

# **DOKTORI (PhD) ÉRTEKEZÉS TÉZISEI**

**ORBÁN ZSOLT ÁDÁM**  
**GÖDÖLLŐ**

**2023**



**GAZDASÁG- ÉS REGIONÁLIS TUDOMÁNYI DOKTORI ISKOLA**

**Helyi termék információs és értékesítési online rendszer feltételeinek vizsgálata: fókuszban a Kecskeméti járás**

DOI: 10.54598/002670

**Doktori (PhD) értekezés tézisei**

**Orbán Zsolt Ádám**

**Gödöllő**

**2023**

## **A doktori iskola**

**Megnevezése:** Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Gazdaság- és Regionális Tudományi Doktori Iskola

**Tudományága:** Regionális tudományok

**Vezetője:** **Prof. Dr. Bujdosó Zoltán**  
egyetemi tanár  
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

**Témavezető:** **Dr. habil. Ritter Krisztián, PhD.**  
egyetemi docens  
a gazdálkodás- és szervezéstudományok doktora  
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem  
Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet

.....  
Az iskolavezető jóváhagyása

.....  
A témavezető(k) jóváhagyása

## 1. A MUNKA ELŐZMÉNYEI, CÉLKITŰZÉSEK

Doktori tanulmányaim elején azt a célt tűztem ki, hogy segítek a vidéki élet fenntarthatóságán leendő kutatásom által. Mivel az egyik, ha nem a legnagyobb kihívás jelenleg a vidék megtartó képességében a munka/megélhetési-lehetőségek hiánya, így kutatásom legelején azt kezdtem el vizsgálni, hogyan lehet a vidéki lakosság számára jövedelmet, illetve nagyobb bevételi lehetőségeket biztosítani. Mivel a vidéki lakosság jövedelmének egy jelentős része - a szektort és a vidéket érintő változások ellenére - még napjainkban is mezőgazdaságból származik, így kézenfekvőnek gondoltam, hogy a mezőgazdaság nyújtotta lehetőségekkel kapcsolatosan kezdem el a kutatásomat, különösen, hogy jómagam és a családom is mezőgazdasággal foglalkozik.

Elsőnek a rendszerváltozás előtti időszakot kezdtem el kutatni. Mivel a magyar mezőgazdaság 1960-tól egészen 1989-ig alapvetően emelkedően teljesített, így különösen a szövetkezetek hatékonyságának okait taglaló kutatások érdekelték, bár ezek szűkösen álltak rendelkezésre. Kiderült, hogy - a Világbank statisztikája szerint - volt olyan időszak (1968-1983), amikor Magyarország növelte a világon a leggyorsabban az egy főre jutó élelmiszertermelést, megelőzve a második helyen álló Hollandiát. Ugyanakkor egyes Szerzők szerint az 1990-es évtizedben bekövetkezett visszaesés - 1991-95 között évi átlagban -6,2 %, 1996-2000 között -0,7 % - a magyar mezőgazdaság több évtizedes történelmében csak a II. világháború alatti összeomlással vethető össze, miközben a dekollektivizáció nagyobb kárt okozott a termelésben, mint a kollektivizáció a hatvanas évek fordulóján.

A rendszerváltozást követően a szövetkezetek jellemzően megszűntek, köszönhetően az akkori körülményeknek, pedig a rendszerváltás kezdetén Lester Thurow Nobel-díjas amerikai közgazdász még úgy érvelt, hogy *„a volt szocialista országok közül Magyarországnak van a legjobb esélye arra, hogy rövid időn belül felzárkózzon Nyugat-Európához. Mindössze annyit kell tennie, hogy jól használja ki az emberekben rejlő képességeket: olyan gazdaságpolitikát kell kialakítania és megvalósítania, amely a tudásra, a kreativitásra, a meglévő tudományos eredményekre és a kiváló kutatási és oktatási hálózatra épül”*.

Mindezekből kiindulva tehát először a szövetkezetekre fordítottam a figyelmemet, mivel azok Magyarország agrár-sikereinek az alapját képezték. 30 évvel később felvetődik a kérdés, hogy a jelenlegi technológiai előnyökkel, valamint Európai Unió és hazai forrásokból megtámogatott magyar agrárium hogyan teljesít a rendszerváltást megelőző időszakhoz képest, illetve javítható-e a hatékonyság.

Tekintve, hogy a jelenlegi technológiai előnyök sokat hozzá adnak a mezőgazdasághoz, a tendenciák alakulása több kérdést vet fel. Vajon mennyi potenciál van még a magyar mezőgazdaságban? A kibocsátáson még lehetne-e javítani a múlt eredményei alapján? Az agrárium jelenlegi szintje, vagy a teljesítmény esetleges növelése milyen lehetőségeket rejt a vidéken élők számára? Mindezek mentén hogyan növelhető a vidéki térségek versenyképessége?

És persze összességében annak eldöntése, hogy van-e olyan együttműködési forma, mely mindezekhez hozzájárul?

### **1.1. Problémafelvetés**

A globális piaci versenyben az egyik versenyképességet növelő alternatíva az együttműködés. A termelők a kooperációkkal nagyobb eséllyel maradhatnak fenn a piacon, és termelhetnek profitábilisan. Az Európai Unió is kiemelt fejlesztési területként kezeli az együttműködéseket. Kutatói munkám elején arra voltam kíváncsi, hogy a rendszerváltás előtti szövetkezeti rendszer miért volt olyan hatékony, és hogy vajon a jelenben is működtethető lehetne-e hasonló kezdeményezés. Az volt a kutatói kérdésem, hogy az emberek (mint munkaerő) és a termelők mennyire lennének hajlandóak újra szövetkezetbe szerveződve együttműködni. Mivel egy nagyobb gazdaságban vagy szövetkezetben a megtermelt javak mennyisége is nagyobb, így nagyobb a felvásárlókkal vagy értékesítőkkal szembeni alkupozíció, ami a gazdák számára nagyobb bevételi lehetőségeket jelent. Emellett a nagyobb üzemméret jelenléte miatt a tőke-vonzó képességük is jelentősebb. Ebből kiindulva, a szakirodalom és saját tapasztalataim alapján viszont a következő eredményekre jutottam: néhány kivételtől eltekintve (pl. Alföldi Tej Kft.) a szövetkezeti modellek hosszabb távon jellemzően nem működtek. Az előregedett vezetői struktúrával rendelkező magyar agráriumban a vezetők nem bíztak újra a szövetkezetekben, talán a rendszerváltás előtti szocialista felhangja miatt. Emellett a fiatalabb generáció sem nyit alapvetően a kooperáció irányába. A kormányzat is próbálta a szövetkezeteket feléleszteni, azonban ezek a kezdeményezések végül ugyanúgy kifulladásra kerültek. A meglepő, hogy döntő többségében mind a felülről, mind az alulról építkező szövetkezeti kezdeményezések az elindulásukat követően rövid időn belül feloszlottak.

Mivel jelenleg a szövetkezeti modellek széles körben nem alkalmazhatóak, a termékek árai továbbra is nyomottak, amelyben az együttműködés hiánya több évtizedes problémaként merül fel. A termelői felvásárlási árakat azonban nem csak az összefogás hiánya húzza le, hanem hogy a felvásárlók és a piac is pontosan tudja, hogy a mezőgazdasági termelők az Unió területén támogatásokat kapnak - a plusz támogatások összege pedig szintén befolyásolja a felvásárlási árakat.

A probléma ott kezdődik, hogy a felvásárlási árak csökkennek a támogatások miatt, azonban, ha megvonnák a támogatásokat az agráriumtól akkor az számos problémát okozhatna. A jelen esetben egy olyan patthelyzet alakult ki, melyben az összes szereplő közül kifejezetten a felvásárló jár jól, mivel a gazda ugyan kap támogatásokat, de a bevételei kisebbek ahhoz képest amekkorák lehetnének. Az állam és a helyi infrastruktúra is szenved ettől a hatástól, mivel a gazdák kevesebbet költenek, fejlesztenek, kevesebb alkalmazottat foglalkoztatnak stb. Ebből a végtelen körből végül egy kölcsönös állandó függés alakult ki a termelők és az állam között, ami megbolygathatlannak tűnik.

Ennek következtében kialakultak olyan agrár vállalkozások is, amelyek nem is próbálnak termelékenyek lenni, csak a minimum támogatási kritériumok teljesítése után várják a támogatásokat. Érdembeli fejlődés, vagy nagyobb versenyképesség hiányában élnek tovább. Önálló fejlődési lehetőség, vagy összefogás nélkül nem fogják tudni egyedül feltornáznai a felvásárlási árakat. A kisebb agrár vállalkozások - melyek esetében nincs akkora méretű terület vagy akkora támogatható tevékenység, hogy elegendő támogatáshoz jussanak - csak a termékeik értékesítéséből befolyó bevételeikből tudják fedezni a gazdaságuk fenntartását. Azonban, ha nincs elég bevételük az alacsony felvásárlási árak miatt, akkor az egyenesen következik, hogy a kisebb termelők elindulási és fenntartási lehetőségei sokkal nehezebbek, vagy inkább lehetetlenek.

Vidékfejlesztés aspektusból fontos, hogy a vidékre újonnan költözők sokszor csak az olcsóbb telekárakért és a vidéki támogatások miatt költöznek ki. Ezek az új falusi lakosok már nem a mezőgazdaságból élnek, hanem valamelyik közeli (nagy)városi gyárban, vagy a szolgáltató szektorban dolgoznak. Ez a probléma az általam részletesen vizsgált kecskeméti járásban jelentős. A napi szintű ingázás a helyi hozzáadott érték termeléshez egyáltalán nem járul hozzá, mivel az ingázók még a vásárlásaikat is a nagyvárosi - sokszor nemzetközi - hipermarketekben, boltláncokban végzik (emellett az ingázás fokozottan szennyezi a környezetet is). Azonban megjegyzendő az is, hogy jelenleg számos esetben nem sok alternatív lehetőség van a városi mellett helyi munkát, vagy megélhetést találni. Az agrárium nyújtotta lehetőségek beszűkülése, az agrárvállalkozások elkezdésének akadályai ezt a problémát erősítik.

Úgy gondolom, lenne lehetőség arra, hogy több helyi értéket teremtsünk elő, de ehhez először az agráriumot és az agrárium termékeit felvásárló piacot kellene megreformálni. Véleményem szerint lenne lehetőség a jelenleginél akár több termelőnek is tisztességesen megélni úgy, hogy közben egymás mellett is megférnek. Ehhez azonban először a fejekben kellene változást hozni (mind a termelők, mind a fogyasztók körében), hogy megértsék, a helyi

termék értékesítése és vásárlása helyben nem csak nekik jó, hanem magának az egész térségnek is, ahol azt előállították és értékesítették.

Véleményem szerint, ha nem alakul ki olyan nyitott - a szélesebb rétegek számára is könnyen elérhető - termelői termék értékesítési alternatíva, ahol közel hasonló energiabefektetéssel, de magasabb profittal értékesíthetnék a termékeiket a termelők, mint ha a felvásárlóknak adnák azokat, akkor néhányan (mint eddig is) szépen fejlődnek, de a többség lassan hanyatlani fog. Magyarul a hazai mezőgazdaság egy jelentős szegmense továbbra is a támogatások miatt fog életben maradni (miközben érdemi fejlődést nem fog elérni), és inkább összeségében lassan erodálóni fog (foglalkoztatási, vidékgazdasági szerepét illetően), ahogy azt teszi is az elmúlt több mint 30 évben.

## 1.2. Célkitűzések

A COVID-19 világjárvány és az orosz - ukrán konfliktus kitörése után a világnak rá kellett ébrednie arra, hogy komoly élelmiszerbiztonsági és élelmiszerellátási kérdések keletkeztek, melyek rávilágítanak arra, hogy az élelmiszerellátásban technológiai és társadalmi reformokra van szükség, valamint az agrár-élelmiszeripari ágazatban olyan innovációkra, amelyek az ellátási láncok nagyfokú rugalmasságát igénylik.

A kutatók a következő megoldásokat javasolják a jövőre nézve:

- A terméktárolási és elosztási hálózatokat újra kell értékelni a változó keresleti minták kezelése és a zavarok minimalizálása érdekében.
- A digitális technológia adta előnyökkel, az ellátási lánc rugalmasságának kiterjesztésére, az agrár-élelmiszeripari ellátási láncokban rendelkezésre álló technológiai erőforrásokat és információfeldolgozási képességeket ki kell használni.
- A mesterséges intelligencia fölényeit, ideértve a nagy adatelemzést is, ki kell használni az ellátási láncok átláthatóságának és működési hatékonyságának növelése érdekében.
- A rugalmas gyártási rendszerek és a valós idejű nyomon követhetőség szintén javítaná az élelmiszer-ellátási láncot.

