

3 év – 13 díjazott vállalkozás

A Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj jelene és jövője

A Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium színháztermében megrendezett március 15-i ünnepség alkalmával idén 5 vállalkozás vehette át a Magyar Agrárgazdasági Minőség Díjat:

- ABO-MILL Malomipari Zrt.
- Debreceni Hús Zrt.
- Délalföldi Kertészek Zöldség-Gyümölcs Termelő és Értékesítő Szövetkezete
- Hat-Agro Kft.
- UNIVER Product Zrt.

Ebben az évben már harmadik alkalommal került kiosztásra a díj, így érdemes talán egy felsorolás erejéig visszaemlékezni arra, hogy kik voltak a díjazottak az előző években.

2006-ban:

- ABO-MIX Takarmányipari Zrt.
- GALLICOOP Pulykafeldolgozó Zrt.
- KASZ-COOP Kft.
- MÓRAKERT Zöldség-Gyümölcs Termelő és Értékesítő Szövetkezet

2007-ben:

- CIBAKERT Mezőgazdasági Kft.
- CONCORDIA KÖZRÁKTÁR Kereskedelmi Zrt.
- HUNGERIT Baromfifeldolgozó és Élelmiszeripari Zrt.
- KÖRÖS-MAROS Biofarm Kft.

Minőségügyi elismerések több területen érhetőek el.

Legismertebbek ezek közül a *termékekre vonatkozó elismerések*, amelyek egyike – talán a legnépszerűbb – a Kiváló Magyar Élelmiszer védjegy, de ide sorolhatók a földrajzi árujelzővel védett termékek (jelenleg Magyarországon csak a Szegedi Téliszalámi, de újabbak közösségi listára kerülése hamarosan várható) vagy a Szívbarát Élelmiszerek sora is.

A minőségügyi, élelmiszer-biztonsági *rendszer-tanúsítások* (ISO, HACCP, EUREPGAP stb.) során a vállalkozások egy meghatározott cél elérése érdekében (élelmiszer-biztonság, minőségügy, környezet-irányítás) elemzik folyamataikat és meghatározott rendszerszabványok, útmutatók segítségével alakítják ki a terület működését, felügyelet alatt tartását, a szükséges beavatkozásokat.

A Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj a vállalkozás egészének működését elismerő *tevékenység minőségügyi díjak* sorába illeszkedik. A múlt század végén kezdtek olyan díjakat alapítani, amelyek nem egy termék minőségének kiválóságát, hanem a vállalkozás egészének a minőség iránti elkötelezettségét, minőségügyi tevékenységének magas színvonalát igazolja. Történelmi visszatekintésként a következő díjakat érdemes megemlíteni:

- IIASA - Shiba Díj” (az első díjat 1989-ben adták át)
- „Európai Minőség Díj” (az első díjat 1992-ben adták át)
- „Nemzeti Minőség Díj” – 3/1996. (VI. 19.) ME rendelet
- „Közoktatás Minőségéért Díj” – 3/2002. (II. 15.) OM rendelet
- „Magyar Közigazgatási Minőség Díj” – 10/2007. (III. 23.) MeHVM rendelet
- „Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj” – 103/2005. (XI. 4.) FVM rendelet

A földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter által a 103/2005. (XI. 4.) FVM rendelettel alapított Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj egy vállalat magas színvonalú tevékenységének és sikeres, eredményes termék/szolgáltatás skálájának elismerése. A díjra az FVM szakmai felügyelete alá tartozó, valamennyi területen működő szervezet pályázhat. Évente legfeljebb 5 díj kerül kiosztásra. A díjazottak oklevelet és emléktáblát kapnak. A pályázat általános feltétele a legrövidebben Kazinczy szavaival jellemezhető: „jót, 's jól” kell tenni, mindössze ez a titok. Lefordítva a mai kor tevékenységére: a vállalkozásnak rendelkeznie kell sikeres termékekkel és/vagy szolgáltatásokkal, elkötelezettnek kell lennie a minőségügy iránt; továbbá legyen minőségfejlesztési stratégiája, lehetőleg tanúsított minőségügyi rendszere, a vevők és dolgozók elégedettsége mérhető legyen, a belső erőforrásaik kerüljenek feltárássra, és ezen alapuljon a folyamatos fejlesztés.

A díjra kiírt pályázat igazodik az európai gyakorlathoz, miszerint a vállalkozás végezze el tevékenységének értékelését az EFQM (European

Foundation on Quality Movement) – esetünkben az agrárgazdaságra speciálisan kialakított – modell szerint.

A feltételek részletes meghatározása, a nyárvégi időszakban az FVM hivatalos lapjában és a Magyar Közlönyben megjelenő Pályázati felhívásban kerül kihirdetésre.

A tartalmi követelmények legfontosabb eleme a korábban említett önértékelés, amely a nemzetközi és a nemzeti minőségdíjak EFQM Kiválóság Modell szerinti rendszerét követi, amelyben a pályázónak 9 értékelési területen (vezetés; stratégia és működési politika; humán erőforrások; egyéb erőforrások; folyamatok; külső vevői elégedettség; dolgozói elégedettség; környezet elvárásai, szükségletei; üzleti eredmények) kell bemutatnia működését.

A földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter, mint alapító és a működtetésért felelős munkatársak bízunk abban, hogy a díj erkölcsi elismerést illetve szakmai rangot jelent a díjazottaknak, egyben üzenet vásárlóik és üzleti partnereik felé a kiválóságról, amely megtettesül a folyamatosan jó minőségű termékben és szolgáltatásban, és eközben folyamatos belső fejlesztésre ösztönöz.

Célunk, hogy a minőségügy terén kiemelkedő eredményeket felmutató díjazott szervezetek szélesebb körű ismertségre tegyenek szert. Mindehhez a magunk eszközeivel az alábbiakat tettük:

- Minden évben megrendeztük a nyertesek konferenciáját, ahol a díjazottaknak lehetőségük volt széles körben bemutatkozni.
- Az EOQ MNB aktív közreműködésével megalkotottuk MAMD Nyertesek Klubját, amelynek elsődleges feladatául az önértékelés és pályázatkészítés során szerzett tapasztalatok vezetői és munkatársi szintű kicserélését illetve továbbadását, az agrárgazdaság szereplői közötti benchmarking ösztönzését, megvalósítását, és annak folyamatos fejlesztését tűztük ki.

A Klub feladatai közé tartoznak még: javaslatétel a Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj továbbfejlesztésére, szélesebb körű meg- és elismerésére, továbbá az agrárgazdasági minőségfejlesztésben megfogalmazásra kerülő új javaslatok, tervek véleményezése.

- A teljes körű ismeretek hozzáférését segíti a FVM honlap nyitóoldalról (www.fvm.hu) elérhető Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj link.
- Felvettük a kapcsolatot az Agrármarketing Centrum illetékeseivel, hogy a cég közösségi

marketing tevékenységét bekapcsoljuk a díj értéknövelésébe.

- Végül, de nem utolsósorban vezetői döntés született a MAMD védjegy létrehozásáról, amely nagyban segítheti a díj kommunikációját.

A 2007. november végén meghirdetett logó-pályázatra mintegy 300 grafikai anyag érkezett. A pályázati kiírás meghatározta a védjeggyel szemben támasztott követelményeket, amely szerint legyen:

- egyszerű, kis méretben is átlátható, könnyen alkalmazható;
- könnyen azonosítható;
- tartalmazza a „Magyar Agrárgazdasági Minőség Díj 2008. díjazott vállalkozás” kifejezést – ahol az évszám a grafikában változó elem;
- alkalmas a fogyasztó és a vállalkozás partnereinek tájékoztatására, mutassa a védjegyet viselő vállalkozás minőség iránti elkötelezettségét.

A pályamunkák közül a többkörös szakmai és felhasználói bírálatot követően ez év márciusában az alábbi grafika került kiválasztásra.



A logó védjegybejelentése a Magyar Szabadalmi Hivatalnál folyamatban van. Az eljárás sikeres lezárását követően a védjegyet a vállalkozások használhatják minden megjelenési eszközükön – termékeiken, reklámokban, prospektusaikban stb. – bizonyítva ezzel a minőségügy iránti elkötelezettségüket, erkölcsi és szakmai elismerésüket.

Ebben az évben – az eddigi évekhez hasonlóan – augusztusban várható a 2009. évi pályázati felhívás. Felkészítő rendezvényt szeptemberben tartunk, és november közepre tesszük a pályázat beadásának határidejét.

Reméljük, hamarosan Önöket is a pályázók között üdvözölhetjük!

Ősz Csabáné, Kelemen Gábor

Konferencia a különleges élelmiszerekről

A „Különleges élelmiszerek minősége és promóciója az Európai Unióban” című szakmai konferencia a XVI. Élelmiszer Minőségellenőrzési Tudományos Konferencia keretében került megrendezésre 2008. április 25-én Tihanyban. A szakmai rendezvény egyben az EOQ MNB Hagyományos Élelmiszer Munkacsoportjának idei kiemelt szakmai rendezvénye is volt, az FVM támogatásával.

