

SZAKDOLGOZAT

Jurácsik Róbert

2024



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Növénytermesztés-tudományok Intézet
Mezőgazdasági mérnök alapképzési szak**

Okoseszközök és földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban

Belső konzulens: Dr. Zörög Zoltán
egyetemi docens

Készítette: Jurácsik Róbert

**Gödöllő
2024**

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
2. Szakirodalom áttekintés.....	3
2.1. Az elektronikus kereskedelem	4
2.1.1. Az e-kereskedelem előnyei és hátrányai.....	6
2.2. Rövid Ellátási Láncok (REL)	11
2.3. Covid-19 hatása.....	13
3. Az okoseszközök.....	16
3.1. Az okoseszközök a mezőgazdaságban	17
4. Kihívások a mezőgazdasági szektorban.....	19
4.1. A földrajzi hely szerepe	20
4.2. Mit is jelent a digitalizáció?	22
5. Anyag és módszer.....	23
6. Eredmények és értékelésük	26
7. Összefoglalás	35
Irodalomjegyzék	37
Ábrajegyzék	38
Táblázatok jegyzéke	38
Nyilatkozatok.....	39

Okoseszközök és földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban

„Az élet útja rögs, a mezőgazdaságé még inkább.”¹

„A világ legnagyobb földrajzi paradoxona, hogy ha az ember a Földön elég kitartóan megy északra, akkor előbb-utóbb délre fog tartani anélkül, hogy megfordult volna, viszont bármennyit is menjünk keletre vagy nyugatra, az irány sosem fog megváltozni.”²

1. Bevezetés

Szakedolgozatom címe az Okoseszközök és földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban. A címem két részre oszlik, ahogy a dolgozatom is, és ami végül szimbiózissal van egymással. Szeretném először bemutatni Okoseszközök fontosságát, ami megjelenik a rövid ellátási láncokban, definiálni mit is jelentenek valóban az okos eszközök és milyen szerepe van az ellátási láncokban. Címem második része a földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban, körül járjuk azokat a kérdéseket, hogy milyen szerepe van a földrajzi helynek miért fontos és mi számít földrajzi helynek.

A mezőgazdaság és a modern technológia egyre szorosabb kapcsolatban állnak, és az okos eszközök, valamint a földrajzi hely fontossága kiemelkedő a mezőgazdasági szektor hatékonyságának és fenntarthatóságának növelése szempontjából. Az egyre növekvő népesség, az élelmiszerbiztonság és a környezeti fenntarthatóság kihívásainak megválaszolása érdekében a mezőgazdaságban alkalmazott modern technológia és okos eszközök forradalmasítják a hagyományos mezőgazdasági gyakorlatokat.

Az okoseszközök és a mezőgazdaság kapcsolata rendkívül dinamikus és izgalmas terület, amely folyamatos fejlődésen megy keresztül. Az okos eszközök által nyújtott lehetőségek

¹Hartay Csaba: Nem boci!, 2015

² Nagy-Laczkó Balázs: A világ legnagyobb földrajzi paradoxona c. kispróza az Ezredvég c. folyóirat 2022/1. számában

számos területen átalakítják a mezőgazdasági gyakorlatokat, és a technológiai fejlődés révén egyre hatékonyabbá és fenntarthatóbbá teszik ezt az ágazatot.

Az okoseszközök és a mezőgazdaság közötti kapcsolat folyamatosan erősödik és egyre kiemeltebb szerepet kap a modern mezőgazdasági iparágban. Az ilyen eszközök, mint például drónok, szenzorok, IoT (az internet dolgai) eszközök és mesterséges intelligencia alapú rendszerek, számos módon hozzájárulhatnak a mezőgazdasági termelés hatékonyságának és produktivitásának növeléséhez. Az okoseszközökkel a mezőgazdálkodók pontosabb és hatékonyabb módon tudnak gazdálkodni a földterületükön. A szenzorok és drónok segítségével például lehetőség van a talajnedvesség, tápanyagtartalom és növényi betegségek precíz mérésére. Ezáltal optimalizálható a termesztési folyamat, minimalizálva a veszteségeket és maximalizálva a termelékenységet. Ezek az eszközök lehetővé teszik a mezőgazdasági tevékenységek nagyobb mértékű automatizálását és távoli felügyeletét. Például okos traktorok és robotok segíthetnek a betakarításban és a növények gondozásában anélkül, hogy emberi beavatkozásra lenne szükség. Ezáltal növelhető a hatékonyság és csökkenthető az emberi erőforrásokra vonatkozó igények.

