

# DOKTORI ÉRTEKEZÉS TÉZISEI

Molnár Judith

Kaposvár

2025



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

# **HELYI ÉLELMISZEREK ÉS RÖVID ELLÁTÁSI LÁNCOK SZÉKELYFÖLDÖN**

DOI: 10.54598/006960

MOLNÁR JUDITH  
KAPOSVÁR

2025

A doktori iskola

megnevezése: Gazdaság- és Regionális Tudományi Doktori Iskola

tudományága: gazdálkodás- és szervezéstudományok  
vezetője: Prof. Dr. Bujdosó Zoltán, PhD campus főigazgató,  
intézetigazgató, egyetemi tanár Magyar Agrár- és  
Élettudományi Egyetem Vidékfejlesztés és  
Fenntartható Gazdaság Intézet

Témavezetők: Prof. Dr. Tóth Gergely  
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Kaposvári  
Campus

Dr. Benedek Zsófia  
ELTE KRTK, tudományos főmunkatárs

.....

Az iskolavezető jóváhagyása

.....

.....  
A témavezető(k) jóváhagyása

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Tartalomjegyzék                                                             |           |
| <b>1. A munka előzményei, célkitűzések .....</b>                            | <b>1</b>  |
| <b>2. Anyag és módszer .....</b>                                            | <b>3</b>  |
| <b>2.1. A szervezői oldal- a REL-szervezők kompetencia mátrixa .....</b>    | <b>3</b>  |
| <b>2.2. A termelői oldal - post harvest interjúk .....</b>                  | <b>4</b>  |
| <b>2.3. A fogyasztói oldal vizsgálata Q módszerrel .....</b>                | <b>5</b>  |
| <b>3. Eredmények és azok megbeszélése .....</b>                             | <b>5</b>  |
| <b>3.1. Székelyföldi REL-tár .....</b>                                      | <b>5</b>  |
| <b>3.2. A szervezői oldal .....</b>                                         | <b>7</b>  |
| <b>3.3. A termelői oldal .....</b>                                          | <b>10</b> |
| <b>3.4. A fogyasztói oldal .....</b>                                        | <b>16</b> |
| <b>4. Következtetések és a javaslatok .....</b>                             | <b>20</b> |
| <b>5. Új tudományos eredmények .....</b>                                    | <b>22</b> |
| <b>6. A szerzőnek az értekezés témaköréhez kapcsolódó publikációi .....</b> | <b>23</b> |
| <b>7. Irodalomjegyzék.....</b>                                              | <b>25</b> |

## **1. A munka előzményei, célkitűzések**

Az élelmiszerrendszer jelenlegi kihívásai szorosan kapcsolódnak a globalizáció hatásaihoz, amelyek hatására a parasztság szerepe visszaszorult, míg az élelmiszer-ellátási hálózatokat nagyvállalatok uralják. A termelés és fogyasztás elválásával az önellátás fokozatosan megszűnt (Oppenkowski, 2019), míg a városiasodás tovább erősítette a fenntarthatósági problémákat. A helyi élelmiszerrendszerek és rövid ellátási láncok (REL-ek) erősítése megoldást kínálhat, mivel ezek csökkentik az ellátási lánc hosszát, növelik az átláthatóságot és erősítik a helyi gazdaságokat (Ilbery & Maye, 2005; Tanasa & Doboş, 2016; Ušča & Aļeksējeva, 2023; Strenght2Food Horizon project, 2021).

A REL-ek nemcsak fizikai közelséget biztosítanak, hanem társadalmi és környezeti fenntarthatósági szempontokat is figyelembe vesznek (Renting et al., 2003). Támogatják a kis- és középtermelőket, megőrizve a hagyományos termelési módszereket (Kneafsey et al., 2013). Csökkentik az élelmiszerszállítás okozta kibocsátást, növelik a helyben fogyasztott szezonális élelmiszerek arányát, és javítják a termelők piaci helyzetét (Benedek & Balázs, 2014; Feenstra, 1997).

A termelők számára a REL-ek nagyobb jövedelmet biztosítanak, mivel csökkentik a közvetítők szerepét (Pitrová et al., 2020). A gazdálkodás lehet örökség, kényszerpálya vagy életforma, de a helyi termelés hozzájárul a vidéki háztartások jólétéhez, különösen gazdasági válságok idején (Tudor, 2015); Deroche-Leydier, 2025; Bayir et al., 2022). A REL-ekben részt vevő termelők rugalmasabb értékesítési stratégiákat alkalmaznak, és jobb alkupozícióval rendelkeznek (Vittersø et al., 2019).

A fogyasztók számára a REL-ek előnye a friss, helyi és szezonális élelmiszerekhez való hozzáférés, valamint a hagyományos termékek megőrzése (Kloppenburger et al., 2000; Feldmann & Hamm, 2015). A fenntartható termékek iránti keresletet befolyásolja az iskolai végzettség, de az árak kihívást jelenthetnek, ezért az oktatás és tudatos fogyasztás ösztönzése kulcsfontosságú (Țigan et al., 2021). A COVID-19 világjárvány felerősítette a helyi élelmiszerek iránti keresletet és felgyorsította a digitális átalakulást, ami elősegítette a kistermelők stabilitását (Benedek et al., 2021; Brumă et al., 2021).

A REL-ek előtt álló kihívások között szerepel a skálázhatóság, a logisztikai problémák és a szigorú szabályozások (Hinrichs, 2000; Lioutas & Charatsari, 2020). A siker érdekében elengedhetetlen a termelők együttműködése és a digitalizáció (Benedek, 2023). Az olyan platformok, mint a SKIN projekt, elősegítik a közvetlen termelő-fogyasztó kapcsolatokat, míg az EU

programjai (LEADER, Horizon 2020, KAP) pénzügyi és szakmai támogatást nyújtanak a helyi rendszerek fejlesztésére (Jarzębowski & Pietrzyck, 2018). Romániában a REL-ek fejlődését befolyásolja a rendszerváltás előtti városi élelmiszerhiány öröksége és a kisgazdaságok nagy száma. A mezőgazdaság szélsőségesen polarizált: az 1 hektár alatti gazdaságok a birtokok 55,3%-át, míg a 100 hektár felettiek a földterület 48,2%-át teszik ki (Gheorghe et al., 2022). A szétagolt birtokszerkezet és a bizalomhiány akadályozza a hatékonyságot és a szövetkezeti együttműködést (Amat et al., 2019).

A kutatás célja a helyi élelmiszerrendszerekkel kapcsolatos tudás bővítése, különös tekintettel a székelyföldi kontextusra, és a fenntartható gazdasági modellek támogatása. A REL-ek fejlesztése illeszkedik az EU Zöld Megállapodás és a Farm to Fork stratégia céljaihoz, hozzájárulva egy fenntarthatóbb élelmiszerrendszerhez (Alessandrini, 2024).

Jelen kutatás egy helyzetképet vázol fel a rövid értékesítési csatornákról. Keresem a termelői piacokat, a közösség által támogatott mezőgazdasági projekteket, a food hub-okat<sup>1</sup> (az élelmiszercsomópontokat), a szociális médiában működő értékesítési csoportokat, a falusi vendégasztalokat, vagyis mindazokat a megoldásokat, amelyek társíthatók a "Farmtól a villáig" stratégiához a Székelyföldön is. Kutatásom a fenti adatok ismeretében vizsgálja a közösségi gazdasági megnyilvánulási formák életképességét, hatékonyságát, fenntarthatóságát.

A REL szereplőit (REL szervezők, termelők, fogyasztók) különböző szempontok szerint vizsgáltam. A REL-szervezők kapcsán a szervezői munkához szükséges kompetenciák feltérképezése volt a célom mélyinterjúk révén, a célzott felkészítés, hatékony fejlesztés megalapozása érdekében.

A termelői oldalt illetően az élelmiszerveszteség csökkentését helyeztem a fókuszba, és mélyinterjúk segítségével vizsgáltam a székelyföldi jó gyakorlatokat, akadályokat.

A fogyasztók jelentik a REL harmadik nagy szereplőcsoportját. Székelyföldi környezetben azonban még nagyon kevés információ áll rendelkezésre a fogyasztói attitűdökről, ezért kerestem a fogyasztói klasztereket a helyi élelmiszerfogyasztás, és a paraszti életforma megítélése tekintetében.

Disszertációmban a következő, a fentiekből következő célokat, és a célokhoz rendelt konkrét kutatási kérdéseket fogalmaztam meg:

1. cél (megalapozás): A székelyföldi helyi kontextus feltérképezése  
1/1 Kutatási kérdés: Jelenleg milyen REL-ek működnek Székelyföldön?

---

<sup>1</sup> A food hub kifejezést tudatosan használom eredeti, amerikai nevén. Mind a romániai, mind az európai szakirodalomban így ismerik és használják. Élelmiszercsomópontot jelent, de sokkal bővebb tartalommal (pl. képzés a beszállítónak).

2. cél: A REL szervezéshez szükséges kulcskompetenciák feltérképezése

2/1 Kutatási kérdés: Milyen kulcskompetenciák szükségesek a REL-szervezők hatékony működéséhez, és hogyan különböznek ezek az EU egyes országaiban?

3. cél: Az élelmiszerveszteség elkerüléséhez használt stratégiák megismerése, és az élelmiszerveszteség csökkentési lehetőségeinek bemutatása

Kutatási kérdések:

3/1 Milyen stratégiákat használnak a székelyföldi kistermelők, amelyek csökkentik az élelmiszerveszteséget?

3/2 Milyen tényezők akadályozzák a közösségi alapú élelmiszer-feldolgozási és értékesítési megoldások elterjedését Székelyföldön, és milyen stratégiák segíthetik ezek sikeres bevezetését?