A konferencia megnyitása során Dr. Molnár Pál (EOQ MNB) elnök is utalt rá, hogy a tanácskozás kiemelt témája az agrárgazdaságunk számára kitörési pontot jelentő különleges élelmiszereink minősége és promóciós lehetősége. A rendezvényen – amelyre a szakterület jeles képviselőit kértük fel előadónak – a különféle EU-s és hazai minőségi rendszerekkel (földrajzi árujelzős, hagyományos termék, KMÉ és HÍR) kapcsolatos sokirányú hazai és európai kutatási-fejlesztési és marketing programokat és promóciós támogatási lehetőségeket mutatták be az előadók:

Pallóné Dr. Kisérdi Imola (szakmai tanácsadó, főtanácsos FVM) levezető elnökként tartott bevezetőjében bemutatta a Hagyományos Élelmiszer munkacsoport tevékenységét. „A minőség európai jövőképe” című EOQ tanulmány értelmében (EOQ, 2001) az európai versenyképesség 3 kulcs eleme:

- a „győzni együtt” szemlélet érvényesítése,
- a sikerre, üzleti kiválóságra építés,
- és a diverzitásból eredő előnyök hasznosítása.

Ezekre alapozva jött létre az EOQ MNB Élelmiszer Szakbizottságán belül a „Hagyományos Élelmiszer” munkacsoport 2004 májusában. A munkacsoport regisztrált tagjainak száma jelenleg 124 fő.

A munkacsoport fő célkitűzése a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek európai szintű hasznosítási stratégiájának folyamatos fejlesztése a közösségi marketing eszközeinek, a közösségi oltalmi formáknak és a vidékfejlesztési támogatásoknak a jobb kihasználásával. A munkacsoport együttműködik az EOQ MNB Statisztikai Módszerek Szakbizottságával és Élelmiszerbiztonsági

Munkacsoportjával. Szakmai kapcsolatot tart fenn a Nemzeti Élelmiszertechnológiai Platformmal, a Magyar Védjegy Egyesülettel. Közreműködik a SLOW FOOD mozgalom és a Nemzetközi Agrár- és Élelmiszergazdasági Szervezet (IAMA) tevékenységének hazai terjesztésében.

Eddigi kiemelt rendezvények:

- 2005. július 7. (FVM, Budapest): „Az EU élelmiszer minőségpolitikája” című TAIEX szeminárium (az Európai Bizottság támogatásával)
- 2006. március 31. (Debrecen): EU Közösségi Konferencia „Hagyományos Élelmiszerek” Szakmai Nap, (az Európai Bizottság támogatásával)
- 2007. február 22. (FVM, Budapest): – A hagyományos termékek piacrajutási lehetőségei – szakmai konferencia (az AMC támogatásával).

Publikációs tevékenység:

Az üléseken elhangzott előadások anyagából készült tudományos publikációk szaklapokban (pl. Minőség és Megbízhatóság, Élelmiszervizsgálati Közlemények, Az Európai Unió Agrárgazdasága) jelennek meg.

További tervek:

Az IAMA (*International Food and Agribusiness Management Association*) 2009. évi budapesti Agrárgazdasági Világfórumának mottója „Globális kihívások és regionális válaszok” lesz. Ezen a világfórumon külön szekcióülést szervezünk a regionális termékek jövője a globális piacon témakörben. A szekcióülés szakmai programjának összeállítása munkacsoportunk kiemelt feladata lesz.

Zobor Enikő, az FVM vezető tanácsosa a hagyományos különleges termékek (HKT) elismerési rendszerét ismertette, hasznos információkkal, tanácsokkal ellátva a kérelem benyújtására jogosult csoportosulásokat. Az EU-ban 1997 és 2007 között 16 HKT került közösségi elismerésre. Magyarországon 3 hagyományos sütőipari termék leírásának elkészítése van folyamatban a Magyar Pé-

kek Fejedelmi Rendje által (tepertős pogácsa, fumu és vesu). A Magyar Pékszövetség a kovászos kenyér termékleírásának elkészítését tervezi, és szaklapjában, a Pékújságban a szakembereket tájékoztatni kívánja a közösségi oltalmi lehetőségről.

Pércsi Szilárd (Campden & Chorleywood Hungary Kht.) az Európai Bizottság által finanszírozott, a 6. Kutatási és Fejlesztési Keretprogramon belül megvalósuló integrált projekt célkitűzésit ismertette. A TRUEFOOD célja az európai hagyományos élelmiszerek minőségének és biztonságának javítása a fogyasztói elvárásoknak megfelelően, továbbá hatékony és fenntartható innovációs technológiai transzfer-rendszer bevezetése a hagyományos élelmiszereket gyártó iparágban, elsősorban a KKV-k részére. A projekt hagyományos élelmiszereknek tekinti nem csak a védett és szabadalommal (pl. PDO & PGI) rendelkező élelmiszereket, hanem a regionális és nemzeti termékeket is, amelyek elemei a hagyományos konyháknak (HÍR termékek). Fontos szempont a hagyományos élelmiszerek marketing és ellátási láncának fejlesztése, de az ellátási lánc elemeinek valós üzleti terven alapuló támogatásával. Az EU projektben 17 ország vesz részt, Magyarország részéről a projekt koordinátor konzorcium tagja az ÉFOSZ, a projektben résztvevő magyar tudásközpont, a Campden & Chorleywood Hungary Kht.

Popovics Anett (Wessling) az értéklánc utolsó, de legfontosabb láncszeme, a fogyasztó magatartását vette górcső alá, a különleges minőségű élelmiszerek iránti fogyasztói magatartás európai trendjeit vizsgálta, különös tekintettel a globalizáció hatására. Megállapította, hogy a hazai termőhelyek külföldiekben kialakuló imázsában a termékszerkezet és a technológia átalakításán kívül egyéb tényezők is szerepet játszanak, mint pl. az adott termőhely hangulata, az adott termék előállításához kapcsolódó emberi tudás (know how), az adott régió történelme, hagyományai. Ezek a tényezők befolyásolják az imázs minőségét, amit tudatos kommunikációval lehet tovább erősíteni.

Szilágyi Péter vezető főtanácsos (FVM) hangsúlyozta, hogy EU csatlakozásunk óta a pálinka megnevezés kizárólag csak arra a minőségi, tiszta gyümölcspárlatra alkalmazható, amelyet Magyarországon és néhány Magyarországgal határos régióban termelnek (Ausztria négy tartományában a barackpárlatok esetében, illetve Romániában „pălincă” néven). A pálinka megnevezést és az ehhez kapcsolódó minőséget az Európai Par-

lament és Tanács 110/2008/EK számú szeszes italokról szóló közös rendelete is védi.

A földrajzi árujelzők nemzeti lajstromozását a Magyar Szabadalmi Hivatal (a továbbiakban: MSZH) végzi. Szeszes italok esetében a nemzeti lajstromozásra irányuló bejelentésnek az MSZH-hoz történő benyújtását megelőzően a bejelentőnek be kell szereznie a földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter termékleírásra vonatkozó jóváhagyását. Hazánk uniós csatlakozása óta 5, meghatározott földrajzi területen előállított pálinka áll a Közösség egész területére kiterjedő földrajzi árujelző oltalom alatt. Ezek: a Szatmári szilvapálinka, a Szabolcsi almapálinka, a Kecskeméti barackpálinka, a Békési szilvapálinka és a Gönci barackpálinka. Ide kíván csatlakozni az Újfehértói meggypálinka, amelynek nemzeti lajstromozási eljárása lezárult. A termelők felismerték, hogy a kiváló zamatú magyar gyümölcsök hozzáadott értéke legeredményesebben a pálinkává történő feldolgozással érvényesíthető, és a fogyasztók egyre inkább keresik és igénylik ezt a gondos munkával és törődéssel készült italt. Ezt bizonyítja a pálinka védelméről és a Pálinka Nemzeti Tanács létrehozásáról ötpárti konszenzussal született országgyűlési határozat.

A különleges élelmiszerekkel (ideértve a sportélelmiszereket is) szemben támasztott követelményekről tartott a résztvevők nagy érdeklődése mellett előadást *Lelovics Zsuzsanna* (Pécsi Tudományegyetem).

A szünet után *Pallóné Dr.Kisérdi Imola* szekcióelnök először ismertette a mezőgazdasági termékek promóciójával kapcsolatos uniós intézkedéseket a vonatkozó 3/2008/EK tanácsi rendelet alapján, amelynek az alapelvei a következők:

- Az intézkedéseket tájékoztató és promóciós programok keretében kell végrehajtani.
- Az intézkedések finanszírozása megoszlik a Közösség, a tagállamok és a javaslattevő szervezetek között.
- A tagállamok figyelemmel kísérik a programok végrehajtását, a programok eredményeit független szervezetek értékelik.

A promócióról szóló 3/2008/EK tanácsi rendelet

- tárgya: a mezőgazdasági termékek valamint az azokból előállított élelmiszeripari termékek;
- hatálya: a belső piacon vagy harmadik országokban végrehajtott tájékoztató és promóciós programok közösségi finanszírozása.

De nem helyezhetők előtérbe a kereskedelmi márkák, a származási helyre tett utalások, kivéve a közösségi oltalmi jelöléseket (OEM, OFJ, HKT stb.).

A Közösség által támogatott intézkedések:

- a) PR tevékenység, promóció, reklám – különös tekintettel a minőségre, biztonságra, különleges eljárásokra, táplálkozás-egészségügyi szempontokra stb.
- b) Tájékoztató kampányok, különös tekintettel a közösségi emblémákra (OEM, OFJ, HKT) és biotermelésre.
- c) M.t. minőségi borok, védett jelölésű borok és szeszes italok közösségi rendszeréről tájékoztatás.
- d) Tanulmányok (eredmények felmérése).
- e) Rendezvényeken, kiállításokon, vásárokon való részvétel, különös tekintettel a közösségi standokra.

