a fórumokon, aktívak ezeken a fórumokon. Ők tudnak válaszolni, hogy ha az ember valamit kérdez.

A *környékbeli csoportokba is benne vagy és magyarországiba is?*

Nincs, igazából nincs itt, nem nagyon van a környéken, ami van az sem… az inkább csak ilyen…talán van ilyen Erdélyi Méhészek csoport? De inkább az van, ha valamit el akarnak adni, egy méhcsaládot vagy anyát, inkább ilyesmi vagy, hogyha… tehát annyira ilyen technikai kérdések itt nincsenek benne, de gyorsan megnézem. … Pályázatot, ugye azt a Pro Economica-s pályázatot vagy, ha valamilyen új információ van… Meg van például egy Erdélyi Méhész szaklap, amúgy most látom, hogy lehet rendelni. Nem nézem napi szinten, nem is tesznek fel napi szinten dolgokat. Általában mondom, ilyeneket tesznek fel, hogy méhcsalád eladó vagy méhanya eladó vagy ilyenek vannak.

R*omániai csoportokat, fórumokat nem nézted?*

Románokban nem vagyok benne, de vannak. Ezt még nem tartottam úgymond annyira fontosnak, hogy… Nekem amennyi információ kell, azt teljesen össze tudom szedni. A legfontosabb információk ugye azok, hogy, ha van valamilyen támogatás, például most lesz egy ilyen, hogy 20 lej/család, hogyha jóváhagyják, akkor fognak adni. Ezt az információt megkaptam, mert van, onnan, hogy van Udvarhelyen ez a Méhészegyesület, annak tagja vagyok, s akkor neki is van Facebook-on… egy ilyen Facebook csoport a tagoknak, s oda felrakták, hogy lesz egy ilyen lehetőség. Csak ez még nem biztos igazából, de hogy ha úgy van, akkor a papírokat mindenki szedje össze, s le kell adni az APIA-nál talán.

A szakmai hírleveleknek van-e szerepük a tájékozódásban? Szoktál-e ilyenekre feliratkozni?

Nem iratkoztam fel igazából erre, nem is tudom, hogy hol, vagy hogy milyen szakmai… tehát, hogy ki küldené ezt, nem tudom, nincsen, ilyen hírlevelet nem kapok.

A szakmai egyesületekhez, csoportokhoz való tartozás segít-e az információszerzésben, a technológiai tájékozódásban?

Igen. Ez… tehát, amit most mondtam például, hogy onnan, az egyesülethez való tartozás miatt a Facebook-on kaptam ezt az információt, hogy 20 lejjel fognak támogatni per család, a méhészeket, hogyha jóváhagyják.

Más egyesülethez tartozol-e? Országoshoz?

Nem, csak ehhez az udvarhelyihez. Nem is tudom, hogy országos méhészegyesület, hogy van-e. Nem tudom.

Az ismeretszerzésben van-e szerepe a stabilabb, személyi jellegű kapcsolatnak? Van-e olyan személy, akivel tartod a kapcsolatot?

Igen, hát a Méhészegyesület, bocsánat a méhészüzlet, Udvarhelyt van egy méhészüzlet, s igazából az egy olyan, ahol… mivel csak ez az egy méhészüzlet van, szinte minden, a környékbeli méhészek, mindenki jár oda, s akkor ez egy olyan információközpont. Tehát ott a tulajdonossal úgymond jóba vagyok, s akkor ő hall mindenkitől mindent, s akkor tőle tudok tényleg olyant… Hogyha valami olyant akarok tudni, akkor tőle így, hogyha van valami hír vagy valami, tehát, hogy mit tudom én, hogy mézárakkal kapcsolatosan például, hogy angróba mennyit fizetnek most egy kiló napraforgómézért vagy egy akácmézért, akkor tényleg tőle megtudok mindent.

Más személy nincs rajta kívül vagy az egyesületi tagok…?

Nem, így nem tartom úgymond a közvetlen kapcsolatot, ismerek egypárat, így például tanfolyamról ismerek egy pár embert, akik… de nem vagyunk kapcsolatban, napi szinten nem vagyunk, így vele vagyok kapcsolatban úgymond az üzletessel, tehát ő tud mindent.

A tájékozódás mellett a másik fontos tevékenységi terület ugye a termékértékesítés. Ezen a téren milyen felületek, eszközök a hasznosak vagy szoktál-e ilyesmit használni? Említetted, hogy inkább házhoz jönnek?

