

# Fogyasztói jóllét a hazai alternatív élelmiszerellátási hálózatokban

Neulinger Ágnes<sup>a</sup> – Bársony Fanni<sup>a</sup> – Gjorevska Natasha<sup>a</sup> – Lazányi Orsolya<sup>a</sup> – Pataki György<sup>b</sup> – Takács Sándor<sup>a</sup> – Török Anna<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Budapesti Corvinus Egyetem, <sup>b</sup>Environmental Social Science Research Group

---

## A TANULMÁNY CÉLJA

Kutatásunk a fogyasztói jóllétet vizsgálja a hazai alternatív élelmiszerellátó hálózatokban az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 sz. kutatási projekt egyik, társadalmi innovációról szóló alprojektjének keretében. Az alternatív élelmiszerellátó hálózatok, benne a közösségi kertek és a közösségek által támogatott mezőgazdasági tevékenységek vizsgálata lehetővé teszi társadalmi innovációkkal létrehozott ún. hibrid szervezetekben, hálózatokban és értékláncokban a fogyasztói magatartás megértését. Ennek megfelelően jelen tanulmány a fogyasztói jóllét elméleti megközelítésének felhasználásával az alternatív élelmiszerellátási hálózatokban megjelenő jóllétet vizsgálja a hálózatban részt vevő fogyasztók szempontjából.

---

## ALKALMAZOTT MÓDSZERTAN

Feltáró kvalitatív primer kutatásunk 23 mélyinterjú adatgyűjtésen alapul. A mintába különböző budapesti, közép és felsőközép státuszú férfiak és nők kerültek, akik alternatív élelmiszerellátási hálózatok tagjai legfeljebb egy vagy legalább három éve. Cél szerű mintaválasztásunk révén az új és régi tagok véleményét egyaránt igyekeztünk megismerni. Az interjúelemzés a deduktív (szakirodalom alapú) és az induktív (adat alapú) megközelítések kombinációjára épült.

---

## LEGFONTOSABB EREDMÉNYEK

Eredményeink szerint az alternatív élelmiszerellátó hálózatokban való fogyasztói részvétel összességében növeli a fogyasztói jóllétet, annak ellenére, hogy egyes tulajdonságai negatív befolyással vannak erre, azaz a hálózatok pozitív hozadékai túlszárnyalják a kedvezőtlen tulajdonságaikat a fogyasztók számára. Különbségek azonosíthatók új és régi fogyasztók, eltérő motivációval rendelkező fogyasztók, valamint a különböző típusú hálózatokban való részvétel szerint.

---

## GYAKORLATI JAVASLATOK

Következtetéseink támogathatják az alternatív élelmiszerellátási hálózatok termelőit abban, hogy jobban megértsék a fogyasztói igényeket, miközben rámutatnak ennek az üzleti modellnek a fogyasztói viselkedés sajátosságaiból eredő korlátjaira is.

*Kulcsszavak:* szubjektív jóllét, fogyasztói jóllét, alternatív élelmiszerellátó hálózatok, társadalmi innováció, kvalitatív kutatás

*Köszönetnyilvánítás:* A kutatást az EFOP-3.6.2-16-2017-00007 azonosító számú, „Az intelligens, fenntartható és inkluzív társadalom fejlesztésének aspektusai: társadalmi, technológiai, innovációs hálózatok a foglalkoztatásban és a digitális gazdaságban” című projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap és Magyarország költségvetése társfinanszírozásában valósul meg. A szerzők köszönetüket fejezik ki a társadalmi innováció és társadalmi vállalkozás alprojekt teljes kutatócsapatának, akik a kutatás különböző fázisaiban kritikai észrevételeikkel segítették a szerzők munkáját.

DOI: 10.15170/MM.2020.54.KSZ.III.06

## BEVEZETÉS INTRODUCTION

A nagyipari élelmiszertermelés ellentmondásai, valamint az új fogyasztói trendek az elmúlt évtizedekben jelentős változásokat hoztak az élelmiszerellátási folyamatokban. A termeléshez kapcsolódó etikai, egészségügyi és fenntarthatósági megfontolások az ételhez és az élelmiszerelőállításához kapcsolódó észleléseket jelentősen átalakították (Renting *et al.* 2003), és a fogyasztókat akár ellenállásra és az uralkodó élelmiszerrendszeren kívüli utak keresésére, illetve megteremtésére ösztönözték (Töröcsik - Jakopánecz 2010).

Az alternatív élelmiszerellátási hálózatok (angol rövidítéssel: AFN) magukban foglalják a termelői piacokat, a közösségi kerteket, a szedmagad mozgalmat és a közösségek által támogatott mezőgazdasági tevékenységeket (Zoll *et al.* 2018). A szakirodalomban található kutatások alapján elmondható, hogy az alternatív élelmiszerellátási hálózatok vizsgálata iránt élénk érdeklődés van többek között az élelmiszeripari és agrárgazdasági kutatások területén (Balázs és *tsai* 2016), valamint a fogyasztással és fogyasztói magatartással foglalkozó kutatásokban (Zoll *et al.* 2018).

