

A helyi élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói attitűd vizsgálata

Kovács Gábor
Széchenyi István Egyetem, Győr

Bevezetés

A globális nagyüzemi mezőgazdasági termelés terjedésével és dominánssá válásával, valamint az ennek révén fokozódó környezeti terhelés okán, annak lehetséges alternatívájaként a helyi termékrendszerek fejlesztése az elmúlt évtizedben a tudományos kutatások egyik fókuszterülete lett. A helyi gazdaságpolitika részeként a helyi termékrendszerek fejlesztése során ugyanakkor alapvető fontosságú a fogyasztók helyi élelmiszerekkel kapcsolatos vásárlási preferenciáinak feltérképezése és megértése, hiszen csak így lehetséges vagy ezek mint adottságok figyelembe vétele, vagy pedig a preferenciák megfelelő alakítása, formálása.

Tanulmányunkban ennek megfelelően elsőként röviden összefoglaljuk a téma tárgyalásához szükséges szakirodalmi háttérrel, és meghatározzuk az elméleti kereteket, melyek mentén haladva a fogyasztói preferenciák feltárhatóak. Az empirikus felmérés módszertanának ismertetése után pedig bemutatjuk kapcsolódó vizsgálatunkat, mely során Szekszárd város lakossága vonatkozásában végeztünk reprezentatívnak tekinthető felmérést a helyi élelmiszerekkel kapcsolatos preferenciák feltárása érdekében.

1. Elméleti áttekintés

A helyi élelmiszerek vizsgálata során, megkülönböztetendő a speciális jellemzőket az élelmiszerek általános csoportjától vagy pedig kiemelten az ún. „globális” élelmiszerektől, kiemelt fontosságú a „lokális” aspektus meghatározása és definiálása. Mint szakirodalmi áttekintésünk is bizonyította, ez egyáltalán nem egyértelmű, és számos módon lehetséges, ennek megfelelően több megközelítésmód is elfogadott (lásd pl. Morris–Buller 2003; Ricketts Hein et al. 2006). Ezek közül az egyik leggyakrabban előforduló definíció az előállítási és fogyasztási (felhasználási) hely közötti távolságra helyezi a hangsúlyt (pl. Smith–McKinnon 2007). Ugyancsak elfogadott a földrajzi távolság mellett valamely közigazgatási egység határai alapján történő lehatárolás (pl. Onozaka et al. 2010). Emellett előfordul még a terméktípus, az előállítási mód és a termelő (előállító) egység mérete alapján történő besorolás is (pl. Skallerund–Wien 2019).

Fontos megemlíteni, hogy az élelmiszerek említett módon történő definiálása és címkézése még nem feltétlenül jelenti azt, hogy az adott élelmiszert a fogyasztó is „helyinek” fogja tekinteni (Feldmann 2015). Ennek megfelelően a klasszifikáció egy jóval komplexebb, holisztikus megközelítése is alkalmazható, mely szerint a fogyasztó termékhez kapcsolódó emocionális, etikai és személyes meggyőződése, kötődése a döntő. Ebben a modellben tehát a termék, a fogyasztó és a fogyasztás kontextuális jellemzői, tényezői a meghatározóak (Wägeli–Hamm 2013).

A helyi élelmiszerek vizsgálatakor ugyancsak fontos megemlíteni, hogy azok a helyi termékrendszer(ek) egyik alkotóelemét jelentik, tehát a helyi gazdaság fejlesztése során is fontosak, kiemelt figyelmet kell, hogy kapjanak. A helyi élelmiszerrendszerek kialakulása és fejlődése egyfajta válasznak tekinthető a domináns nagyüzemi mezőgazdasági termelés okozta kihívásokra és problémákra, mint a növekvő energiaárak, az üvegházhatás és az ezáltal