4. cél: A helyi termékek piacán megfigyelhető fogyasztói attitűdök és a termékmegjelölésben rejlő lehetőségek feltérképezése

Kutatási kérdések:

4/1 A fogyasztói attitűdök alapján elkülöníthetők-e csoportok a helyi termék vonatkozásában Székelyföldön?

4/2 Mennyiben befolyásolják a szkeptikus fogyasztói attitűdök a helyi termékek tanúsításának elfogadását Székelyföldön?

A kérdéseket kvalitatív eszközökkel, illetve kis minták bevonásával vizsgáltam, ezért hipotézisvizsgálatot nem végeztem. Hipotézisek helyett a fenti kutatási kérdések irányították a munkámat.

## **2. Anyag és módszer**

A kutatásban a REL három szereplőjének (termelő, fogyasztó, REL szervező) vizsgálatára három különböző módszert használtam.

### **2.1. A szervezői oldal- a REL-szervezők kompetencia mátrixa**

A kutatások és felmérések rámutattak arra, hogy a kistermelők egyedül nehezen jutnak piacra, ezért összefogásra van szükség. A REL szervezői segíthetnek ebben, mivel értik a piaci és mezőgazdasági folyamatokat, ellenben ezeknek a szakértőknek a képzése még nem kidolgozott. A vidéki facilitátor pozíció kidolgozása, valamint a szükséges tananyagok és képzések létrehozása egy, az Európai Bizottság által finanszírozott projekt (Erasmus + KA2, Rural Facilitator Training in Agricultural Short Food Supply Chains) keretében zajlott, amelyben volt szerencsém részt venni. A képzési anyagok kidolgozását támogató kutatás országai a Cseh Köztársaság, Franciaország, Románia, Magyarország és Lengyelország voltak (a romániai adatok

gyűjtését én végeztem Székelyföldön). A képzés módszertanának alapja az a kompetencia mátrix, amelyet a továbbiakban ismertetek.

A kompetencia-katalógus módszertana az irodai kutatásra épült, amely a REL működésére vonatkozó jogszabályokat gyűjtötte össze a résztvevő országokban. Ez képezte az alapját a 2020 április–májusban, telefonon végzett interjúknak is, amelyeket termelőkkel, mezőgazdasági tanácsadókkal és piacszerzőkkel készítettünk. Kilenc székelyföldi interjúval járultam hozzá a projekthez.

A kutatás során rövid és hosszú kérdőívet dolgoztunk ki. A rövid kérdőív a készségek, kompetenciák és ismeretek keverékét vizsgálta, míg a hosszú kérdőív ezeket külön kezelte. A 25 kérdéses hosszú kérdőív mélyebben elemezte a REL szervezők profilját, kiemelve a releváns tulajdonságokat. A válaszadók egy 5-fokozatú Likert skálán értékelték a különböző készségeket és kompetenciákat. Az anonim adatgyűjtés online zajlott, és a kérdőívet 19 résztvevő töltötte ki öt partnerországból (köztük öt Székelyföldről). A válaszadók többsége mesterfokozattal vagy magasabb végzettséggel rendelkezett, munkájuk pedig a gazdálkodástól az egyetemi szféráig terjedt. Az adatelemzés kvalitatív összehasonlító elemzéssel (QCA) történt (Sántha, 2020), amely lehetővé tette az empirikus adatok logikai vizsgálatát és a különböző konfigurációk azonosítását. Az országspecifikus véleménycsoportok hozzájárulhatnak a lehetséges oktatási modulok meghatározásához.

## **2.2. A termelői oldal - post harvest interjúk**

Ebben a fejezetben a betakarítás utáni stratégiákat vizsgáltam, különös tekintettel azok REL-en belüli alkalmazására. A betakarítás utáni megoldásokat három csoportba soroltam - hagyományos módszerek, modern, technológia vezérelt stratégiák és közösségközpontú innovációk. Ezeket a módszereket és innovációkat szándékoztam validálni a Székelyföldön.

Kényelmi mintavételt követően az interjúkra 2025 januárjában került sor. 15 személlyel készült interjú: tizenegy termelővel és négy szakemberrel (egy állatorvossal, három kertészmérnökkel, és egy mezőgazdasági szaktanácsadóval). A válaszadás önkéntes volt, az alanyok a választást bármikor megszakíthatták. Az interjúk hanganyagát az alanyok beleegyezésével rögzítettem. Az interjúk hossza 20 perc és 35 perc között változott, átlagosan egy interjú kb. 25 percig tartott.

A rögzített hanganyagot mesterséges intelligencián alapuló megoldással (Microsoft 365 programcsomaggal) átírtam, az átíratot tisztítottam, majd tematikus elemzésnek vettem alá. A kvalitatív kutatás során az adatelemzés célja a megfigyelési jegyzetek, interjúátíratok és egyéb dokumentumok

rendszeres vizsgálata, kategorizálása és értelmezése a vizsgált jelenség mélyebb megértése érdekében (Bogdan & Biklen, 2007). Mivel jelen kutatásban a cél egy elméleti keretrendszer kontextusfüggő empirikus validálása, ezért deduktív tematikus elemzést alkalmaztam a mintázatok azonosítására (Byrne, 2022). A tematikus kategóriákat az elméleti keretrendszer határozta meg, vagyis az átiratok alapján az értéklánc mentén azonosítottam a tradicionális, technológia-vezérelt és közösségi alapú stratégiákat. A szakértői interjúk esetében induktív elemzési technikát is alkalmaztam, amellyel a szakértők által érzékelt problémákat igyekeztem megragadni. A tematikus kategóriák ebben az esetben az átiratok ismételt átolvasása és a kategóriarendszer folyamatos pontosítása révén alakultak ki (Thomas, 2006).

### **2.3. A fogyasztói oldal vizsgálata Q módszerrel**

A kutatás ezen szakaszában azt vizsgáltam, hogy a székelyföldi fogyasztók mennyire értékelik a kistermelők munkáját, látják-e a helyi élelmiszerkereskedelem szerepét a térség gazdaságában, hogyan vélekednek a fiatalok hozzáállásáról a helyi termékkel szemben, hisz ők lesznek a jövő fogyasztói, bíznak-e a helyi termék eredetében és hiszik-e, hogy egészségesebbek a nagykereskedelmi láncban található élelmiszereknél.

Az adatgyűjtést 2023. március-május időszakban végeztem. Kényelmi mintavétel történt a lehető legnagyobb sokféleség figyelembevételével: úgy válogattam a 35 résztvevőt, hogy mindkét nem képviselve legyen, képviseljék Székelyföld minden megyéjét, különböző életkorúak és különböző végzettségi szintűek legyenek.

Az elemzéshez Q-módszert használtam, amely a személyeket, nem pedig a változókat klaszterezzi. Az adatelemzéshez számos tanulmány különböző szoftvereket alkalmaz, én a KADE szoftverrel (Ken-Q Analysis Web Application 1.2.1) dolgoztam. Adatelemzés során létrehoztam a korrelációs mátrixot, vagyis meghatároztam, hogy az egyes résztvevők mennyire hasonlóan vagy különbözően rendezték az állításokat. A korrelációs mátrix segített azonosítani azokat a mintaelemeket (személyeket), akik hasonló gondolkodásmódot képviselnek. Ezt követte a faktoranalízis (extrakció), az extrakciót 5 faktorig végeztem. A kapott faktorokat Varimax rotációval optimalizáltam, hogy a lehető legtisztább faktorstruktúrát kaptam. Az a cél, hogy egyes faktorok egymástól jól elkülönüljenek, így könnyebben értelmezhetőek legyenek a különböző nézőpontok.

## **3. Eredmények és azok megbeszélése**

### **3.1. Székelyföldi REL-tár**

A székelyföldi REL-tár (1. táblázat) nem tudományos eredményként, hanem tájékoztatói alapként szolgál az érdeklődők számára, figyelembe

véve, hogy a rövid élelmiszer-ellátási láncok adatai folyamatosan változnak. A három székelyföldi megye REL-rendszerei jelentős eltéréseket mutatnak: míg Hargita megyében kiemelkedően sok tejautomata működik (45 darab), Kovásznában ez a szolgáltatás teljesen hiányzik. Maros megyében található az egyetlen közösség által támogatott mezőgazdasági modell, míg Hargitában az egyetlen működő food hub. A közösségi médiában rendkívül aktívak a termelők, nagy létszámú vásárlói csoportokat működtetnek, és ezzel párhuzamosan jelen vannak a közösségi manufaktúrák, mozgóboltok, falusi vendégasztalok, méhészeti szaküzletek és termelői webshopok is. Ezek az elemek együttesen a helyi élelmiszer-önrendelkezés alapját képezik. Az összegyűjtött adatok világosan mutatják, hogy a régióban változatos, de jelenleg rendszerezetlen módon működnek a REL-formák, melyek fenntartható fejlesztéséhez célzott támogatásokra és egységes nyilvántartási rendszerre lenne szükség.

1. táblázat. Székelyföldi REL-tár

| <b>Lokalizált élelmiszer rendszerek</b>                    | <b>Hargita megye</b> | <b>Maros megye</b> | <b>Kovácsna megye</b> |
|------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|
| <b>Közösség által támogatott mezőgazdaság</b>              | 0                    | 1                  | 0                     |
| <b>Food Hub (élelmiszercsomópont)</b>                      | 1                    | 0                  | 0                     |
| <b>Piacok és termelői vásárok (helységek és események)</b> | 6                    | 4                  | 9                     |
| <b>Tejautomaták (vastehén) + ételautomaták</b>             | 45                   | 12                 | 0                     |
| <b>Falusi vendégasztal</b>                                 | 4                    | 1                  | 1                     |
| <b>Közösségi médiában alakult értékesítési csoportok</b>   | 5                    | 1                  | 4                     |
| <b>Közösségi manufaktúrák, egyesületek</b>                 | 2                    | 2                  |                       |
| <b>Mozgóboltok</b>                                         | 14                   | 2                  | 9                     |
| <b>Webshopok</b>                                           | 9                    | 5                  | 2                     |
| <b>Méhészeti Szaküzlet</b>                                 | 2                    | 1                  | 3                     |

Forrás: Saját gyűjtés a következő dokumentumok alapján: DSVSA Mures (*DSVSA Mures*, n.d.), DSVSA Covasna (*DSVSA Covasna*, n.d.), DSVSA Harghita (*DSVSA Harghita*, n.d.) helyi Facebook-csoportok (2022 március-április)

Megjegyzés: megyékre, helységekre lebontott adatok mellékletben található.