Jarosz (2008) szerint az alternatív élelmiszerellátási hálózatok megjelenése két fő trendhez kapcsolódik. Egyrészt az erőteljes városiasodás és magasabb társadalmi státuszú lakosok megjelenése a felértékelődő belvárosi területeken ösztönözölhat a szezonális, helyi termesztésű és egészséges élelmiszerek keresletére. Másrészt a kínálati oldalon a vidéki területek és a város-vidék kapcsolatok átalakulása részben kedvez a fenntartható, kistermelői (családi) gazdaságoknak. Ehhez kapcsolódik az az igény vagy elkötelezettség, hogy a fogyasztó a termelőtől minél közvetlenebb módon vásárolhasson. Ennek megfelelően az Európai Unió 2014-2020-as időszakra kidolgozott vidékfejlesztési politikájában nagy hangsúlyt kapnak a rövid ellátási láncok és azok fejlesztései (Augère-Granier 2016), és ez a hazai Vidékfejlesztési Program 2014-2020 irányelveiben (Nemzeti Agrárgazdasági Kamara 2015) is megjelenik.

A fogyasztói részvétel az egyes alternatív élelmiszerellátási hálózatokban eltérő lehet, Venn *et al.* (2006) a fogyasztói érdekeltség négy csoportját határozta meg. A fogyasztók betölthetik a termelői szerepet, amennyiben a megtermelt élelmiszert egyúttal el is fogyasztják, úgymint a közösségi kertek tagjai. A fogyasztók szoros együttműködésben lehetnek a termelőkkel – ezt példázza a közösség által támogatott mezőgazdaság –, ahol

a fogyasztók átvállalják a termelés kockázatát a várható termés reményében (például előzetes, éves előfizetési rendszerben a tényleges termeléstől függetlenül). Közvetlen értékesítési megoldások esetén a fogyasztó az árut offline vagy online rendeléssel közvetlenül a termelőtől szerzi be, termelői piacokon vagy heti dobozos rendelések során. Végül lehetséges az is, hogy a fogyasztó a termelői áruhoz speciális értékesítési csatornán keresztül jut hozzá erre szakosodott értékesítőn keresztül. Ugyan Magyarországon ezek az élelmiszerbeszerzési megoldások még fejlődési szakaszuk elején járnak, az élelmiszer önellátás és a háztáji termelés gyakorlata ma is elterjedt, közel áll a magyar – főleg a vidéki – fogyasztókhoz (Balázs *et al.* 2016).

Jelen kutatás az alternatív élelmiszerellátási láncokban részt vevő fogyasztók tapasztalatait a szubjektív – azon belül a fogyasztói – jóllét kapcsán vizsgálja. A fogyasztói jóllét annak megértését célozza, hogy a fogyasztói tapasztalatok hogyan járulnak hozzá a fogyasztóknak és magának a társadalomnak a jóllétéhez (Sirgy & Lee 2006). Ennek megfelelően jelen kutatás célja annak megértése, hogyan járul hozzá a fogyasztói jólléthez a zöldség és gyümölcs termékek alternatív élelmiszerellátási hálózatokon keresztüli megszerzése. Tanulmányunkban először bemutatjuk a fogyasztói jóllét fogalmát, majd kvalitatív kutatásunk segítségével a fogyasztói jóllétet a hazai alternatív élelmiszerellátási hálózatokban való részvétellel összefüggésben értelmezzük.

## A FOGYASZTÓI JÓLLÉT ÉS ÉLELMISZERFOGYASZTÁS CONSUMER WELL-BEING AND FOOD CONSUMPTION

A fogyasztói jóllétet a szubjektív jóllét fogalmához kapcsolódóan lehet értelmezni, amelynek többféle meghatározása létezik. Diener (1984) definíciója szerint a szubjektív jóllét az egyéni élet általános értékelésének indikátora, amelynek része a boldogság és az étellel való elégedettség. Ahuvia és Friedman (1998) szerint a szubjektív jóllét egy olyan egyéni és tartós állapotra vonatkozik, amelynek része az étellel való elégedettség (kognitív elem) és az ehhez kapcsolódó pozitív és negatív érzelmek (affektív elem). A definíciók sokfélesége kapcsán azonban Diener *et al.* (2016, 3) azt említi ki, hogy a szubjektív jóllét egy *“kiterjedt ernyőfogalom, amely minden formáját magában foglalja az egyéni élet- vagy érzelmi tapasztalat értékelésének”*.

Ehhez kapcsolódóan Sirgy és Lee (2006, 43) meghatározása szerint „*a fogyasztói jóllét egy olyan állapot, amelyben a fogyasztó termékkel és szolgáltatásokkal kapcsolatos tapasztalatai – a beszerzéshez, előkészítéshez, fogyasztáshoz, birtokláshoz, fenntartáshoz és eldobáshoz/eltávolításhoz kapcsolódóan és helyi környezetük kontextusában – aszerint kerülnek megítélésre, hogy mennyiben kedvezőek a fogyasztó és általában a társadalom számára*”. Továbbá – és tágabb kontextusban – Sirgy *et al.* (2010) a közösségi jóllét tényezői között értelmezik a fogyasztói jóllétet, ahol a jóllétet befolyásoló tényezők között olyan elemek jelennek meg, mint többek között a közösség, a szabadidő, az egészség, a biztonság, a család, a spiritualitás, a munkahely, a pénzügyek, a fogyasztás.

A fogyasztói jóllétnek ez a meghatározása átfogó, azaz magában foglalja az egyéni mikro és a társadalmi makro perspektívákat egyaránt, miközben a fogyasztói tapasztalatok minden típusára kiter. A makro szempontok mérése objektív mérőszámok alapján történik (úgy mint például a fogyasztói panaszok száma és az ezer főre jutó boltellátottsági mutató), a mikro szempontok pedig a fogyasztói tapasztalat szubjektív oldalát ragadják meg. Ezeknek a mutatóknak a segítségével a marketing szakemberek megérthetik, hogy termékeik és szolgáltatásaik elfogyasztásához milyen életminőségváltozás kapcsolódik. Mindehhez érdemes figyelembe venni azt is, hogy eltérő termék kategóriák esetén sajátos mérési szempontokra van szükség (Grzeskowiak & Sirgy 2007).