kiváltott klímaváltozás (Rosenzweig–Parry 1994). Az elmúlt évtizedben ezen belül is kiemelt szerepet kapott a helyi élelmiszerrendszerek tervezése, ami a helyi gazdaságpolitika egyik alkotóelemének tekinthető. Bár a globális mezőgazdaság révén nőtt az élelmiszertermelés hatékonysága, az egyben a művelés rugalmasságának feláldozásával és a gazdálkodás multifunkcionális jellegének elveszésével is járt (Bennett et al. 2014). A továbbiakban ugyanakkor – a tanulmány célkitűzésének megfelelően – a helyi termék-rendszereket a fogyasztói oldalról nézve vizsgáljuk, hiszen a keresleti oldal szereplőinek a helyi élelmiszerek vásárlása kapcsán jelentkező preferenciáit kívánjuk feltárni.

A fogyasztói viselkedés vizsgálata során a Zepeda és Deal (2009) által a fogyasztói vásárlási preferenciák feltárása során élelmiszerek esetén is sikeresen alkalmazott ún. Alphabet Theory-ből (ABC-modell) indultunk ki. A modell 5 kulcstényező fontosságára hívja fel a figyelmet. Az első ezek közül a fogyasztó informáltsága, illetve az információk beszerzésével kapcsolatos motiváltsága. A második meghatározó faktorcsoport a vásárló társadalmi, szociális és gazdasági helyzete. Harmadik szempontként a modell az ún. környezeti tényezőket, sajátosságokat azonosítja. A negyedik faktor a fogyasztó attitűdjét írja le, míg az ötödik tényleges vásárlási szokásait magyarázza. A tanulmány célkitűzésének megfelelően a továbbiakban – támaszkodva az „ABC-modellre” – a preferenciák feltárása során a vásárlási magatartás vizsgálatára fókuszálunk.

Skallerud–Wien (2019) szerint a helyi élelmiszerek vásárlása során keletkező fogyasztói érték alapvetően két részből tevődik össze: Az első ezek közül a fogyasztó lokális beágyazódása (local embeddedness) okozza, a másikat pedig az élelmiszer hedonisztikus értéke jelenti. A lokális beágyazódás révén létrejövő érték a helyi termelőkkel való kölcsönösségen, bizalmon és a közös értékeken alapul. Ez az érték ugyancsak összefügg azzal a motivációval, hogy a helyi élelmiszerek vásárlása révén a fogyasztó a helyi közösséget tudja támogatni. Ezt egészíti ki az élelmiszerek vásárlásával (és fogyasztásával) összefüggő hedonisztikus érték, melyet azonban a gazdasági megfontolások (pl. a termék ára) jelentősen korlátozhatnak.

Weatherell et al. (2003) modelljében a hedonisztikus értéket az alábbi tényezők befolyásolják:

1. Etikai és egészségügyi (a termék „egészségességével” kapcsolatos) szempontok.
2. Az élelmiszer “image”-e (esetleges külső csomagolást is beleértve).
3. Az élelmiszer eredete.
4. Az élelmiszer ára.
5. Az élelmiszer fizikai jellemzői (íz, frissesség, kinézet).

Tanulmányunkban a lokális beágyazódás mértékét nem vizsgálva a hedonisztikus értéken alapuló fogyasztói preferenciák vizsgálatát tűztük ki célul.

2. Kutatásmódszertan

Kutatásunk során az ABC-elméletre támaszkodva a vásárlási szokásokat leíró preferenciákat próbáljuk azonosítani helyi élelmiszerek esetén. Célunk elsősorban a hedonisztikus érték kimutatása és a kapcsolódó tényezők feltárása, jellemzése.

Ennek megfelelően empirikus felmérésünk alapvető célja Szekszárd Megyei Jogú Város lakosságának a helyi élelmiszerekkel kapcsolatos preferenciáinak vizsgálata, elemzése. A kutatás célul tűzi ki a szekszárdi fogyasztók helyi élelmiszerekkel kapcsolatos tudatosságának vizsgálatát is. Kutatási kérdéseinkkel összhangban vizsgálati sokaságunk tehát Szekszárd Megyei Jogú Város lakosságát foglalja magában. Az elemzési időszak a 2011-es év.