A végrehajtási rendelet (jelenleg ennek tervezete ismert, második félévben fog megjelenni) határozza meg:

- A tájékoztató és promóciós intézkedések tárgyát képező ágazatokat és termékeket, valamint az érintett harmadik országokat.
- A tájékoztató és promóciós programok követendő stratégiai irányvonalait (célkitűzések, célközönség, témamegjelölés, intézkedések típusai, programok időtartama, közösségi hozzájárulás mértéke).

A programok kiválasztása a Bizottság által meghatározott eljárásrend szerint történik.

Elsőbbséget élveznek azok a programok, amelyek több tagállam nyújt be vagy amelyek több tagállamba vagy harmadik országba irányulnak.

Javaslattevő szervezetek: a Közösségnek az ágazatra nézve reprezentatív szakmai vagy szakmaközi szervezetei. Reprezentatív szakmai vagy szakmaközi szervezetnek tekintendők a terméktanácsok, kamarák, szakmai szövetségek, OEM, OFJ, HKT, ill. a biotermékek előállítására létrejött csoportosulások. A szervezet reprezentativitását a pályázatban adatokkal alá kell támasztani.

A programok időtartama: minimum 1 és maximum 3 év lehet.

A programok üzenetének a termék belső tulajdonságain vagy jellemzőin kell alapulnia:

- a származási helyre való utalás másodlagos, kivéve a közösségi emblémák szerint, pl. PDO. PGI, TSG, biotermék;
- egészségügyi állítások csak tudományos megalapozottságúak lehetnek;

- harmadik ország esetén a hatályos jogi szabályozással összhangban kell lenni.

A Közösség/EU által támogatott promóció *célja nem közvetlenül a termék eladása*, hanem áttételes, elsősorban a termékkel kapcsolatos ismeretek közlése a fogyasztók felé, a fogyasztók meggyőzésén keresztül, továbbá a fogyasztói szemléletmód-váltás az egészséges, minőségi és a különleges módszerekkel előállított termékek irányába. A rendelet nem csak a mozgásteret adja meg, hanem a pályázat elkészítéséhez nagyon részletes formai és szakmai követelményeket (mintegy szakmai útmutatót) is ad. Ezek alapos áttanulmányozása a pályázat készítése előtt a sikeres pályázat érdekében nagyon fontos.

További információk a pályázni szándékozók számára: MVH Piaci támogatások és Külkereskedelmi Intézkedések Igazgatósága

(www.mvh.gov.hu; tel: 219 4514).

Dr. Szakály Zoltán (egyetemi tanár, Kaposvári Egyetem) az FVM Agrármarketing Centrum megbízásából végzett, a hagyományos magyar élelmiszerekhez kapcsolódó fogyasztói magatartás vizsgálatára vonatkozó kutatási eredményeiket ismertette. Kutatásuk célja az volt, hogy részletesen megismerjük a hazai lakosság fogyasztói és vásárlási szokásait, a hagyományos termékekhez kapcsolódó preferenciákat és attitűdöket. A kutatás eredményei alapján egy olyan marketingstratégia kidolgozására is sor került, amely jól használható információkat biztosít az országos és az ágazati közösségi marketingtevékenységhez:

- A hagyományos magyar élelmiszerek piaci pozíciója kedvezőnek mondható, a fogyasztókban alapvetően pozitív asszociációkat ébresztett a termék kategória. A hagyományos magyar élelmiszerek jövőbeni helyzetét a globális – hazánkban is jelentkező – táplálkozási trendekhez való illeszkedés képessége határozza meg. A fogyasztók fejében egy korszerű, megbízható forrásból származó, kiváló minőségű, de megfizethető, egészséges, ugyanakkor tradicionálisan magyar élelmiszerként kell, hogy éljen ez a termékkör.
- A hagyományos magyar élelmiszerek esetében a termékek tényleges paraméterein változtatni nem szükséges, sőt a fogyasztói visszajelzések szerint minden változtatás az eredeti receptúrán, feldolgozási eljárásán a termékkör megítélésének romlásához vezetne. A gyártók feladata, hogy a termékjellemzők valóban alátámasszák a kommunikáció során kiemelni kívánt

tulajdonságokat, megelőzve ezzel az esetleges felülpozicionálást.

- A termékpolitika valóban átalakításra szoruló területei a csomagolás, a márka, illetve a védjegy. Egyértelmű igény mutatkozik a fogyasztók részéről a vizsgált élelmiszerek csomagolásának megkülönböztetésére a tömegtermékektől, amit az élelmiszerbotrányok kapcsán egyre inkább érezhető – és a felmérésben is tapasztalt – bizalmatlanság indokol. Kiemelt szempontként jelent meg a hagyományos élelmiszerek egységes jelölésének igénye, mivel a fogyasztók fontosnak vélik, hogy jól felismerhetőek legyenek ezek a termékek. Célszerű, ha ez a csomagolás egy meghatározott részének egységes megjelenésű részét képezi, amelyen keresztül egyértelművé tehető a termék tradicionális, hazai volta. A termék esetében elvárás a magyaros hangzású, magyarságra utaló márkanévek alkalmazása, ami szintén segítheti a fogyasztót a tájékozódásban és választásban.
- Az árdifferenciálási stratégia alapja a következő három terület: a minőség, a termékcsoport illetve a márkanév. Fontos azonban megjegyeznünk, hogy a legtöbb termék esetében a 10% felár a maximálisan elfogadható a tömegtermékek piacán kialakult árszínvonalhoz képest. A 10%-os felár üzenet jelleggel is bír, hiszen az eredmények szerint ezen a határon már a magasabb árhoz tartozó kiválóbb minőség képét csatolják a vásárlók, ugyanakkor még a „megfizethető ár” pozícióját képviseli a termék.
- A vásárlási szokásokat vizsgálva észrevehető, hogy a vizsgált célcsoportok esetében jelentős az átfedés a mindennapi bevásárlások, illetve a hagyományosan hazai élelmiszerek beszerzése terén. A fókuszcsoportok eredményei alapján egyértelműen javasolható tehát a hiper-, illetve szupermarketekben a „Magyar sarkok” felállítása. A másik szembeutó tendencia a közvetlen értékesítés előtérbe kerülése. A közvetlen értékesítésben rejlő másik lehetőség a piaci rések (nichek) kiszolgálása.
- A kommunikációs stratégiában a legnagyobb hatékonyság az országos televíziókon, rádiócsatornákon keresztül sugárzott reklámblokkokkal lehetséges. Ugyanakkor igen magas költségük és szórásuk miatt ezek a csatornák a kommunikációban a figyelemfelkeltést kell hogy szolgálják. A kommunikáció célja a társadalom tradicionális élelmiszerekről alkotott vélekedésének intenzív formálása, állandó érvelés a hazai termékek mellett. Az ilyen jellegű kommunikációs tevékenység csak akkor lehet eredményes,

ha azt hosszú időn keresztül tervezetten hajtják végre, ennek érdekében folyamatos jelenlét indokolt, a különböző időszakokban eltérő intenzitással.

- A kialakítandó imázsnak igen fontos területe a tradicionális jelleg garantálása, amelyet az erre a célra kialakított védjegy megjelenítésével lehet elérni. A jelölés megismertetése során ajánlatos a kampány elején bevonni azon „zászlóshajókat” (Pick, Zwack, Gyulai, Csabai, Tokaji aszú stb.), amelyek segíthetik a védjegy imázsának kiépülését. A kampány arcaiként a fogyasztók részéről Stahl Judit, illetve Sebestyén Márta neve merült fel.
- A kialakítandó marketingstratégiában érdemes megfontolni a hagyományos jelleget garantáló védjegy mellett egy szigorú minőségi tanúsítási rendszer bevezetését is.

Dr. Szabó Erzsébet (osztályvezető, KÉKI) korábbi tudományos kutatási eredményeire alapozva a hazai eredet- és minőségjelzők alkalmazását vizsgálta a marketingkommunikációban való eredményesebb hasznosítás érdekében. A magyar fogyasztók körében ugyanazok a differenciálási-szegmentálódási folyamatok mennek végbe, mint a nyugat-európai, gazdaságilag fejlett országokban. Az átalakulás még korántsem teljes, de a hazai fogyasztó szintén több-szemponotú döntéshozó, s ebben a minőség különböző dimenziói fokozódó szerepet játszanak. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerekhez három fogalmat kapcsolnak szorosan a fogyasztók: a hagyományos készítmény (minőség dimenzió), a történetiség – „már a nagyszüleim is ismerték” (idő dimenzió), és a földrajzi hely, amelyhez a termék gyártása kapcsolódik (hely dimenzió). A felsőfokú végzettségű, 45 év feletti korosztály alkotja döntően azt a véleményvezető, közép-osztálybeli szegmenst, amely az eredet- és minőségjelzővel ellátott termékek elsődleges célcsoportjaként határozható meg. A fiatal (18-34 év közötti) korosztály a hazai termékeket kritikusabban ítélte meg, és a hagyományos termékekhez kötődése is kisebb. Ez a marketing-kommunikációban kiemelt figyelmet érdemel.