Az élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódóan Block *et al.* (2011) bevezették az úgynevezett élelmiszer-jóllét fogalmát, reflektálva az ételnek az emberi életben betöltött fontos szerepére. A meghatározásuk szerint az élelmiszer-jóllét „*az ételhez kapcsolódó pozitív pszichológiai, fizikai, érzelmi és társas kapcsolódás mind az egyén, mind a társadalom szempontjából*” (Block *et al.* 2011, 6).

Tekintettel arra, hogy az étkezéssel összefüggő döntéseket számos tényező befolyásolja – úgy mint funkcionális, szimbolikus és élvezeti célok (Bublitz *et al.* 2013, Malota *és tsai* 2019) –, lényeges, hogy ezt az összetett hatást a szubjektív jóllét szempontjából is meg tudjuk ragadni. Másrészt azt is figyelembe kell venni, hogy maga a szubjektív jóllét is befolyásolja az élelmiszerválasztást. Goetzke *et*

*al.* (2014) kutatása szerint a jóllét egyes területei – úgy mint a spiritualitás, a közösségi részvétel, a fizikai aktivitás és az egészséges táplálkozás – befolyásolják az organikus (bio) élelmiszerek fogyasztását.

Az alternatív élelmiszerellátási láncokhoz és az organikus (bio) élelmiszerek fogyasztásához kapcsolódóan Som Castellano (2016) kiemeli ezek hozzájárulását a környezeti és közösségi (azon belül a termelői és fogyasztói) jólléthez. Tanulmányukban a jóllétre gyakorolt pozitív hatásokon túl bemutatják a jóllétet negatívan befolyásoló tényezőket is. Som Castellano (2016) hangsúlyozza, hogy az alternatív élelmiszerellátási hálózatokhoz való kapcsolódás időigényes (benn az élelmiszerbeszerzés és előkészítés ideje), a résztvevők számára sokszor a harmadik műszakot jelenti a fizetett munka és a házimunka mellett. Ennek lehetnek negatív (pl. egészségügyi) következményei más pozitív következmények (pl. magas minőségű élelmiszerekhez való hozzáférés, lásd Balázs *és tsai* 2016) mellett.

## A PRIMER KUTATÁS MÓDSZERTANA METHODOLOGY

Feltáró kvalitatív primer kutatásunk során kutatócsoportunk tagjai mélyinterjúkat készítettek. 2018. július és december között összesen 23 fogyasztói interjúra került sor Budapesten, közép és felső-közép státuszú férfiak és nők körében. A mintába különböző típusú alternatív élelmiszerellátási hálózatok tagjai kerültek (lásd 1. táblázat), azonban belül új (legfeljebb egy éve tag) és tapasztalt tagok (legfeljebb három éve tag) egyaránt. Az 1. táblázatban látható minta összetétele az interjúalanyok helyzetét az interjú időpontjában mutatja. Ezzel együtt három tapasztalt alany esetében, akik a táblázatban a dobozos rendelés kategóriájában jelennek meg, a közösségi által támogatott mezőgazdasági tagság is releváns, mert életük korábbi szakaszából ilyen tapasztalattal is rendelkeznek.

Az interjúk elemzése a deduktív (szakirodalom alapú) és az induktív (adatalapú) megközelítések kombinációjára épült.

**1.táblázat: A primer kutatás alanyainak bemutatása**  
**Table 1. Presentation of the primary research participants**

| Típus  | Tapasztalat    | Elemszám |
|--|----------------|----------|
| Közösség által támogatott mezőgazdaság (éves tagság) | Új tag         | 2        |
|  | Tapasztalt tag | 2        |
| Dobozos rendelés (heti rendelés)                     | Új tag         | 5        |
|  | Tapasztalt tag | 6        |
| Közösségi kert tag (éves tagság)                     | Új tag         | 2        |
|  | Tapasztalt tag | 6        |

*Forrás: saját szerkesztés*

## EREDMÉNYEK RESULTS

### *Fogyasztói részvétel az alternatív élelmiszerellátási láncokban* *Consumer involvement in alternative food networks*

A fogyasztói részvétel jellege az alternatív élelmiszerellátási hálózatok egyes típusaiban eltérő lehet. Vadovics és Hayes (2007) a fogyasztói elköteleződés különböző típusait azonosította a fogyasztók vásárlási hajlandósága alapján, és ezeknek a típusoknak a meglétét kutatásunk is alátámasztotta. A magas elköteleződés a termelő és fogyasztó közötti szorosabb kapcsolattal jár együtt. Ez megmutatkozik a fogyasztók részéről a termelői

kockázatok és költségek egy részének átvállalásában (például a közösség által támogatott mezőgazdaság esetében), és megjelenhet etikai és ökológiai értékekben (úgy mint helyi és organikus termelés), amelyekben a termelők és a fogyasztók közösen osztoznak. A fogyasztói részvétel alakulását a 2. táblázat mutatja be a vizsgált hazai hálózattípusokban. A dobozos rendeléseken belül megkülönböztethető a fix rendelés (a fogyasztónak nincs beleszólása abba, hogy mi kerül a heti kosárba) és az egyedi rendelés (a fogyasztó hetente választ igénye szerint az elérhető áruk közül). Tekintettel arra, hogy a táblázatban feltüntetett szempontok tekintetében a dobozos rendelés két formája között nincs lényegi eltérés, ezek az eredmények együtt kerültek közlésre.