2. Szakirodalom áttekintés

Mint az egész világon úgy Magyarországon is megkérdőjelezhetetlen a jelentősége, fontossága az IT eszközökkel támogatott kereskedelemnek. Felmérések szerint minden 4. ember napi szinten használja az IT adta lehetőségeket szórakozásra, információgyűjtésre, munkára, vagy vásárlásra. Az online értékesítés rendkívül dinamikusan növekszik, és 2010-től 2016-ig 137 milliárd forintról 427 milliárd forintra, vagyis jelentős mértékben emelkedett. Ezzel szemben az offline értékesítés nem tudta megközelíteni ezt a növekedést(www.ecommerce-news.eu, 2018). Az online térben különösen aktív vásárlói korosztály mintegy hat órát tölt el online, és ebből három órát aktívan használja az internetet.(www.nmhh.hu, 2015)Az online tér a legjelentősebb forrás az informálódás és kapcsolattartás szempontjából. Magyarország digitális megújulásra összpontosít, és az internet hozzáférhetősége gyakorlatilag független a földrajzi helytől. Ez része a Digitális Megújulás Cselekvési Tervnek.(Botos, 2013)Számos vidéki kihívással állunk szemben, Magyarország vidéki területein számos kedvezőtlen jelenség figyelhető meg, például az elvándorlás és a helyi gazdasági élet kiürülése. A Nemzeti Vidékstratégiának 2012-2020 közötti időszakban létrehozott intézkedéseket célja a vidéki területek megerősítése és fejlődése. A stratégia célja a vidéki területeken élők foglalkoztatási lehetőségeinek bővítése. Ez lehetővé teszi a helyi lakosság számára, hogy elhelyezkedjen a vidéki munkahelyeken, csökkentve ezzel az elvándorlás tendenciáját. A stratégia támogatja a mező- és erdőgazdálkodás sokszínűségét és fenntarthatóságát. Az ilyen gazdálkodási gyakorlatok hozzájárulnak a vidéki területek gazdasági és ökológiai stabilitásához. A stratégia az agrárszektor termelési struktúrájának javítására összpontosít, lehetővé téve a hatékonyabb és fenntarthatóbb termelési módokat. A helyi élelmiszertermelés és az azt támogató élelmiszerpiacok helyreállítását célzó intézkedések révén, a vidéki területeken élők számára könnyebben hozzáférhetővé válnak a friss és helyi termékek. A vidéki területeken való helyi energiatermelés előmozdítása a megújuló energiaforrások használatával. Ennek célja az energetikai függetlenség növelése és a fenntartható energiatermelés támogatása. A stratégia a vidéki közösségek erősítését célozza, ahol különféle intézkedéseken keresztül támogatja a helyi kezdeményezéseket, közösségi projekteket és együttműködéseket. A vidéki területeken élők számának növekedése és a népesedési mutatók javulása a vidék fejlesztésének és vonzerejének növelését jelenti. A stratégia hangsúlyozza a természeti környezet megőrzését és a biológiai sokféleség védelmét, amely kulcsfontosságú a fenntartható vidéki fejlődés szempontjából. A vidéki gazdálkodóknak elengedhetetlen a részvétele az online piacokon.