Kutatásunk során elsősorban primer empirikus adatokra támaszkodunk. Mivel célzottan az élelmiszer-vásárlási, -fogyasztási szokások megismerésére koncentrálnak, ezért megfigyelési egységként a háztartásokat, pontosabban a háztartások azon tagjait határoztuk meg, akik közvetlenül részt vesznek az élelmiszer-vásárlásban, és akik az ezzel kapcsolatos

döntéseket hozzák. Az adatfelvétel módjaként a kérdezőbiztos által lebonyolított kérdőíves megkérdezés módszerét választottuk, csökkentendő az önálló, nem kontrollált kitöltésből eredő értelmezési problémákat, illetve a hiányos kitöltés arányát.

A célsokaságot, azaz Szekszárd Megyei Város lakosságát, a megfigyelési egységeket véletlen mintavétel segítségével, indukciós módszerek révén vizsgáljuk. A mintavétel módjának meghatározása során alapvető szempont volt a véletlen kiválasztás kritériuma, azaz valószínűségi minta gyűjtése, biztosítandó a legfontosabb becslési és hipotézisvizsgálati módszerek alkalmazhatóságát. Ennek megfelelően a szekszárdi lakosság köréből egyszerű véletlen (EV) mintát vettünk. Az egyszerű véletlen minta kritériumait a következő módon próbáltuk biztosítani: az egyes városrészekből lakosságszámukkal arányos mintát vettünk, mely során a kérdezőbiztosok véletlenszerűen választottak ki háztartásokat, bejárva a teljes városrészt. A megkérdezés során a háztartások korábban definiált módon releváns tagjait (megfigyelési egységek) kérdezték, ha ők nem voltak elérhetők, az a háztartás nem került lekérdezésre. A mintanagyság meghatározásakor a nagyságrendileg egy százalékos kiválasztási arány mellett döntöttünk, mivel alapesetben ez már kellően magas fokú reprezentativitást képest biztosítani. Mivel az élelmiszer-vásárlási döntésekben kompetens személyek száma kisebb, mint a lakosságszám, ezért nagyságrendileg egy százalékos kiválasztási ráta mellett egy nagyjából 300 fős induló, célmintanagyság adódott. A hiányos, elrontott, illetve egyéb szempontok szerint nem megfelelő kérdőívek kiszűrésével egy effektív 287 fős mintanagyság alakult ki. A sokaság mérete és a kiválasztási arány nagysága miatt az így kapott minta jó közelítéssel független, azonos eloszlású (FAE) mintának is tekinthető.

Kérdőíves adatfelvétel segítségével az élelmiszer-vásárlási szokásokat, döntési tényezőket, preferenciákat vizsgáltuk. A helyi élelmiszer-fogyasztási preferenciákat ordinális mérési skálájú változó segítségével képeztük le. A megkérdezésre kerülő, legfontosabb döntési tényezők közé elhelyeztünk a tudatos élelmiszer-vásárlással általánosságban összekötött, illetve annak ellentmondó preferenciákat kifejező megállapításokat is.

A kérdőíves lekérdezés révén nyert adatokat elsőként leíró statisztikai módszerekkel elemeztük az adott minta vonatkozásában. Ennek során az egyes ismérvértékek megoszlását, eloszlását, illetve amennyiben releváns volt, középértékeit, szóródását határoztuk meg, mértük. Ezt követően dedukciós módszerekkel (intervallumbecslés, hipotézisvizsgálat) próbáltunk a teljes sokaságra, azaz Szekszárd Megyei Jogú Város háztartásaira érvényes megállapításokat tenni.