### 3.2. A szervezői oldal

#### A REL-szervezők szükséges kompetenciái

A kompetencia-katalógus a humán erőforrás szempontjaira vonatkozó primer kutatás eredményeire támaszkodik, ezáltal kapcsolatot teremt az e terület humán erőforrásairól alkotott általános elképzelések és a témára rálátással rendelkező, vegyes csoportokból származó válaszadók véleménye között.

Az 2-es táblázatban minden oszlop egy-egy országban kapott átlagértékeket mutat, a 7. oszlop pedig az adott sor átlagát.

2. táblázat: Kompetenciák együttes hierarchiája, kombinált táblázat

|                                                                                                                  | HU <sup>a</sup> | CZ <sup>b</sup> | PL <sup>c</sup> | RO <sup>d</sup> | FR <sup>e</sup> | Együttese n |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-------------|
| Együtműködésre való készség és az együtműködések irányítására való képesség                                      | <b>4.83</b>     | 3.44            | 4.09            | <b>4.56</b>     | <b>4.54</b>     | <b>4.29</b> |
| A kistermelőkre/termelőkre vonatkozó különleges élelmiszer-higiéniai szabályok ismerete.                         | 4.42            | 3.44            | 4.64            | <b>4.44</b>     | 3.85            | <b>4.16</b> |
| Kompromisszumkészség és konfliktuskezelés képessége, valamint a mindenki számára előnyös megoldások kidolgozása. | 4.5             | 3.22            | 4.18            | 4.33            | <b>4.38</b>     | <b>4.12</b> |
| Kreativitás és az új ötletek megvalósításának segítésére való képesség.                                          | <b>4.67</b>     | 3.44            | 4.18            | 4.33            | <b>3.92</b>     | 4.11        |
| A mezőgazdasági, élelmiszer-feldolgozási és agroturisztikai jogszabályok ismerete.                               | 3.75            | <b>3.89</b>     | <b>4.82</b>     | 4.33            | 3.46            | 4.05        |
| Ismeri a kistermelőkre vonatkozó különleges minőségbiztosítási rendszereket.                                     | 4.17            | <b>3.78</b>     | <b>4.73</b>     | 3.89            | 3.38            | 3.99        |
| A mezőgazdasági termelés, az élelmiszer-feldolgozás és a turisztikai szolgáltatások ismerete.                    | 3.92            | 3.56            | <b>4.73</b>     | 4.11            | 3.46            | 3.96        |
| A különböző célcsoport-specifikus marketingcsatornák ismerete.                                                   | 4.42            | 3.22            | 4               | 4.44            | 3.38            | 3.89        |
| A fogyasztói igények és trendek ismerete                                                                         | 4.42            | 2.78            | 4               | 4.44            | 3.77            | 3.88        |
| Képesség a piaci értékesítésben való közreműködésre                                                              | <b>4.83</b>     | 3.22            | 4.09            | 4.44            | 3.69            | 4.05        |

|                                                                                                      | HU <sup>a</sup> | CZ <sup>b</sup> | PL <sup>c</sup> | RO <sup>d</sup> | FR <sup>e</sup> | Együttese<br>n |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Környezetbarát megoldások ismerete                                                                   | 4.25            | 2.89            | 4.18            | <b>4.56</b>     | 3.08            | 3.79           |
| Pályázatok és támogatási lehetőségek ismerete                                                        | 4.08            | 3.22            | <b>4.73</b>     | 3.67            | 3.23            | 3.79           |
| Képesség az online értékesítésben való segítségnyújtásra. Informatikai és közösségi média ismeretek. | 4.5             | 3.44            | 4               | 3.78            | 3.15            | 3.77           |
| Az élelmiszer-feldolgozási technológiák ismerete                                                     | 4               | 3.56            | 4.36            | 3.67            | 3.23            | 3.76           |
| Naprakész marketing ismeretek                                                                        | 4.17            | 3               | 3.73            | 4               | 3.54            | 3.69           |
| Az árképzésben való segítségnyújtás képessége                                                        | 3.75            | 3.33            | 3.64            | 4               | 2.92            | 3.53           |
| A helyi és regionális gasztronómia ismerete.                                                         | 3.83            | 2.67            | 3.45            | 3.67            | 2.92            | 3.31           |
| naprakész az idegenforgalommal kapcsolatos kérdésekben (pl. helyi fesztiválok)                       | 3.92            | 2.33            | 2.91            | 4.11            | 2.46            | 3.15           |
| Nemzetközi perspektíva, a legjobb gyakorlatok ismerete                                               | 3.75            | 2.78            | 3               | 4               | 2.08            | 3.12           |
| A színházpedagógia és az animáció átfogó eszköztárának birtoklása (az aktív részvételhez).           | 3.08            | 2.78            | 2.45            | 3.44            | 2               | 2.75           |

Megjegyzés: a: HU: Magyarország; b:CZ: Csehország, c: PL: Lengyelország; d: RO: Románia (Székelyföld); e: FR: Franciaország.

A kombinált táblázatban a legfontosabb tulajdonság az együttműködésre való készség és a közös műveletek irányítására való képesség volt (4,29), amely mind Magyarország, mind Franciaország, mind Románia vezető tulajdonsága volt. Amikor egy új hivatás megteremtéséről van szó, az együttműködési készség és az együttműködés ismerete elengedhetetlen ahhoz, hogy a szakember sikeresen beilleszkedjen a meglévő helyzet szövetébe. A második legfontosabb tulajdonság a kistermelőkre/termelőkre vonatkozó különleges élelmiszer-higiéniai szabályok ismerete volt (4,16). Ez a tulajdonság nem szerepelt az első helyen egyik ország listáján sem, de az összesített pontszám alapján fontosabb volt, mint az országelemzésben első helyen szereplő többi tulajdonság. Ugyanez mondható el a következő két tulajdonságról is: Kompromisszumkészség és konfliktuskezelés, win-win megoldások kidolgozása (4,12) és a kreativitás és az új ötletek megvalósításának segítése (4,11). Az egyik az REL-ekre vonatkozó specifikus tudás, míg a másik egy soft-skill. A mezőgazdasági, élelmiszer-feldolgozási és agroturisztikai jogszabályok ismerete (4,05) a Cseh Köztársaság és Lengyelország legmagasabb értékkel jelölt tulajdonsága,

amely a táblázat ötödik elemeként szerepel. Az első öt tulajdonság fontossági sorrendbe állított klasztere változatos képet mutat. Az asztali kutatások a puha készségek és a részletes ismeretek hangsúlyozását sugallták a REL-ek témakörében. A facilitátorok hatékonyságának maximalizálása érdekében a képzési modulokban mindkét témakörrel jelentős mértékben foglalkozni kell.

A legfontosabb tulajdonságok tekintetében szóródás figyelhető meg; a lengyel és a cseh eredmények jelentős átfedést mutatnak a legelőnyösebb képességeknél. Mindkét ország résztvevői a mezőgazdasági szempontból tapasztaltabb válaszadók közé tartoznak, ráadásul a mezőgazdasági üzemekből származó válaszadók ebben a két országban képviseltették magukat a legjelentősebb mértékben, ami a hasonlóságok egyik oka lehet. A román és a magyar eredmények is hasonlóságot mutatnak. A minta jelentős részét mezőgazdasági háttérrel rendelkező személyek tették ki, ami magyarázza a közös nézőpontokat.

A romániai (székelyföldi) adatokat specifikusan elemezve a környezetbarát megoldások ismerete (4,56) és az együttműködésre való készség és az együttműködések irányítására való képesség (4,56) osztozik az első helyen. A következő 4 tulajdonság pontszámában csak csekély különbség van, amit ismét hármas holtverseny követ. Ezek a szűk helyezések azt mutatják, hogy a kívánt facilitatori szerepnek több, hasonlóan fontos tulajdonságot kell feldolgoznia ahhoz, hogy hatékony legyen. A színházpedagógia és az animáció (az aktív részvételhez) átfogó eszköztárának birtoklása (3,44) ebben a mintában is az utolsó helyre került.

A romániai REL érdekeltekkel és kedvezményezettjeivel készített interjúk alapján mindenki számára világos, hogy érdemes lenne átképezni a településeken dolgozó mezőgazdasági tisztviselőket, és olyan alkalmas személyeket találni, akik képesek hatékonyan kommunikálni a kistermelőkkel. Az önkormányzati munkában sok a bürokrácia, ami megnehezíti a rövid élelmiszer-ellátási láncok működését. A romániai kistermelők jogi keretei nem egyértelműek. A gazdák nincsenek olyan tudatossági szinten, hogy saját felelősségükre bevallják az értékesítésből származó jövedelmüket, így a segítő ebben is sokat segíthet. Az interjúk során hangsúlyozták, hogy fontos a jó közvetítők képzése ehhez a munkához, mivel a termelők jellemzően csak a termeléshez értenek, az értékesítéshez nem.