Az évszázad kulcs szava minden túlzás nélkül a digitalizáció, amely az emberi tevékenység minden területén jelen van. A logisztikai tevékenységek esetében a digitalizáció az ellátási láncok virtualizálását jelenti, valamint az IoT<sup>1</sup> használatát, amelyek a logisztikai tevékenységek nagyobb rugalmasságát, termelékenységét, költséghatékonyságát, lényegében nagyobb hatékonyságát jelentik. A digitális technológiák teljesen új képességeket teremthetnek az

---

<sup>1</sup> Internet of Things (Dolgok Internete)

élelmiszer ellátási láncban az áru, az információ és az érték áramlásának jobb tervezése, kialakítása, végrehajtása és ellenőrzése érdekében. Lényegében az élelmiszer ellátási lánc „új” formájára van szükség. Ez különösen fontos lehet a fiatalabb generáció szempontjából, amely már sok tekintetben eleve eltérő módon közelíti meg és értékeli az egész agrárgazdaságnak a szerepét. A jövőbeni internetes alkalmazások széles körű elterjedése várhatóan soha nem látott módon fogja megváltoztatni az élelmiszer-ellátási láncok működését. Az internet segít a régi szolgáltatások újbóli bevezetésében, nagyon hasznos lehet a helyi élelmiszer-ellátási láncok javításában azáltal, hogy növeli a helyi termékekhez való hozzáférést, és gyorsabb vásárlást tesz lehetővé a hagyományos piacokon. Az internetalapú szolgáltatások azonban nemcsak a vásárlók élelmiszer-rendelésének és vásárlásának módját befolyásolják, hanem jelentős hatással vannak az üzleti modellekre, és a fizikai elosztóhálózat szerkezetére is, melyek jelentős tőke vonzó hatást érhetnek el.

A fentiekből kiindulva az alapvető kérdésem, ami körül felépítettem az értekezés témáját, hogy ha létezne egy olyan online rendszer, ahol a termelők és a fogyasztók „együtműködnének”, információkat cserélhetnének egymással, és emellett még vásárlást is lebonyolíthatnának, akkor a felek hajlandóak lennének-e használni ezt a rendszert (ha igen akkor miért, és ha nem, akkor miért nem). Összességében a kutatási cél(ok) mentén, a doktori képzés során szerzett tudást, a szakirodalmi háttérrel, valamint a gyakorlati tapasztalatokat összeadva olyan kézzelfogható kutatási eredmények létrehozására törekedtem, ami a gyakorlatba ültetve már hatékony megoldásként szolgálhat. Kutatásom célja az volt, hogy az együtműködés új formáját kutatva, egy helyi termék-információs és értékesítési online rendszer létjogosultságát vizsgáljam a Kecskeméti járásra fókuszálva. Továbbá az országban található térségek területi különbségeinek feltárásával, a szakirodalom és az eddigi tapasztalataim alapján, javaslatokat tegyek az országban mely járasok lennének alkalmasak egy ilyen rendszer használatára. Emellett egy fogyasztói és termelői kérdőív, valamint önkormányzati interjúk segítségével feltérképezem a lehetséges szereplők igényeit és követelményeit is annak érdekében, hogy minél pontosabb kutatási eredményeket hozhassak létre.

Hangsúlyozandó, hogy értekezésem célja elsősorban az adott online rendszer relevanciájának megértésére, létjogosultságára koncentrálni, nem pedig annak operatív működésére. A rendszer működési feltételeinek részletes feltárása jövőbeni kutatási célkitűzéseim között szerepel. Fentiekkel kapcsolatosan, a következő kutatási kérdéseket és hipotéziseket fogalmaztam meg.

### **1.3. Kutatási kérdések és hipotézisek**

Az értekezéssel, összefoglalva az alábbi három fő célkitűzést azonosíthatjuk:



1. Az együttműködés új formáját kutatva, egy helyi termék-információs és értékesítési online rendszer létjogosultságának vizsgálata a Kecskeméti járásban;
2. Javaslatok megfogalmazása arra vonatkozóan, hogy az országban mely járások lennének alkalmasak egy helyi termék-információs és értékesítési online rendszer használatára;
3. A helyi termék-információs és értékesítési online rendszerben résztvevő lehetséges szereplők igényeinek és követelményeinek feltérképezése.

Az értekezésben a szakirodalmi előzmények, a korábbi tanulmányaim, a saját empirikus tapasztalataim, valamint saját kutatási előzményeim alapján a következő hipotézisek igazolására vagy cáfolására törekszem:

### **1. hipotézis:**

Feltételezem, hogy a mezőgazdaság szerepe továbbra is bizonyíthatóan kimutatható tényező a területi különbségek alakulásában, illetve hogy statisztikai módszerekkel egyértelműen lehatárolhatók és elkülöníthetők olyan térségek (köztük az általam kiemelten vizsgált Kecskeméti járás), melyekben az agrárjelleg dominál.

### **2. hipotézis:**

Feltételezem, hogy az értekezés témáját adó, helyi termék információs és értékesítési online rendszert esetlegesen használó fogyasztók köre térségi vizsgálataim alapján jól elkülöníthető. A rövid ellátási láncokkal kapcsolatos kutatások fényében feltételezem, hogy ebben az esetben is a felsőfokú végzettségű felhasználók mutatnak nagyobb hajlandóságot.

### **3. hipotézis:**

Feltételezem, hogy a vizsgált önkormányzatok az értekezés témáját adó, helyi termék információs és értékesítési online rendszert alapvetően pozitívan értékelik, és hajlandóságot mutatnak az együttműködésre ezzel a rendszerekkel kapcsolatban. A vizsgálat alapján önkormányzati szempontból egyértelműen lehatárolhatók a rendszert elősegítő és akadályozó tényezők.

### **4. hipotézis:**

Feltételezem, hogy a vizsgálat alapján termelői szempontból egyértelműen lehatárolhatók a rendszert elősegítő és akadályozó tényezők. Ennek kapcsán feltételezem, hogy az online rendszerrel kapcsolatos termelői nyitottsága mellett, alapvető hátráltató tényező az egymással való (termelők közötti) kooperációt általánosan övező negatív hajlandóság.

## **5. hipotézis:**

Feltételezem, hogy a területi különbségek vizsgálata és a primer kutatásom eredményei alapján képes leszek meghatározni olyan járásokat, ahol relevanciája van az általam vizsgált online rendszer bevezetésének, illetve a bevezetésre irányuló további kutatásoknak. Ezzel párhuzamosan feltételezem, hogy a Kecskeméti járás is alapvetően az erre alkalmas térségek.

## **2. ANYAG ÉS MÓDSZER**

Disszertációm során azt vizsgáltam, hogy ha létezne egy olyan online rendszer, aminek segítségével a helyi termékekről és termelőkről információt lehetne szerezni, és akár vásárlást is le lehetne bonyolítani, mit szólnának hozzá az egyes szereplők. Maga a kutatás több okból is a Kecskeméti járásra koncentrált az első és legfontosabb ok, hogy jómagam és a családom is ebben a járásban gazdálkodik. Ahhoz, hogy az értekezés minél pontosabb képet adhasson az érintett kulcsszereplők elképzeléséről, a következő kutatási módszereket alkalmaztam:

- Szakirodalmi források elemzése az együttműködések összes olyan fajtájáról, amelyek az értekezés témája számára fontosak lehetnek.
- A Kecskeméti járás összehasonlítása a többi járással, szekunder adatok, és többváltozós módszerek felhasználásával.
- Primer kérdőíves felmérés a fogyasztói szegmensben. Összesen 499 kitöltési esetszámmal a Kecskeméti járásra koncentrálv.
- Primer kérdőíves felmérés a térség agrártermelői között. Összesen 36 kitöltéssel a Kecskeméti járásra lehatárolva.
- A Kecskeméti járás polgármestereivel készített strukturált interjúk. Összesen 12 település polgármestereit interjúvoltam meg a témával kapcsolatban.
- A primer kutatás eredményeinek összefüggés vizsgálata statisztikai módszerek alkalmazásával.

A kutatás jelentős része 2021-2022 közt zajlott. Így fontos megjegyezni, hogy a COVID-19 pandémia a primer kutatást nagyon megnehezítette, és elsősorban az online megoldásokat lehetett alkalmazni. Ehhez járult, hogy a termelői kérdőíves felmérés esetében a kitöltési hajlandóság sokkal kisebb volt, ezért az ott kapott adatok, bár reprezentatívnak tekinthetők, alapvetően iránymutatásra alkalmasak. A következőkben a szakirodalom elemzés utáni, egyes alkalmazott módszerek rövid ismertetésére térek ki.

### ***2.1. Magyarországi járások többváltozós összehasonlító elemzése***

A vizsgálat során célom volt, hogy a legaktuálisabb adatokkal dolgozzak annak érdekében, hogy a legfrissebb összehasonlítást tehessem meg. 85 olyan,

járás szintű, társadalmi, gazdasági, környezeti és infrastrukturális mutatóval dolgoztam, amit az értekezés témája, és a szakirodalomban fellelhető általánosan bevet gyakorlat is indokolt. A mutatóképzés során az összegyűjtött alap adatokat az elemzés megkezdése előtt standardizáltam. Az adatok forrása között megtalálhatóak voltak az Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer (TeIR), a T-STAR, a KSH, a NAV és a Belügyminisztériumi adatbázisok is.

A bevont változókból képzett alapmutatók mentén végeztem el az elemzést az ország összes járására (kivételem Budapest). Az elemzés elején a modell magyarázó erejének növelése érdekében, az alacsony magyarázó erővel rendelkező standardizált alapmutatókat kihagytam. A válogatást követően végül 78 standardizált alapmutatót kaptam. A leszűkítéssel kapott adatok végül - az elemzés során kapott statisztikai mérőszámok alapján - felhasználhatóak voltak a térségek összehasonlító elemzésére. A standardizált inputváltozókból készített 6 faktor volt ideális, amelyek a teljes adattömegnek közel 70%-át tömörítik.

A kiválasztott inputadatok segítségével kiindulásként azt vizsgáltam, hogy az ország összes járása, illetve a kiválasztott Kecskeméti járás, a standardizált alapadatokból generált faktorok mentén, illetve a segítségükkel alkotott klaszterekben hol helyezkedik el. Célom és egyben motivációm az elemzésekben az volt, hogy a területi különbségekre fókuszáló faktorokat és klasztereket hozzak létre, amelyek külön-külön jellemezhetőek, illetve hogy rávilágítsak, milyen tényezőcsoport definiálja és jellemzi a kiválasztott és kutatott térséget. Emellett az értekezés másik céljához is információkat szolgáltathat: melyek lehetnek az országban azok a járáások, ahol alkalmazható lehet az általam vizsgált helyi termék értékesítési és információs online rendszer. Az elemzéshez többváltozós módszereket: faktor és klaszter elemzést alkalmaztam az SPSS programcsomag használatával. Az eredmények térképes ábrázolásához a QGIS szoftvert alkalmaztam.

## ***2.2. A fogyasztói kutatás eredményeinek szekunder (összefüggés) vizsgálata***

A vizsgálat alapját és inputadatait a fogyasztói online primer adatgyűjtésem adta, A kutatás fő célja és egyben inspirációja az volt, hogy az általános élelmiszer fogyasztói szokásokat elsősorban a helyi termékekre koncentrálni vizsgáljam, továbbá ehhez kapcsolódóan egy olyan online rendszer létjogosultságát, melyben a vásárlók könnyen szerezhetnek információt a helyi termékekkel kapcsolatban, és azokat akár meg is vásárolhatják ott. Az összefüggés vizsgálatban ennek az alapvető mozgatórugóit kívántam feltárni. Az összefüggés vizsgálat során keresztábra elemzést is felhasználtam.

Az összefüggés vizsgálat esetében létrehoztam két döntési fát. A két döntési fának két célváltozót adtam. A két célváltozó a következő volt:

- Milyen jellemzőkkel rendelkező fogyasztó használná a legnagyobb valószínűséggel az általam vizsgált online rendszert a helyi termékekről/termelőkről/akciókról való információ szerzésre.
- Milyen jellemzőkkel rendelkező fogyasztó használná a legnagyobb valószínűséggel ezt az online rendszert helyi termék vásárlására.

A döntési fák megalkotásánál a CHAID tanuló algoritmus volt a segítségemre. A prediktorok (a végső következtetések előrejelzői) pontosságát az AUC értékkel mutattam be. A fogyasztói primer kérdőíves összefüggés kutatás esetében a Microsoft Excel, és az IBM SPSS Modeler adatbányászati és szövegelemző szoftveralkalmazást használtam az adatok és az eredmények létrehozására.

### ***2.3. Fogyasztói felmérés ismertetése***

A fogyasztói kérdőíves primer kutatásom fő célja, és egyben inspirációja az volt, hogy az általános élelmiszer fogyasztói szokásokat elsősorban a helyi termékekre koncentrálni vizsgáljam, továbbá ehhez kapcsolódóan egy olyan online rendszer létjogosultságát, melyben a vásárlók könnyen szerezhetnek információt a helyi termékekkel kapcsolatban, és azokat akár meg is vásárolhatják ott.

A fogyasztói kérdőívben hagyományos kérdésekkel kezdtem, mint a válaszadó neme, életkora, iskolai végzettsége és foglalkozása. A továbbiak között megtalálhatóak voltak az alábbi kérdéskörök: vásárlási szokások, fogyasztói preferenciák és árérzékenység. A kérdéssor és a kutatás második felében a helyi termékekkel, azok értékesítésének és elérhetőségének rendszerével, továbbá az elérhető élelmiszer termékekkel és vásárlási szokásokkal kapcsolatosan tettem fel kérdéseket. Végül az értekezés témáját adó online rendszer használatával kapcsolatos válaszokat gyűjtöttem össze. A COVID-19 helyzet következtében online alapú kérdőíves felmérés 2021 januárjától egészen ápriliséig tartott a kecskeméti járásban. A Kecskeméti járás lakónépessége 155 686 fő, területe 1212 km<sup>2</sup>, a járáshoz tartozó települések: Ágasegyháza, Ballószög, Felsőlajos, Fülöpháza; Fülöpkab, Helvécia; Jakabszállás, Kecskemét, Kecskemét - Hetényegyháza, Kerekegyháza, Kunbaracs, Kunszállás, Ladánybene, Lajosmizse, Nyárlőrinc, Orgovány, Városföld. Az anonim kérdőívezés során összesen 499 darab kitöltést sikerült elérni, a minta elemszáma már tudományos megállapítások megtételéhez alkalmas.