Tamási Margit (Fejér megyei MGSzH) a hatósági élelmiszer-ellenőrző szakember szemével vizsgálta az egyes iparjogvédelmi oltalmi formákat, részletes ismertetést nyújtva az egyes oltalmi fajtákról, azok megszerzésének eljárásáról, az oltalom időtartamáról, a fenntartásaik költségéről, illetve a bitorlás jogkövetkezményéről.

Dr. Panyor Ágota docens áttekintést adott a különleges élelmiszerek piacnövelési lehetőségeit vizsgáló, a Szegedi Tudományegyetemen végzett kutatásainak tudományos eredményeiről. A különleges élelmiszerek hazai fogyasztásnövelésének lehetőségei összefoglalva a következők:

- 1) A különleges élelmiszerek ismertségének fokozása a piaci résekre irányuló marketing-kommunikációs eszközök alkalmazásával.
- 2) A különleges termékek megkülönböztető minőségi jelzéseinek ösztönzése (nemzeti ökövédjegy, földrajzi árujelző).
- 3) Az értékesítési csatornák bővítése.
- 4) Szabadabb árstratégia kialakítása.
- 5) Az áruválaszték bővítése – termékinnováció szükségessége.
- 6) A kis- és középvállalkozások támogatása a niche termékek piaci lehetőségeinek fejlesztésére.
- 7) Termelői csoportosulások, marketingszövetkezetek alakulásának ösztönzése.
- 8) Közösségi marketingtevékenység fokozása.
- 9) Kiemelten lényeges az egyes régiók ismertségének és vonzerejének további növelése.
- 10) Komplex turisztikai termékek kialakítása.

Dr. Erdős Zoltán a hagyományos élelmiszerek szerepét a globalizáció és az élelmiszerbiztonság kapcsolatrendszerében vizsgálta. Akár az élelmiszer-biztonság fenntarthatósága miatt, akár regionális gazdálkodási szempontból, a hagyományos termékeket, azaz a visszatérés lehetőségét fenn kell tartanunk. Az előadás szemléletes példával érzékeltette, mit tehetnek, mit tesznek ezért a lokális közösségek, a hagyományos értékek védői, így például a “komótos étkezés”, a Slow Food mozgalom elkötelezett hívei. A mozgalom Ízek Bárkáján jelenleg a mangalica kolbász található és a penyigei szilvalekvár felvétele folyamatban van.

Baltás Lászlóné a Magyar Pékek Fejedelmi Rendje példaértékű tevékenységét mutatta be nagy szakértelemmel és óriási hittel, lelkesedéssel. A HÍR gyűjtemény sütőipari termékek szakmai részének kidolgozása során együtt dolgozó szakemberek 2001-ben hozták létre a Magyar Pékek Fejedelmi Rendjét, felismerve, hogy a hagyományos termékeknek piaci értéke van. Célul tűzték ki, hogy szakmai körökben az elfelejtett termékeket (recepteket, gyártási eljárásokat) ismertté teszik tagjaik, majd a pékek és a szakiskolások körében. Ezt követően különféle promóciókkal megteremtik a keresletet.

Megvalósítási fázis.

Szakmai oldalról:

- Pékmester szakújságban „Magyar tájak hagyományos sütőipari termékei” rovat indításának kezdeményezése.
- Tankönyv-kiegészítő jegyzetben a szakiskolások számára tanítható/tanulható módon ismertették a HÍR sütőipari termékeit.
- Komáromban nyári diáktáborokat szerveznek, ahol hagyományos módon kell piacképes termékeket gyártani.
- Hagyományörző diákversenyt indítottak.

Fogyasztói oldalról:

- Nagy rendezvényeken sütési bemutatókat tartanak.
- A Kenyér múzeumban 2x12m² területen bemutatják Magyarország régióinak hagyományos termékeit.
- Honlapjukon termékismertetőket tesznek közzé.

Eredményeik:

- Budapesten és vidéken tagjaik szakboltjai kialakításukkal és termékválasztékukkal kielégítik a hagyományos termékeket kereső fogyasztók igényeit.
- Táboros diákjaik tanulmányi eredménye nőtt, minden versenyen jeles helyezéseket érnek el, szakmai kötődésük kialakult. A hagyományos termékek elhivatott ismerői.
- A Kenyér múzeum éves látogatottsága eléri a 60 000 főt. A vendégkönyvben a HÍR kiállítás rész pozitív fogadtatása bizonyítható.
- Honlapjuk hírlevelében a fogyasztók tanácsokat kérnek.
- Rendezvényeik látogatottsága nő, visszatérő vendégeink vannak.
- Több külföldi rendezvényre, vásárra kapnak folyamatosan meghívást.

Tervek:

- Hagyományos termékeink EU-s bejegyeztetése.
- Szakboltok speciális logójának kialakítása, az ellenőrzési rendszer kialakítása.
- Termékgyűjtés folytatása a hazai és határon túli magyarság körében.
- Kiadványok, esetleg könyv megjelentetése.
- A Monostori Erődben oktatócentrum létrehozása a szakemberek továbbképzése és a vásárlók tájékoztatása érdekében.

Mindezt saját erőből valósították meg, mivel a Kenyér múzeum jogi helyzete évek óta megoldatlan, ezért pályázati lehetősége nincs.

Összegezve a konferencián elhangzottakat megállapíthatjuk, hogy a globalizációs kihívásokra adott megfelelő regionális válasz lehet a hagyományos és tájjellegű termékeknél a minőség és eredetjelzők használata, megfelelő marketing-kommunikációval párosulva. A konferencián a résztvevők (előadók és hozzászólók) részéről a következő **javaslatok** fogalmazódtak meg:

- 1) A hazai termelői/előállítói csoportosulások ösztönzése, támogatása;
- 2) Határon átnyúló együttműködés, tanácsadás közös bejelentés elkészítésére a közép-európai összefogás prezentálásával (pl. a kürtös kalács, mint HKT);
- 3) A Magyar Pékek Fejedelmi Rendje tevékenységének támogatása, a Kenyermúzeum pályázási lehetőségének megteremtése a jogi helyzet rendezésével;
- 4) A TRUEFOOD projekt eredményeinek folyamatos nyomon követése, külön rendezvény tartása a témában (2008. ősz Komárom);
- 5) A hungarikumok védelméről szóló országgyűlési határozat elfogadása esetén a HÍR

- gyűjtemény bővítése, a HÍR program folytatása határon átnyúló együttműködés, szaktanácsadás keretében;
- 6) A sportélelmiszerek minősége és összetétele témakörben külön EOQ szakmai tanácskozás tervezése a Wessling szervezésében;
- 7) Közös tájékoztató a promóciós támogatási lehetőségekről az EU-ban az IFE-Foodapest keretében november végén;
- 8) Érvényesíteni a kaposvári egyetem kutatási eredményei alapján tett stratégiai javaslatokat a HÍR program továbbfejlesztése és hatékonyságának növelése érdekében kidolgozandó középtávú marketing-kommunikációs stratégiájában;
- 9) Az IAMA 2009. évi budapesti konferenciáján a „Regionális termékek a globális arénában” szekció szakmai előkészítése;
- 10) TAIEX szeminárium szervezése az IAMA konferencia kísérő rendezvényeként az EU minőségpolitikájának előnyeiről a harmadik országok résztvevői számára.

Pallóné dr. Kisérdi Imola

Hatékonyabb értekezleteket!

Az értekezletek rengeteg időt és pénzt emésztnek fel a szervezetnél, bár jól szabályozhatók lehetnének. Az értekezletekkel és konferenciákkal kapcsolatos szervezeti kultúra elemzése értékes információt szolgáltat arról, hogyan lehet minél több értéket kihozni az ilyen összejövetelekből, ami természetesen költségmegtakarítással is együtt jár. Egy háromlépcsős folyamat hozzásegíti a szervezeteket az értekezletek minél hatékonyabb menedzseléséhez. Ez a folyamat a jelenlegi értekezési gyakorlat részletes felmérésével veszi kezdetét, ami lehetővé teszi a problémák és a kevésbé hatékony területek megismerését, illetve a fejlesztési változatok kidolgozását. Itt jól felhasználhatók az előre elkészített kérdőívvel végrehajtott egyéni és fókuszcsoportos interjúk, ami biztosítja a statisztikai összehasonlíthatóságot is. A második lépés maga a beavatkozás vagy intervenció, amelynek során a feltárás fázisában kidolgozott javítási kezdeményezések gyakorlatba való átültetésére kerül sor. Egyaránt fejleszteni kell az egyes vezetők, osztályok vagy részlegek és az egész szervezet szakmai jártasságát és értekezési gyakorlatát. Tág tere nyílik a továbbképzésnek, ahol az illeté-



kes személyek esettanulmányokon keresztül megismerkedhetnek az értekezletek hatékony megszervezésének és lebonyolításának elméleti-gyakorlati oldalával (pl. a részvételi kedv növelése, innovatív elképzelések felvetése brainstorming segítségével, a szerepek és a feladatok testre szabott kiosztása, az előre elkészített napirend ismertetése a résztvevőkkel stb.). A harmadik, egyben utolsó lépést a visszajelzések figyelembevétele és a tanfolyamok ennek megfelelő új elemekkel való kibővítése képezi. Mivel a vázolt háromlépcsős folyamat meglehetősen idő- és munkaigényes, célszerű lehet erre a feladatra egy külön teamet vagy bizottságot létrehozni.