Az online piacterek lehetővé teszik számukra, hogy értékesítsék termékeiket és szolgáltatásaikat az interneten keresztül, ami új piaci lehetőségeket teremt. A gazdálkodóknak nemcsak az online piacterekbe való belépés jelent fontosságot, hanem a különböző Digitális Befektetési Eszközök (DBE) használata is. Ezek az eszközök digitális technológiákat és platformokat jelentenek, amelyek segítik a gazdálkodókat az online térben való hatékonyabb jelenlét kialakításában és a digitális lehetőségek kiaknázásában. A gazdálkodóknak nemcsak vertikális kapcsolódásra (például közvetlen értékesítés a végfelhasználónak), hanem horizontális kapcsolódásra is szükségük van. A horizontális kapcsolódás azt jelenti, hogy a gazdálkodók különböző szektorokkal és partnerekkel együttműködnek, nemcsak a vertikális láncban, hanem a szélesebb körű kollaborációban is. Az online piacterekhez való csatlakozás és a Digitális Befektetési Eszközök használata nemcsak a vidéki gazdálkodók túlélését, hanem fejlődését is elősegítheti. Az online jelenlét és digitális kapcsolatok kiépítése lehetőségeket teremt a gazdálkodók számára az új piacok elérésére és a versenyképességük növelésére. A vidéki vállalkozásoknak számos területen előnyös lehet a működésük. Ezek a kedvező aspektusok lehetnek gazdasági, társadalmi vagy környezeti tényezők, például alacsonyabb költségek, közösségi támogatás, vagy a vidéki környezetből adódó egyéb előnyök. De bizonyos körülmények között a vidéki vállalkozások olyan hátrányokkal nézhetnek szembe, amelyek jelentős veszélyt jelentenek a fennmaradásukra nézve. Ezek a hátrányok lehetnek piaci, infrastrukturális, vagy más olyan tényezők, amelyek nehezítik a versenyképességüket és fenntarthatóságukat(Á., Péntek; Botos, Sz.; I., Füzesi, 2018).

2.1. Az elektronikus kereskedelem

Az e-kereskedelem Magyarországon kiemelkedően magas, és jelentős növekedési ütemet mutat. Ez azt jelzi, hogy az online kiskereskedelem a teljes kiskereskedelmi szektorban fontos és gyorsan bővülő szerepet tölt be. A 18%-os növekedési ütem azt mutatja, hogy az e-kereskedelem dinamikusán fejlődik, és egyre nagyobb részt vesz el a hagyományos kiskereskedelmi forgalomból. A növekedés mögötti tényezők között szerepelnek a kedvező gazdasági feltételek, amelyek támogatják a fogyasztói keresletet és az online vásárlási szokásokat. Az információs és kommunikációs technológiák (ICT) folyamatos fejlődése is hozzájárul az e-kereskedelem növekedéséhez. Az új technológiák lehetővé teszik az online vásárlók számára, hogy könnyen böngésszenek és vásároljanak az interneten.

Az online áruházak folyamatos fejlesztése és modernizálása szintén kulcsszerepet játszik abban, hogy az e-kereskedelem versenyképes maradjon, és még vonzóbbá tegye az online vásárlást.(Nagy, 2016)

Az e-kereskedelem már nemcsak egy opció vagy lehetőség, hanem elkerülhetetlen része lett a gazdasági fejlődésnek. Ez a digitális kereskedelem meghatározó és nélkülözhetetlen tényezője a modern gazdaságnak. Az e-kereskedelem globálisan is jelentős növekedési motornak tekinthető. Ez azt jelenti, hogy nem csak egyes országokban, hanem világszerte fontos szerepet játszik a gazdasági dinamikában.(M. Gabriëlsson & P. Gabriëlsson, 2015). Különösen a kiskereskedelmi ágazatban és a webáruházak esetében a folyamatosan emelkedő vevői elvárások megnehezítik a helyzetet. Az online vásárlók elvárásai és igényei növekednek, és a vállalkozásoknak ezekre kell reagálniuk a versenyképességük megőrzése érdekében. A vevők egyre magasabb szintű szolgáltatásokat és kényelmet várnak el az online vásárlás során. Ez további kihívásokat jelent a kiskereskedők és webáruházak számára a versenyben maradás és a vevői hűség elnyerése érdekében(www.piacprofit.hu, 2018). A vállalkozások 86%-a elismeri, hogy az ügyfélélmény kiemelkedővé tétele fontos tényezője a sikerességnek. Ez azt mutatja, hogy az üzleti szereplők egyre inkább tisztában vannak azzal, hogy az ügyfelek elégedettsége és élménye meghatározó a vállalkozásuk jövőbeli teljesítményében. Az ügyfélélmény minősége számít az üzleti sikeresség egyik alapvető elemének. Ez azt jelenti, hogy a vállalkozásoknak nem csupán termékeik vagy szolgáltatásaik minőségére, hanem az ügyfélkapcsolatokra is kell koncentrálniuk.