A REL facilitátoroknak vezetői készségekre van szükségük, hogy hatékonyan támogassák a kistermelőket és kapcsolatot teremtsenek az érdekelt felekkel. A hálózatépítés, a bizalom kialakítása és az interperszonális készségek kulcsfontosságúak a vidéki térségek fejlesztésében. A sikeres

közvetítéshez elengedhetetlen a REL-ek működésének ismerete, valamint a piaci, jogszabályi és élelmiszer-higiéniai tudás. A kommunikáció és konfliktuskezelés kiemelt szerepet játszik a gördülékeny együttműködésben. Emellett a facilitátoroknak üzleti és marketing ismeretekkel is rendelkezniük kell, hogy támogassák a gazdálkodók piacra lépését és versenyképesség növelését. Ezek alapján hat fejezet körvonalazódott a REL oktatási anyaghoz: vezetői készségek, a REL-ekkel kapcsolatos ismeretek, üzleti ismeretek, élelmiszer-higiénia, kommunikáció, marketing ismeretek.

Amint látható, nagyon komplex tudás és tapasztalat szükséges ahhoz, hogy a REL szervezők hatékonyan tudják segíteni a REL működését. Két esettanulmányon keresztül mutatom be árnyaltabban ezt a szervezői munkát. Mindkét REL-kezdeményezés hiánypótló entitásként jelent meg a piacon, a gyakorlat alakította, formálta, illetve gördített akadályokat a mindennapi tennivalók elé. Az egyik egy civil kezdeményezés (Helyénvaló food hub-Székelyudvarhely), a másik egy önkormányzati (Székelytermék védjegy-Hargita Megye Tanácsa). Mindkettőt hosszú évek tapasztalati tanulása hívta életre.

### **3.3. A termelői oldal**

#### **A termelői interjúk eredményei**

Székelyföldön a kis és közép, vegyes gazdaságok (állattartás, növénytermesztés egyaránt) a jellemzőek. A fő tevékenységük alapján megkülönböztetünk főként termelőket (akik termelnek és feldolgoznak), és olyanokat, akik főként feldolgoznak (tehát vásárolják, gyűjtik az alapanyagokat). Jellemzően kényszerből vállalkoznak, ezt a tudást örökölték. Az interjúalanyok kiválasztása során törekedtem a sokféleségre, így a termelők szakterületei a következők voltak: pisztrángos, mézeskalács készítő, háztáji tojás termelő, zöldségtermesztők, gyógy-, és fűszernövény feldolgozók, zöldségfeldolgozó, csokoládé-gyártó, méhész.

Kevesen mertek becslésekbe bocsátkozni a náluk keletkező élelmiszer veszteségekkel kapcsolatban. Aki megtette, az 1%-35%-ról beszélt. Általában felhasználják a családban, odaadják az állatoknak, szomszédoknak, kiárusítják.

Az interjúk alapján a következő meglátások körvonalazódnak: az élelmiszervesztesség csökkentési stratégiák akkor tudnának igazán működőképesek lenni, ha a termelők és fogyasztók együtt alakítják ki és tartják fenn a kapcsolódást. Azok a kezdeményezések, amelyekre volt pályázat és pénz, ahogy elfogy a pénz, elég hamar megszűnnek. Azok a kezdeményezések, amelyeket civil szervezetek indítanak, kicsiben, helyi szinten működnek, igaz nehezen (nagyon sok szakhatósági, törvényi előírásnak meg kell felelni). A lényeg, hogy a "feladatot" (a kapcsolódás

fontosságát) a termelő és a fogyasztó is magáénak kell érezze. Az értékesítésre jó példa a közösségi oldalak termelői adok-veszek csoportjai, tény, hogy ezek mind a fekete gazdaságot erősítik. A termelőktől igény van, összefogási szándék nincs, ehhez előbb egy erős fiatal termelői közösség kell, akik nyitottabbak, akiket nem a kényszer visz a gazdálkodásra, világot láttak már, van szaktudásuk.

A termelők sok és komplex fogyasztói elvárást érzékelnek: ilyen például a bankkártyás fizetés igénye (ezt östermelők nem tudják megoldani, bár néhányan működtetik a Revolut-os kifizetést), a minél kevesebb csomagolóanyag (feldolgozott terméknel nehéz megoldani a jogszabályi elvárások miatt is), a nyomon követhetőség, és hogy a termék bio/háztáji legyen. A fogyasztók gyakran bizonytalanok abban, hogy mit jelent pontosan a bio minősítés, és miben különbözik a háztáji termeléstől. Ezt a helyzetet egyes termelők tudatosan kihasználják, míg mások inkább tájékoztatatlanságukból fakadóan adhatnak félrevezető információt a vásárlóknak.

### A szakértői interjúk eredményei

A szakértői interjúk eredményeit a 3. táblázatban összesítettem, bemutatva a kódolási folyamatot.

3. táblázat. A kódolás menete, kódfa - egy példa a szakértői interjúk kapcsán.

| Előre meghatározott kategória, általános téma, amely a kutatás céljára épült.    | Kódok - az elemzés során kialakult specifikus kategóriák | Szemelvények (példák)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Problémák a székelyföldi termelők élelmiszervesztéssel kapcsolatos koncepcióival | Nem mérik a veszteséget                                  | <i>A termelők egyáltalán nem mérik a veszteséget, így nem is tudják, hogy igazából milyen nagy nekik az. Nem adatalapú a termék tervezése, nyomon követése. Szl</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                  | Szaktudás hiánya                                         | <i>Szaktudás hiánya: nem tudnak időzíteni, nem megfelelő technológiát használnak, fajtaválasztás nem helyes. A termesztés alatti növényvédelem fontosságát nem ismerik: ha időben felismeri a kártételt és be tud avatkozni, az kulcsfontosságú. Sokszor csak akkor veszik észre a bajt, ha már visszafordíthatatlan... Nem értik meg, hogy a megelőzésen van a hangsúly. Hosszú folyamat lesz megtanítani ezt a termelőknek. Aki nem akar, azon nem tudsz segíteni. Vannak elérhető információk, a feladathoz fel kell nőjjenek a kistermelők, hogy merjenek segítséget kérni, megtanulják, hogy mire kell odafigyelni, miért kell adott dolgot</i> |

| Előre meghatározott kategória, általános téma, amely a kutatás céljára épült. | Kódok - az elemzés során kialakult specifikus kategóriák | Szemelvények (példák)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                               |                                                          | <i>csinálni. Igaz, hogy régebb a kertészkedéshez mindenki értett, de az idők változtak, sok mindenre oda kell figyelni. Sz4</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                               | Tőkehiány                                                | <i>Nagy beruházás a jó tároló, ezért inkább a gyors jövedelemszerzés miatt gyorsan értékesítenek. Nem számolják ki, hogy hosszú távon mi érné meg. Sz3</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                               | Individualizmus                                          | <i>Miért nem közösködnek? Az is lehet, hogy ha ők állítják elő saját konyhában a terméket, akkor bevisznek sajátosságokat, különlegessé teszik a terméket. Ezért nem termelnek közösen. Félnek, hogy az ő jövedelmük benne van egy közösségi kasszában. Nem tudnak a jövedelmükkel azonnal gazdálkodni. Iszonyuk van a közösségi munkától. El kellene kezdeni tárolásnál, közösségi értékesítésnél. Ha felhagynának az individualizmussal, akkor a nagyobb láncokba is be tudnának törni. De valószínű, hogy amit akarnak, el tudják adni. Nem akarnak nagyobbak lenni. A munka elég, a mennyiség elég, tudjuk értékesíteni a vidéken. Sz2</i> |
|                                                                               | Üzleti tudás hiánya                                      | <i>Az üzleti gondolkodás még hiányzik. Mindenki a saját szíve szerint csinál dolgokat. Sz3</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

A következőkben részletesen elemzem az élelmiszer-veszteség okait, a fenntarthatósági szempontok érvényesülését a székelyföldi kontextusban.

### A veszteség mértéke és okai

A szakértői becslések szerint a mezőgazdasági élelmiszer-veszteség mértéke akár 25-35% is lehet, de még a professzionális termelők esetében is eléri a 10-15%-ot. A kistermelők jelentős része nem méri vagy követi nyomon a termelési veszteséget, ami megnehezíti a hatékony beavatkozási stratégiák

kidolgozását. A szakértők négy fő problémát azonosítottak, amelyek meghatározó szerepet játszanak az élelmiszervesztés kialakulásában (3. táblázat).

Az első és talán legfontosabb hiányosság az, hogy a termelők többsége egyáltalán nem méri az élelmiszervesztést. A gazdálkodás nem adatalapú, így nincs pontos kép arról, mekkora veszteséget termelnek, és annak milyen okai vannak. A hozamok és a minőségi paraméterek nyomon követése nélkül nehéz meghatározni a hatékony beavatkozási pontokat. Ez különösen hátráltatja a hosszú távú tervezést és az olyan stratégiák kialakítását, amelyek csökkenthetnék a veszteségeket.

A második problémát a szaktudás hiánya jelenti, amely a teljes termelési láncot érinti: már a tenyészidőszakban bekövetkező veszteségek kihatnak a tárolásra, feldolgozásra és az értékesítésre is. A termelők sok esetben nem ismerik pontosan azokat az optimális termesztési körülményeket, amelyekkel maximalizálhatnák a hozamot és a minőséget. A precíziós gazdálkodás, a növényvédelem és az agronómiai beavatkozások hiányosságai miatt a termékek eltarthatósága csökken, így az értékesítési lehetőségek is beszűkülnek. A növényvédelem különösen kritikus terület, hiszen sok gazda csak akkor észleli a problémát, amikor az már visszafordíthatatlan károkat okozott. A megelőző intézkedések alkalmazása alacsony szintű, a gazdák gyakran nem kérnek szakértői tanácsadást, illetve nem rendelkeznek kellő ismerettel a megfelelő védekezési stratégiákról. A nagyobb gazdaságok esetében már jellemzőbb a szakértői segítség és a modern technológiák alkalmazása, de a kisebb termelők számára ezek gyakran elérhetetlenek anyagi és információs korlátok miatt.