## ***2.4. Termelői felmérés bemutatása***

A termelői kérdőíves primer felméréssel célom az volt, hogy megtudjam, a kutatómhoz kapcsolódó összes szereplő - a fogyasztók, az önkormányzati vezetők és a termelők - közt utóbbiak hogyan látják a termékeik értékesítési és előállítási lehetőségeit a térségében, illetve megkapjam arra a választ, hogy a termelők használnának-e egy helyi termék információs és értékesítési online rendszert, továbbá milyen meglátásaik lennének azzal kapcsolatban.

A termelői felmérés során online anonim kérdőívet alkalmaztam. Összeségében kijelenthető, hogy a járásra jellemző összes gazdálkodási formával rendelkező termelőt megkérdeztem. A helyi falugazdászokat, és a Nemzeti Agrárgazdasági Kamarát (NAK) is igyekeztem bevonni a kérdőívek minél nagyobb kitöltése érdekében, azonban ezen a helyen inkább kevesebb, mint több sikerrel jártam. A COVID-19 helyzet következtében online alapú, anonim kérdőíves felmérés 2021 márciustól egészen 2021 szeptemberéig tartott a Kecskeméti járásban. Összesen 36 kitöltési elemszámot sikerült elérnem. Az alacsony elemszám bár akadálya annak, hogy egy teljes termelői igényfelmérést tudjak bemutatni, és a kapott eredmények nem alkalmasak arra, hogy további statisztikai módszerekkel lehessen vizsgálni azokat, azonban alkalmasak arra, hogy a termelők véleményéről ki lehessen alakítani egy álláspontot az értekezés témájával kapcsolatban. A kapott adatok kiértékelésénél így leíró statisztikát alkalmaztam az alacsony elemszám miatt.

### ***4.2.3. Önkormányzati felmérés bemutatása***

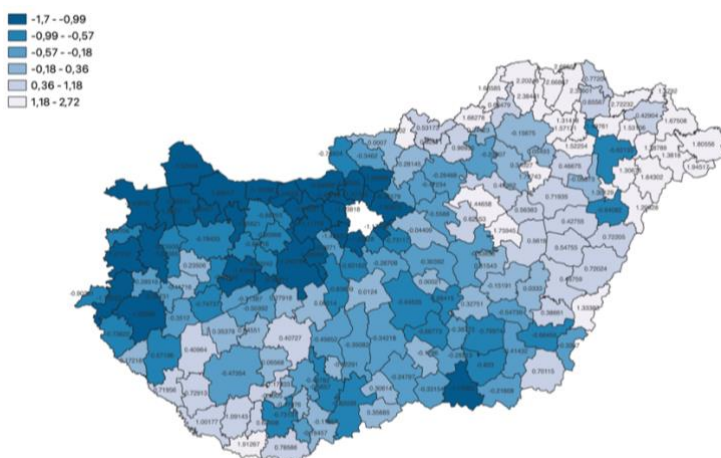
A kecskeméti járás polgármestereinek strukturált interjújával célom az volt, hogy megtudjam, az önkormányzati vezetők milyenek látják a településükön és a környezetükben a helyi termék értékesítési és fogyasztási lehetőségeket, valamint ezek vidékfejlesztési vetületeit. Továbbá, hogy ehhez kapcsolódóan vizsgáljam az értekezés témáját is adó helyei termék információs és értékesítési online rendszer létjogosultságát. A kecskeméti járás tizenhat települése közül tizenkettő település polgármesterét sikerült meginterjúvolnom, az interjúkat 2021 októberében végeztem. Az eredményeket a 75%-os részvétel miatt alapvetően reprezentatívnak tekintem, bár sajnálatos, hogy a járás és megyeközpont vezetőjével, vagy képviselőjével nem sikerült interjút készíteni, többszöri próbálkozásom ellenére. Úgy gondolom, véleménye és meglátásai/tapasztalatai alapvetően fontosak lettek volna a téma és a térség szempontjából. Összeségében az adatok alkalmasak arra, hogy a helyi polgármesterek véleményéről ki lehessen alakítani egy álláspontot az értekezés témájával kapcsolatban. A kapott adatok kiértékelésénél leíró statisztikát alkalmaztam az alacsony elemszám miatt.

### 3. KUTATÁSI EREDMÉNYEK ÉS AZOK MEGBESZÉLÉSE

#### 3.1. Magyarországi járások összehasonlító vizsgálata többváltozós módszerekkel a faktorelemzés eredményeinek bemutatása

Célom a faktorelemzésben az volt, hogy létrehozzak a területi különbségekre fókuszáló csoportokat, amelyek külön-külön jellemezhetőek, és hogy rávilágítsak arra, hogy az általam választott térség hol helyezkedik el ebben a csoportban. Emellett ez a vizsgálat az értekezés másik kutatásához is információkat szolgáltat: melyek lehetnek az országban azok a járások, ahol alkalmazható lehet az általam vizsgált helyi termék értékesítési és információs online rendszer.

**1. Faktor: Gazdasági állapot.** Az első faktorba a következő fontosabb alapmutatók tartoznak melyek pozitív faktorsúllyal rendelkeztek: 180 napon túli nyilvántartott álláskeresők összesen aránya, közfoglalkoztatásban résztvevők/1000 lakos, általános iskola 8 osztályánál kevesebb végzettséggel rendelkező nyilvántartott álláskeresők/1000 lakos, szociális támogatásban részesülő nyilvántartott álláskeresők/1000 lakos stb. A pozitív előjelű alapmutatók ezen faktorban főként a munkanélküliség és közfoglalkoztatottság magasabb arányát mutatják meg. A negatív faktorsúllyal rendelkező főbb alapmutatók a következők voltak: szakközépiskola, technikum iskolai végzettséggel rendelkező nyilvántartott álláskeresők aránya, összevont szja adóalapba tartozó jövedelem/1000 lakos, szja; összesen (Ft)/1000 lakos, stb. A negatív előjelű faktorsúllyal rendelkező alapmutatók nagy általánosságban a gazdasági fejlettséget mutatják. Az 1. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások gazdasági fejlettségi vagy fejletlenségi faktor teljesítménye.

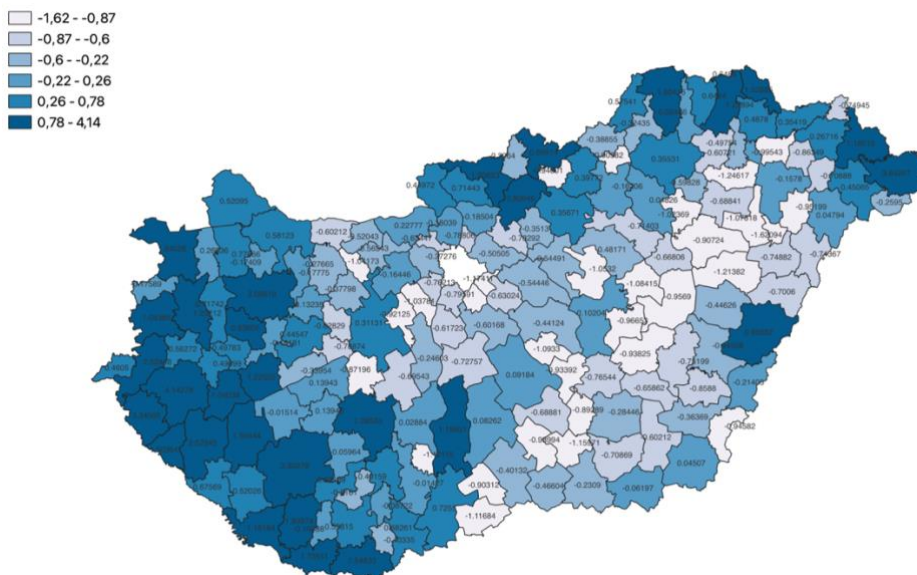


1. ábra: A magyarországi járások a „gazdasági állapot” faktor mentén

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

Az első faktor esetében azok a járások a gazdaságilag fejlettebbek, amelyeknél a faktor értékei minél negatívabb értéket mutatnak. Megfigyelhető, hogy a megyeszékhelyek, Budapest agglomerációja, és az ország Észak-Nyugati régiója az, amely sokkal fejlettebb gazdaságilag. Megfigyelhető még, hogy ahol autópálya található, ott alapvetően a gazdasági fejlettség is nagyobb. A kecskeméti járás  $-0.9$ -es faktor értékkel a fejlettebb, azonban nem a legfejlettebb járásokhoz tartozik.

**2. Faktor: periferialitás/elérhetőség.** A második faktorba a következő fontosabb inputváltozók tartoznak (melyek kivétel nélkül pozitív faktorsúllyal rendelkeznek): saját járásszékhely távolsága közúton a leggyorsabb úton, saját régióközpont távolsága közúton a leggyorsabb úton, legközelebbi legalább 100 ezer fős város távolsága közúton a leggyorsabb úton stb. Megfigyelhető, hogy az alapmutatók súlyozási együtthatói jelen esetben csak pozitív előjelűek, és kettő mutató kivételével közúti elérhetőséget jeleznek. Az alapmutatók segítségével könnyen definiálható a területi és térségi differenciák. A 2. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások periferialitás/elérhetőség faktor teljesítménye, melyben a főváros elérhetősége nem jelenik meg.



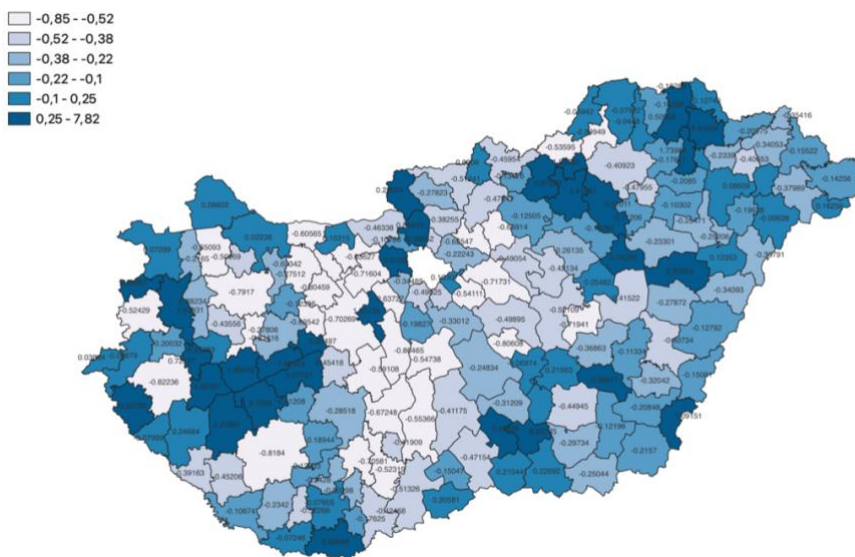
**2. ábra: A magyarországi járások a „periferialitás/elérhetőség” faktor mentén**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

Látható, hogy főként az apró falvas és nagyobb városoktól messze található járások rendelkeznek a legmagasabb faktor értékkel (tehát a leghosszabb idejű elérhetőséggel). Emellett még az ország Észak-Keleti részén a valódi

perifériás területek is magas értékkel rendelkeznek. A kecskeméti járás 0.091-es faktor értékkel az elemzés középmezőnyében található.

**3. Faktor: Általános turizmus.** A harmadik faktorba a következő fontosabb alapmutató tartoznak melyek kivétel nélkül pozitív factorsúllyal rendelkeztek: vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)/1000 lakos, összes vendégéjszaka száma/1000 lakos, kereskedelmi szálláshelyek belföldi bruttó szállásdíj árbevétele/1000 lakos stb. Az alapmutatók a turizmus általános helyzetére utalnak. Minden változó pozitív faktor értékkel rendelkezik. A nem lakott lakások fajlagos száma és aránya is ebbe a faktorba került, ami azt jelzi, hogy az erős turisztikai desztinációkban sok nem lakott, de kiadó lakás található. A 3. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások általános turizmus faktor teljesítménye.



**3. ábra: A magyarországi járások az „általános turizmus” faktor mentén**

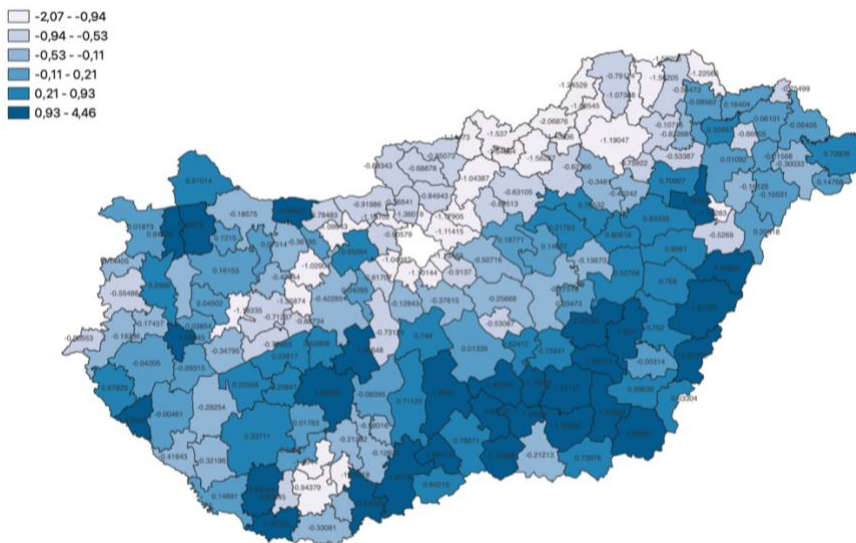
*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

Megfigyelhető, hogy ebben a faktorban a Balaton körüli járások, és a fontosabb fürdőkkel, vagy helyi látványossággal rendelkező járások dominálnak. Ebben az esetben a kecskeméti járás, -0,248-es faktor értékkel, az általános turizmusban kevésbé jobban teljesítő járásokhoz tartozik.