3. A megkérdezettek helyi élelmiszerekkel kapcsolatos preferenciáinak elemzése

A vizsgált minta szocio-demográfiai jellemzői közül a megkérdezettek nemét tekintve a válaszadók több mint fele (56,8%) nő volt. Ez a szekszárdi lakosság összetételét tekintve megfelelően reprezentatív arányt mutat. A mintába kerülők életkora 16 év és 88 év közé esett, az átlagéletkor 46 év volt. A megkérdezettek életkora megfelelő nagyságú szóródást mutatott, a relatív szórás értéke 37 százalék volt. Mint a Kolmogorov-Szmirnov és a Shapiro-Wilk teszt is megerősítette, a szekszárdi lakosság életkor szerinti eloszlása minden szignifikancia-szint mellett normálisnak volt tekinthető. A válaszadók legnagyobb része legalább érettséggel rendelkezett. Az ennél alacsonyabb végzettségűek aránya a mintában közel 35% volt, azaz a minta az iskolai végzettség szintje tekintetében összességében jól reprezentálja az országos átlagot.

A megkérdezettek között a leggyakoribb háztartásméret a 2 fő volt (az esetek közel 40 százaléka), az átlagos háztartásméretre pedig 2,86 fő adódott. A háztartások jövedelmi helyzetének megítéléséhez, méréséhez a háztartás összesített nettó jövedelmét használtuk. Ennek lekérdezése során öt jövedelemkategóriát alkalmaztunk eltérő hosszúságú osztályközökkel. A jövedelmek jelentős része (közel 48,1%) 100 ezer forint és 200 ezer forint

közé esett. Az osztályközös gyakorisági sorból becsült átlagjövedelem 184 ezer forint volt, míg a relatív szórás értékére 11% adódott.

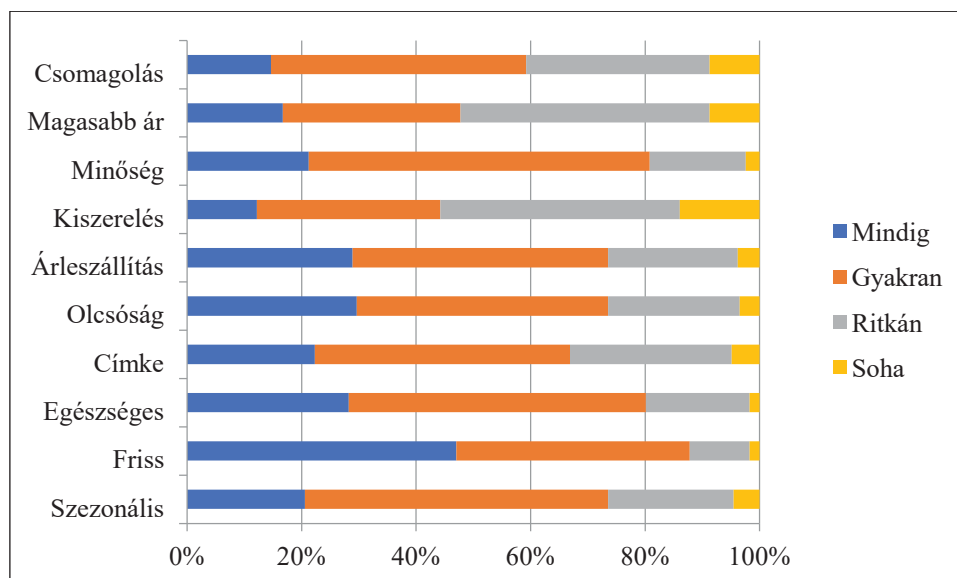
A megkérdezettek demográfiai, társadalmi, jövedelmi helyzetének elemzése után a háztartások helyi élelmiszer-vásárlással kapcsolatos preferenciáit vizsgáltuk. Ennek során 10 állítást fogalmaztunk meg, melyek tartalmazták az élelmiszer-vásárlással kapcsolatos legfontosabb döntési tényezőket. A tényezők között elhelyeztünk a tudatos vásárlással szorosan összekapcsolható, illetve azzal ellentétes állításokat is. A megkérdezettek ordinális mérési skálájú változó segítségével nyilváníthatták ki preferenciáikat, azaz jelezhették, mennyire fontos számukra az adott szempont. Konkrétan azt mértük fel, hogy a megkérdezettek bevásárlásaik során hogyan választanak élelmiszert, azaz milyen gyakran veszik figyelembe az alábbi szempontokat:

- 1) a szezonális terményeket keresem,
- 2) a friss árut helyben szerzem be,
- 3) vegyszermentes, egészséges terméket keresek,
- 4) alaposan elolvasom a termék címkéjét,
- 5) minél olcsóbb élelmiszert keresek,
- 6) az árleszállításokat és az akciókat keresem,
- 7) a legnagyobb kiszereletet keresem,
- 8) a legjobb minőséget keresem,
- 9) magasabb árat is hajlandó vagyok fizetni a helyi termékért,
- 10) felesleges csomagolású terméket nem szívesen vásárolok.

A továbbiakban erre a tíz kérdésre mint döntési változóra (szempontra) hivatkozunk.

3.1 A preferenciák leíró jellegű elemzése

A döntési változók közül elsőként a **szezonális termények fontosságát** vizsgáltuk. Mint az 1. ábrán is látható, a válaszadók többsége (kb. 53%) lényeges szempontnak tartotta a vásárlás során a szezonális termények kiválasztását, több mint 20 százalékuk (20,56%) pedig kifejezetten fontosnak.



1. ábra: Az egyes döntési változók megoszlásának alakulása

Forrás: saját szerkesztés (2020)

Ezt követően az **áru frissességének fontosságával** kapcsolatos preferenciákat teszteltük. Mint az 1. ábrán is látható, ezt a szempontot szinte az összes válaszadó nagyon fontosnak

vagy fontosnak tartotta. A szezonális termékekkel szemben ugyanakkor itt a megkérdezettek többsége a „nagyon fontos” kategóriát jelölte meg.

A következő szempont a **vegyszermentes, egészséges termékek** vásárlásának fontossága volt. A minta alapján kapott eloszlás hasonlított a szezonális termékekkel kapcsolatos szempontéhoz, annyi különbséggel, hogy itt valamivel magasabb volt az ezt a döntési tényezőt nagyon fontosnak találóak aránya (20,6%-ról 28,3%-ra nőtt).

A vásárlás előtt a **termék címkéjének elolvasása révén történő alapos tájékozódás fontossága** tekintetében ugyanakkor már kevésbé markáns preferenciák azonosíthatóak. Megállapítható, hogy az ezt a szempontot egyáltalán nem vagy kevésbé fontosnak tartóak aránya jelentősen nőtt az eddigiekhez képest, és meghaladta a 30 százalékot (33,1%). Mint az ábrán is látható, összességében tehát a megkérdezettek alig több mint 20 százaléka állította csak, hogy a helyi élelmiszerekkel kapcsolatos döntése során kiemelt szempont a termék címkéjének elolvasása révén megszerezhető információ felhasználása.

Következő döntési szempontként az **ár** hatását vizsgáltuk. Ennek során azt mértük fel, hogy az olcsó ár mennyire lényeges döntési tényező. Az első két szemponthoz képest itt jelentősen nőtt az ezt kevésbé és egyáltalán nem fontosnak tartók aránya (26,5%), bár az is látszik, hogy a vélemények erősen szóródnak.

Az **árleszállítások** fontosságára utaló kérdésre kapott válaszok eloszlása az előző, az alacsony ár szempontját vizsgálóéval mutat nagyon jelentős hasonlóságot.

A **nagyobb kiszérések** vásárlása révén elérhető fajlagos költségcsökkentés szempontját a megkérdezettek többsége kevésbé vagy egyáltalán nem érzi fontosnak. Ez a szempont tehát a válaszadók körében élelmiszervásárlási döntéseik során még az alacsony árhoz képest is kisebb jelentőséggel bír.

A következő szempont, a **minőség** a szezonális terményekhez hasonló fontosságot kapott a megkérdezettek körében. Itt csupán 19% körül volt a mintában azok aránya, akik ezt a szempontot kevésbé vagy egyáltalán nem fontosnak tartották.