A harmadik fő akadályt a tőkehiány jelenti. Még azok a termelők is, akik tisztában vannak a korszerű technológiák és megoldások előnyeivel, gyakran nem rendelkeznek elegendő anyagi forrással azok bevezetésére. A tárolás kapcsán például a termelők többsége hagyományos módszereket alkalmaz: a zöldségek és gyümölcsök pincékben vagy faládákban való tárolása során nincs megfelelő fertőtlenítés, páraszabályozás vagy hőmérséklet-monitoring, ami elősegíti a romlási folyamatokat. Bár a nagyobb termelők körében már megjelentek félig precíziós tárolási megoldások, a kisebb gazdaságoknál ezek még ritkán fordulnak elő. Összességében a precíziós tárolás, az élelmiszerbiztonsági szabványoknak megfelelő feldolgozás, valamint a hatékony értékesítési és logisztikai rendszerek kialakítása jelentős beruházást igényel, amelyet sok kistermelő nem tud vállalni.

Negyedikként a közösségi együttműködés hiányát kell megemlíteni. Bár a közösségi kezdeményezések még kevésbé elterjedtek Székelyföldön, az együttműködésben rejlő lehetőségek egyre nyilvánvalóbbá válnak. A gazdák

közötti együttműködés hiányának fő oka a történelmi tapasztalatokban és a kollektivizálás emlékeiben keresendő. A gazdatársadalomban továbbra is erős az individualizmus, amely akadályozza a közös értékesítést és a közös logisztikai megoldások alkalmazását. Egyes termelők attól tartanak, hogy az együttműködés révén veszélybe kerül saját jövedelmük, míg mások az információhiány és az időmenedzsment problémák miatt nem vesznek részt közös kezdeményezésekben. A közösségi értékesítés azonban jelentős lehetőségeket kínál. A mozgóboltos rendszerek, amelyeket például Hargita Megye Vidékfejlesztési Igazgatósága próbál koordinálni, segíthetnének a közös logisztikai tervezésben, csökkentve az egyéni szállítási költségeket és növelve a hatékonyságot. A közösségi piacok, élelmiszer-hálózatok és vásárlói közösségek szintén megoldást nyújthatnak a kistermelők számára, hogy közvetlenebb kapcsolatba kerüljenek a fogyasztókkal.

### **A veszteség csökkentése és a körforgásos gazdálkodás szerepe**

Az élelmiszerveszteség csökkentése hagyományos módon történik, amely elsősorban a körforgásos gazdálkodásban nyilvánul meg. Az élelmiszerhulladék jelentős része nem kerül kidobásra, hanem alternatív felhasználásra: a takarmányozásban (sertések, baromfik etetése), a komposztálásban, vagy családi és közösségi feldolgozásban talál hasznosulást. A tejtermelők például az összes megtermelt tejet értékesítik vagy feldolgozzák, náluk az élelmiszerveszteség minimális. A gyümölcs- és zöldségtermelők a megmaradt terméket hagyományosan lekvárként, kompótként, vagy pálinkaként hasznosítják, bár ezek piaci értékesítése korlátozott.

A háztáji gazdaságokban a termékek sokszor a családok között kerülnek elosztásra, és a közösségi szolidaritás is hozzájárul a veszteség csökkentéséhez. Azonban a nagyobb gazdaságok esetében az élelmiszerfelesleg gyakran nem talál megfelelő piacot, mivel a feldolgozóiparral való együttműködés hiányzik, és a másod-, harmadosztályú termékek értékesítése korlátozott. Községi feldolgozóüzemek, mint a Maros megyei Kebele közösségi feldolgozó, megoldást jelenthetnének erre a problémára, hiszen lehetőséget biztosítanak a termelőknek a termékek közös feldolgozására és piacra juttatására.

### **Fogyasztói elvárások és a piaci alkalmazkodás**

A székelyföldi fogyasztói preferenciák jelentős eltéréseket mutatnak régióként. Míg egyes helyeken a vásárlók előnyben részesítik a mosott zöldségeket, más területeken a földes állapotú termékeket keresik, hogy maguk pucolják meg azokat. A tudatos vásárlók értékelik a helyi termékek egyediségét és minőségét, és hajlandók magasabb árat fizetni az ízletes,

vegyszermentes termékekért. A házhoz szállítás iránti igény növekszik, de a logisztikai kihívások miatt ez még nem vált általánosan elterjedté.

A gazdák számára a reklám és a marketing szerepe alulértékelt, holott az aktívabb online jelenlét és a helyi turisztikai promóciók segíthetnék a termékek szélesebb körű eladását. A vizuális megjelenés továbbra is meghatározó: a fogyasztók gyakran összekapcsolják a szépen csomagolt termékeket a nagyüzemi termeléssel, míg a kistermelői termékek gyakran kevésbé vonzó külsővel kerülnek piacra. A marketing és a csomagolás fejlesztése kulcsfontosságú lehet a piaci versenyképesség növelésében.

A termelői és szakértői interjúk összefoglalásaként szisztematikusan bemutatom (4. táblázat), hogy a székelyföldi kontextusban az élelmiszerveszteséget csökkentő betakarítás utáni megoldások közül melyek azok, amelyek a térségben jelen vannak.

4. táblázat. A székelyföldi kistermelők esetében releváns élelmiszerveszteséget csökkentő betakarítás utáni megoldások

| Az értéklánc szakaszai                   | Megoldások                                                                                                                      |                                                    |                                                                                                      |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                          | Hagyományos                                                                                                                     | Technológia-vezérelt                               | Közösségi kezdeményezésű                                                                             |
| Feldolgozás                              | Erjesztés, préselés, préselés, szárítás, őrlés stb.                                                                             |                                                    |                                                                                                      |
| Csomagolás                               | Hagyományos csomagolóanyagok (pl. papír, üveg) használata.                                                                      |                                                    |                                                                                                      |
| Tárolás                                  | Pincében, gödörben, zsákban, homokban, szalmában stb.                                                                           |                                                    |                                                                                                      |
| Kártevőirtás (a tárolással kapcsolatban) | Ellenálló fajták termesztése, kártevők kizárása (megelőzés); emeleti tárolás (többszintes multifunkcionális terek kialakítása). |                                                    |                                                                                                      |
| Szállítás                                | Saját jármű használata a piacra szállításhoz                                                                                    | Házhozszállítás útvonal-optimalizálással támogatva |                                                                                                      |
| Értékesítés                              | Piac, szedd magad, házon belüli értékesítés stb.                                                                                | Automaták, e-kereskedelmi bolt, virtuális piactér  | Helyi élelmiszervásárlási klub, közösség által támogatott mezőgazdasági kezdeményezések (CSA, AMAP). |
| Reklámozás                               | Szájról-szájra terjedés, kóstolók, „a bódé (és a gazda) felöltöztetése a hitelesség megmutatására”.                             | Hirdetés az online médiában, védjegyek             |                                                                                                      |

Megjegyzés: A székelyföldi kontextusban is előforduló megoldás-csoportokat jelöli a táblázat

Az 4. táblázat alapján egyértelműen kirajzolódik, hogy Székelyföld élelmiszergazdaságában továbbra is a hagyományos megoldások dominálnak. Bár a szállítás, értékesítés és reklámozás terén megjelennek technológia vezérelt megoldások, a közösségi kezdeményezések szinte teljes

mértékben hiányoznak. A hagyományos módszerek a helyi viszonyok között alapvetően jól működnek, azonban ezek nem minden esetben teszik lehetővé az élelmiszervesztések hatékony minimalizálását, különösen nagyobb termelési volumen esetén, ráadásul az egyéni megoldások hosszú távon növelik a termelési és értékesítési kockázatokat. Az olyan problémák, mint az időszakos túltermelés vagy a piaci hozzáférés nehézségei, közös fellépéssel hatékonyan kezelhetők lennének, azonban a termelők egyéni stratégiák mentén működnek, ami megnehezíti az ilyen típusú együttműködéseket.

### **3.4. A fogyasztói oldal**

#### **A Q teszt adatainak kiértékelése**

A fogyasztói klasztereket a helyi élelmiszerfogyasztás, és a paraszti életforma megítélése tekintetében különítettem el. Az extrakció során meghatároztam, hogy hány faktor szükséges a véleménycsoportok leírására. Az extrakciót 5 faktorig végeztem, mert ez hozta a legmagasabb kumulált varianciát. 97 embernek küldtem ki a tesztet, amelyből visszaérkezett 54 és ezek közül 35 volt teljesen kitöltött, hibátlan az ellenőrzések alapján. Az állításokat rangsorolva szépen körvonalazódnak az egyes faktorokra jellemző vélemények. Minden faktorra sorrendbe raktam az erőteljes pozitív és negatív állításokat (amivel egyetért, illetve nem ért egyet a kitöltő) és meghatároztam az 5 fogyasztó típust. Ezek a következők:

**1. Aggodalmaskodó tudatosok: a válaszadók 34%-a.** Ő az aggódó, tudatos, enyhén távolságtartó fogyasztó, tiszteli a termelőket, hisz a helyi termék gazdasági erejében. A 12 válaszadó között egy nagyon kimagasló, karakteres személy van, a többiek két csoportot alkotnak a sorrendek súlyozásában. (lásd V. melléklet). Ebbe a csoportba tartozó fogyasztók fontosnak tartják a termelői piacokat, nagyon tudatos fogyasztók és számukra nyilvánvaló, hogy a rövid élelmiszer láncban kevesebb élelmiszer kerül a hulladékba, kisebb a környezeti hatása a helyi terméknek, mint az ipari élelmiszerterméknek. Az életminőséget kapcsolatba hozzák a helyi termékfogyasztással, és elfogadják azt a tudományosan bizonyított tény, hogy a fogyasztó életminőségét meghatározza az elfogyasztott élelmiszer mennyisége és minősége. Azzal is tisztában vannak, hogy a helyi élelmiszertermékek nagy része „feketén”, az adózást és az élelmiszerbiztonsági ellenőrzést megkerülve kerül értékesítésre, általában a közösségi médián keresztül. Számukra a kistermelők fontos elemei a tájgazdálkodásnak, a táji adottság miatt tudtak ilyen szép számban megjelenni, így életben maradásuk a táj miatt is hangsúlyos. Úgy érzékelik, hogy a helyiek büszkéek az általuk fogyasztott tradicionális termékekre. Vallják, hogy bár a nagy élelmiszer-láncokban nagy a termék kínálat, a helyi

termékekre is szükség van és nem vonják kétségbe a termelők gazdasági ismereteit. Nem hisznek abban, hogy az iskola ebéd bevezetése megoldaná a helyi élelmiszerek értékesítésének gondját. Nagy bizalommal fordulnak a millenniumi korosztály felé, tagadva, hogy a legjobb ár-érték arányt kínáló termékeket keresi, függetlenül attól, hogy Romániában készültek-e vagy sem. Az iskolai végzettség és az életkor szerinti vizsgálat alapján az 1-es faktorú csoportban (a kitöltők 34%-a) van részarányosan a legtöbb egyetemmel, mesterivel, PhD fokozattal rendelkező fogyasztó (58%), illetve felsőfokú végzett (25%), ők inkább városban élnek és 75% rendszeresen fogyaszt helyi terméket.