**4. Faktor Mezőgazdasági aktivitás.** A negyedik faktorba a következő fontosabb alapmutatók tartoznak melyek egy kivétellel pozitív factorsúllyal rendelkeztek: szja adófizetőkből a mezőgazdasági kistermelő (db) aránya, szja adóalapot képező jövedelem; mezőgazdasági kistermelők (Ft) aránya, szja adóalapot képező jövedelem; mezőgazdasági kistermelők (Ft)/1000 lakos stb.



A 25-54 éves nyilvántartott álláskeresők aránya negatív értékkel van jelen ebben a faktorban, ami azt jelenti, hogy a mezőgazdaság határozottabb jelenléte nagyobb foglalkoztatással is párosul. A 4. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások mezőgazdasági aktivitás faktor teljesítménye.

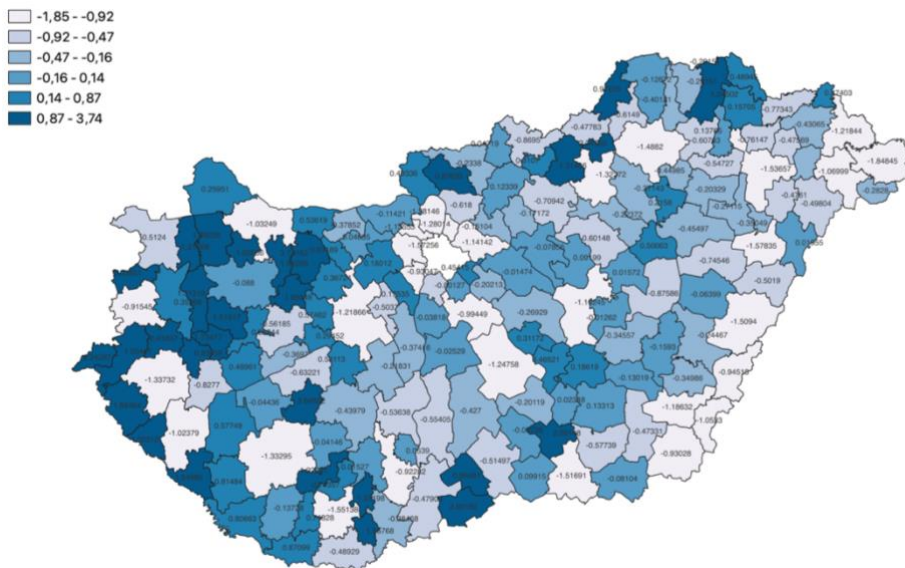


**4. ábra: A magyarországi járások a „mezőgazdasági aktivitás” faktor mentén**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

A mezőgazdaságilag jelentős Dél-Alföld régió járásai a legerősebb faktorértékkel rendelkeznek, míg a kecskeméti járás 0,013-es faktor értékkel a középmezőnyben helyezkedik el. Az értekezés témáját adó online rendszer szempontjából ebben az esetben már két járás is fontos lehet, mivel a kecskeméti és a szegedi járás is jelentős mezőgazdasági aktivitással van körbevéve, és az első faktor esetében a kecskeméti és a szegedi járás is erős gazdasági fejlettséggel rendelkezik.

**5. Faktor: Vidék – vidéki turizmus.** Az ötödik faktorba a következő fontosabb pozitív faktorsúllyal rendelkező alapmutatók tartoznak: vendégek átlagos tartózkodási ideje/1000 lakos, belföldi vendégek átlagos tartózkodási ideje (éjszaka)/1000 lakos, erdőterület élőfakészlete (fatérfogat)/1000 lakos stb. A negatív faktorsúllyal rendelkező alapmutatók a következők voltak: szellemi foglalkozású nyilvántartott álláskeresők/1000 lakos és a megszűnt vállalkozások száma/1000 lakos. A faktor pozitív értékei azokat a térségeket jellemzik, amelyek vidéki karakterrel, és alapvetően jól működő turizmussal, valamint kedvezőbb gazdasági helyzettel rendelkeznek. A 5. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások állapota a vidék – vidéki turizmus faktor mentén.

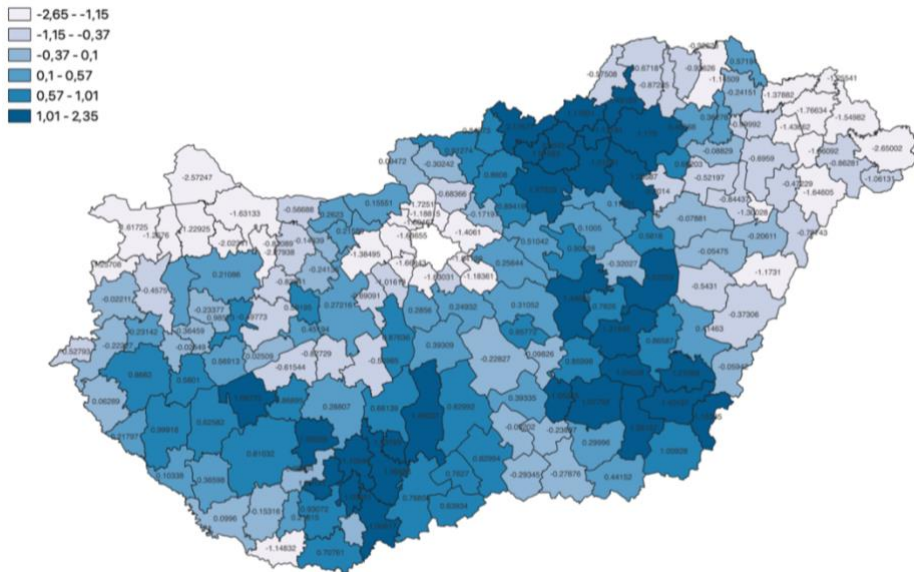


**5. ábra: A magyarországi járások a „vidék – vidéki turizmus” faktor mentén**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

A kecskeméti járás -1.247-as faktor értékével ebben az esetben a negatívabb kategóriájú térségekhez tartozik.

**6. Faktor: Demográfia.** A hatodik faktorba a következő alapmutatók tartoznak, melyek pozitív faktorsúllyal rendelkeznek: hatvanöt év felettek aránya, lakott lakások száma (db)/1000 lakos, 180 napon túli nyilvántartott álláskeresők aránya az összes álláskeresőn belül. A negatív faktorsúllyal rendelkező mutatók a következők voltak: 15-64 évesek aránya, természetes szaporulat és az eltartott férfiak és nők száma összesen (fő)/1000 lakos. A pozitív faktor értékekkel rendelkező térségek az előregedő, negatív természetes szaporulattal rendelkező, inkább egyedül élő lakosságú területeket jelzik, ahol kevés az eltartott (hiszen sok a nyugdíjas), és a kisebb arányú aktív népesség számára tartósan nincsenek munkalehetőségek. A következő 6. ábrán megfigyelhető a magyarországi járások demográfiai faktor teljesítménye.



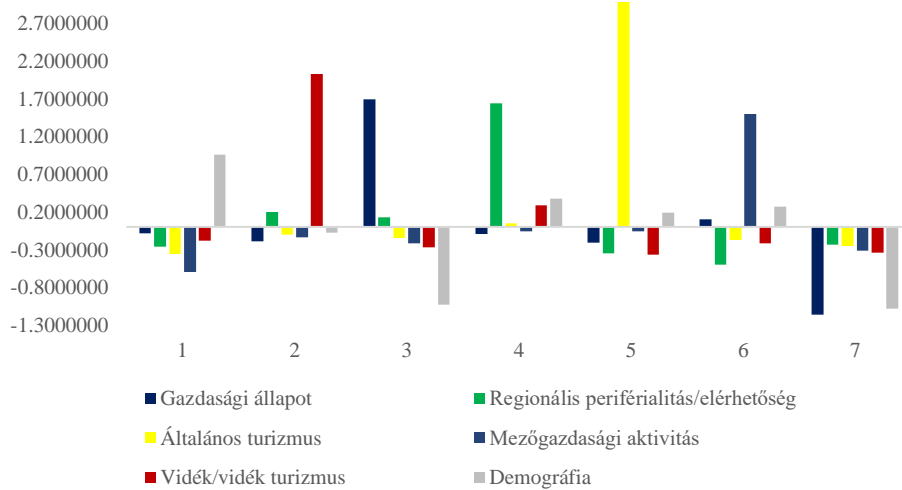
**6. ábra: A magyarországi járások a „demográfia” faktor mentén**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

Az ország gazdaságilag erősebb Észak-Nyugati járásai és Budapest agglomerációjában találhatóak meg azok a járások, ahol az elöregedés nem jelent problémát. Döntően az ország észak-keleti részében is találunk hasonló helyzetű területeket, azonban itt már feltehetően nem a gazdasági teljesítmény erőssége okozza a negatív faktor értékeket, hanem a szociális problémákkal, szegregálódással, társadalmi folyamatokkal való összefüggés. A kecskeméti járás a  $-0,228$ -es faktor értékkel a demográfiai folyamatok szempontjából kedvezőbb helyzetű járások közé tartozik.

### **3.2. A klaszter-elemzés eredményei**

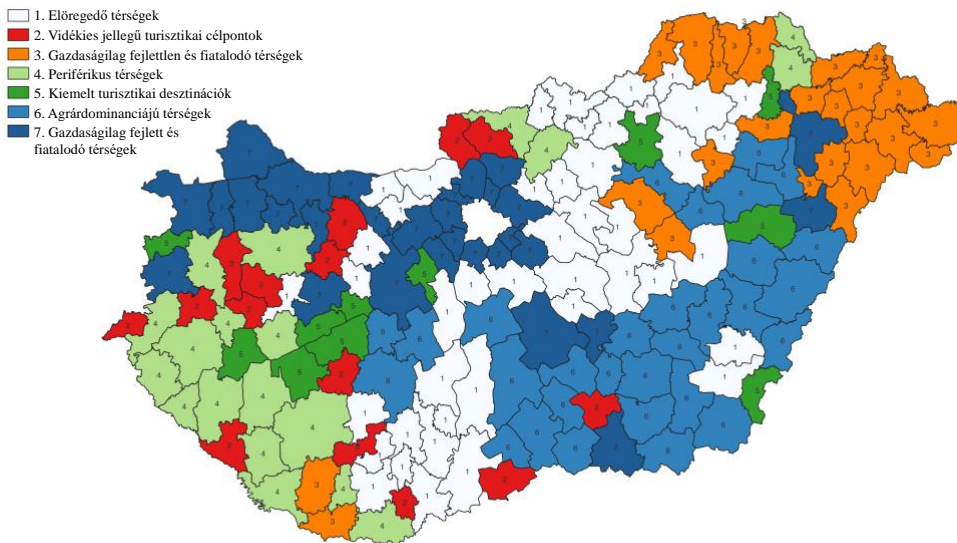
Célom az volt, hogy a területi különbségekre fókuszáló csoportokat azonosítsak be, amelyek külön-külön jellemezhetőek, és hogy rávilágítsak, az általam választott térség hol helyezkedik el a területi különbségek rendszerében. Emellett az értekezés másik céljához is információkat szolgáltathat, nevesül hogy melyek lehetnek az országban azok a járások, ahol alkalmazható lehet az általam vizsgált helyi termék értékesítési és információs online rendszer. A klaszter elemzést lefuttattam a standardizált inputváltozókra, és a faktorokra is egyaránt. Az eljárás során végül a hét klaszteres megoldás tűnt a legjobban értelmezhetőnek, a hierarchikus klaszterezésen belül a Ward’s módszer alkalmazásával. Tehát az elemzés során végül 7 klaszter került kialakításra. A klaszter struktúra jellemzői az általam kialakított 6 főfaktor mentén a 7. ábrán látható.



**7. ábra: A kialakított klaszter struktúra jellemzői az átlag faktor értékek mentén**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

A következő, 8. ábrán összesítve láthatóak a klaszterelemzésem által kapott klaszter-csoportok, illetve az azokat alkotó járások besorolása és eloszlása az országban.



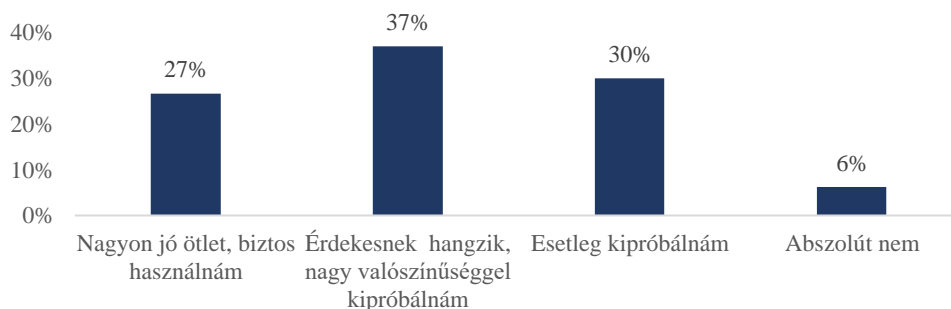
**8. ábra: Az egyes klaszter csoportok, és az azokat alkotó térségek eloszlása Magyarországon**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

### 3.3. A fogyasztói vizsgálat eredményei – fogyasztói kérdőív eredményeinek bemutatása

A fogyasztói primer kutatás fő célja és egyben inspirációja az volt, hogy az általános élelmiszer fogyasztói szokásokat elsősorban a helyi termékekre koncentrálni vizsgáljam, továbbá ehhez kapcsolódóan egy olyan online rendszer létjogosultságát, melyben a vásárlók könnyen szerezhetnék információt a helyi termékekkel kapcsolatban, és azokat akár meg is vásárolhatják ott.