Igen, például hallottam, vagyis nem hallottam, hanem láttam, ugye van az OLX és láttam, hogy oda is teszik fel, hogy eladó a méz. Nem tudom, hogy hogy oldják meg a kiszállítást vagy hogy éri meg, mert valaki akar egy borkány mézet vásárolni, egyszerűen nem látom ezt, hogy online... Tehát az értékesítésben az online…, inkább reklámozni, hogy neked van mézed vagy mit tudom én, például vannak ezek a Székely Góbé-s termékek vagy nem tudom mik. Az egy dolog, hogy reklámozod a standodat, hogy itt vagy s akkor, s hogy például mikor, hol vagy, tehát megosztod a Facebook-on, hogy az én standom, mit tudom én, szombatonként Udvarhelyen vagy Csíkba mikor vagy… vagy hogyha mész így, ez így okés, de az, hogy konkrétan, hogy valaki rendeljen úgy, mint egy pár cipőt… Látom, hogy próbálkoznak így az OLX-re is felteszik, de szerintem ők inkább arra mennének ki, hogy legalább egy hordóval venni tőlük, akkor ha valaki akar legalább egy hordóval venni, arra, akkor érdemes, de szállítás egy kiló méz, tehát az nem éri meg.

Akkor te személyesen értékesíted?

Igen, én háztól értékesítem egyelőre, a jövőben szeretném, hogy… egy ilyen standot szeretnék én is, hogy vásárokra járni, de ez hosszú távú projekt. De egyelőre amennyi mézet én meg tudok termelni, az mind el is fogy a háztól, tehát oda még többet kellene, vagy esetleg én vásároljak fel nagyba.

R*eklámozni szoktál-e? Vagy például Facebook oldalt létrehozni?*

Nem, eddig még nem. Nem csináltam eddig még. Láttam rá példát. Az emberek a környéken tudják, ez eddig elég volt mivel, hogy nem volt annyi mézem, hogy ne fogyjon el, nem volt annyi, hogy… De láttam rá példát, hogy Facebook oldalt hoztak létre, hogy reklámozzák ezzel a mézüket, de nekem még eddig nem volt. De amúgy nem rossz ötlet, mert egyszer megtudják az emberek, hogy van mézed, hogy tudják, hogy na, tőle lehet vásárolni.

Milyen reklámot tartasz itt célravezetőnek ebben a térségben? Inkább a Székely Góbé által?

Ez, hogy megkapni ezt az engedélyt úgymond, ezt a Székely Góbés engedélyt az egy nagy…, tehát, hogyha rá tudod tenni a mézedre ezt… az egy nagy reklám,

mert ugye ez maga a termék reklám, tehát hogy mondjam, ez híres, s akkor hogyha a te termékeden rajta van, akkor azt már úgy ismerik az emberek, s akkor ez így működik…

Adminisztráció, ügyvitel, ügyintézés szempontjából a digitális eszközöket, lehetőségeket fontosnak tartod-e? Szoktad-e használni vagy nem?

Nem, tehát nekem termelői engedélyem van, ezt a tanács adja, még nincsen egyéni vállalkozásom, úgyhogy még nincsen ilyen. Tehát akkor kellene nekem egyéni vállalkozás, ha valami jó pályázat jönne, amihez kötelező lenne a cég, akkor csinálnék, de így nem terveztem.

A digitális világ által kínált lehetőségek ugye bővíthetők és a tevékenységed szempontjából mi jönne még jól, milyen változás, bővítés? Például egy Facebook profil vagy weboldal?

Igen, tehát ezek a dolgok fontosak… Weboldalba annyira nem, inkább csak egy sima Facebook profil szerintem, nem tudom. Weboldalnak nem igazán látom értelmét, mondom emiatt, hogy nem tudom eladni a weboldalamon a dolgokat.

Valami másban még gondolkodtál-e?

Nem, tehát ez a stand meg a Facebook profil, ennyi…

Ebben a térségben sok innovatív, újító agrárinnovációs kezdeményezés van. Miként ítéled meg, nem lenne jó valamilyen térségi szakmai központ, bázis kialakítása ahol gyűjtik és rendezik az információkat, ahová lehetne fordulni és szaktanácsadókat alkalmazni?

