

Örömteli – Hétköznapok

Vegyék észre Önök is az áruházakban ezeket a kartonokat, vegyék kezükbe a fürtös paradicsomot, vagy éppen a paprikát, a kígyóuborkát, szagolják meg, hogy érezzék, ezt kell hazavinni.

A választék óriási, általánosan közülük a legolcsóbbat keressük, ez érthető, mert „*a pénztárca az Úr*”. Milyen kár, ha ez valóban így van! Ámbár, a hazai fogyasztói társadalom talán átalakulóban van, ami azt jelenti, hogy nem az olcsó áru viszi a pálmát, hanem a **hazai**.

Egy pillanatra a választékhoz vissza kell kanyarodnunk, hiszen óriási a verseny. Spanyol, holland, és más országokból érkező zöldségek között a végforgalmazót pedig, azaz az áruházakat az motiválja elsősorban, hogy honnan tudják olcsón beszerezni. Így aztán még a fényképeink is csak stikában készülhettek, mert lehet, hogy egy következő szezongig tartana az engedélyeztetés...



Azért érdemes néha a hazai termelés **mögé nézni**, látni azokat, akik a magyar földeken dolgoznak, vagy éppen a legmodernebb üvegházakban, és elgondolkodni azon is, hogy munkájuk gyümölcséből vajon hány fős magyar családot tartanak el... Ez ugyanis az a foglalkozás, amit *szeretet nélkül nem lehet üzni*. Kevés motiváció tehát a pénz; a zöldségeket, csakúgy, mint a kedvenc virágokat, simogatni, ápolni kell.

A kisebb őstermelők vagy termelői nagyvállalatok ebben az ágazatban nem tudnak ugyanis úgy számolni a profittal, mint például egy autóipar, kockázatokkal viszont annál inkább. De ahogy mondani szoktuk, jusson is, maradjon is; **akár veszteséggel is, de megtartva a földet, akár hitelből is, de továbbfejleszteni, s akár szűk keretéből is, de foglalkoztatni azokat az embereket, akik megélhetését csak ez biztosítja.**

Szóval gondoljunk csak bele, milyen fáradhatatlan munka és szorgalom lehet a gyönyörű, igényes kartonba helyezett paradicsom, paprika, uborka, és egyéb zöldségfélék mögött... *Ki és milyen* áldozatot hoz azért, hogy ez az asztalunkra kerüljön, hogy egészségesen éljünk?



Lehet még kérdés az, hogy hazait vásároljunk? Vagy legyintve, gazdagítsuk csak tovább a külföldi termelőket, ahelyett, hogy nemzetünk gyarapodása lebegne a szemünk előtt?!

A magyar mezőgazdaság az egyik legnagyobb szerepet betöltő ágazatnak minősül, az élelmiszeripar ugyanis e nélkül nem létezne, nem ihatnánk friss, magyar tejet, nem kenhetnénk kenyerünkre a hazai vaj- és sajtfélétet, az állattenyésztésről és az ebből származó fehérjeszükségletünk beviteléről már nem is beszélve. Aztán ott van még a kenyér, s ha folytatjuk, a felsorolásnak soha nem lesz vége.



De írásunknak mi is az eredeti célja?

Hát nem más, mint a fogyasztói társadalom *szemléletváltása*. Ez ugyanis nagyon kell ahhoz, hogy növekvő gazdaságunk fennmaradjon, értékeinket, tudásunkat *ismerje és ismerje el* a világ, a finom borainkon kívül eljusson minden magyar kéz által termelt árunk a legnagyobb nemzetközi piacokra. A kínálat ugyanis meghatározza a keresletet, piaci szempontból pedig mindez fordítva is igaz. És hogy ezt be is bizonyítsuk, elkalauzoljuk Önöket, olvasókat, az **Árpád-Agrár Zrt.**-hez, ahol például a palántából sosem elég. Itt a **kereslet határozza meg a kínálatot**, s ha tetszik, ha nem, bővíteni, fejleszteni kell, *teszi is* a cégcsoport, hisz nem mondhatja azt, hogy „ELFOGYOTT”.

Budapest, 2017. 08. 01.

Kapcsolat: Both Ildikó – kommunikáció/marketing
marketing@arpad.hu
www.arpad.hu