2. táblázat: Fogyasztói részvétel az alternatív élelmiszerellátási hálózatokban  
Table 2. Consumer involvement in alternative food networks

|                              | Dobozos rendelés<br>(egyedi és fix)   | Közösség által támogatott mezőgazdaság   | Közösségi kert  |
|------------------------------|---|--|---|
| <i>Példák</i>                | <i>Szatyorbolt, Zsámboki Biokert</i>  | <i>Magos-völgy, Táncoškert</i>   | <i>Albertfalva, Árnyaskert, Ibolyáskert</i>   |
| Elköteleződés                | Heti  | Éves   | Éves  |
| Fogyasztó-termelő kapcsolat  | Kevés, esetleges  | Közeli, fontos   | „Prosumer”<br>(a fogyasztó a termelő)   |
| Élelmiszerforrás jelentősége | Elsődleges vagy kiegészítő jellegű  | Elsődleges vagy kiegészítő jellegű   | Csak kiegészítő jellegű   |
| A termelés feletti kontroll  | Alacsony  | Magas  | Magas   |
| Organikus termelés           | Változó   | Igen   | Igen  |
| A közösség szerepe           | Változó   | Magas  | Magas   |
| A csatlakozás oka            | Termék minőség és biztonság, közösség, helyi termelők támogatása, fenntarthatóság | Termék minőség és biztonság, közvetlen kapcsolat a termelővel, fenntarthatóság | Kapcsolat a természettel, hobbi, termék minőség és biztonság, fenntarthatóság, közösség |

*Forrás: saját szerkesztés*

Ahogy a 2. táblázatban látható, a fogyasztói elköteleződés eltérhet aszerint, hogy valaki milyen alternatív élelmiszerellátó hálózat tagja. Az elköteleződés a dobozos rendelés esetében a legalacsonyabb: a kapcsolatot a fogyasztó hetente felülvizsgálhatja, és igény szerint megújíthatja. A megkérdezettek által említett vásárlási helyeken (farmok vagy elosztási hálózatok, úgymint a Zsámboki Biogazdaságtól való közvetlen vásárlás vagy a Szatyorbolt termelői kínálata) online kell leadni a megrendelést, és a fogyasztóknak igazodniuk kell a hely által megszabott feltételekhez és szállítási időpontokhoz. A vásárlási folyamatra jellemző, hogy a hét egy adott napjáig (pl. kedd reggel 8 óra) lehet leadni a rendeléseket, majd ugyancsak egy meghatározott napon és időben (jellemzően csütörtök este) lehet átvenni ezeket a megadott átvételi pontokon. A termékek csomagolás nélkül vagy minimális és elsősorban újrahasznosítható/ lebomló csomagolásban érkeznek. Az árut a fogyasztó maga szállítja el vagy házhozzállítással (sokszor biciklis futár segítségével) kapja meg. A fogyasztó vásárlási lehetőséghez (ez lehet maga a farm vagy az elosztó hely, pl. Szatyorbolt) való ragaszkodását, érzelmi elköteleződését tekintve itt egy jellemzően magas szintű elköteleződéssel találkozunk. Az interjúkból

kiderült, hogy a fogyasztók általában egy rendszert ismernek, ennek a szolgáltatásait veszik igénybe, és nem is keresnek alternatív lehetőségeket: „*Szatyorbolt vásárló vagyok, nem is vásárolnék máshol*”. Ez azzal függ össze, hogy a vásárlók számára nagy jelentőséggel bír a beszerzési hely iránt táplált bizalom.

A közösség által támogatott mezőgazdaság esetében éves szerződés-alapú elköteleződés mellett történik a vásárlás. A vevők a szerződésben foglaltak szerint az aktuálisan termelt áruból kapnak hetente egy-egy adagot. A fogyasztók által említett két ilyen termelő esetében (Magosvölgy, Táncoškert) a tagok száma 50-130 fő között mozog. A farmok vidéken helyezkednek el, és hetente szállítanak a budapesti átvető pontokra. Ezekben a rendszerekben a fogyasztóknak van beleszólásuk a termelésbe, például abba, hogy a termelők milyen növényeket termesszenek. A fogyasztókat a farmhoz nem ritkán szoros, érzelmi kapcsolat fűzi: „*Nagyon jó látni, hogy a mi segítségünkkel hogyan fejlődik a farm*”.

Különösen magas elköteleződéssel találkozunk a közösségi kertek esetében, hiszen itt a tagok szintén legalább egy egyéves időtartamra köteleződnek el, és kapnak lehetőséget egy-egy

kisebb földterület megművelésére. Ebben az esetben a termelő és a fogyasztó szerepe elválaszthatatlan egymástól, így a közösségi kertészekre mint prosumer-ekre tekinthetünk (Ritzer & Jurgenson 2010). A kutatásba bekerült közösségi kertek 30-80 körülbelül 8 négyzetméteres egyéni ágyásokból állnak. A területeket egyének vagy családok művelik meg, továbbá a kertek részét képezik a közös területek is, ahol például tűzrakóhely, gyermekjátsszótér vagy közösen megművelt földterületek találhatóak. Ezeket a területeket a tagok közösen tartják rendben. A közösség a közösségi kertek tagjainak életében fontos szerepet tölthet be: „Az otthonomban csak a közvetlen szomszédokat ismerem... az után fura lenne csak úgy szóba állni másokkal. De a kertben ott van a helye a tiedhez közel, akkor rá tudsz nézni, látod hogyan nő a paradicsoma, és az máris megadja a beszélgetés témáját.”