(Joseph A. Allen, Steven G. Rogelberg and John C. Scott: Mind Your Meetings. Quality Progress, April 2008, pp. 48–53.)

Hirdessen
a Minőség és Megbízhatóságban
Több ezren olvassák !

Kérjen árjegyzéket a szerkesztőségtől – elérhetőségei a 130. oldalon!



Az EOQ MNB elnökének kitüntetése a MTESZ gyémántjubiléumán

A MTESZ gyémántjubiléuma alkalmából *Dr. Molnár Pál*, az EOQ MNB elnöke szakmai-tudományos és társadalmi munkássága elismeréseként a MTESZ Díj 2008 kitüntetést kapta. A díj odaítélésének indoklása többek között kiemeli a kitüntetett eredményeit az élelmiszertudományi kutatásban, mindenekelőtt az élelmiszerek érzékszervi vizsgálata területén. E témában védte meg 1996-ban akadémiai doktori értekezését is, elnyerve a „Mezőgazdasági tudomány doktora” címet. 1984-ben, majd 1989–90-ben Humboldt ösztöndíjasként folytatta tudományos kutató tevékenységét Stuttgartban, a Hohenheimi Egyetemen és a Karlsruhe-i Táplálkozástudományi Kutató Központban. 2000-ben a Szent István Egyetemen habilitált, 2005 óta a Szegei Tudományegyetem egyetemi magántanára. Több egyetemen összesen 10 tantárgyi képzési program kidolgozásában és bevezetésében vett részt.

Dr. Molnár Pál 1985-től kezdődően az MTA köztestületi tagja, majd az MTA Élelmiszer-tudományi Komplex Bizottságának állandó meghívottja, illetve tagja. Összes tudományos publikációjának száma meghaladja a 350-et.

Már fiatal szakemberként közreműködött az Európai Minőségügyi Szervezet Magyar Nemzeti Bizottság (EOQ MNB) 1972 évi létrehozásában. 1978-tól a szervezet teljes jogú tagja, 1991–1993 között ügyvezető titkára, 1993–1999 között ügyvezető elnöke, majd 1996-tól elnöke. 2000 és 2002 között az EOQ alelnöke volt. A szükséges brüsszeli tanfolyamok elvégzése után EOQ TQM felülvizsgálói képzést szerzett.

A Nemzetközi Minőségügyi Akadémia (IAQ) 2001-ben tagjává választotta. 2005-ben 3 évre az IAQ alelnökévé választották, amely tisztségében 2008-ban újabb 3 évre megerősítették.

Felhasználva az EOQ nemzetközi kapcsolatait *Dr. Molnár Pál* rendkívül sokat tesz a minőségkultúra fejlesztése és terjesztése terén, előadásokkal

és publikációkkal igen hatékonyan képviselve Magyarország érdekeit a különböző nemzetközi minőségügyi fórumokon és rendezvényeken.

Az EOQ MNB és korábban a MÉTE képviselőjében hosszú éveken át jelentős munkát végzett a MTESZ Központi Szabványügyi és Minőségügyi Bizottságában, valamint a MTESZ Szövetségi Tanács tagjaként.

Dr. Molnár Pál irányító tevékenységének eredményeképpen az EOQ MNB hosszú évek óta stabilan és kiemelkedően magas szakmai színvonalon működő közhasznú szervezetként segíti elő a minőségorientált irányítási tevékenység elterjedését Magyarországon. A 2000-ben megtartott Európai Minőségügyi Kongresszus rendkívül eredményes megszervezése után az EOQ MNB 35 éves fennállása alkalmából szervezett 2007 évi jubileumi rendezvénysorozat sikere tette különösen indokoltá *Dr. Molnár Pálnak*, az EOQ MNB elnökének kitüntetését MTESZ Díjjal. VS



Minőségmenedzsment az élelmiszeriparban, 2007

A PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt. vezetése még 2000-ben felajánlotta egy élelmiszer minőségmenedzsment tárgyú, egész napos szakmai konferencia megszervezésében való aktív közreműködését. Az akkor nagy sikerrel zárult rendezvény azóta immár hagyománnyá vált: a PICK Szeged és az EOQ Magyar Nemzeti Bizottság Élelmiszeripari Szakbizottsága szervezésében évről-évre az őszi hónapokban megrendezésre kerül egy konferencia, amely az élelmiszer-szabályozás időszerről kérdéseivel foglalkozik, különös tekintettel az élelmiszerek biztonságára és minőségére. A „Minőségmenedzsment az élelmiszeriparban, 2007” című, sorrendben a nyolcadik szegedi rendezvény november 15-én elsősorban a magyar élelmiszer-gazdaság jelenlegi helyzetéről és jövőbeli kilátásairól adott áttekintést. Ismertetésre kerültek továbbá az ISO 22000 szabvány bevezetésével és auditálásával kapcsolatos eddigi tapasztalatok, valamint a Dél-Alföldön az élelmiszer-biztonság és –minőség területén elért regionális eredmények. A rendezvény házigazdája, a PICK Szeged mellett az EOQ MNB Élelmiszeripari Szakbizottsága ezúttal is társrendezőként működött közre. A levezető elnök tisztségét *Dr. Erdős Zoltán*, az EOQ MNB Élelmiszeripari Szakbizottság titkára töltötte be. Minden résztvevő írásos anyagot (jegyzetet) kapott, amely az elhangzott előadások diáit tartalmazta. Az érintett témákkal kapcsolatban nagy érdeklődés mutatkozott.

Kovács László, a PICK SZEGED Szalámigyár és Húsüzem Zrt. elnök-vezérigazgatója köszöntőjében hangoztatta, hogy továbbra is igen nagy hangsúlyt helyeznek az élelmiszer-biztonságra: az ISO 9000 szerinti minőségirányítási rendszer, valamint a HACCP már auditálva van, legutóbb pedig a pécsi és az alsómocsoládi gyár is megfelelt a tengerentúli követelményeknek. Az utóbbi egy-két évben jelentős fejlesztéseket hajtottak végre, mindig a minőség szem előtt tartásával. Idén egy új gyermektápszer termékcsaládot is kifejlesztettek, de a „Pille” baromfi szárazáru-készítmények is most jelennek meg a boltokban. Jelenleg dolgoz-

nak a makói hagyományokon és ízvilágon alapuló új kolbászcsalád kifejlesztésén. A magyar húsipar általános válsága azonban sok nehézséget okoz: a sertésállomány csökkenése miatt romlik az alapanyag minősége, pedig az export egyre nagyobb követelményeket támaszt. Az ágazat imázsát nagyban rontja a feketegazdaság térhódítása is. Az importnál versenyhátrányt jelent, hogy nálunk szigorúbb követelmények vannak érvényben, mint a legtöbb más országban. Összességében véve viszont a magyar szabályozás nagyon kusza: a fogyasztói szokások és a kereslet az egyre olcsóbb termékek felé tolódik el, így a cégek általában a minőség alsó határán értékesítenek. Eltolódott tehát az ár-minőség értékarány. A minőség azonban nem lehet öncél: olyan minőséget kell biztosítani, amilyent a fogyasztó kíván és meg is tud fizetni.

A jelenlegi helyzet és a jövő víziója

Pallóné Dr. Kisérdi Imola szakmai tanácsadó, főtanácsos (Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium) kísérletet tett a magyar agrárgazdaság jövőképeének felvázolására az IAMA (Nemzetközi Agrárgazdasági Szövetség) 2009. évi Budapesti Élelmiszer és Agrárgazdasági Világforumának tükrében. Hangsúlyozta, hogy az EOQ Magyar Nemzeti Bizottságnak és név szerint *Dr. Molnár Pál* elnöknek óriási érdemei vannak abban, hogy éppen Budapestet választották a rangos nemzetközi rendezvény színhelyéül (a szervezéshez az FVM is támogatást nyújt). Az IAMA, mint 50-nél több országot tömörítő ernyőszerzet összefogja a gazdasági vezetőket, a tudomány élenjáró képviselőit, a kormányzati döntéshozókat és a fogyasztói szervezeteket a globális élelmiszerláncok fejlesztése érdekében. A magyar agribiznisz (az agrár- és élelmiszer-gazdaságon kívül beleértve a hozzá kapcsolódó ellátó és szolgáltató ágazatokat is) jelenlegi helyzetének értékelése azt mutatja, hogy Magyarország nem követi a világpiacon trendeket: 1990-2005. között a

világ agrártermelésében és exportjában betöltött szerepét tekintve mennyiségi csökkenés és minőségi romlás tapasztalható. Hazánkban a legerősebb koncentrációt (89%) a kiskereskedelem mutatja, míg az élelmiszeripar szakágazatonként eltérő mértékben koncentrált (23%); a mezőgazdaságra viszont a széttagoltság jellemző (7%). A külföldi tőke részaránya a feldolgozóiparban csökken. A magyar agribiznisz pontozásos értékelése és az AKI modellszámításai szerint a növénytermesztés és az állattenyésztés arányában 2013-ig összességében jelentős változás nem várható. Mezőgazdaságunk legyen versenyképes, hatékony és fenntartható – ehhez nyújt nagy segítséget az IAMA munkájában való tevékeny részvétel.