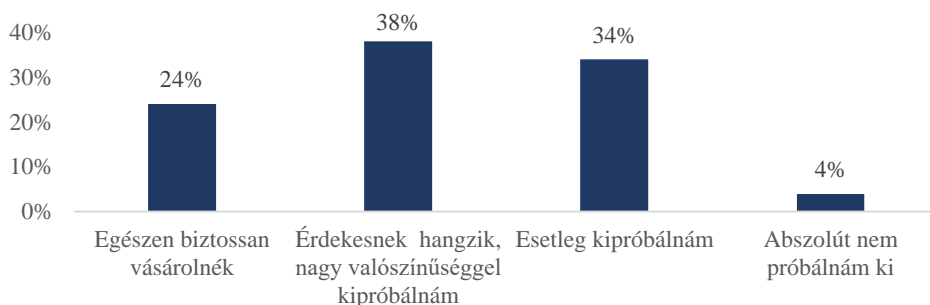
Többek közt vizsgáltam, hogy mi a hozzáállás egy olyan online rendszer használatával kapcsolatban, amely segíthet a helyi élelmiszer-termékekkel kapcsolatos megbízható információ megszerzésében, könnyebb vásárlásában, a helyi termékek ellenőrzésében, nyomon követésében stb. Megfigyelhető (9. ábra), hogy a kitöltők 27%-a nagyon jó ötletnek tartja, és biztos, hogy használná. A minta 37%-a számára érdekesen hangzik, nagy valószínűséggel kipróbálná. Kijelenthető, hogy a megkérdezettek 64%-a nagy valószínűséggel használná ezt az online rendszert információszerzésre a termelőről és termékekről. A kitöltők 30%-a esetleg kipróbálná, és végül 6%-a abszolút nem használná.



#### 9. ábra: A válaszadók megoszlása az online rendszerre vonatkozó információ szerzési hajlam alapján (%)

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

Arra is kíváncsi voltam, hogy a válaszadók hajlandóak lennének-e egy ilyen online rendszeren keresztül kifejezetten vásárolni is a helyi termelőtől. A 10. ábrán látható, hogy a megkérdezettek 24%-a egészen biztosan használná ezt az online rendszert helyi termékek vásárlására. A válaszadók 38%-a számára érdekesen hangzik, és nagy valószínűséggel ki is próbálná. Tehát kijelenthető, hogy a válaszadók 62%-a nagy valószínűséggel használná ezt az online rendszert helyi termék vásárlásra is. A válaszadók 34%-a esetleg kipróbálná ezt az online rendszert. Végül 4% azok aránya, akik biztos, hogy nem használnák ezt a rendszert.



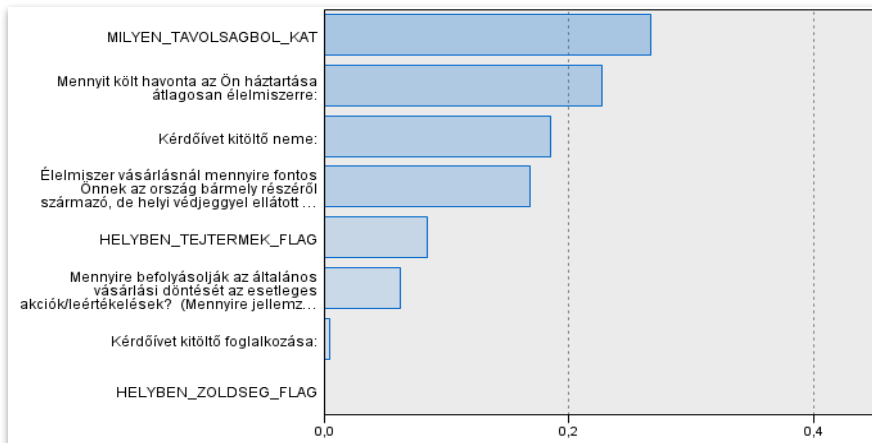
**10. ábra: A válaszadók megoszlása az online rendszerre vonatkozó vásárlási hajlandóság alapján (%)**

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

**3.4. A fogyasztói kérdőív eredményeinek összefüggés-vizsgálata – alapvető megállapítások**

Az összefüggés-vizsgálatokkal elsődleges célom az volt, hogy megvizsgáljam, a minta alapján milyen alapvető összefüggések tárhatók fel, illetve elemezzem, milyen tényezők segíthetik, illetve befolyásolják a fogyasztók helyi élelmiszer fogyasztását, illetve az általam vizsgált rendszer használatát. A következőkben a téma szempontjából legrelevánsabb kutatási eredményeket ismertetem.

Az értekezés egyik kiemelt témája, hogy kik lennének azok, akik potenciálisan használnák az általam vizsgált online rendszert a helyi termékekről/termelőkről/akciókról való információszerezésre, vásárlásra. Magyarán annak vizsgálata, hogy milyen tényezőktől függ, mik befolyásolják a fogyasztók hajlandóságát egy ilyen rendszerbe való bekapcsolódásra. A 11. ábrán látható a prediktorok fontossága, vagyis hogy melyek azok a jellemzők, amelyek alapján a vásárlók leginkább használnák ezt az online rendszert információszerezésre. Az első és legerősebb prediktor az az, hogy hajlandó-e utazni a vásárló a helyi termékért. A következő, 0,2-es fontossági érték feletti prediktor az, hogy mennyit költ havonta átlagosan a válaszadó élelmiszerre. Ezután a már alacsonyabb fontossági értékkel következik a kérdőívet kitöltő neme nő, és hogy mennyire fontos a kérdőívet kitöltő számára, hogy védjeggyel ellátott terméket vásároljon. Alacsonyabb magyarázó erővel, de még további összefüggés található, ha a válaszadó tudja, hogy a közelében tejterméket állítanak elő, illetve ha általában befolyásolja döntését az akció/leértékelés. A további összefüggések már nagyon alacsony értékűek. Jelen elemzés 0,75-ös AUC-értékkel rendelkezik, ami azt jelenti, hogy 75%-os az esélye annak, hogy a modell képes lesz különbséget tenni a pozitív és a negatív (vagyis a rendszert használó, illetve nem használók) osztály között.



### 11. ábra: Az online rendszer használatát (információszerzés) befolyásoló legfontosabb tényezők

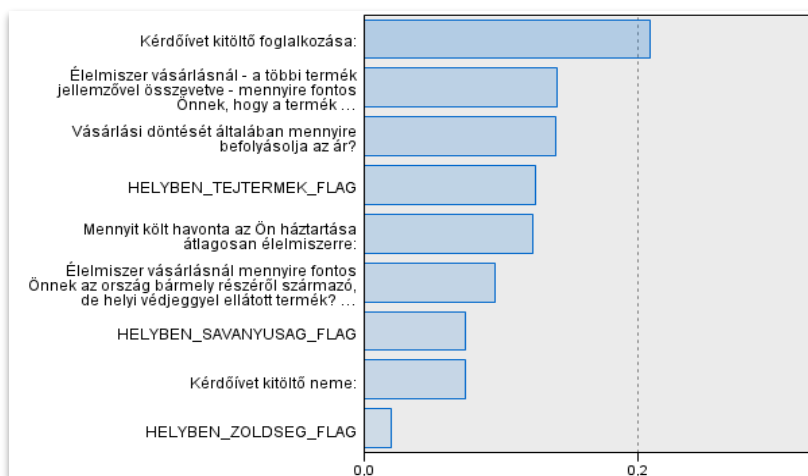
Megjegyzés: CHAID AUC = 0,75

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023

Az elemzés végső, döntő részében a CHAID tanuló algoritmussal létrehozott döntési fa segítségével összeállítható, kik azok a válaszadók, akik a legnagyobb eséllyel használnák ezt az online rendszert információszerzésre. A kapott adatok alapján kijelenthető, hogy jellemzően azok a válaszadók lennének bevonhatók, akik hajlandóak utazni helyi termékért (72%-os hajlandóság), ezen belül is főleg a szellemi foglalkozásúak (81%-os hajlandóság a döntési fa mentén). Az utazási hajlandóságot mutató csoporton belül azok, akik egyéb, nyugdíjas vagy fizikai foglalkozásúak, és akik számára nem nagyon fontos vásárlás során az akció vagy leértékelés, szintén nagyobb arányban nyitottak.

Azok, akik csak a saját településükön vásárolnának helyi terméket, vagy nem adtak érdemi választ, 54%-ban hajlandóak használni ezt az online rendszert a termelői termékekről szóló információ megszerzésére. Ezen belül, akik csak saját településen vásárolnának termelői terméket, vagy nem adtak érdemi választ, és számukra nagyon fontos, hogy a termék védjeggyel ellátott legyen, 70%-ban lennének hajlandóak használni az online rendszert. Magyarul: fontos, hogy a termelői termékeken védjegy (akár helyi védjegy) legyen. A következőkben láthatjuk, melyek azok a jellemzők, amelyek alapján a vásárlók leginkább használnák ezt az online rendszert vásárlásra. A vásárlási hajlandóság kapcsán a legerősebb prediktor (12. ábra) - egyedül több mint 0,2-es jelentőségi értékkel - a kitöltő foglalkozásában található meg. Ezt követően megfigyelhető, hogy az előző prediktorokhoz képest a jelenlegiek gyengébb magyarázó erővel bírnak, azonban sokkal kevésbé hektikus a mozgásuk is. Az erősebb prediktorok közé tartozik továbbá, hogy a termék

környezetbarát/fenntartható termelésből származzon, valamint idetartozik a termék ára is. Megállapítható még, hogy kisebb, de kimutatható kapcsolat van a között, hogy a válaszadó használná-e ezt az online rendszert helyi termék-vásárlásra és a között, hogy tudja, a közelében tejterméket állítanak elő, továbbá, hogy mennyit költ havonta élelmiszerre átlagosan a válaszadó háztartása, és hogy a termék védjeggyel van-e ellátva. A legkevésbé erősebb prediktorok közé tartozik az, hogy a válaszadó tudja, hogy a közelében savanyúságot állítanak elő, hogy mi a kérdőívet kitöltő neme (nő), és végül a vásárló tudja, hogy a közelében zöldséget állítanak elő. Jelen elemzés 0,72-es AUC-értékkel rendelkezik, ami azt jelenti, hogy 72% az esélye annak, hogy a modell képes lesz különbséget tenni a pozitív és a negatív osztály (tehát a nyitott és az elzárkózó csoport) között. Az előző AUC-értékhez képest a jelenlegi kisebb értéket mutat, azonban az is megfigyelhető, hogy az inputváltozók sokkal stabilabban magyarázzák a célváltozót. Ez az elemzés szempontjából teljesen elfogadható. Megfigyelhető, hogy a 11. és a 12. ábra között jelentős különbségek vannak, mivel a 11. ábra esetében a legfontosabb, hogy a fogyasztó hajlandó lenne-e utazni helyi termékért, azonban a 12. ábrán ez a jellemző már nem található meg a prediktorok között.



## 12. ábra: Az online rendszer használatát (vásárlás) befolyásoló legfontosabb tényezők

Megjegyzés: CHAID AUC = 0,72

Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023

Az elemzés ezen részében is létrehoztam a CHAID tanuló algoritmus segítségével egy döntési fát, amelynek segítségével kimutatható, hogy kik lehetnek azok a válaszadók, akik a legnagyobb eséllyel használnák ezt az online rendszert helyi termék vásárlására. A kapott adatok alapján kijelenthető, hogy jellemzően azok a válaszadók lennének hajlandóak



használni ezt az online rendszert termelői termékek vásárlására, akik számára a termékek ára nem a legfontosabb jellemző (64%-os hajlandóság). Ezen belül a szellemi foglalkozásúak 71%-os hajlandóságot mutatnak. Azok, akik számára nem nagyon fontos a termék ára, de fizikai foglalkozásúak vagy nyugdíjasok, csak 49%-ban használnák ezt a rendszert. Közülük azok, akik vásárlási szokásainál nagyon fontos, hogy a termék védjeggyel legyen ellátva, 73%-ban lennének hajlandók használni ezt a rendszert vásárlásra, azonban itt már alacsony az elemszám (26). A döntési fa másik oldalán találhatóak azok, akik számára nagyon fontos a termékek ára – ebben az esetben a válaszadóknak már csak 46%-a használná ezt a rendszert vásárlásra. Ezen belül, akik konkrétan ismernek a közelben olyan helyet, ahol zöldséget állítanak elő, 64%-ban lennének hajlandók használni a rendszert, amit még a foglalkozás befolyásol.

### **3.5. A termelői kutatás eredményei**

A termelői kérdőíves primer felméréssel célt az volt, hogy megtudjam, a termelők hogyan látják a termékeik értékesítési és előállításai lehetőségeit a térségében, illetve megkapjam arra a választ, hogy a termelők használnák-e egy helyi termék információs és értékesítési online rendszert, és milyen meglátásaik vannak azzal kapcsolatban.