### **Fogyasztói jóllét az alternatív élelmiszerellátó hálózatokban** **Consumer well-being in alternative food networks**

A termékek és szolgáltatások jellemzői, valamint a hálózatok tagjai közötti interakciók pozitív és negatív befolyással is lehetnek a tagok szubjektív jóllétére. Az elvégzett mélyinterjúk alapján a különböző jólléti kimenetek mikro és makro szinten egyaránt feltárára kerültek (lásd 3. táblázat).

**3. táblázat: Pozitív és negatív jóllét következmények az alternatív élelmiszerellátó hálózatokban**  
**Table 3. Positive and negative well-being experiences in alternative food networks**

| <b>Szubjektív jóllét következmények</b> |                                  | <b>Mikro</b> | <b>Makro</b> |
|---|----------------------------------|--------------|--------------|
| Pozitív következmény                    | Egészség, stresszoldás           | X            |              |
|   | Közösség, társas támogatás       | X            | X            |
|   | Értékek, identitás               | X            | X            |
| Negatív következmény                    | Kötelező tevékenységek, kényszer | X            |              |
|   | Konfliktusok, engedmények tétele | X            |              |

*Forrás: saját szerkesztés*

Az alternatív élelmiszerellátó hálózatokban való részvétel legfontosabbnak tartott egyéni szinten megjelenő pozitív következményei az egészséggel összefüggő kedvező hatások. Ez igaz a vásárlókra és a prosumerekre is. Az egészségre gyakorolt hatások a beszerezhető élelmiszer helyi-és bio jellegével vannak összefüggésben (termékbiztonság), ahogy ennek fontosságát már korábbi tanulmányok is jelezték (Zoll *et al.* 2018). További egészségre gyakorolt hatást eredményez a magasabb szintű fizikai aktivitás és az ehhez kapcsolódó stresszoldás, amelyet a prosumerek a termelés, a fogyasztók pedig a termékek összegyűjtése, hazaszállítása során (ami sokszor tömegközlekedéssel vagy bicikkel történik) gyakorolnak. A közösség fontosságához és a társas támogatáshoz kapcsolódó előnyök mind egyéni, mind pedig társadalmi szinten megragadhatók. A vizsgált hálózatok tagjai jellemzően úgy látják közösségeiket, mint ahol hasonló

értékrendű emberek vannak. Ezzel kapcsolatban visszatérő gondolatként hangzott el, hogy „*Itt mindenkinek fontos az egészséges, vegyszermentes élelmiszer*”. Különösen a közösségi kertészekre igaz, hogy kerttársaikkal szívesen találkoznak, és töltenek el együtt időt. A társas támogatás és szolidaritás a termelőkkel szemben is megjelenik, amelynek gazdasági (makro) következményei is vannak. Ugyanígy kedvezően hat a szubjektív jólétre a részvételhez kapcsolódó értékek kifejezése és identitás megélése. A fenntarthatóság fontossága, a helyi és organikus termelés mellett vállalt elköteleződés büszkeséget ad a résztvevőknek, „*jó érzéssel jár*”. Mindez egyúttal hozzájárul a rövid ellátási láncok működőképességéhez, társadalmi-gazdasági jelentőségükhöz.

Az alternatív élelmiszer-ellátási hálózatokban résztvevőkkel készült interjúkban olyan negatív tényezők is azonosításra kerültek, amelyek

ronthatják az egyének szubjektív jóllétét. Ilyenek lehetnek a résztvevők által kötelezőnek érzékelt, elvárt tevékenységek, melyek a vásárláshoz, vagy a kertek esetében a termeléshez kapcsolódnak. A tagok nehézségként élhetik meg az egymással, a termelőkkel vagy a társaikkal való együttműködés során fellépő konfliktusokat és kompromisszumokat. A fogyasztói társadalom kényelmi fogyasztásához képest az alternatív élelmiszerellátó hálózatokban való részvétel számos kööttséggel jár (kötelező időpontok, kötelező tevékenységek), amelyek gyakran stresszt okoznak az érintetteknek. A termelés elmaradhatatlan feladatai (közösségi kerteknél például az öntözés) vagy az átvételi időpontok rugalmatlansága olyan erőfeszítéseket követelnek az egyéntől, amelyek az uralkodó fogyasztási minták keretei között elkérülhetnek. Ugyanígy feszültséget okozhatnak a tagok, a fogyasztó és termelő, a fogyasztó és átvételi pont között megjelenő konfliktusok.

A pozitív és negatív következményeket mérlegre téve az interjúalanyok beszámolóiból az derül ki, hogy szerintük a mérleg egyértelműen pozitív, a termelés és a beszerzés érdekében hozott áldozatok, „megérik az árukat” és megérik a megérik.

Sirgy és Lee (2006) megközelítését követve a fogyasztási élmény egyes szakaszairól és a fogyasztói jóllét szempontjából jelen kutatás eredményei az alábbi módon foglalhatók össze:

- A hozzáférés a közösség által támogatott mezőgazdasági kezdeményezés és a közösségi kertek esetében a legnehezebb, itt a helyek korlátozottak, és az érdeklődők gyakran várolistákkal találják szemben magukat. Ugyanígy korlátozó ereje van az éves szerződéseknél is mindkét esetben. A hozzáférés könnyűsége általánosságban fontos a fogyasztóknak, és növeli a jóllétüket. A hozzáférésre különösen az új tagok érzékenyek, a tapasztalt fogyasztók már tudják, mire számíthatnak, és bevett megoldásaik vannak a felmerülő problémákra is.
- Az előkészítéshez kapcsolódó szakasz alapvetően pozitív élményt jelent mind a fogyasztóknak, mind a prosumer-eknek. A korábban nem ismeret alapanyagok feldolgozása, a kísérletezgetés jellemzően pozitív megítéléssel bír a résztvevők körében. Ezzel együtt ebben a szakaszban is megjelennek stresszfaktorok, úgymint a romlás elkerülése miatti gyors alapanyagfeldolgozás igénye vagy a nem mindig megbízható (és előre jelezhető) termékminőség. Az alapanyagok ismeretével és a feldolgozásukkal kapcsolatos tudás hiánya

főleg az új tagoknak jelent komolyabb kihívást, a tapasztalt tagoknak inkább izgalmat és örömet okoz az új ismeretek és tudás elsajátítása.