Az élelmiszeripar jelenlegi helyzetét és a kibontakozás irányait elemezte előadásában *Palotásné Gyöngyösi Ágnes* vezető főtanácsos (Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium). Bevezetőjében megállapította, hogy 3 évvel az EU csatlakozás után az élelmiszeripar – stratégiai fontosságának köszönhetően – a magyar nemzetgazdaság továbbra is hagyományosan jelentős ágazata. A rendszerváltást követően az élelmiszeripar 2002-ben érte el termelésének és jövedelemtermelő képességének a csúcspontját: bevételarányosan 3,7%-os, tőkearányosan pedig 12,8%-os jövedelmezőséget. Az ágazat adózott eredménye akkor a mérlegbeszámolót készítő vállalkozásoknál 85 milliárd forint volt. A következő években azonban látványos visszaesés következett be, így 2006-ban az adózott eredmény már csak 36 milliárd forintot tett ki. Alapvetően a következő két tény állapítható meg:

- A magyar élelmiszeripar visszaesését nem az EU-ba való belépésünk okozta, hanem az csupán felerősítette a meglévő problémákat.
- Az EU-tagság a szakágazatok egy részénél nem párosult visszaesséssel, sőt volt olyan szakágazat is, ahol előrelépés történt.

A versenyképességi problémák okai elsősorban a felkészültség és az innovációs hajlandóság alacsony fokára, a partnerségi kapcsolatok hiányára, az élelmiszeripari termelés finanszírozási problémáira, a kiskereskedelmi láncok piaci erőfölényére, a fogyasztók árérzékenységére és más okokra vezethetők vissza. A kibontakozás lehetséges irányai közül kiemelést érdemelnek többek között hazánk kedvező természeti adottságai, a közös marketing-tevékenység, a humán erőforrások fejlesztése, a meglévő kapacitások jobb kihasználása, a márkafejlesztés, a garantált nyomonkövethetőség megteremtése és a gyártási, logisztikai költségek csökkentése.

Újdonságok az élelmiszerszabályozásban, különös tekintettel a jelölésre

Szöllősi Réka vezető tanácsos és *Ósz Katalin* vezető főtanácsos közös előadásban ismertették az FVM Élelmiszeripari Osztályának feladatait, különös tekintettel az élelmiszerszabályozás aktualitásaira. Ezek közül kiemelkedik a versenyképesség javítása az élelmiszer-feldolgozó ágazatban, a minőségpolitika, az élelmiszeripari környezetgazdálkodás, továbbá az együttműködés a vállalkozásokkal, a civil érdekérvényesítő és a szakmai szervezetekkel. Az élelmiszerszabályozás területén kiemelkedő jelentőséggel bír a 19/2004 (II. 26.) jelölési rendelet újabb módosítása, az eredetvédelemre és a hagyományos különleges termékekre vonatkozó előírások, valamint a Magyar Élelmiszerkönyv egyes fejezeteiben bekövetkezett és várható módosítások. Változott az előre csomagolt termékek névleges mennyiségére vonatkozó szabályokat tartalmazó 2007/45/EK számú irányelv; ennek kapcsán 2008 első félévében számítani lehet a 25/2000. (VII. 26.) GM-FVM számú együttes rendelet (tárgya: az előre csomagolt iparcikkek és élelmiszerek megengedett tömeg- és térfogatértékei, illetve azok ellenőrzési módszerei) módosítására is. Az Európai Unióban teljes erővel folyik a jelölési jogszabályok felülvizsgálata: a Bizottság fogyasztóvédelmi ügyekért felelős Főigazgatósága (DG SANCO) már elkészítette a jogszabály tervezetét, amely jelenleg főigazgatóság-közi egyeztetésen van (pontos szövege nem ismeretes). A legtöbb vitát várhatóan a kötelező tápértékjelölés váltja majd ki. Egyes krónikus élelmiszerjelölési problémák megoldására javasolják az ún. „Governance System” bevezetését, ami az innovatív megoldások alkalmazása mellett tág teret ad a nemzeti sajátosságok figyelembevételének is. Létrejön majd egy olyan EU adatbázis, ahol az összes tagországi nemzeti élelmiszerjelölési útmutató elérhető lesz: az ezekben foglaltak betartása önkéntes alapon történik, az állam ösztönzési rendszerrel segítheti a részvételt. A piaci változások rugalmas követésének lehetősége mellett biztosítani kell azt is, hogy az egyes tagállamok nemzeti útmutatói között nem lehet az egységes belső piac működését, illetve az áruk szabad áramlását gátló különbség.

A fogyasztó tájékoztatását szolgáló élelmiszerjelölésekről beszélt előadásában *Dr. Horacsek Márta* osztályvezető (OÉTI). Az élelmiszerek jelölésén belül három elemet különböztethetünk meg: 1.) általános szabályok (19/2004. (II. 26.) FVM-

ESZCSM-GKM rendelet; 2.) a termékspecifikus szabályok (Magyar Élelmiszerkönyv és rendeletek); 3.) témaspecifikus szabályok (1924/2006/EK Európai Parlamenti és Tanácsi Rendelet az élelmiszerekkel kapcsolatos tápanyag összetételre és egészségre vonatkozó állításokról – az alkalmazás időpontja: 2007. július 1.). Ez utóbbi rendelet az élelmiszerek jelölésének speciális területét képezi: alkalmazni kell minden, a kereskedelmi kommunikációban szereplő tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó tájékoztatásra egyaránt. Egyetlen állítás sem lehet valótlan, félrevezető vagy félreérthető; nem kelthet kétséget más élelmiszerek fogyaszthatósága iránt, de nem serkenthet az adott élelmiszer túlzott fogyasztására sem; nem kelthet félelmet a fogyasztóban és nem rengetheti meg a kiegyensúlyozott, változatos étrend iránti bizalmat sem. Semmilyen tápanyag-összetételre és egészségre vonatkozó állítás nem tehető akkor, ha a termék tápanyagprofilja (az élelmiszerben levő tápanyagok mennyisége és egymáshoz viszonyított aránya) nem felel meg a követelményeknek. Minden állításnak tudományosan igazoltnak és közérthetőnek kell lennie, ezért az előállító és a forgalmazó közösen viseli a felelősséget.

Szabványok

Az ISO 22000-es szabványsorozat bevezetésének eddigi tapasztalataival foglalkozott előadásában *Dr. Erdős Zoltán* ügyvezető (Qualiment Kft.), különös tekintettel az öt hazai élelmiszeripari üzemben végzett auditálások eredményeire. A Codex Alimentarius Bizottság kezdetben ellenezte az új ISO-szabvány kidolgozását, de később szoros és alkotó együttműködés alakult ki a két szervezet között, amely biztosította azt, hogy az ISO 22000-ben megfogalmazott követelmények összhangban legyenek a Codex elvárásaival. A már tanúsított cégek jogosan várják el az indokolatlan kereskedelmi korlátok megszüntetését, nemzetközi piacaik bővülését és versenyelőny elérését a még nem tanúsított vállalatokkal szemben. A hazánkban 2006 és 2007 folyamán végzett auditok igazolták a szabvánnyal kapcsolatos egyes aggodalmakat (pl. a PRP, mPRP és CCP szabályozások jól követhető tagolása), de a remélt előnyöket is: a helyes higiéniai gyakorlat és a kritikus pontok ésszerű kapcsolata, a kiegyensúlyozott élelmiszerbiztonsági szemlélet kialakulása jól érzékelhető. Figyelemre méltó tapasztalat többek között az iparági alkalmazások kellő differenciáltsága, az ISO 9001 szerinti irányítási rendszerekkel kialakítható jó kapcsolat, továbbá az élelmiszerbizton-

sági szabályozás átláthatóbb, pontosabb és helyhez igazodóbb kialakítása.

Mi a helyzet a Dél-Alföldön?

A csabai és a gyulai kolbász múltjáról, jelenéről és jövőjéről adott rövid áttekintést előadásában *Dékány Ferenc* (Csabahús Kft.). Mindkét termék igazi Hungarikum: a szegedi és a kalocsai paprika adja az ízét, zamatát. Az utóbbi néhány évben előtérbe került a földrajzi eredetvédelem kérdése, ami iránt 2004-ben kérelmet nyújtottak be Brüsszelben. Itthon, Magyarországon ezek a termékek már többféle díjjal és más elismeréssel büszkélkedhetnek, jelenleg már a japán piac is érdeklődik irántuk.

Mesterházi Imre kutatásfejlesztési és minőségbiztosítási igazgató a minőség és az élelmiszerbiztonság kérdéseit elemezte a SOLE-MIZO Zrt.-nél, amely két nagy múltú vállalat, a SOLE Hungária Rt. és az Új-MiZo Rt. 2006. január 3-án bejegyzett egyesülésével jött létre és jelenleg már Magyarország piacvezető tejipari vállalata. Alkalmazottainak száma megközelíti az 1400 főt. A szegedi székhelyű cég friss- és tartóstej-alapú élelmiszerek előállításával foglalkozik nem csupán belföldön, hanem Kelet- és Közép-Európában, valamint a Közel-Keleten is. Termékeit SOLE, MiZo és Farmer márkaneveken forgalmazza, ezen kívül sajátmárkás termékbeszállítója számos kereskedelmi láncnak. Jelmondatuk: „A minőség létünk alapja”. A kiváló nyersanyagbázis mellett szigorú minőségi és higiéniai ellenőrzésekkel biztosítják a vevők által megkívánt állandó kiváló minőséget, amely megfelel a korszerű táplálkozás követelményeinek. Minden partnerükkel a kölcsönös elégedettségen nyugvó, hosszú távú, korrekt üzleti és szakmai kapcsolatok kialakítására törekednek.