A 9. kérdés kapcsán azt vizsgáltuk, hogy a megkérdezettek hajlandóak-e **magasabb árat is megadni a helyi termékekért**. Itt a nagyobb kiszéréssel kapcsolatos szemponthoz hasonló alakú eloszlást kaptunk, azzal a különbséggel, hogy alacsonyabb volt azok aránya, akik soha sem veszik figyelembe ezt a döntési tényezőt.

Utolsó, 10. döntési szempontként a **felesleges csomagolás** hatását vizsgáltuk. Itt a termék minőségéhez és a szezonális terményekhez kapcsolódó szempontokhoz hasonló fontosságokat jeleztek a megkérdezettek, ugyanakkor itt volt a legnagyobb a három esetből a szempontot egyáltalán nem fontosnak tartók aránya.

3.2 A preferenciák összesített vizsgálata

Az adatok további elemzése érdekében megvizsgáltuk, hogy az egyes szempontok esetén melyik válaszkategória fordult elő a legtöbbször, azaz tipikusan milyen fontosságot tulajdonítottak a megkérdezettek az egyes döntési tényezőknek. Mint az 1. táblázatban látható, a szezonális termékek, a termék egészséges volta és a minőség fontossága tekintetében volt a legnagyobb egyetértés a tipikus vásárlók körében, míg a címke és a nagyobb kiszérés fontossága sokkal megosztóbb volt.

Bár mérési változónk ordinális szintű volt, kiszámoltuk az egyes szempontokra adott válaszok átlagpontszámát is (1-től 4-ig terjedő rangszámokkal, ahol „1” = nem fontos), azaz azt, hogy átlagosan milyen fontosnak ítélték meg az adott döntési tényezőt a megkérdezettek. Mivel nem intervallumskálájú változóról van szó, ebben az esetben számolni kell azzal, hogy az egyes válaszkategóriák közötti különbséget nem azonosnak érzékelik a válaszadók, ami így torzítást okozhat az átlag értékében. Ezt követően besoroltuk az egyes szempontokat aszerint is, hogy az átlaghoz képest kevésbé fontosnak vagy fontosabbnak tartják őket a

megkérdezettek. Itt a szezonális, friss, egészséges és minőségi termékek választása, valamint a termék ára, illetve az árleszállítások figyelése kapott az átlagosnál nagyobb fontosságot.

<i>Döntési szempont</i>	<i>Leggyakrabban megjelölt választ kategória és aránya (módusz)</i>	<i>Átlagosnál magasabb vagy alacsonyabb gyakoriság (fontosság)</i>
1. <i>Szezonális termék</i>	Gyakran (53%)	Magasabb
2. <i>Friss áru</i>	Mindig (47%)	Magasabb
3. <i>Egészséges termék</i>	Mindig (51,9%)	Magasabb
4. <i>Címke elolvasása</i>	Gyakran (44,6%)	Alacsonyabb
5. <i>Olcsó élelmiszer</i>	Gyakran (43,9%)	Magasabb
6. <i>Árleszállítás</i>	Gyakran (44,6)	Magasabb
7. <i>Nagyobb kiserelés</i>	Ritkán (41,8%)	Alacsonyabb
8. <i>Legjobb minőség</i>	Gyakran (59,6%)	Magasabb
9. <i>Magasabb ár helyi termékért</i>	Ritkán (43,6%)	Alacsonyabb
10. <i>Felesleges csomagolás mellőzése</i>	Gyakran (44,6%)	Alacsonyabb

1. táblázat: Az egyes döntési tényezők összehasonlítása

Forrás: saját szerkesztés (2020)

Az említett döntési szempontok közül az első négy (szezonális termék, friss áru, egészséges termék, címke elolvasása), illetve az utolsó három (minőség, helyi termék magasabb árért, csomagolás) köthető össze leginkább a tudatos élelmiszer-vásárlás koncepciójával (az 1. táblázatban dőlt betűvel szedtük). Ezen szempontok esetén – a helyi termékért fizetendő magasabb ár kivételével – a fontos, illetve nagyon fontos választ kategóriák megjelölése volt a leggyakoribb a megkérdezettek körében. Ugyanakkor a tudatos élelmiszer-vásárláshoz kevésbé köthető döntési változók, mint a termék olcsósága, az árleszállítások figyelése, a nagyobb kiserelés fontossága esetén a leggyakoribb választ kategória a „gyakran” volt, tehát a megkérdezettek nem feltétlenül tulajdonítottak alacsony jelentőséget ezeknek a szempontoknak.