Rákérdeztem arra, hogy milyen helyeken értékesítik a termékeiket a termelők. Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a termelők 50%-a kereskedő vagy felvásárló által értékesíti termékeit. A válaszadók másik 50%-a, akik nem felvásárlók által értékesítenek, többségében nagybani piacon, termelői piacon, online értékesítéssel, vagy háztól való értékesítéssel jellemezhető.

Vizsgáltam, hogy a termelők állnak-e bármilyen helyi szintű együttműködésben más termelővel/termelővel/termelői csoportokkal, illetve egyéb vállalatokkal/térségi szereplőkkel. A válaszadók 50%-a áll valamilyen együttműködésben, a másik fele pedig nem. Megvizsgáltam, hogy mivel lehetne ösztönözni a termelő/termelő/termelői csoportok, illetve egyéb vállalatok/térségi szereplők (pl. önkormányzatok) közötti együttműködést. A válaszok 90%-ban megtalálható a legnagyobb probléma: a felvásárlási árak túl alacsony mivolta. Azonban többen is megjegyzik, hogy az emberi természet a gátja ennek a kérdésnek, hiszen mindenki a legjobb áron kívánja értékesíteni az áruját.

A válaszadók 58%-a még nem használt semmilyen hirdetési felületet, 31% Facebook segítségével árulta már termékeit, és végül 11% egyéb módon (önkormányzati weboldal, YouTube, Google, influencer stb) értékesítette már termékeit. Megvizsgáltam, hogy milyen formában intézik jelenleg az internetes értékesítést a termelők. Az érintett termelők 33%-a saját maga elviszi a rendelt árut, 3%-a kosárközösségen keresztül, 3%-a gazdaboltok segítségével, és végül 11%-a háztól való értékesítéssel (a vevő érkezik a termelőhöz) oldja meg termékeinek az eljuttatását a fogyasztóhoz.

Vizsgáltam, hogy a termelők mit szólnának egy olyan online rendszerhez, ami megkönnyítené a fogyasztók számára a helyi termékekről/termelőkről/akciókról való információszerzést. A megkérdezett termelők 47%-a lenne az, aki biztosan használná az applikációt, 39% azoknak az aránya, akik esetleg csatlakoznának, és végül 14% lenne azoknak az aránya, akiket nem érdekelne. Továbbá vizsgáltam, hogy mit szólna hozzá, ha erről az online rendszerről még vásárlást is lehetne lebonyolítani, ahol a saját termékeit is értékesítheti. A válaszadók ezt az online rendszert termékeik értékesítésére az alábbi megoszlás szerint használnák: 17%-a egészen biztos alkalmazná, mert nagyon jó ötletnek tartja, 28% számára érdekesnek hangzik, nagy valószínűséggel érdekelné, 39% esetleg kipróbálná, és a válaszadók 17%-át nem érdekelné.

Érdeklődtem, hogy milyen pozitívumokat tudnak elképzelni saját maguk és gazdaságuk számára egy ilyen online rendszerrel kapcsolatban. A válaszadók 80%-a a stabilabb eladásokat és a jobb áron történő értékesítés hatásait várná ettől az online rendszertől. Emellett a válaszadók megemlítették még a következő lehetséges hatásokat: gyorsaság, jobban megismernék a vásárlók a termékeket, így könnyebben kialakulhatna a kölcsönös bizalom, gyors és céltudatos értékesítés, nem kellene piacra járni, egy opció lenne ez arra, hogy mindig legyen vevő, a piaci egyenlőtlenségek, amelyek a felvásárló és termelő profitja közötti különbségből adódik – annak kiegyenlítődése, nem kell a vásárlókat keresgélni, közvetlen az értékesítés a termelő és a fogyasztó között, a termelők könnyebb összefogására lenne lehetőség; és végül könnyebb a logisztikai szervezés. Vizsgáltam, hogy milyen aggályok vannak ezzel az online rendszerrel kapcsolatban. A válaszadók 60%-a szerint időigényes a naprakész tájékoztatás; emellett sok esetben a személyes kapcsolat nagyon fontos a helyi termékek értékesítésében (ez a rendszer ezt nem gátolja: lehetséges csak információmegosztásra is használni); az idősebb generáció nem internetezik, nem érhet el elegendő vásárlót; van olyan termelő is, akinek a termelőikosár.hu-ról 1 év alatt még nem érkezett megrendelése; és végül az emberek még nem készültek fel erre vidéken.

### **3.6. Az önkormányzati kutatás eredményei**

A kecskeméti járás polgármestereinek strukturált interjújával céloim az volt, hogy megtudjam, az önkormányzati vezetők milyennek látják a településükön és a környezetükben a helyi termék értékesítési és fogyasztási lehetőségeket. Emellett, hogy ehhez kapcsolódóan vizsgáljam az értekezés témáját adó helyei termék információs és értékesítési online rendszer létjogosultságát.

Az interjú során elhangzottakból pár fontosabb kijelentést szeretnék kiemelni: a koronavírus-világjárvány alatt felértékelődött a helyi termék. Jó minőségű termékeket állítanak elő, de a vásárlók nagyon alacsony árat akarnak vagy tudnak fizetni, mivel kevés a vásárlóerő. Kapacitásban sokkal többet is

tudnának termelni, ha lenne rá megfelelő méretű piac, illetve a vásárlóknak többet kellene vásárolniuk helyi termékeket. Végül probléma, hogy nem jut el a vevőhöz, hogy milyen termék van körülötte, nem tudja a vevő, mi az újdonság.

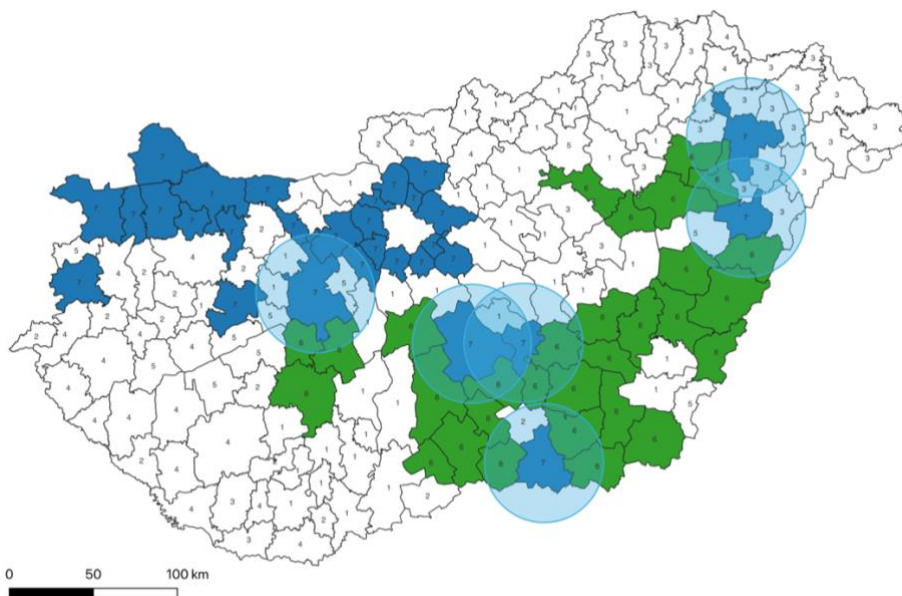
Vizsgáltam, hogy melyek a legnagyobb problémák a helyi termékek előállításában és értékesítésében a térségben. A válaszok alapján kijelenthető, hogy a legnagyobb problémák közé sorolható: a rossz és hektikus felvásárlási ár, a szervezetlenség, a motiváció hiánya, az állapotbetegségek, az öntözés hiánya, egyre nagyobb problémát jelent a munkaerőhiány is (ahol csak lehet, mindent gépesítenek), az éghajlatváltozás, az adó- és könyvelési előírások betartása, a csekély kereslet – ahhoz képest, amekkora lehetne, a vállalkozási kedv hiánya, mivel a termelők nagy százaléka elviszi a termékeit a nagybani piacra, amelyek azután a szegedi, a budapesti vagy újra a kecskeméti piacokon, vagy kisboltokban jelennek meg eladó termékként, végül kevés a tudatos fogyasztó. Az interjúalanyok válaszaik alapján kijelenthető, hogy egy teljesen új szemléletváltásra lenne szükség, mind a vásárlók, mind a termelők oldaláról.

Kíváncsi voltam, hogyan látják a helyi termékek értékesítési lehetőségeit általánosan, országos viszonylatban. A válaszok alapján általánosságban elmondható, hogy a felvásárlási árak nem jók, és nagy általánosságban a pesti nagybani piac az, ahol a termékeket értékesíteni lehet. Emellett még szó volt arról is, hogy egy összefogott rendszer jobb lenne: előnyösebb lenne, ha helyben is értékesíteni tudnák a gazdák a termékeiket, de nagyon nehezen megy. A bevásárlóközpontokban a helyi termékek elhelyezése kellene – az Univer boltokban volt is ilyen kezdeményezés, azonban szervezetlen volt. A járás szerencsésebb helyzetben van, mivel itt van az Univer, és Budapest is 30 perc az autópályán.

Vizsgáltam, hogy mit gondolnak egy olyan online rendszerről, ami megkönnyítené a fogyasztók számára a helyi termékekről/termelőkről/akciókról való információszerzést. A válaszok alapján kijelenthető, hogy nagyon jó elgondolásnak tartja szinte minden település, és van, ahol már volt ilyen kezdeményezés. A továbbiakban kijelenthető, hogy még nagyobb szervezés kell, és áldozat szükséges a gazdák részéről is. Vizsgáltam, hogy mit szólnának hozzá, ha erről az online rendszerről még vásárlást is lehetne lebonyolítani, ahol helyi termékeket értékesíthetnek. A válaszok itt is, az előző kérdéshez hasonlóan, igen egyoldalúak voltak, azaz támogató jellegűek. Továbbá kijelenthető még, hogy ha ki van dolgozva rendesen, akkor működőképes lehet, azonban kérdés, hogy majd milyen marketinget kap, továbbá a nagyobb termelők esetén működhetne, és ahogy telefonon, úgy interneten is működhet.

### 3.7. A vizsgált rendszer szempontjából releváns térségek lehatárolása

Az elemzések végén feltárult előttem, hogy hat olyan járás található (13. ábra) az országban, amelyek magas gazdasági mutatókkal (gazdasági potenciállal) rendelkeznek, és a közvetlen szomszédjukban pedig az agráriumban jelentős tevékenységgel (termelői potenciállal) rendelkező járásokat lehet találni.



**13. ábra: A vizsgált online rendszer további kutatásának lehetséges területei hazánkban**

*Megjegyzés:* ■ Agrárdominanciájú térségek ■ Gazdaságilag fejlett fiatalodó térségek

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

A helyi termék távolságának a magyar szabályozás 52/2010. (IV. 30.) FVM-rendelet alapján a terméknek „a régió belülről”, azaz a termék előállítása szerinti megyéből vagy 40 km-es körzetből kell származnia. A helyi termék szabályozás definíciója alapján, mind a hat járás megfelelhet a helyi termékek 40 kilométeres kritériumának. Az eredmények alapján reálisnak tűnik a további vizsgálatok folytatása a hat járásban, hogy feltárjuk a potenciális lehetőségeket egy hasonló rendszer implementálására, ami az értekezés központi témáját is képezi. A további kutatások potenciális területét a Székesfehérvári, Kecskeméti, Nyíregyházi, Debreceni, Tiszakécskei és Szegedi járások alkotják. Minden járás esetében figyelmet érdemel, hogy azok közvetlen szomszédságában helyezkednek el olyan agrárpotenciállal jellemezhető járások, melyek kiemelkedően képesek helyi termelői termékek előállítására és értékesítésére. A vizsgálatok legfontosabb megállapítása, hogy a tanulmányom fókuszában álló Kecskeméti járás is beletartozik a potenciális járáscsoportba.