## **2. Kétkedő tudatosok: a válaszadók 9%-a**

Kétkedő tudatos. Ők a szkeptikusan tudatos fogyasztók, akik szeretik a helyi terméket, de megkérdőjelezzik az eredetét, óvatosak a piaci értékesítéssel, nem bíznak a fiatal vásárlókban. Ők a fiatalok, a fiatalosan gondolkodók csoportja. Azonosan gondolkodó tagjai vannak ennek a faktorcsoportnak. Ezen vásárlói csoport állítja, hogy a szociális médiában (Facebookon) értékesített termékek minősége és eredete bizonytalan, valamint, hogy a helyi élelmiszertermékek nagy része „feketén”, az adózást és az élelmiszerbiztonsági ellenőrzést megkerülve kerül értékesítésre. Ez egyértelműen aláássa kistermelők iránti bizalmat. Ők úgy látják, hogy a fiatal generáció érdektelen a helyi termékek és a rövid ellátási láncot népszerűsítő reklámok iránt, a fogyasztók szeretnék, ha a helyi termékek minőségét védjeggyel tanúsítanák, de nem akarnak ezért magasabb árat fizetni. A kistermelők munkáját nem tartják elég hatékonnak, és a helyi termék nem azért drágább, mert magasak az előállítási költségek, hanem azért, mert a termelők, korlátozott gazdasági ismereteik miatt, rosszul árazzák be azokat. Szerintük nem igazolható, hogy a helyi termékek egészségesebbek az iparszerű mezőgazdaságban, kontrollált körülmények között előállított termékeknél. Szerintük nem igaz, hogy a kistermelők nem ismerik az élelmiszermarketing és a korszerű technológiák nyújtotta lehetőségeket, és, hogy a fogyasztók nagy része előnyben részesíti a helyi élelmiszerek vásárlását, mert tisztában vannak azzal, hogy ezzel a térség gazdaságának fejlődését segítik. A 2-es faktorcsoport tagjai a fiatalok, és fiatalosan gondolkodók csoportja (a válaszadók 9%-a), 67%-a főiskolai végzettségű, 33 % egyetemi, vagy mesteri fokozatú. Kétharmaduk rendszeresen fogyaszt helyi terméket, egyharmaduk alkalmanként.

## **3. Óvatosak: a válaszadók 14%-a**

A faktorcsoport neve: Óvatosak. Távolságtartó és óvatos fogyasztók, fontosok számukra a tudományos érvek, a termelők felkészültsége, de nem tartják hazafiságnak a helyi termék fogyasztást. Ez a fogyasztói csoport

egyetért abban, hogy a kistermelők fennmaradása nem függ össze a turizmussal és a paraszti életforma egyáltalán nem vonzó a mai ember számára.

Meggyőződésük, hogy a fogyasztók élelmiszerválasztási szokásai folyamatosan változnak. Nagyon bíznak a fiatal fogyasztókban és úgy gondolják, hogy ők hajlandók többet fizetni a környezetbarát módon előállított zöldségekért. Számukra a termelői piacokon nagyon szűk a termékkínálat és fejlesztenék a kistermelők mezőgazdasági és gazdasági szakképzettségét a rövid ellátási láncok fejlődésének érdekében. Szerintük a helyiek büszkék az általuk fogyasztott tradicionális termékekre. Úgy vélik, hogy a hagyományos gazdálkodás során is alkalmazni kell modern gazdálkodási megoldásokat és nem értenek egyet azzal, hogy a helyi termékek előállítása teljesen megoldja az élelmiszer önellátást a térségben, sem azzal, hogy az úgynevezett "fekete kereskedelem" sokszor a pozitív polgári engedetlenség, a bürokrácia elleni jogos tiltakozás egyik megnyilvánulása. A 3-as faktorcsoportba tartozók (14%) 40%-a felsőfokú végzettségű, 40%-a egyetemi, mesteri végzettséggel rendelkezik. Ők valamennyien kisvárosiak és 80% rendszeresen fogyaszt helyi terméket, 20% néha.

#### **4. Lelkes személyesek: a válaszadók 9%-a**

A faktorcsoport neve: lelkes személyes. A kistermelőkért lelkesedő, élő kapcsolatokat akaró fogyasztó, aki ismeri a fiatalok vásárlási szokásait. Ez a vásárlói csoport állítja, hogy a paraszti életforma egyáltalán nem vonzó a mai ember számára, de oda kell figyelni rájuk és ez a helyi közösségek felelőssége. Veszélyt látnak a piac és az agrár támogatási formák elterjedésében, mert a kistermelő ezekhez alkalmazkodik, így elveszti eredetiségét, munka identitását. Úgy látják, hogy Romániában a helyi élelmiszer ellátási rendszerek létrejöttét a kisgazdaságok nagyon nagy száma indokolja, és a helyi termékek előállítása teljesen megoldja az élelmiszer önellátást a térségben. Nem tartják jónak a helyi termékek online értékesítését, mert az aláaknázza a közvetlen emberi kapcsolatokat. Nem értenek egyet azzal, hogy a kistermelők nem gazdálkodnak hatékonyan, és hogy a helyi termékek értékesítésének leghatékonyabb módszere a dobozos házhozszállítás. Szerintük összefüggés van a kistermelők fennmaradása és a turizmus fejlődése között. Azzal sem értenek egyet, hogy a helyi élelmiszer rendszert inkább a társadalmi kohézió tartja életben és a szerepe a vidékfejlesztésben nem jelentős, és azzal sem, hogy a szociális médiában (Facebookon) értékesített termékek minősége és eredete bizonytalan. A 4-es csoport (9%) a Székelyföld minden megyéjét képviseli és mindenfajta közigazgatási egységet. 67% főiskolai végzettségű, 33% egyetemi, mesteri

fokozattal rendelkeznek. Ők valamennyien rendszeresen fogyasztanak helyi terméket.

#### **5. Zászlóvivők: a válaszadók 34%-a**

A faktorcsoport neve: zászlóvivő. Zászlóvivő, élharcos helyi termék fogyasztók, akik nagyra tartják a kistermelőt, megoldáskereső a helyi élelmiszerrendszer fejlődése érdekében.

Ezen faktorcsoport nagyon fontosnak tartja, hogy a társadalom kellő helyet biztosítson a parasztok számára, hisz ők egy ősi, megőrzésre érdemes kultúra képviselői és nélkülük a biztonságos élelmiszerellátás elképzelhetetlen, szeretik a termelői piacokat a közösségi érzés megélése miatt. Fontos számukra az elfogyasztott élelmiszer mennyisége és minősége, szeretnék, ha a helyi termékek minőségét védjeggyel tanúsítanák, de nem akarnak ezért magasabb árat fizetni. Szerintük az iskolai ebéd bevezetése megoldaná a helyi élelmiszerek értékesítésének gondját. A turizmusban potenciált látnak a helyi termelők életben számára. Bízna a helyi termék egészségességében, eredetében, és nagyon fontosnak tartják a helyi élelmiszerrendszert. Számukra elégséges az a termékkínálat, amelyet a termelői piacok nyújtanak, jelentősnek tartják a helyi élelmiszer rendszer szerepét a vidékfejlesztésben. Ők tudatos tevékenységként értékelik a rövid ellátási láncok kialakulását, de nem naivok, és tudják, hogy a helyi termékek előállítása nem oldja meg teljesen az élelmiszer önellátást a térségben. Erőt látnak az említett törekvést szolgáló civil szervezetekben. Az 5-ös faktorcsoport (34%) 58%-a felsőfokú iskolát végzett, 42% egyetemet, mesterit, 8% középiskolát. Falvakban és kisvárosokban laknak, 50% fogyaszt rendszeresen, 50% néha helyi terméket, de van, aki ajándéknak szánja a helyi termelők portékáját.

#### **A faktorokat megkülönböztető állítások**

A faktorcsoportokat leginkább megkülönböztető állítások jól kirajzolódnak. Egyes kijelentések több csoport számára is fontosak, de eltérő módon: például a kétkedő tudatos fogyasztók nem tartják egészségesebbnek a helyi termékeket az ipariakkal szemben, míg a zászlóvivők épp ennek ellenkezőjét vallják. Nincs teljes egyetértés az öt csoport között, de bizonyos állításokat mindannyian elfogadnak vagy elutasítanak. Egyetértenek abban, hogy a parasztok nélkülözhetetlenek a biztonságos élelmiszerellátáshoz, ugyanakkor a paraszti életforma nem vonzó a mai ember számára. A kistermelők fennmaradása értékmegőrző jelentőségű, és a helyi közösség felelőssége. A termelői piacok nemcsak az egészséges élelmiszerek miatt fontosak, hanem a közösségi élmény miatt is. A fogyasztók szeretnék, ha a helyi termékeket védjeggyel tanúsítanák, de nem fizetnének érte többet, mert megbízna a termelőkben. A fogyasztási szokások folyamatosan változnak, ami kihívást jelent a kistermelők számára.