- A fogyasztás szakaszát egyöntetűen pozitív tapasztalatként írták le az érintettek, és ezt a friss, organikus (vegyszermentes) termékekkel magyarázták. Ezek a jellemzők adják a termékeknek a fogyasztók által észlelt magas minőségét is. Ezzel együtt is előfordul, hogy az alternatív élelmiszerhálózatokban résztvevők panaszra élnek. Fogyasztóként a rendelés során tapasztalt áruhiányt, árucserét, a vártnál kisebb méretet nevezték meg negatívként, a közösségi kertészek pedig a kártevőkre, a vártnál kisebb termésre panaszkodtak. Ezekre a jelenségekre azonban az interjúalanyok az alternatív hálózatok természetes velejáróiként tekintenek.
- A birtokláshoz kapcsolódóan a várt termékminőség mellett az anyagi érték megítélése az egyik legfontosabbnak tartott faktor. Az ár/érték kérdés az alternatív élelmiszerellátási hálózatok minden típusánál releváns. Tekintettel arra, hogy a hálózatokból beszerezhető termékek magasabb árral rendelkeznek a nagyipari alternatíváikhoz képest, a fogyasztók elsősorban a közép/felső-közép osztályokból kerülnek ki (Balázs és tsai 2016). Ezt az összefüggést jelen kutatás is alátámasztja. Ezzel együtt az ár fontos, ami az elvárt minőséghez képest fogalmazódik meg. Az interjúalanyok jellemző véleménye ezzel kapcsolatban: „*Drága, de megéri az árat*”.
- A fenntartás fázisa elsősorban a közösségi kertek használói számára értelmezhető, ahol a munkájuk értéke, a műveléshez szükséges fizikai aktivitás és a termeléshez kapcsolódó kísérletezgetés vehető számba. A termelési folyamat bizonytalansága (pl. időjárás, kártevők) és az egyéni hozzájárulás (idő, erőfeszítés) szükségessége hordoz magában bizonytalanságot, mégis az élmény összességében pozitív a tagok beszámolóí alapján.
- Az eldobás/eltávolítás szakasza a fenntarthatósági és környezettudatos szempontokkal kapcsolódik össze az alternatív élelmiszerellátási hálózaton keresztül fogyasztók számára. Ennek megfelelően a tagok előnyben részesítik a környezetbarát, csomagolás-mentes, lebomló, újrahasznosítható megoldásokat.

Össességében elmondható, hogy az alternatív élelmiszerellátási hálózatokban való fogyasztói részvétel egyértelműen hozzájárul a fogyasztói jólléthez. Ezzel együtt minden újonnan csatlakozó résztvevő találkozik olyan nehézségekkel, amelyekkel a ma uralkodó ellátási láncokban való fogyasztás során nem kellett megküzdenie. Ha a résztvevő úgy érzi, az alternatív élelmiszerellátási hálózatban való részvétel túl nagy áldozatot, kötöttséget követel meg, kiléphet és visszatérhet a mainstream rendszerek által lehetővé tett kényelmi fogyasztáshoz, vagy dönthet úgy, hogy egy lazább elköteleződést kívánó hálózati megoldásra vált.

## KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK CONCLUSIONS AND IMPLICATIONS

Kutatásunkban az alternatív élelmiszerellátási hálózatok különböző típusaiban megjelenő fogyasztói jóllétet vizsgáltuk. Eredményeink megfelelnek Batt és Falter (2018) megállapításának, amely szerint a társadalmilag innovatív kezdeményezésektől való vásárlás – aminek az általunk vizsgált alternatív élelmiszerellátási hálózatok is megfelelnek – nagyobb fogyasztói jóllétet eredményez, mint a profitorientált vállalkozásoktól való vásárlás.

Jelen kutatás a dobozos rendelés, a közösség által fenntartott mezőgazdasági kezdeményezés és a közösségi kertek tagjainak véleményén keresztül tárta fel a részvétel okát, az elkötelezettség jellemzőit, valamint a fogyasztás egyes szakaszainak hozzájárulását az egyének (és kisebb részben a társadalom) jóllétéhez. A szubjektív jóllétben belül kiemelt hangsúlyt kapott a fogyasztói jóllét megértése.

A kutatási eredmények szerint az alternatív élelmiszerellátási hálózatokhoz való csatlakozás legfőbb motivációi megegyeznek a szakirodalom által feltárt motivációkkal (Zoll *et al.* 2018). A motivációk között jelen van – és gyakran a legfontosabb – az élelmiszer minősége, amely különösen a kisgyermeket nevelők számára fontos. További ok a csatlakozásra a közösséghez tartozás, a helyi termelők támogatásának, a velük való szolidaritás megélésének lehetősége. Végül lényeges oka a csatlakozásnak a fenntartható termelés támogatása, beleértve a szezonális zöldségek és gyümölcsök fogyasztását és tágabb kontextusban a környezeti terhelés csökkentéséhez való hozzájárulást. A közösségi kertek tagjai esetében az okok kiegészülnek a természetközelséggel és a kertészkedés által biztosított szabadidős elfoglaltsággal, stresszlevezetéssel.