A EUREPGAP-nek a Mórakert TÉSZ-ben megvalósított bevezetésének tapasztalatait ismertette *Halápi Bernadett*. A termelőktől átvett árut a TÉSZ válogatja, osztályozza, csomagolja és tárolja, majd értékesítésre kínálja fel a szupermarket hálózat, a nagykereskedelem és a feldolgozóipar felé. A EUREPGAP rendszer alapja a Jó Mezőgazdasági Gyakorlat (GAP); a TÉSZ központi oktatást végez tagjai számára, amit helyszíni felkészítés követ a termelő gazdaságában. Tevékenységüket az egyszerűség és a komplexitás helyes aránya és rugalmasság jellemzi. A legfőbb előnyök között a nyomkövethetőség, a piaci biztonság, a minőség folyamatos ellenőrzése és a kereskedelmi hálózatoknak való megfelelés említendő.

Várkonyi Gábor

Jól sikerült a távhős randevú

Április 16-án a nyíregyházi Krúdy Vigadó adott otthont a távhőszolgáltató szakma jeles képviselőinek. A Nyíregyházi Távhőszolgáltató Kft., a Magyar Távhőszolgáltatók Szakmai Szövetsége és az Energiagazdálkodási Tudományos Egyesület Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei Szervezete nívós programot állított össze az iparág aktuális feladatait áttekintő konferenciára.

Az esemény rangját emelte, hogy a résztvevők köszöntésére *Csaba Lászlóné* Nyíregyháza Megyei Jogú Város önkormányzatának első embere vállalkozott. A polgármester elmondta, hogy a távhőszolgáltatás országosan is az érdeklődés közepontjában áll. Bízta az érdeklődőket, hogy ha a szakmai program mellett lehetőségük van, ismerkedjenek meg a város nevezetességeivel is.

A hagyományoknak megfelelően ezúttal is *Dr. habil. Garbai László* a BME tanszékvezető egyetemi tanára, a Magyar Távhőszolgáltatók Szakmai Szövetségének főtítkára vállalkozott a levezető elnöki teendőik ellátására.

Elsőként *Sigmond György*, a Magyar Távhőszolgáltatók Szakmai Szövetségének főtanácsosa „Távhő, kapcsolt energia, energiapolitika” címmel tartott előadást, majd *Orbán Tibor*, a FŐTÁV Zrt. energiagazdálkodási igazgatója az Új Magyarország Fejlesztési Terv pályázati lehetőségeit tekintette át egy távhős szemével.

Dr. Kontra Jenő, PhD, tanszékvezető egyetemi docens, a BME Épületenergetikai és Épületgépészeti Tanszékéről a geotermális energia hazai távhőszolgáltatásban betöltött szerepéről beszélt, felvillantva annak pillanatnyi állapotát.

A távfűtéses épületek hőigényének várható változásairól Debrecenben *Halász Györgyné* Dr. PhD,

tanszékvezető, főiskolai tanár, a Debreceni Egyetem Műszaki Főiskolai Kar Épületgépészeti Tanszékéről tartott érdekes előadást.

Nem kis irigységgel figyeltük, amikor *Szabó István Géza* távfűtési igazgatótól megtudtuk, hogy Nagyváradon az S.C. Electrocentralében miként állnak a termásvíz hasznosításával.

Gasz Zoltán a Pécsi Távfűtő Kft. ügyvezető igazgatója tényekkel és adatokkal teletűzdelt prezentációban mutatta be a baranyai megyeszékhely távhőszolgáltatási állapotát.

Szódi Sándor az Iparfejlesztési Közalapítvány Minőségfejlesztési Központjának az ügyvezető igazgatója az önértékelési módszert népszerűsítette, s azt kívánta: a Nyírtávhő Kft. mellett mások is szerezzenek Nemzeti Minőségi Díjat.

A nemrégiben indult „Display^R” energiatakarékosági program nyíregyházi tapasztalatait *Nagy Péter* főenergetikus, Nyíregyháza Polgármesteri Hivatalának főtanácsosa összegezte.

A kisvárdai Várda-Távhő Kft. ügyvezető igazgatója *Fábián Géza* a változó gazdasági körülményekhez való alkalmazkodást helyezte mondanója középpontjába.

Nagy érdeklődés kísérte *Tóth Illés* előadását. A Nyírtávhő Kft. műszaki igazgatója a cég sikeres „Nyitás” programjának zárását mutatta be.

A debreceni távhőszolgáltatás aktuális kihívásairól, tennivalóiról, a lehetséges megoldásokról *Csonka Tibor* a Debreceni Hőszolgáltató vezérigazgatója tartott színvonalas helyzetértékelést.

A konferencia sikeres volt, ami már most sejtetni engedi: folytatása következik!

Szódi Sándor

4th-7th November 2008 *

President Wilson Hotel, Geneva

www.procurecon.com



ProcureCon is the leading pan-European procurement event and provides you with a unique opportunity to hear from procurement leaders how they have approached and resolved key challenges, benchmark with your peers and others from cutting edge sectors, get practical, hands on details on specific operational issues, and benefit from numerous networking opportunities. Network with over 250 CPO's!

Közhasznúsági jelentés az ISO 9000 Fórum 2007. évi tevékenységéről

A Fővárosi Bíróság 11.Pk.61086/95/20. végzésével, a 2003. szeptember 11.-i 13.Taggyűlés által elfogadott dokumentumai alapján az ISO 9000 FÓRUMOT – összhangban az 1997. évi CLVI. Törvénnyel – **közhasznú társadalmi szervezet**-té sorolta be. A törvény 19.§-ban foglaltak szerint **közhasznúsági jelentést** kell készíteni a tárgyév egészére vonatkozóan, amely többek között tartalmazza:

- (1) a kettős könyvvitelt vezető társadalmi szervezet közhasznú beszámolójának MÉRLEGÉT (I. sz. melléklet);
- (2) a kettős könyvvitelt vezető társadalmi szervezet közhasznú beszámolójának EREDMÉNY-KIMUTATÁSÁT (II. sz. melléklet).

1. Számviteli beszámoló a 2007. évről. A mérleg hitelesített főösszege 26.508 eFt (lásd a MÉRLEG 11. és 24. sorát egymással egyezően). A tárgyévi közhasznú tevékenységből (alaptevékenységből) származó eredmény -547 eFt (lásd a MÉRLEG 17. sorát). A vállalkozásból származó tárgyévi eredmény 1.204 eFt (lásd a MÉRLEG 18. sorát). **Az összesített mérlegeredmény 657 eFt.**

2. Vagyonfelhasználás alakulása. A saját tőke a 2006. évi 25.393 eFt-ról a tárgyévben 26.010 eFt-ra változott, azaz **617 eFt összeggel növekedett** (lásd a MÉRLEG 12. sorát).

3. Költségvetési támogatás. Költségvetési támogatás tárgyévben **nem volt** (lásd EREDMÉNY-KIMUTATÁS 4. sorát).

4. Egyéb szervezetektől kapott közhasznú támogatás. A FÓRUM – habár NCA pályázatot nyújtott be – **nem kapott támogatást** a szervezet működésének támogatására. Az összes tárgyévi támogatás mértéke 0 eFt (lásd EREDMÉNY-KIMUTATÁS 7. sorát).

5. Vezető tisztviselőknek nyújtott juttatások. A választott vezető tisztviselők feladataikat önkéntes munkavégzés formájában látják el, s ezért juttatásban nem részesülnek.

6. Cél szerinti juttatások. Cél szerinti juttatás a tárgyévben **nem volt.**

7. A 2007. éves SZJA 1%-a. A személyi jövedelemadóból ezen a címen származó bevételünk 60 eFt volt (lásd EREDMÉNY-KIMUTATÁS 6. sorát).

8. Közhasznú tevékenység. Az ISO 9000 FÓRUM a közhasznú szervezetekről szóló 1997. évi CLVI. Törvény 26.§ c) bekezdésében meghatározott alábbi közhasznú tevékenységeket folytatja: 4. pont: nevelés és oktatás, képességfejlesztés, ismeretterjesztés, 5. pont: kulturális tevékenység, 19 pont: EU integráció elősegítése.

A közhasznú társadalmi szervezet tevékenységének részletezése

- Hatékony, gyakorlati fejlesztéseket támogató tapasztalatszeres programok rendezése, oktatás, képességfejlesztés a minőségszemlélet és minőségkultúra fejlesztése érdekében a tagság és partnereink körében.
- Az EU tagsággal összefüggő, a szervezetek versenyképességét elősegítő szakértői, oktatási és tréning tevékenység.
- Az ISO 9000 FÓRUM Nemzeti Konferenciájának rendszeres megrendezése évente.
- Magyarországi Tanúsított Szervezetek Jegyzékének beszerzése és közzététele évente, törekedve a hitelességre és a folyamatosságra.
- Szervezetek két- és többoldalú együttműködésének támogatása.
- Együttműködés minden olyan szervezettel, amely előmozdítja az ISO 9000 FÓRUM céljainak megvalósítását.
- Tanúsított cégek szakmai érdekeinek képviselete.