Az öt klaszter eltérően ítéli meg a kistermelők szerepét, a termékvédjegyet és a helyi termékek gazdasági hatását. Közös pont, hogy szükség van helyi élelmiszerrendszerre, és fontos a termelők tudásának fejlesztése. A fiatalok fogyasztási szokásai kevésbé ismertek, ezért további kutatás szükséges.

A szkeptikus fogyasztók nem bíznak a helyi termékek eredetében, de egy esetleges tanúsításban sem, és annak költségeit sem vállalnák. Valószínűbb, hogy inkább a termelőkben bíznak, mint magukban a termékekben, de ennek pontosabb megértéséhez további kutatás szükséges.

#### **4. Következtetések és a javaslatok**

A rövid értékesítési láncok és helyi élelmiszerrendszerek fontos szerepet játszanak a lokalizált gazdaságok fenntartásában, és egyre nagyobb figyelmet kapnak a kormányzati támogatások terén. A kistermelők helyzetének javítása nem csupán gazdasági tényezőkön múlik, hanem a megfelelő szabályozási és intézményi környezet kialakításán is. Az alternatív élelmiszerrendszerek fejlődése számos tényező függvénye, ideértve a biogazdálkodók számát, a közösségi kezdeményezések jelenlétét, az alternatív értékesítési csatornák elterjedését és a fogyasztók attitűdjét. Székelyföld történelmileg is erősen támaszkodott a rövid élelmiszerláncokra, amelyek a modern trendek hatására tovább fejlődtek. A helyi termékek iránti kereslet növekedése ellenére azonban a gazdák ismerethiánya, az együttműködési hajlandóság alacsony szintje és a globális piac térnyerése akadályozza a fejlődést. Ugyanakkor a helyi termelők által alkalmazott jó gyakorlatok hozzájárulhatnak az alternatív élelmiszerrendszerek terjedéséhez.

A kutatás szerint a székelyföldi kistermelők különböző stratégiákat alkalmaznak az élelmiszerveszteség csökkentésére, amelyek a termeléstől az értékesítésig terjednek. A közösségi alapú élelmiszer-feldolgozás és értékesítés előtt álló akadályok közé tartoznak a bizalmatlanság, a logisztikai problémák, a tőkehiány és a piaci bizonytalanság. A történelmi tapasztalatok és a kollektivizálás emlékei miatt a termelők inkább egyéni stratégiák mentén működnek, és kerülik a közös kezdeményezéseket. A közös infrastruktúra és a megfelelő finanszírozás hiánya tovább nehezíti az együttműködést.

A helyi élelmiszerrendszerek hatékony működéséhez elengedhetetlenek azok a készségek és kompetenciák, amelyeket a kutatás is azonosított. A sikeres szervezés csapatmunkát, együttműködési készséget, piaci és jogszabályi ismereteket, valamint innovációs és konfliktuskezelési képességeket igényel. A különböző országok eltérő prioritásai alapján a képzési programoknak rugalmasnak kell lenniük, hogy a régiók sajátos igényeihez igazodjanak. Székelyföldön a helyi termékek piacra juttatásában a különböző szervezetek fontos szerepet játszanak, noha a vidéki facilitátor/REL szervező szerepe

még nem alakult ki hivatalosan. A fenntartható fejlődéshez stabil szervezeti háttér, megfelelő infrastruktúra és hosszú távú finanszírozás szükséges.

A fogyasztói magatartás vizsgálata alapján öt csoport különíthető el attitűdjeik és preferenciáik alapján. A helyi termékek hitelességével és tanúsításával kapcsolatos bizalmatlanság jelentős mértékben befolyásolja a fogyasztói döntéseket, ezért a marketingstratégiákban nagyobb hangsúlyt kell fektetni az átláthatóságra és a megbízhatóság kommunikációjára.

### **Javaslatok**

A székelyföldi élelmiszergazdaság fejlődéséhez kulcsfontosságú a helyi termelők támogatása, az élelmiszer-veszteség csökkentése és a rövid ellátási láncok megerősítése. Ehhez önkormányzatok, szakpolitikai döntéshozók és civil szervezetek összefogása szükséges, valamint a fogyasztók tájékozottságának növelése és a piaci hozzáférés javítása.

A fiatal termelői közösségek kialakítása és közös logisztikai, feldolgozási rendszerek – például mozgóboltok, megosztott raktárak – létrehozása hozzájárulhat az ellátási lánc hatékonyságához. A termelők oktatása, mentorálása és az állami, civil támogatások biztosítása elengedhetetlen a fenntartható közösségi projektekhez.

A helyi termékek hitelességét és versenyképességét tanúsítványokkal és átlátható ellenőrzési folyamatokkal lehet erősíteni, például nyílt farmpapok vagy minőségellenőrzések révén. A fiatal fogyasztók megszólítása digitális platformokon segíthet a tanúsított termékek népszerűsítésében.

A helyi védjegyek népszerűsítésére jó példák a magyarországi modellek, mint a „Helyben vagyunk” közösségi védjegy, amely a termékek mellett a hozzájuk kapcsolódó élményeket is értékeli. Az ilyen kezdeményezések székelyföldi adaptálása hozzájárulhat egy erős helyi védjegyrendszer kialakításához.

A kutatásokat az adatok hiánya nehezíti, ezért a helyi őstermelők és kisgazdaságok számbavétele, a termelők tudásszükségleteinek felmérése vagy a fogyasztói szokások vizsgálata hasznos témát jelenthet az egyetemi hallgatók számára.

A közpolitikai intézkedések – adókedvezmények, adminisztratív könnyítések, digitális platformok fejlesztése, célzott támogatások – elősegíthetik a rövid ellátási láncok működését és fenntarthatóságát. Szakmai képzések és a termelők közötti együttműködés támogatása (pl. logisztikai hálózatok) csökkentheti a költségeket és növelheti az elérhetőséget.

A helyi termelők számára létrehozott közös tárolók és feldolgozóüzemek csökkenthetnék az élelmiszer-veszteséget és javíthatnák a termékek piacképességét. A meglévő kezdeményezések – például a Helyénvaló food

hub és a Székelytermék védjegy – erősítése, valamint online piacterek és fedett termelői piacok fejlesztése szintén fontos lépés lehet.

A helyi termékek népszerűsítésére és a fogyasztók bizalmának növelésére szükség van tudatosító kampányokra, közösségi földhasználati programokra és szakemberek képzésére a rövid ellátási láncok hatékony működtetéséhez.

## **5. Új tudományos eredmények**

1. A REL-szervezők számára szükséges kompetenciák közül a legmarkánsabbak: együttműködésre való készség, konfliktuskezelés, környezetbarát megoldások ismerete, informatikai és marketing ismeretek, amelyet sikerült azonosítanom a romániai esettanulmányok alapján.

2. A post-harvest menedzsmentben számos költséghatékony és bevált tradicionális és közösségi szempontú megoldás létezik. Célszerű a beruházásigényes technológiai megoldásokra csak azután sort keríteni, miután ezek a “soft” megoldások már kimerültek.

3. Az élelmiszervesztesség keletkezésének oka a tökehiány és ennek következtében akadályba ütközik a modern technológiák alkalmazása. Ugyanakkor egyéni stratégiák dominálnak, hiányzik a közösségi együttműködés.

4. A székelyföldi fogyasztók a helyi élelmiszerrel kapcsolatos attitűdjeik és fogyasztói felelősséggel kapcsolatos hozzáállásuk alapján öt klaszterbe sorolhatók. A kialakult öt fogyasztói klaszter: aggodalmaskodó tudatos (erősen preferálja a helyi termékeket, de kritikus), kételkedő tudatos (nem feltétlenül hisz a helyi termékek előnyeiben), óvatosak (előnyben részesíti a tudományos érveket), lelkes személyes (erős kapcsolat a termelőkkel, személyes kapcsolatok), zászlóvivő (aktívan támogatja a helyi termelőket és piacokat).

5. A szkeptikus, tudatos és óvatos fogyasztók bizalmatlanabbak a helyi termékek eredetével és minőségével szemben, ezért vásárlási hajlandóságuk alacsonyabb, így a védjegyrendszer sikeressége nagymértékben múlik ezen csoportok meggyőzésén és bevonásán.

Nem tudományos eredmény, de érdemes megemlíteni, hogy elkészült a székelyföldi REL-tár, amely egy nagyon fontos (stratégiai szintű) gyakorlati eredmény az itt működő rövid élelmiszer értékesítési láncokról. Aktualizálható, továbbfejleszthető, bővíthető táblázat.