A fogyasztói jóllét szempontjából elmondható, hogy különösen a tapasztalt tagok életminőségéhez járul hozzá az alternatív élelmiszerellátási hálózatokban való részvétel. Az új tagoknak szembesülni kell a mainstream fogyasztási gyakorlatoktól való eltérésekkel, a kényelmi fogyasztás számos velejárójának a feladásával. Az új tagok ezért először mind a rendeléshez, mind a termék átvételéhez kapcsolódóan (a közösségi kertek esetében a termelői munka és közösségi kertészkedés kapcsán) szokatlan helyzetekkel találkozhatnak, amelyek kihívást jelenthetnek számukra. Amennyiben a kapott érték elismerése meghaladja a befektetett többlet energiát és költséget – azaz a fogyasztói jóllétükhöz hozzájárul ez a helyzet –, az alternatív élelmiszerellátási hálózathoz csatlakozók tartós taggá válnak. Akinek ez nem sikerül, az lemorzsolódik, mert ahogy az egyik dobozos vásárló megjegyezte: „*Ez nem való mindenkinek*”.

Kutatási eredményeink hozzájárulhatnak ahhoz, hogy az alternatív élelmiszerellátási hálózatokhoz csatlakozni kívánó fogyasztók felkészültebben, realisabb elvárásokkal hozzák meg a csatlakozással kapcsolatos döntésüket, és nagyobb eséllyel válhassanak rendszeres vásárlókká/tagokká. Ugyanez igaz a másik oldalra is: a társadalmilag innovatív agrár-kezdeményezéseknek a működését is segítheti, hogy többet tudhatnak meg a fogyasztók, résztvevők elvárásairól, motivációjáról és a tartós fogyasztóvá válás kihívásairól.

Jelen kutatás korlátját jelenthetik a mintavételtől fakadó korlátok. A kutatás nem terjedt ki az összes alternatív élelmiszerellátási hálózat típusra (pl. szedd-magad mozgalom), továbbá csak a tipikusnak tekinthető közép/felső-közép státuszú résztvevőkre fókuszált, és elsősorban részvételi és nem demográfiai alapon végezte az alanyok kiválasztását. A jövőben érdemes lenne a magatartási szempontokon túl a különböző demográfiai csoportok mentén is hasonló vizsgálatot végezni. Szintén későbbi kutatásokban kellene az alternatív élelmiszerellátási hálózatokhoz való csatlakozás elutasításának okaival is foglalkozni, valamint mélyebben feltárni a rendszeres fogyasztóvá válás folyamatát. További kutatás irányulhatna a hálózatok összes érdekeltjének értékrendjére.



## HIVATKOZÁSOK REFERENCES

- Ahuvia, A. and Friedman, D. C. (1998), "Income, consumption, and subjective well-being: Towards a composite macromarketing model", *Journal of Macromarketing*, 18(2), 153-168. DOI: 10.1177/027614679801800207
- Augère-Granier, M-L. (2016), "Short food supply chains and local food systems in the EU. European Parliament, European Parliamentary Research Service", [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS\\_BRI\(2016\)586650\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/586650/EPRS_BRI(2016)586650_EN.pdf), (letöltés ideje 2019.03.10.)
- Balázs, B., Pataki, Gy., Lazányi, O. (2016), "Prospects for the future: Community supported agriculture in Hungary", *Futures*, 83, 100-111. DOI: 10.1016/j.futures.2016.03.005
- Batt, V. and Falter, M. (2018), "Social enterprise—the rising star of customer well-being?" *Global Marketing Conference*, Tokyo. 797-809. <http://db.ko-reascholar.com/article?code=351353>, letöltés ideje 2019.03.10.
- Block, L. G., Grier, S. A., Childers, T. L., Davis, B., Ebert, J. E., Kumanyika, S., Lacznia, R. N., Machin, J. E., Motley, C. M., Peracchio, L., Pettigrew, S., Scott, M., and van Ginkel Bieshaar, M. N. G. (2011), "From nutrients to nurturance: A conceptual introduction to food well-being", *Journal of Public Policy & Marketing*, 30(1), 5-13. DOI: 10.1509/jppm.30.1.5
- Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., Andreasen, A. R., Kees, J., Kidwell, B., Miller, E. G., Carol M. Motley, Paula C. Peter, Priyali Rajagopal, Maula L. Scott, and Vallen, B. (2013), "Promoting positive change: Advancing the food well-being paradigm", *Journal of Business Research*, 66(8), 1211-1218. DOI: 10.1016/j.jbusres.2012.08.014
- Diener, E. (1984), "Subjective well-being", *Psychological Bulletin*, 95(3), 542-575. DOI: 10.1037//0033-2909.95.3.542
- Diener, E., Heintzelman, S., Kushlev, K., Tay, L., Wirtz, D., Lutes, L. D. and Oishi, S. (2016), "Findings All Psychologists Should Know from the New Science on Subjective Well-Being", *Canadian Psychology*, 58, 87-104. DOI: 10.1037/cap0000063
- Goetzke, B., Nitzko, S. and Spiller, A. (2014), "Consumption of organic and functional food. A matter of well-being and health?" *Appetite*, 77, 96-105. DOI: 10.1016/j.appet.2014.02.012
- Grzeskowiak, S. and Sirgy, J. M. (2007), "Consumer well-being (CWB): the effects of self-image congruence, brand-community belongingness, brand loyalty, and consumption recency" *Applied Research in Quality of Life*, 2(4), 289-304. DOI: 10.1007/s11482-008-9043-9
- Jarosz, L. (2008), "The city in the country: Growing alternative food networks in Metropolitan areas" *Journal of Rural Studies*, 24(3), 231-244. DOI: 10.1016/j.jrurstud.2007.10.002
- Malota E., Bogáromi E., Gyulavári T. (2019), „Az vagy, amit megeszel” - a hazai fogyasztók egészséges táplálkozással kapcsolatos percepciói és attitűdjei”, *Vezetéstudomány*, 50(1), 80-88. DOI: 10.14267/veztud.2019.01.08
- Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (2015), Vidékfejlesztési Program Kézikönyv, <https://www.nak.hu/kiadvanyok/kiadvanyok/133-vidékfejlesztési-program-kezikonyv-1/file>, (letöltés ideje: 2019.03.10.)
- Renting, H., Marsden, T. K. and Banks, J. (2003), "Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development", *Environment and Planning*, 35(3), 393-411. DOI: 10.1068/a3510
- Ritzer, G. and Jurgenson, N. (2010), "Production, consumption, prosumption", *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. DOI: 10.1177/1469540509354673
- Sirgy, M. J. and Lee, D. J. (2006), "Macro measures of consumer well-being (CWB): A critical analysis and a research agenda", *Journal of Macromarketing*, 26(1), 27-44. DOI: 10.1177/0276146705285669
- Sirgy, M. J., Widgery, R. N., Lee, D. J. and Grace, B. Y. (2010), "Developing a measure of community well-being based on perceptions of impact in various life domains" *Social Indicators Research*, 96(2), 295-311. DOI: 10.1007/s11205-009-9479-9
- Som Castellano, R. L. (2016), "Alternative food networks and the labor of food provisioning: A third shift?", *Rural Sociology*, 81(3), 445-469. DOI: 10.1111/ruso.12104
- Vadovics E. and Hayes, M. (2007), „Nyitott Kert – egy helyi bioélelmiszer-hálózat Magyarországon”, *Fenntartható fogyasztás Magyarországon*, Tudományos konferencia, Konferenciakötet, 237-258
- Venn, L., Kneafsey, M., Holloway, L., Cox, R., Dowler, E. and Tuomainen, H. (2006), "Researching European 'alternative' food networks: some methodological considerations", *Area*, 38(3), 248-258. DOI: 10.1111/j.1475-4762.2006.00694.x
- Töröcsik M., Jakopánecz E. (2010), „A fogyasztói ellenállást kiváltó termékek - egy sajátos termék-kategória”, *Marketing & Management*, 44(2), 4-12
- Zoll, F., Specht, K., Opitz, I., Siebert, R., Piorr, A. and Zasada, I. (2018), "Individual choice or collective action? Exploring consumer motives for participating in alternative food networks", *International Journal of Consumer Studies*, 42(1), 101-110. DOI: 10.1111/ijcs.12405