A 2007. évben a közhasznú tevékenység érdekében 15 alkalommal szerveztünk rendezvényt vagy valamilyen társadalmi tevékenységet, amelyeken összesen 933 személy vett részt. Ezek közül kiemelkedik a XIV. Nemzeti Konferencia 253 résztvevővel és 57 előadóval.

Nem kevésbé fontos volt a 12 ágazati szakmai rendezvény, amelyen 523 fő vett részt: Ipar és szolgáltatás: 6 rendezvény/193 fő; ESZA: 2 rendezvény/150 fő; KOA: 4 rendezvény/180 fő. Igen hasznosnak tartjuk, hogy az évről évre kulturális rendezvényen 94 személy vett részt a tagság részéről.

Minden alkalommal felmérést végeztünk a vevői elégedettség tekintetében. A felmérések eredményeit széles körben publikáljuk (Taggyűlés, Nemzeti Konferencia, FÓRUM honlap, körlevél) és felhasználjuk ezeket a fejlesztési tevékenységben.

Vezetői megbeszélés volt 13 alkalommal, tisztviselők megbeszélése 2 esetben, és az FB-vel közösen 3 alkalommal tartottunk vezetői megbeszélést. Az év folyamán részt vettünk az Európai kiválóság modell pályázaton és elnyertük „Az elkötelezettség a kiválóságért” elismerést. A honlapunkon rendszeres tájékoztatást adunk programjainkról, képekben számolunk be rendezvényeinkről, a minőségfejlesztésben elért kiváló eredményekről. Hírt adunk a pályázati lehetőségekről, a kis- és középvállalatok számára hasznos információkról.

I. sz. melléklet: 2007. évi Mérleg (Adatok eFt-ban)

S.sz.	A tétel megnevezése	2006. év	2007. év
a	B	C	D
1.	A. Befektetett eszközök (2.–4. Sor)	864	5 530
2.	I. Immateriális javak	3	0
3.	II. Tárgyi eszközök	861	5 530
4.	III. Befektetett pénzügyi eszközök		
5.	B. Forgóeszközök (6.–9. Sor)	24 633	20 978
6.	I. Készletek	357	210
7.	II. Követelések	762	1 007
8.	III. Értékpapírok	22 779	19 596
9.	IV. Pénzeszközök	735	164
10.	C. Aktív időbeli elhatárolások		
11.	Eszközök (aktívák) összesen (1.+5.+10. Sor)	25 497	26 508
12.	D. Saját tőke (13.–18. Sor)	25 393	26 010
13.	I. Induló tőke	3	3
14.	II. Tőkeváltozás	24 990	25 350
15.	III. Lekötött tartalék		
16.	IV. Értékelési tartalék		
17.	V. Tárgyévi eredmény – (kh. tev.-ből)	-995	-547
18.	VI. Tárgyévi eredmény – vállalk. tevék.-ből	1 355	1 204
19.	E. Céltartalék		
20.	F. Kötelezettségek (21.–22. Sor)	144	498
21.	I. Hosszú lejáratú kötelezettségek		
22.	II. Rövid lejáratú kötelezettségek	144	498
23.	G. Passzív időbeli elhatárolások		
24.	Források (passzívák) összesen (12.–19.+20.+23. Sor)	25 497	26 508

II. sz. melléklet: 2007. évi Eredmény-kimutatás (Adatok eFt-ban)

S.sz.	A tétel megnevezése	2006. év	2007. év
A	B	C	D
1.	A. Összes közhasznú tevékenység bevétele (1.+2.+3.+4.+5. Sor)	19 030	16 670
2.	1. Közhasznú célra, működésre kapott támogatás	202	60
3.	A.) Alapítótól		
4.	B.) Központi költségvetéstől		
5.	C.) Helyi önkormányzattól		
6.	D.) Egyéb, ebből 1%	202	60
7.	2. Pályázati úton elnyert támogatás	600	
8.	3. Közhasznú tevékenységből származó bevétel	8 200	6 656
9.	4. Tagdíjból származó bevétel	8 518	7 892
10.	5. Egyéb bevétel	1 510	2 062
11.	B. Vállalkozási tevékenység bevétele	1 585	1 204
12.	C. Összes bevétel (A.+B.)	20 615	17 874
13.	D. Közhasznú tevékenység ráfordításai (1.+2.+3.+4.+5.+6)	20 025	17 217
14.	1. Anyagjellegű ráfordítások	13 218	13 758
15.	2. Személyi jellegű ráfordítások	4 305	1 887
16.	3. Értéksökkenési leírás	1 031	860
17.	4. Egyéb ráfordítások	175	5
18.	5. Pénzügyi műveletek ráfordításai		
19.	6. Rendkívüli ráfordítások	1 296	707
20.	E. Vállalkozási tevékenység ráfordításai (1.+2.+3.+4.+5.+6)	230	
21.	1. Anyagjellegű ráfordítások	230	0
22.	2. Személyi jellegű ráfordítások		
23.	3. Értéksökkenési leírás		
24.	4. Egyéb ráfordítások		
25.	5. Pénzügyi műveletek ráfordításai		
26.	6. Rendkívüli ráfordítások		
27.	F. Összes ráfordítás (D.+E. Sorok)	20 255	17 217
28.	G. Adózás előtti eredmény (B-E)	1 355	1 204
29.	H. Adófizetési kötelezettség		
30.	I. Tárgyévi vállalkozási eredmény (G.-H.)	1 355	1 204
31.	J. Tárgyévi közhasznú eredmény (A.-D.)	-995	-547
32.	Tárgyévi eredmény (I.+J.)	360	657

Rózsa András, elnök



Kihirdették a Zöld Iroda Verseny győzteseit

A „2008 Zöld irodája” címet nagyvállalati kategóriában az ALCOA- KÖFÉM Kft-nek, kisvállalati kategóriában az Ecm Eco Monitoring Kft-nek, civil szervezet és közintézmény kategóriában a Környezetünkért Közalapítványnak ítelték a KÖVET szakértői.

A Zöld Iroda Versenybe bekapcsolódó 24 szervezetnek február és március hónap állt rendelkezésére, hogy irodájukat környezeti szempontok szerint alakítsák át. A verseny kezdetén a KÖVET munkatársai műhelymunka keretében segítettek eligazodni a Zöld Iroda alapismereteiben, hírlevelek formájában ötleteket adtak a környezetbarát megoldások bevezetéséhez, áprilisban pedig helyszíni bejárással ellenőrizték a megvalósult intézkedéseket. „A versenyzők közül azért emeltük ki az ALCOA-t, az Ecm Eco Monitoring Kft-t és a Környezetünkért Közalapítványt, mert alaposan felmérték környezeti hatásaikat, kitűnő belső kommunikációs kampányt folytattak, ötletes és jelentős környezeti javulást ígérő irodai környezetvédelmi programot dolgoztak ki.” – mondta Vályi Zsuzsa, a program vezetője.

A nagyvállalati kategória győztesének, a székesfehérvári ALCOA-KÖFÉM EHS igazgatóságának munkatársai akciótervben rögzítették a teendőket, folyamatosan informálták a dolgozókat, képzést szerveztek számukra, bevezették a szelektív hulladékgyűjtést, módosították a beszerzési irányelveket, így a termékek vásárlásánál a környezetvédelem is bekeült a főbb szempontok közé.

A kisvállalati kategória első helyezettje az Ecm Eco Monitoring Kft, amelynek dolgozói az Ökotérképezés módszerével feltárták a kritikus területeket, áttértek a környezetbarát tisztítószerre és az

újrahasznosított papír használatára, növényeket vásároltak, a fűtés és az elektronikai eszközök szabályozásával energiát takarítottak meg.

A pécsi Környezetünkért Közalapítvány, a civil és közintézmény kategória nyertese évek óta zöld irodaként működik, de a verseny jó alkalom volt arra, hogy felülvizsgálják és rendszerezék a teendőket.

A legjobb akcióterv kidolgozásáért különdíjat kapott a Lear Corporation, a kis anyagi ráfordítással a legjobb zöld irodát kialakító Felsőtárkányi Önkormányzat, az SZ+C Stúdió pedig a „legemberbarátabb” iroda címet nyerte le.

A Zöld Iroda Verseny nyertesei a Zöld Iroda Kiállításon vehették át a díjakat, ahol a versenyzők legjobb intézkedéseiből plakátkiállítást is megtekinthettek az érdeklődők. A kiállítás látogatói termékbemutatók és tesztek révén saját maguk is megtapasztalhatták, hogy az irodai tevékenység során kínálkozó környezetbarát alternatívák milyen előnyös tulajdonsággal bírnak. A 27 kiállító az irodai beszerzés szinte minden területét lefedte: környezetbarát papírt, tisztítószerre, bútort forgalmazó cégtől az energiatakarékos irodai készülékek gyártóin keresztül a futárszolgálatig széles körben kínáltak zöld megoldásokat. A kiállítással párhuzamosan Zöld Iroda képzés és energiahatékonysági workshop is zajlott.

A globális felmelegedés egyik fő oka a növekvő szén-dioxid kibocsátás, amelyhez az irodai munkahelyek számának folyamatos növekedésével az irodák is jelentős mértékben hozzájárulnak. Az irodaépületek beruházói, üzemeltetői és az irodában dolgozók sokat tehetnek a klímaváltozás ellen környezetbarát, energiatakarékos megoldások bevezetésével.

*Csizmadia Edit
(KÖVET-INEM Hungária)*