#### 4. ÚJ TUDOMÁNYOS EREDMÉNYEK

1. Többváltozós statisztikai módszerekkel megállapítottam, hogy melyek azok a jellemzők, amelyek a területi differenciák alakításában napjainkban részt vesznek. Kutatásomban bemutattam, hogy az ország járásai közt gazdasági állapot; periférialitás/elérhetőség; általános turizmus; mezőgazdasági aktivitás; vidék/vidéki turizmus; és demográfia mentén találhatóak alapvetően differenciák. **Bizonyítottam, hogy a területi különbségek alakulásában a mezőgazdaság továbbra is térformáló erőként van jelen. Statisztikai módszerekkel egyértelműen lehatárolhatók és elkülöníthetők olyan térségek, melyekben az agrárjelleg dominál. Bizonyítottam, hogy az általam kiemelten vizsgált Kecskeméti járás ezen térségek közé tartozik.**
2. Primer kutatás segítségével a vizsgált térségben feltártam az általános élelmiszer fogyasztói szokásokat a helyi termékekre koncentrálva, továbbá ehhez kapcsolódóan egy olyan online rendszer feltételeit, melyben a vásárlók könnyen szerezhetnek információt a helyi termékekkel kapcsolatban, és azokat akár meg is vásárolhatják ott.
3. Az összefüggés vizsgálattal és a CHAID tanuló algoritmus felhasználásával, fogyasztói primer adatgyűjtésre alapozva, meghatároztam egy olyan célközönseget, akik a legnagyobb valószínűséggel használnák az online rendszert. Ezek a jobb kereseti lehetőségekkel rendelkező, fiatalabb szellemi foglalkozású, helyi termékért nagyobb távolságra utazni is hajlandó személyek.
4. Összefüggés vizsgálatokkal és a CHAID algoritmus segítségével meghatároztam, hogy az általam vizsgált rendszer kapcsán a termelői termék milyen feltételeknek feleljen meg, illetve hogy maga a termék leginkább mi lehetne. Kutatásaim alapján a terméknek környezetbarát termelésből kell származnia, környezetbarát csomagolással és védjeggyel kell rendelkeznie. A potenciális termékek köre leginkább a tejtermékek, valamint a savanyított vagy zöldség termék.
5. A Kecskeméti járásban elvégzett primer kutatás alapján termelői szempontból lehatároltam az általam vizsgált rendszert elősegítő és akadályozó tényezőket. Ezzel párhuzamosan megállapítottam, hogy bár a termelők túlnyomó többsége alapvetően nyitott a rendszer használatra, alapvető hátráltató tényező az egymással való (termelők közötti) kooperációt általánosan övező negatív hajlandóságuk.
6. A Kecskeméti járásban primer kutatással feltártam, hogy az önkormányzati vezetők milyennek látják a településükön és a környezetükben a helyi

termékek értékesítési és fogyasztási lehetőségeit, valamint ezek vidékfejlesztési vetületeit. **Bizonyítottam, hogy az önkormányzatok az értekezés témáját adó, helyi termék információs és értékesítési online rendszert alapvetően pozitívan értékelik, és hajlandóságot mutatnak az együttműködésre ezzel a rendszerrel kapcsolatban. A vizsgálat alapján önkormányzati szempontból is lehatároltam a rendszert elősegítő és akadályozó tényezőket.**

7. A területi különbségek vizsgálata és primer kutatási eredményeim alapján **meghatároztam olyan járásokat, ahol relevanciája van a vizsgált online rendszer bevezetésének, illetve a bevezetésre irányuló további kutatásoknak. Ezzel párhuzamosan kimutattam, hogy a Kecskeméti járás is alapvetően az arra alkalmas térségek csoportjába sorolható.**

A saját kutatásaim alapján, a hipotézisvizsgálat eredményeit az 1. számú táblázatban foglaltam össze.

### 1. táblázat: Az értekezés hipotéziseinek igazolása/cáfolása

Hipotézis	Állapot
<b>H1:</b> A területi különbségek alakulásában a mezőgazdaság továbbra is térformáló erőként van jelen. Statisztikai módszerekkel egyértelműen lehatárolhatók és elkülöníthetők olyan térségek (köztük a Kecskeméti járás), melyekben az agrárjelleg dominál.	igazoltam
<b>H2:</b> Az értekezés témáját adó, helyi termék információs és értékesítési online rendszert esetlegesen használó fogyasztók köre térségi vizsgálataim alapján jól elkülöníthető. A rövid ellátási láncokkal kapcsolatos kutatások fényében feltételezem, hogy ebben az esetben felsőfokú végzettségű felhasználók mutatnak nagyobb hajlandóságot.	részben igazoltam
<b>H3:</b> A vizsgált önkormányzatok az értekezés témáját adó, helyi termék információs és értékesítési online rendszert alapvetően pozitívan értékelik, és hajlandóságot mutatnak az együttműködésre ezzel a rendszerrel kapcsolatban. A vizsgálat alapján, önkormányzati szempontból egyértelműen lehatárolhatók a rendszert elősegítő és akadályozó tényezők.	igazoltam
<b>H4:</b> A vizsgálat alapján termelői szempontból egyértelműen lehatárolhatók a rendszert elősegítő és akadályozó tényezők. Ennek kapcsán feltételezem, hogy az online rendszerrel kapcsolatos termelői nyitottság mellett, alapvető hátráltató tényező az egymással való (termelők közötti) kooperációt általánosan övező negatív hajlandóság.	igazoltam
<b>H5:</b> A területi különbségek vizsgálata, és a primer kutatásom eredményei alapján meghatározhatók olyan járások, ahol relevanciája van az általam vizsgált online rendszer bevezetésének, illetve a bevezetésre irányuló további kutatásoknak. Ezzel párhuzamosan feltételezem, hogy a Kecskeméti járás is alapvetően az erre alkalmas térségek csoportjába sorolható.	igazoltam

*Forrás: Saját kutatás és szerkesztés, 2023*

## 5. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

A magyar mezőgazdaság élelmiszerlánc/élelmiszer ellátó rendszere egyre sérülékenyebb, ami először a COVID-19 következményeként jelentkezett, majd az orosz - ukrán konfliktus kitörése után még jobban bizonyosságot nyert. A magyar mezőgazdaság számára az egyik legnagyobb feladat, hogy abba az irányba kell elmozdulnia, ahol az alapvető értékláncokat fel tudja építeni, és az országhatáron belül tudja tartani. Ennek most különös aktualitása van, de a válsághelyzetektől eltekintve is fontos. A kistermelők pozíciójának javítása pedig folyamatos kihívásként jelentkezik.

Amint a szakirodalom is világossá teszi, a mezőgazdasági termék előállítók számára a vertikális integráció jelentheti az egyetlen eszközt a pénzügyi stabilizálás megteremtésére. Azonban ez korántsem egyszerű. A doktori tanulmányaim során pont ezek miatt vettem fel a helyi termék online információs és értékesítési rendszer ötletét. Pontosan tudom, hogy ilyen rendszerek már működnek hazánkban és szerte a világban is, azonban a „main stream” világba mégsem tudtak még beférkőzni. Kiinduló gondolatom, hogy a termelőknek lehessen egy olyan alternatív értékesítési csatornája a termékeik számára, ahol nem sokkal több energiával befektetéssel, akár jobb értékesítési árakat is elérhetnek, emellett, ha diverzifikálni szeretnék a portfóliójukat, legyen rá lehetőségük. Az előnyök között megtalálható lehetne egy egységesített felület, ahol a kockázat, a befektetett munka és tőke hányada is kevesebb lenne, mint ha egy teljesen új önálló felületet kellene létrehozniuk. Nem gondolom, hogy ez az ötlet önmagában megoldaná a vidéki termékek értékesítését, azonban hasonló jellegű megoldások hiánya a magyar kis- és közepes termelők körének további szűkülését fogja eredményezni.

A helyi termékeken alapuló, a fiatal generáció igényeit kiszolgáló rendszerek hiánya is erősítette inspirációm, hogy a disszertációt megírjam. Saját kutatásom, az összefüggés vizsgálatok eredményei alapján kijelenthető, hogy alapvetően a szellemi foglalkozásuk lehetnének a legnagyobb potenciállal rendelkező felhasználók a foglalkozási típus alapján. Fontos összefüggés az is, ahogy a válaszadók egyre nagyobb összegeket költenek havonta élelmiszerre, úgy növekedik egyben a hajlandóság az online rendszer információ szerzési és vásárlási használatával kapcsolatban. Továbbá azok a válaszadók, akik hajlandóak lennének nagyobb távolságról is beszerezni a termelői terméket, nagyobb hajlandósággal használnák is ezt az online rendszert. Magyarán, akik amúgy nagyobb távolságot is hajlandóak megtenni, hogy helyi termékhez jussanak, jellemzően sokkal nyitottabbak egy ilyen rendszer iránt. Az online rendszeren keresztül helyi termék vásárlása esetében még egy lényeges eredmény született: miszerint a vásárlási hajlam esetében a

35 év alatti válaszadók 71%-a használná ezt a rendszert. Kijelenthető, ahogy a kérdőívet kitöltők életkora növekedett, úgy csökken az online rendszert használó hajlam is. Ebből következik, hogy alapvetően a fiatalabb generáció lehet egy potenciális felhasználói kategória.

A prediktorok (a végső következtetések előre jelzői) szerint az információ szerzés esetében a fontossági sorrendben az első az, hogy hajlandó-e utazni a vásárló a helyi termékért. A következő, hogy mennyit költ havonta átlagosan a válaszadó élelmiszerre. A vásárlási hajlandóság befolyásoló tényezői kicsit eltérőek. Ebben az esetben is a fontossági sorrendben haladva az első az volt, hogy a fogyasztó hajlandó-e utazni helyi termékért. A következők a kitöltő foglalkozása; majd a termék környezetbarát/fenntartható termelésből származása; illetve a termék ára voltak.

A prediktorok és az első elemzés adatai igen hasznosak, mivel körül írják, milyen feltételeknek kell megfelelnie egy termelőnek ahhoz, hogy a termékeit nagy eséllyel értékesíteni tudja egy ilyen rendszerben. Magyarán egy termelőnek, ha elakarja adni termékeit a legnagyobb valószínűséggel, akkor olyanoknak kell hirdetnie, akik alapvetően fiatalabb szellemi foglalkozásúak, és amúgy is hajlandóak lennének akár utazni is ilyen termékért (tehát fontos nekik). A termékek esetén lényeges, hogy környezetbarát/fenntartható termelésből származzon és lehetőleg védjeggyel is el legyen látva. Ezen belül, a kutatásaim alapján, a sikeres értékesítésre akkor van a legtöbb esély, ha tejtermékek, savanyúság vagy zöldség előállításról van szó. A döntési fa adatai megerősítették a fent említett eredményeket.

A kutatásaim fontos része volt az is, hogy megvizsgáltam, a primer kutatásnak helyet adó Kecskeméti járásban mennyire lehet működőképes egy általam vizsgált online rendszer. Budapest kivételével, az ország összes járásában, 78 járásszintű alapmutató felhasználásával, és faktor elemzés segítségével a következő eredményt kaptam: az ország járásai közt gazdasági állapot; periférialitás/elérhetőség; általános turizmus; mezőgazdasági aktivitás; vidék/vidéki turizmus; és demográfia mentén találhatóak alapvetően differenciák. A kapott faktorok felhasználásával elvégeztem egy klaszter elemzést is, ahol a magyarországi járásokat a következő hét klaszterbe soroltam:

Az első klaszterbe kerültek az előregedő térségek 44 járással. A második klaszternek a vidékies jellegű turisztikai célpontok elnevezést adtam, melybe 15 járás került. A harmadik klaszternek a gazdaságilag fejletlen és fiatalodó térségek elnevezést adtam, melybe 25 járás került. A negyedik klaszternek a periférikus térségek elnevezést adtam, melybe 19 járás került. Az ötödik klaszternek a kiemelt turisztikai desztinációk elnevezést adtam, melybe 11



járás került. A hatodik klaszternek az agrárdominanciájú térségek elnevezést adtam, melybe 30 járás került. A hetedik, utolsó klaszternek a gazdaságilag fejlett és fiatalodó térségek elnevezést adtam, melybe 30 járás került.

A helyi termék távolságának a magyar szabályozás 52/2010. (IV. 30.) FVM-rendelete alapján a terméknek „a régió belülről”, azaz a termék előállítása szerinti megyéből vagy 40 km-es körzetből kell származnia. Eredményeim alapján hat járásban reális lehet tovább vizsgálni az indulási lehetőségeket egy hasonló rendszerrel, amit az értekezés témája is magába foglal. Ez a hat járás a Székesfehérvári, a Kecskeméti, a Nyíregyházi, a Debreceni, a Tiszakécskei és a Szegedi járás. Mindegyik járás közelében megtalálhatóak olyan, agrárpotenciállal rendelkező járasok, amelyek kiemelten képesek helyi termelői termékeket előállítani és értékesíteni. A legfontosabb eredmény pedig, hogy az általam vizsgált járás is beletartozik ebbe a csoportba.

A termelői felmérés alapján az alábbi következtetéseket vonhatjuk le: A termelők termékeiről az információ általában szóbeszéd által jut el a vásárlókhöz. Azonban már nem ritka eset az, ha facebookon is értékesítenek a termelők. A termelők az online rendszert információ szerzésre némileg szívesebben használnák, mint a termékeik értékesítésére. Az első esetben a termelők 47%-a, a vásárlás esetében pedig a termelők 44%-a mutatott hajlandóságot.

Arra a kérdésemre, hogy milyen információk lennének hasznosak a fogyasztókról ebben az online rendszerben, a válaszadók 80%-a a vásárlók lakhelyéről és érdeklődési köréről kapható információkat tartja a legfontosabbnak. A pozitív hatások kapcsán a válaszadók 80%-a a stabilabb eladásokat és a jobb áron történő értékesítést várná ettől az online rendszertől.

Az aggályok a rendszerrel szemben a következőkben foglalhatók össze: a válaszadók 60%-a szerint időigényes a naprakész tájékoztatás; emellett sok esetben a személyes kapcsolat nagyon fontos a helyi termékek értékesítésében (ez a rendszer ezt egyébként nem gátolja: lehetséges csak információmegosztásra is használni).

Szerettem volna a vizsgált téma szélesebb értelemben vett, komplex vidékfejlesztési, területi hatásait is körül járni. Ennek kapcsán a Kecskeméti járás polgármestereit interjúvoltam meg. A strukturált interjúkkal célom az volt, hogy megtudjam, az önkormányzati vezetők milyennek látják a településükön és a környezetükben a helyi termék értékesítési és fogyasztási lehetőségeket. Emellett, hogy ehhez kapcsolódóan, települési szempontból is vizsgáljam az értekezés témáját adó helyei termék információs és értékesítési

online rendszer létjogosultságát. A kecskeméti járás összes (16) települése közül 12 település polgármesterét sikerült megszólaltatnom.