Neulinger Ágnes, egyetemi docens  
agnes.neulinger@uni-corvinus.hu  
Budapesti Corvinus Egyetem

Bársony Fanni, PhD hallgató  
Budapesti Corvinus Egyetem

Gjorevska Natasha, PhD hallgató  
gjorevska.natasha@uni-corvinus.hu  
Budapesti Corvinus Egyetem

Lazányi Orsolya, PhD hallgató  
Budapesti Corvinus Egyetem

Pataki György, Vezető kutató  
Environmental Social Science Research Group  
(ESSRG)

Takács Sándor, egyetemi tanár  
sandor.takacs@uni-corvinus.hu  
Budapesti Corvinus Egyetem

Török Anna, PhD hallgató  
anna.torok@uni-corvinus.hu  
Budapesti Corvinus Egyetem

## **Consumer well-being in alternative food networks: the case of Hungary**

### **THE AIMS OF THE PAPER**

This research project aims at understanding the nature of subjective well-being (SWB) in relation to alternative food networks in the frame of one of the sub-projects of the EFOP-3.6.2-16-2017-00007 research. The study of alternative food networks (AFNs), including food cooperatives, community gardens and community-supported agriculture and box schemes, enables the analysis of hybrid organisations, networks and value-chains of social innovations. The paper introduces the concept of subjective well-being from the perspective of consumers of AFNs.

### **METHODOLOGY**

An exploratory qualitative research approach was chosen to investigate subjective well-being in AFNs. Data was collected through 23 in-depth interviews. Sample consisted of men and women from Budapest with middle and upper middle status who have been members of different types of AFNs for maximum one year or minimum three years. As a result, the study covered opinion of both new and experienced AFN members. The data analysis strategy followed a combined approach of deductive (literature-based) and inductive (derived from the data) coding and thematic analysis.

### **MOST IMPORTANT RESULTS**

Results show that the participation in AFNs contributes to consumers' well-being, nevertheless some of the AFNs' characteristics have a negative influence on consumer SWB. Differences between new and experienced users, users with different motivations and across different types of AFNs have been detected.

### **RECOMMENDATIONS**

Recent results are able to contribute to a better understanding of consumers in these networks, therefore AFNs can be improved in order to better serve consumer needs. It is also highlighted what constitutes the main limitations of the current business models for AFNs.

*Keywords:* subjective well-being, consumer well-being, alternative food networks, qualitative research, social innovation

*Acknowledgements:* This research was supported by the project nr. EFOP-3.6.2-16-2017-00007, titled "Aspects on the development of intelligent, sustainable and inclusive society: social, technological, innovation networks in employment and digital economy". The project has been supported by the European Union, co-financed by the European Social Fund and the budget of Hungary. The authors are grateful to the whole research team on social enterprise and social innovation for their continuous intellectual support and their critical feedback in multiple phases of the research process.