## 6. A szerzőnek az értekezés témaköréhez kapcsolódó publikációi

### Nemzetközi folyóiratcikkek

**Molnár, J.,** Tóth, G. (2024). Consumer clusters in Szeklerland—application of the Q method. *Agricultural Economics and Rural Development*, 21(2), 157-189. (Az Institute of Agricultural Economics (IEA-AR) of the Romanian Academy hivatalos folyóirata)  
<https://doi.org/10.59277/AERD.2024.2.02>

Benedek, Zs., Kujáni, K., **Molnár, J.:** Reducing Food Loss: Post-Harvest Strategies at the Small Scale. *EuroChoices (SJR Q1)*  
<https://doi.org/10.1111/1746-692X.12466>

### Magyar nyelvű folyóiratcikkek

**Molnár, J.,** Horváthné Kovács, B., Tóth G. (elbírálás alatt): A fogyasztók szerepe a székelyföldi paraszti kisgazdaságok fennmaradásában. *Marketing & Menedzsment*, E-ISSN 2786-3395

Benedek, Zs., Kujáni, K., **Molnár, J.** (megjelenés alatt): Kisléptékű betakarítás utáni stratégiák. *Magyar Tudomány (Gazdaságtudományi Doktori Minősítő Bizottság IXGJO GMB [1901-] B hazai)*

### Egyéb közlemények

Benedek, Zs ; Kujáni, K ; Major, Á ; **Molnár, J** ; Pilar, L ; Pitrova, J ; Fricz Szegedyné, A ; Szente, V. (2022): Thematic study of the BIOEAST thematic working group on food systems: Outlook of small farming production in BIOEAST countries and local food systems of alternative futures , 61 p. BIOEASTsUP H2020 project, #3 Study

**Molnár, J.** (2021): The tip of the balance is appropriateness. In: Pop, Gh; Bíró, B E; Csata, A; György, O; Kassay, J; Koroseczné Pavlin, R; Madaras, Sz; Pál, L; Péter, K; Szőcs, A; Tánczos, L J; Telegdy, B (szerk.) *Challenges in the Carpathian Basin : global challenges - local answers : interdependencies or globalisation? : 15th International Conference on Economics and Business. Cluj-Napoca, Románia : Risoprint* 1,337 p. pp. 553-566. , 14 p.

Pitrová, J., Kujáni, K., **Molnár, J.**, Kövesd, A., Ferencz, S. K., & Trollé, A. (2020): Key competences of short food supply chain participants for creation of alternative business models. In: Tomsik, K (szerk.) *Agrarian perspectives XXIX.: trends and challenges of agrarian sector: proceedings of the 29th International Scientific Conference, Prague, Csehország: Czech University of Life Sciences Prague, Faculty of Economics and Management* (2020) 441 p. pp. 279-286. 8 p.

**Molnár, J.** (2020): Shop in Place-Food Hub project in Transilvania. In: Diána, Koponicsné Györke; Róbert, Barna (szerk.) *Proceedings of the*

International Conference on Sustainable Economy and Agriculture.  
Kaposvár, Magyarország : Kaposvár University, Faculty of Economic  
Science, 2020, 462 p. pp. 273-280. , 8 p.

## 7. Irodalomjegyzék

- Alessandrini, M. (2024). Studies in European Economic Law and Regulation 28 Regulating Short Food Supply Chains in the EU. <https://doi.org/https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-69390-8>
- Amat, L., Chlebicka, A., Ferreira, I., Montanari, F., & Russo, C. (2019). Study of the best ways for producer organisations to be formed, carry out their activities and be supported Local product. [http://real.mtak.hu/105490/1/report-producer-organisations-study\\_en.pdf](http://real.mtak.hu/105490/1/report-producer-organisations-study_en.pdf)
- Bayir, B., Charles, A., Sekhari, A., & Ouzrout, Y. (2022). Issues and Challenges in Short Food Supply Chains: A Systematic Literature Review. In Sustainability (Switzerland) (Vol. 14, Issue 5). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su14053029>
- Benedek, Z. (2023). On the transformative potential of Hungarian local food-buying clubs. [www.kosarkozossege.hu](http://www.kosarkozossege.hu)
- Benedek, Z., & Balázs, B. (2014). Az élelmiszertermelés relokalizációjának térbeli-társadalmi különbségei Magyarországon. *Tér És Társadalom*, 28(4), 63–76. <https://doi.org/10.17649/tet.28.4.2644>
- Benedek, Z., Fertő, I., Marreiros, C. G., Aguiar, P. M. De, Pocol, C. B., Čechura, L., Poder, A., Pääso, P., & Bakucs, Z. (2021). Farm diversification as a potential success factor for small-scale farmers constrained by COVID-related lockdown. Contributions from a survey conducted in four European countries during the first wave of COVID-19. *PLoS ONE*, 16(5 May). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251715>
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2007). Qualitative research for education: An introduction to theories and methods. <https://www.researchgate.net/publication/348186058>
- Brumă, I. S., Vasiliu, C. D., Rodino, S., Butu, M., Tanasă, L., Doboş, S., Butu, A., Coca, O., & Stefan, G. (2021). The behavior of dairy consumers in short food supply chains during covid-19 pandemic in Suceava Area, Romania. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6). <https://doi.org/10.3390/su13063072>
- Byrne, D. (2022). A worked example of Braun and Clarke’s approach to reflexive thematic analysis. *Quality and Quantity*, 56(3), 1391–1412. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01182-y>
- Deroche-Leydier, Y. (2025). Enhancing the resilience of short food supply chains: toward a relational understanding of the resilience process in the face of inflation. *Agricultural and Food Economics*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40100-025-00368-4>
- DSVSA Covasna. (n.d.). Retrieved June 1, 2025, from <http://covasna.dsvsa.ro/operatori-economici/unitati-inregistrate/>

- DSVSA Harghita. (n.d.). Retrieved June 1, 2025, from <http://harghita.dsvsa.ro/operatori-economici/unitati-inregistrate/>
- DSVSA Mures. (n.d.). Retrieved June 1, 2025, from <http://mures.dsvsa.ro/operatori-economici/unitati-inregistrate/>
- Feenstra, G. W. (1997). Local food systems and sustainable communities. *American Journal of Alternative Agriculture*, 12(1), 28–36.  
<https://doi.org/10.1017/s0889189300007165>
- Feldmann, C., & Hamm, U. (2015). Consumers' perceptions and preferences for local food: A review. In *Food Quality and Preference* (Vol. 40, Issue PA, pp. 152–164). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.014>
- Gheorghe, F. V., Clipcea, M., Petre, V., Papa, G., Borcan, C., Băluță, G., Tomulescu, G., Corlăteanu, A., Baci, G., Borcan, M., Generală, D., Uruc, C., Munteanu, V., Munteanu, L., & Popescu, A. (2022). *Recensământul General Agricol 2020*, vol 1.
- Hinrichs, C. C. (2000). Embeddedness and local food systems: notes on two types of direct agricultural market. In *Journal of Rural Studies* (Vol. 16).
- Ilbery, B., & Maye, D. (2005). Food supply chains and sustainability: Evidence from specialist food producers in the Scottish/English borders. *Land Use Policy*, 22(4), 331–344. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2004.06.002>
- Jarzębowski, S., & Pietrzyk, K. (2018). The concept of short supply chains in the food economy. In *The Common Agricultural Policy of the European Union – the present and the future EU Member States point of view* (pp. 196–208). Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej Państwowy Instytut Badawczy.  
<https://doi.org/10.30858/pw/9788376587431.15>
- Kloppenburg, J., Lezberg, S., De, K., & Stevenson, G. W. (2000). Tasting food, tasting sustainability: Defining the attributes of an alternat (p. 2000).
- Kneafsey, M., Dowler, E., Lambie-Mumford, H., Inman, A., & Collier, R. (2013). Consumers and food security: Uncertain or empowered? *Journal of Rural Studies*, 29, 101–112. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2012.05.005>
- Lioutas, E. D., & Charatsari, C. (2020). Smart farming and short food supply chains: Are they compatible? *Land Use Policy*, 94, 104541.  
<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2020.104541>
- Oppenkowski, M. Von. (2019). Smallholder agriculture and global production networks-challenges for the Romanian peasantry in the globalized agri-food industry.  
<https://archiv.ub.uni-marburg.de/diss/z2020/0090/pdf/dmo.pdf>

- Pitrová, J., Kujáni, K., Molnár, J., & ... A. K. (2020). Key Competences of Short Food Supply Chain Participants for Creation of Alternative Business Models Local product. Orbi.Uliece.be. <https://orbi.uliege.be/bitstream/2268/251517/1/proceedings-2020.pdf#page=279>
- Renting, H., Marsden, T. K., & Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A*, 35(3), 393–411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Sántha, K. (2020). A kvalitatív összehasonlító elemzés történeti háttére. *Polymatheia*, 17(1–2), 137–148. <https://doi.org/10.51455/polymatheia.2020.1-2.08>
- Strenght2Food Horizon project. (2021). Strategic Guide. <https://www.strenght2food.eu/2021/04/08/strategic-guide-for-short-food-supply-chains-sfsc/>
- Tanasa, L., & Doboş, S. (2016). SHORT FOOD SUPPLY CHAINS AS A MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. CASE STUDY-TÂRGU-NEAMŢ TOURISTIC AREA. *Econstor*, 315–324. <http://hdl.handle.net/10419/163391>
- Thomas, D. R. (2006). A General Inductive Approach for Analyzing Qualitative Evaluation Data. *American Journal of Evaluation*, 27(2), 237–246. <https://doi.org/10.1177/1098214005283748>
- Țigan, E., Brînzan, O., Obrad, C., Lungu, M., Mateoc-Sîrb, N., Milin, I. A., & Gavrilăş, S. (2021). The consumption of organic, traditional, and/or european eco-label products: Elements of local production and sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 13(17). <https://doi.org/10.3390/su13179944>
- Tudor, M. M. (2015). The role of small-scale agriculture in Romanian context Standard-Nutzungsbedingungen: THE ROLE OF SMALL-SCALE AGRICULTURE IN ROMANIAN CONTEXT. <https://hdl.handle.net/10419/163314>
- Ušča, M., & Aļeksējeva, L. (2023). Environmental Sustainability Aspects in Short Food Supply Chains: the Views of Organic Farmers and Consumers. *Rural Sustainability Research*, 50(345), 85–93. <https://doi.org/10.2478/plua-2023-0018>
- Vittersø, G., Torjusen, H., Laitala, K., Tocco, B., Biasini, B., Csillag, P., de Labarre, M. D., Lecoeur, J. L., Maj, A., Majewski, E., Malak-Rawlikowska, A., Menozzi, D., Török, Á., & Wavresky, P. (2019). Short food supply chains and their contributions to sustainability: Participants' views and perceptions from 12 European cases. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174800>