A mesterségesen kialakított rangok átlaga alapján a tudatos fogyasztásra jellemző változók többsége az átlagosnál nagyobb, ugyanakkor a címke elolvasása révén nyerhető információk fontossága, a helyi termékért fizetendő magasabb ár és a felesleges csomagolás mellőzése szempontok az átlagosnál kevesebb figyelmet kaptak a vásárlási döntés során. A megkérdezettek ugyancsak az átlagosnál kisebb jelentőséget tulajdonítottak a nagyobb kiserelés figyelésének. Összességében tehát a vásárlók körében a tudatos magatartáshoz köthető döntési szempontok figyelembe vétele a gyakoribb, bár a címke elolvasása, a helyi termékért fizetendő magasabb ár és a felesleges csomagolás mellőzésének szempontjait kevésbé egységesen, az átlagosnál szélsőségesebb módon ítélik meg, illetve emellett a termék árát is fontos döntési tényezőnek tartják.

Összegzés

Tanulmányunkban a helyi élelmiszerek vásárlásával kapcsolatos fogyasztói preferenciákat elemeztük Szekszárd város lakossága vonatkozásában. A fogyasztói magatartás vizsgálata, a preferenciák megismerése fontos lépés a helyi termékrendszerek kialakításakor, ami a helyi gazdaságfejlesztés egyik kulcsterülete lehet.

Empirikus elemzésünk során a helyi élelmiszerek vásárlását befolyásoló tényezők között külön vizsgáltuk a tudatos vásárlás koncepciójával összeköthető változók viselkedését.

Megállapításra került, hogy a megkérdezettek a legtöbb vizsgált tényezőt (szezonális jelleg, frissesség, egészséges termék, címkeinformáció, olcsóság, árleszállítás, minőség, felesleges csomagolás mellőzése) jelentősnek tartották, ugyanakkor a nagyobb kiszérelést kevésbé, valamint a többség a helyi termékekért sem kívánt magasabb árat fizetni. A mesterségesen kialakított rangok alapján pedig ezeken kívül még a felesleges csomagolás mellőzése és a címke elolvasása révén nyerhető információ kapott az átlagosnál kisebb figyelmet a helyi élelmiszerek vásárlása során.

Kutatásunkat más hazai felmérésekkel ütköztetve számos hasonló eredmény azonosítható. Sente (2014) például megállapította, hogy a helyi élelmiszert vásárlók legnagyobbnak tekinthető klaszterének tagjai nem csak az árat veszik figyelembe választásukkor, hanem tudatosnak tekinthetők az egészségvédelem és a család elvárásai alapján is. Barna és szerzőtársai (2018) szerint pedig a válaszadók egyéni preferenciái alapján a termékek egészséges és természetes, valamint vegyszer- és tartósítószer-mentes volta minősült a leglényegesebbnek. Ugyancsak megemlítik, hogy fontos szempont a helyi termékek jellege, valamint a helyi termékek emocionális tényezői is.

Fontos hangsúlyozni, hogy tanulmányunk célja elsősorban egy lehetséges módszertan, megközelítésmód kialakítása a helyi termékekkel kapcsolatos fogyasztói preferenciák feltárása érdekében, illetve annak egyfajta pilot-tesztként történő empirikus tesztelése a szekszárdi lakosság vonatkozásában. Ennek megfelelően eredményeink is egy korábbi (2012-es) állapotot tükröznek, mely lehetővé teszi később az esetleges időbeli változások azonosítását és magyarázatát. Ezt egy azonos módszertan mentén történt felmérésünk (2019-es) révén tervezzük is elkészíteni, ennek bemutatása terjedelmi korlátok miatt azonban nem része jelen tanulmánynak.