De igen. Ne ez nagyon-nagyon fontos lenne, tehát főleg az lenne a legfontosabb, hogy legyen egy olyan szervezet vagy nem is tudom mi, olyan szakemberekből álló szervezet, akik állatorvosok, akik kijönnek vagy ahol probléma ott segítsenek, hogy pontosan, hogy kezelni, mit csinálni… Ez a legnagyobb probléma, valahogy, valamilyen betegség van, nem ismeri a méhész, hogy pontosan mi, nem tud segítséget kapni sem, hogyha nem ismer valakit vagy nem tudom, hogy most pontosan mit csináljon, hogy csinálja. Jó lenne, hogyha lenne egy ilyen bizottság vagy nem is tudom, hogy hívják ezeket, s ahol tényleg… igazából a Méhészegyesület az információk terén az, elég gyenge bőrbe van amúgy a Méhészegyesület

szerintem, jó így elejtenek egy pár információt, hogy mit tudom én, pályázat, de hogy valami egyebet is, valami konkrétabbat…

Valamilyen szakmai lap vagy ilyesmi, amit rendszeresen kiadnak?

Igen, igen, hát legalább havi szinten vagy akármikor, mikor szezon van, akkor akár heti szinten is adhatnának ki egy ilyen lapot, tehát az tényleg jó lenne, hogyha lenne egy olyan kutató vagy akár bevizsgáltatni mézet, virágport, bármit, vagy fiasítást bevizsgáltatni, hogy… mert elméletileg van, gyakorlatilag nem érnek semmit, tehát elég, nem tudom, ez nem jó...

A kisméretű, innovatív agrárvállalkozások számára milyen okos eszköz, technológia alkalmazása lehetne fontos vagy hasznos?

Okos eszköz? Hát most mindenkinek van okostelefon úgy nagyjából, úgy ezzel így… Okos eszköz nincsen így, hát van ilyen eszköz, ami a nyúlós-költés-rothadást meg lehet állapítani vele elméletileg, nekem nincsen, de azt mondják, hogy az nem feltétlenül jó, mármint nem biztos, hogy az eredmény… most vagy igaz vagy nem. Nem nagyon, okos eszköz nincs ilyen téren úgymond. Tehát vannak eszközeink, mit tudom én, pergetés eszközök, egy csomó féle eszköz, ami elengedhetetlen, de ilyen high tech eszköz, ilyesmi nem, nincs.

Nagyon szépen köszönöm.

Az interjút készítette: Gedő Judit

A kötet szerzői

Agyagási Levente szerkesztő, Marosvásárhelyi Rádió

Becze István elnök, Székely Gazdaszervezetek Egyesülete

Biró A. Zoltán társadalomkutató, a KAM munkatársa,
a Sapientia EMTE oktatója

Cilip Árpád igazgató, Hargita Megyei Fejlesztési Ügynökség

Dániel Rajmund szakértő,
Hargita Megye Tanácsának Vidékfejlesztési Egyesülete

Gedő Judit egyetemi hallgató, Kommunikáció MA szak,
Sapientia EMTE Csíkszeredai Kar

Magyar Ferenc a Szent István Egyetem kancellárja,
a Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány operatív alelnöke

Mátéffy Mária igazgató, Csík LEADER Egyesület

Máthé Emma elnök, Székelyföldi Bio Egyesület,
a Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány munkatársa

Miklós Ervin közgazdász, LGT Proiect, Csíkszereda

Nagy-Menyhárt Szidónia PhD hallgató, Debreceni Egyetem,
Szociológia és Társadalompolitika Doktori Program/Gyergyóremete

Könczei Csaba igazgató, Kovászna Megyei Mezőgazdasági Vezérigazgatóság

Orbán Miklós elnök, Kovászna Megyei Fiatal Gazdák Egyesülete

Orbán Szabolcs kertészmérnök,
Pro Agricultura Hargitae Universitas Alapítvány

Sárosi-Blága Ágnes szociológus, a KAM munkatársa, PhD hallgató,
Debreceni Egyetem, Szociológia és Társadalompolitika Doktori Program/Csíkszereda

Szász Mária-Magdolna PhD hallgató, Debreceni Egyetem,
Szociológia és Társadalompolitika Doktori Program/Kászonaltíz

Székely Kinga Katalin kommunikációs szakértő,
a Sapientia EMTE Csíkszeredai Karának oktatója

Török Jenő igazgató, Hargita Megyei Mezőgazdasági Vezérigazgatóság

Virginás Zolna PhD hallgató, Debreceni Egyetem,
Szociológia és Társadalompolitika Doktori Program/Parajd