Az önkormányzati kutatás adatai alapján összeségében kijelenthető, hogy az online rendszerrel kapcsolatban (mind az információ szerzés, mind a vásárlás tekintetében) a helyi önkormányzati vezetők válaszai egyoldalúan támogató jellegűek voltak. A vélemények alapján a rendszert elősegítheti, ha az emberek megválogatják, mit fogyasztanak; és igény is van rá; továbbá mindig van egy réteg, amelyik szeretne helyi termelőtől rendelni, emellett 10-20 km-es távolságból lenne átjárhatóság, és a gazdák is többet tudnának keresni. Ez a fajta értékesítési mód más területeken működik, tehát itt ez miért ne működhetne. Azonban vannak szkeptikusabb megfogalmazások is a kérdéssel kapcsolatban: erre a társadalom még nem érett meg; falun az emberek igénylik a személyes kapcsolatot; és kellene mustra is. Összességében azonban kijelenthető, hogy kényelmes lenne; energiát és időt spórolna meg; és az elvárosiasodás már létező jelenség, így egyre nagyobb jelentősége lehet.

Még fontos információ keletkezett annál a kérdésemnél, hogy a helyi termelők az önkormányzati vezetők szerint hogyan lehetnének még versenyképesebbek. A válaszok alapján kijelenthető, hogy a legnagyobb probléma az összefogás hiánya. Van olyan kijelentés is, miszerint ez az online rendszer konkrétan segítheti a termelőket, mivel állandóan fejleszteni kell, és valamilyen egyedi lépés lehet a megoldás, ami új, és segíti a termelőket.

Ezzel kapcsolatban javaslom további fejlesztéseket eszközölni, többek közt öntözéssel, vízmegtartással, feldolgozókapacitás-bővítéssel, infrastruktúrafejlesztéssel kapcsolatban. Továbbá a feldolgozóipart kellene fejleszteni (kicsikre, közepesekre és nagyokra egyaránt vonatkoztatva), utána ennek a kereskedelmét kellene jobban megszervezni. Emellett, az önkormányzati vezetők interjúi alapján szeretném kiemelni, hogy egy teljesen új szemléletváltásra lenne szükség, mind a vásárlók, mind a termelők oldaláról.

Javasolnám a kutatásban kiemelkedően jól szereplő járások további vizsgálatát. Továbbá javaslom az online rendszer kísérleti létrehozását is az ajánlott járások közül valamelyikben. Így ki lehetne szűrni a hiányosságokat és a gyengeségeket, és természetesen a való életben is kipróbálni, hogy egy ilyen rendszer működőképes lehet-e a piaci környezetben.

Úgy gondolom, hogy ha elindulna egy ilyen online rendszer, ha csak teszt üzemben is, akkor is először jó minőségű marketingre lenne szükség, hogy bemutassa a célközösségnek, hogy miért is van szükség helyi termelői terméket vásárolni, és az miért lehet a jövőnk egyik fontos eleme, ha a helyben termelt termékeket vásároljuk. Javaslom, hogy a feltárt célközönség számára

ezt videó anyagokkal közvetlenül reklámozzák, és egy erős kampánnyal próbálják meg elérni a célközönséget, akár az elején akciók és leértékelések használatával is. A finanszírozást ehhez elsőnek az államnak kellene véleményem szerint biztosítani, kiegészítve esetleges Uniós forrásokkal. Az elsődleges hangsúlyt nem a rendszernek kell kapnia, hanem a helyi termék fontosságának kell előtérbe kerülnie.

Ezen belül javasolnám, hogy az online rendszer úgy működjön, mint a hagyományos vásárlási élmény, valamint egyszerű és kényelmes legyen a vásárlók számára. Ebben fontos szerepet játszhat az online rendszer interaktív funkcióinak fejlesztése, például az élő chat funkciók, az ügyfélszolgálati támogatás, és a termelőkkel való közvetlen kapcsolattartás lehetősége. A termelőknek támogatniuk kell a fenntartható termelési módszereket, míg a fogyasztóknak ösztönözniük kell a felelős vásárlást, például a szezonális termékek vásárlását, és a csomagolási hulladék minimalizálását. Az ajánlások megvalósítása mellett fontos, hogy folyamatosan monitorozzuk, és értékeljük a bevezetett intézkedések hatékonyságát és hatását. Véleményem szerint az új technológiai innovációk, mint például a mesterséges intelligencia, a blockchain technológia, vagy az IoT alkalmazása segíthet javítani a platform hatékonyságát, biztonságát és felhasználói élményét. Például a mesterséges intelligencia alkalmazása segíthet a vásárlási minták elemzésében és a személyre szabott ajánlások generálásában, míg a blockchain technológia segíthet növelni az átláthatóságot a termelési folyamatokban.

További véleményem, hogy az online rendszerhez csak olyan termelőket keressenek, akik hajlandóak rá, vagy már rendelkeznek a környezetbarát csomagolással, környezetbarát termeléssel és védjeggyel is. Mivel a termelők nehezen állnak hozzá ehhez a rendszerhez, ezért ajánlom, hogy először csak egy pár rendkívül elhivatott, és alkalmas termelővel működjenek együtt. Gondolok itt olyanokra, mint nagyobb termelők, vagy mintagazdaságok. Nagyon fontos véleményem szerint, hogy stabil termelési volument tudjanak biztosítani a termelők, magyarán a megrendelt termékeket folyamatosan és biztosan le tudják adni a megrendelőknek. Az online rendszeren keresztül értékesítő termelők számára javaslok egy közös védjegy kialakítását, amelyet azok kapnának meg, akik már elérték az előre meghatározott értékesítési és egyéb kritériumokat, amelyeket a rendszer automatikusan rögzít. Ezzel elkerülhető lenne az emberi beavatkozás. A helyi termelők bevonása a döntéshozatali folyamatokba hozzájárulhat az online rendszer igényekhez való jobb igazodásához, és elősegítheti a helyi élelmiszerrendszer demokratizálását. Az online platformon keresztül lehetőség nyílhat arra is, hogy a közösségi kapcsolatokat erősítsük. Ez magában foglalhatja a termelők és fogyasztók közötti közvetlen kapcsolatok előmozdítását, közösségi események (pl. helyi piacok, fesztiválok) népszerűsítését, és az online

közösségi fórumok kialakítását, ahol a felhasználók megoszthatják tapasztalataikat, receptjeiket és tippjeiket. Emellett a platformon keresztül lehetőség nyílhat támogatási rendszerek kialakítására, mint például a közösség által támogatott mezőgazdaság (KTM), amely elősegíti a termelők és fogyasztók közötti közvetlen kapcsolatokat. Emellett javasolnám, hogy az online rendszer ne csak élelmiszereket tartalmazzon, hanem más helyi termékeket is, például kézműves termékeket vagy turisztikai szolgáltatásokat. Ez növelhetné az online rendszer használatát és vonzóbbá tehetné a vásárlók számára. Úgy gondolom, hogy nagyon fontos lenne az online rendszer fenntarthatóságának biztosítása is. A rendszer üzemeltetése során figyelembe kell venni a környezeti hatásokat, és megfelelően kezelni az energiahordozókat. Az ökológiai lábnyom minimalizálása kulcsfontosságú ahhoz, hogy hosszú távon működőképes legyen egy ilyen online rendszer.

Fontosnak tartom továbbá a versenyképesség és fenntarthatóság összekapcsolását, hiszen a fenntarthatósági célok nem állnak feltétlen ellentétben a versenyképességgel. A helyi termékek előnyei, mint például a frissesség, a kiváló minőség, a környezeti hatások csökkentése és a helyi gazdaság támogatása, mind hozzájárulhatnak a platform versenyképességéhez a piaci térben. A rugalmas fizetési és szállítási opciók a vásárlók számára fontosak. Ezért vizsgálni kell a különböző fizetési módszereket (pl. bankkártya, PayPal, utánvét) és szállítási lehetőségeket (pl. házhozszállítás, pick-up pontok) is. Úgy gondolom, hogy az együttműködések túl a termelési tényezők hatékonyabb és innovatívabb felhasználásával; a helyi adottságok/externáliák aktivizálásával; települési/járási koordináció támogatásával; megfelelőbb szakpolitikai támogatással lehetne segíteni a termelőket; és ezáltal a fogyasztókat is. Véleményem szerint, ha egy ilyen online rendszert sikerülne kialakítani, és ha működne hazánkban, akkor utána az akár az egész Európai Unióban működőképes lehetne, és segítene a helyi termelőkön; a helyi infrastruktúrák fejlesztésében; a különböző technológiák bevonása által a technológiai fejlődésében; a további kutatási irányzatok létrehozásában; a környezet szennyezésének mérséklésében; a fenntarthatóságban; a krízisekben való nagyobb ellenállás képességében; és az ellátási láncok stabilitásában.

Összefoglalva, az online platform fejlesztésének és működtetésének középpontjában a felhasználói igényeknek kell állniuk, míg a fenntarthatóság és a helyi termelők támogatása alapvető prioritások maradnak. Minden javaslat a fogyasztók és a termelők közötti kapcsolat erősítésére és a helyi élelmiszerrendszerek előmozdítására irányul. A sikeres implementációval majd a folyamatos fejlesztéssel az online platform hozzájárulhat a rövid ellátási láncok, illetve a helyi gazdaság (és társadalom) erősítéséhez.

## 6. A SZERZŐNEK AZ ÉRTEKEZÉS TÉMAKÖRÉHEZ

### KAPCSOLÓDÓ PUBLIKÁCIÓI

#### Folyóirat cikkek

##### *Idegen nyelven megjelent tudományos cikkek*

1. Orbán, Zs. Á. (2021): Analysis of consumption behavior related to local products and their online distribution. *Studia Mundi–Economica*, 8(3), 156-167. p.
2. Orbán, Zs. Á. (2023): Examining local product consumption patterns and their influences. *Studia Mundi–Economica*, Megjelenés alatt

##### *Magyar nyelven megjelent tudományos cikkek*

3. Orbán Zs. Á. (2017): A szociális gazdálkodás és az életminőség. *Pro Scientia Ruralis*. 2(2), 59-73. p.
4. Orbán Zs. Á. (2020). A rövid ellátási lánc és újfajta értékesítési rendszer létjogosultságának vizsgálata a kecskeméti járásban. *Studia Mundi–Economica*, 7(3), 60-74. p.

#### **Tudományos konferenciákon elhangzott előadások konferencia kiadványban megjelentetve**

##### *Idegen nyelven*

5. Orbán, Zs. – Ritter, K. (2022): Analising local product consumption In the Kecskemét micro region. 100-106. p. In: Arany F. (szerk.): *RURALITY IN EUROPE 5th International Scientific Conference on Rural Development Conference Proceedings* Gödöllő: Hungarian University of Agriculture and Life Sciences, 206 p.
6. Orbán, Zs. Á. (2018): Hungary's major agriculture changes since the change of regime to the present day. 552-556. p. In: Белопухов, С.Л. et al. (szerk.): *МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ И СПЕЦИАЛИСТОВ, ПОСВЯЩЕННАЯ 150-ЛЕТИЮ СО ДНЯ РОЖДЕНИЯ В.П. ГОРЯЧКИНА*. Moszkva: РГАУ-МСХА. 556. p.
7. Ritter, K. – Orbán, Zs. Á. (2020): Analysis of Short Supply Chain and the Need for a New Sales System in the Kecskemét Micro Region, Hungary. 335-351. p. In: Dióssi, K.; Ovsianikova, S.; Mikáczó, A.

(szerk.): *3rd International Management, Quality and Marketing Conference*. Moscow: Delo. 391 p.

8. Orbán, Zs. Á. (2019): Hungary's agricultural production before the change of regime. 687-692. p. In: Kőszegi, I. R. (szerk.): *III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció*. Kecskemét: Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar, 175 p.

### **Magyar nyelven**

9. Erdélyi D. - Orbán Zs. Á. (2018): Az éghajlatváltozás területi hatásainak vizsgálata Magyarországon a Nemzeti Alkalmazkodási és Térinformatikai Rendszer adatai tükrében. 248-256. p. In: Földi P. et al. (szerk.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók IV. Téli Konferenciája : Konferenciakötet*. Budapest: Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ), 761 p.
10. Orbán Zs. Á. (2019): A rendszerváltás után bekövetkezett hatások a vidék fejlődésére, és a vidék fejlődésének megoldásai a rendszerváltás előtti szövetkezeti rendszerrel. 70-76. p. In: Kőszegi I. R. (szerk.): *III. Gazdálkodás és Menedzsment Tudományos Konferencia: Versenyképesség és innováció*. Kecskemét: Neumann János Egyetem Kertészeti és Vidékfejlesztési Kar, 175 p.
11. Kaiser I. - Orbán Zs. Á. (2015): Tejtermelő juhászat ökonómiai vizsgálata. 42-48. p. In: Futó Z. (szerk.): *A Szent István Egyetem, Gazdasági, Agrár -és Egészségtudományi Kar Tudományos Diákköri Műhelyeiben készült tudományos munkák*. Szarvas: SZIE Gazdasági, Agrár- és Egészségtudományi Kar, 227 p.

### **Tudományos konferenciákon elhangzott előadások absztrakt kiadványban megjelentetve**

### **Magyar nyelven**

12. Orbán Zs. Á. - Erdélyi D. (2018): Az éghajlatváltozás területi hatásainak vizsgálata Magyarországon a Nemzeti Alkalmazkodási és Térinformatikai Rendszer adatai tükrében. 73. p. In: Káposzta J. (szerk.): *Közgazdász Doktoranduszok és Kutatók IV. Téli Konferenciája, Absztraktkötet*. Gödöllő: Szent István Egyetem, 119 p.