A kutatás folytatásaként és kiterjesztéseként a jövőben ugyancsak hozzáadott értéket képviselhet a fogyasztói preferenciák különbözőségének mélyebb megértése érdekében a lehetséges demográfiai, társadalmi magyarázó tényezők feltárása és elemzése, illetve tipikus, jellemző mintázatok azonosítása a fogyasztói magatartásban a helyi élelmiszerek vásárlása során.

Irodalom

- Barna F.–Bauerné Gáthy A.–Kovács B.–Szakály Z. 2018. Az alternatív étrendet követők helyi termékek vásárlásához kapcsolódó attitűdjei. *Táplálkozásmarketing* 5(2): 3–15.
- Bennett, E.M.–Solan, M.–Biggs, R.–McPhearson, T.–Norström, A.V.–Olsson, P.–Pereira, L.–Peterson, G.D.–Raudsepp-Hearne, C.–Biermann, F.–Carpenter, S.R.–Ellis, E.C.–Hichert, T.–Galaz, V.–Lahsen, M.–Milkoreit, M.–Martin López, B.–Nicholas, K.A.–Preiser, R.–Vince, G.–Vervoort, J.M.–Xu, J. 2016. Bright Spots: Seeds of a Good Anthropocene. *Frontiers in Ecology and the Environment* 14(8): 441–448.
- Feldmann, C.–Hamm, U. 2015. Consumers' Perceptions and Preferences for Local Food: a Review. *Food Quality and Preference* 40(Part A): 152–164.
- Morris, C.–Buller, H. 2003. The Local Food Sector: a Preliminary Assessment of its Form and Impact in Gloucestershire. *British Food Journal* 105(8): 559–566.
- Onozaka, Y.–Nurse, G.N.–McFadden, D.T. 2010. Local Food Consumer: How Motivations and Perceptions Translate to Buying Behaviour. *Choices Mag. Food, Farm & Resources* 25(1). online: https://www.choicesmagazine.org/UserFiles/file/article_109.pdf. (letöltés: 2020. 11. 10.)
- Ricketts Hein, J.–Ilbery, B.–Kneafsey, M. 2006. Distribution of Local Food Activity in England and Wales: an Index of Food Relocalization. *Regional Studies* 40: 289–301.
- Rosenzweig, C.–Parry, M. L. 1994. Potential Impact of Climate Change on World Food Supply. *Nature* 367(64): 133–138.

„Kizökökkt viláög” – Szokatlan és küölönleges élethelyzetek: a nem-konvencionális, nem “normális”,
nem kiszámítható jelenségek korszaka?

XXIV. Apáczai-napok Tudományos Konferencia tanulmánykötete

- Skallerud, K.–Wien, A. H. 2019. Preference for Local Food as a Matter of Helping Behaviour: Insights from Norway. *Journal of Rural Studies* 67: 79–88.
- Smith, A.–McKinnon, J.B. 2007. *The 100-mile Diet*. Toronto: Random House Canada.
- Szente V. 2014. Lokális élelmiszerek a jövő marketingjében. *Táplálkozásmarketing* 1(1–2): 47.
- Wägeli, S.–Hamm, U. 2013. Consumers’ Perception of Feed Origin in Organic Food Products Declared as Local. In *Proceedings of the 6th International European Forum on System Dynamics and Innovation in Food Networks*. Igls, Austria, 13–17 Feb. 2012, online available at: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/144965/2/24-W%c3%a4geli.pdf>.
- Weatherell, Ch.–Tregear, A.–Allinson, J. 2003. In Search of the Concerned Consumer: UK Public Perceptions of Food, Farming and Buying Local. *Journal of Rural Studies* 19: 233–244.
- Zepeda, L.–Deal, D. 2009. Organic and Local Food Consumer Behaviour: Alphabet Theory. *International Journal of Consumer Studies* 33(6): 697–705.