Az információs és kommunikációs technológiák fejlődése, valamint az internet elterjedése lehetővé tette, hogy egyre több iparág és szektor csatlakozzon az online értékesítéshez. A vállalatoknak számos digitális eszköz és platform áll rendelkezésükre az értékesítés és a marketing támogatására. A fogyasztók preferenciái és vásárlási szokásai is megváltoztak az idők során. Az emberek egyre inkább kényelmes és gyors vásárlási élményre vágnak, amit az online kiskereskedelmi platformok könnyen biztosíthatnak. Az online kiskereskedelmi tér lehetőséget teremt a globális piacokhoz való hozzáférésre. A vállalatoknak nincs szükségük fizikai jelenlétre egy adott területen ahhoz, hogy elérjék és szolgálják ki a vásárlókat. A vállalatok egyre inkább felismerik az online értékesítés előnyeit, és innovatív módszerekkel próbálják kibővíteni üzleti tevékenységüket. Új termékekkel és szolgáltatásokkal jelentkeznek az online piacon.

A különböző online kiskereskedelmi platformok, mint például az Amazon, Alibaba, eBay, és mások, lehetőséget teremtenek a vállalatoknak, hogy könnyen csatlakozzanak az online

értékesítéshez, mivel ezek a platformok már kialakították a vásárlói bázist és az infrastruktúrát.

A COVID-19 pandémia különösen felgyorsította az online kiskereskedelmi szektor növekedését. A bezárások és a távolságtartás intézkedései miatt a fogyasztók még inkább rákényszerültek az online vásárlásra, és ez számos vállalatnak ösztönzést jelentett a digitális térbe való átállásra.(Piros & Fehér, 2020)

2.1.1. Az e-kereskedelem előnyei és hátrányai

Az e-kereskedelem, vagyis az online kereskedelem, számos előnyt nyújt a fogyasztóknak a hagyományos úton történő termékbeszerzéshez képest. Az egyik legkiemelkedőbb előny az e-kereskedelem terén a kényelem. A fogyasztók otthonról vagy bárhol, ahol internet-hozzáférés van, vásárolhatnak. Nem kell utazni, sorban állni vagy fizikai boltokat látogatni, csak egy készülék és internetkapcsolat szükséges. Az online kereskedelmi platformokon rengeteg termék és szolgáltatás érhető el. A fogyasztóknak lehetőségük van könnyen összehasonlítani a különböző márkákat, termékeket, árakat és értékeléseket, így könnyebben megtalálhatják a számukra legmegfelelőbbet. Az e-kereskedelmi oldalak lehetőséget kínálnak az árak egyszerű összehasonlítására. A fogyasztók könnyen megtalálhatják a legjobb ajánlatokat és kedvezményeket, és a versenytársak közötti árverseny előnyeit élvezhetik. Az online kereskedelem nem korlátozódik az üzletek nyitvatartási időpontjaihoz. A fogyasztóknak lehetőségük van 24 órán keresztül böngészni és vásárolni, ami különösen kényelmes azoknak, akiknek időbeosztása vagy életstílusa nem teszi lehetővé a hagyományos boltokba történő személyes látogatást. Az e-kereskedelmi vállalatok gyakran kínálnak kiszállítási szolgáltatásokat, amelyek lehetővé teszik a vásárlók számára, hogy a kiválasztott termékeket otthonukba vagy a kívánt címre szállítsák. Ez tovább növeli a kényelmet és csökkenti az időráfordítást. Az online kiskereskedők gyakran személyre szabott ajánlatokat és marketingstratégiákat alkalmaznak, amelyek a vásárlók korábbi preferenciáira és vásárlási szokásaira építenek. Ezáltal a fogyasztók számára személyre szabott és releváns ajánlatok jelennek meg. Az e-kereskedelmi előnyökkel rendelkező pozitív hozzáállás növeli a különböző termékek és szolgáltatások online vásárlásának valószínűségét. A fogyasztók hajlamosabbak lesznek kipróbálni új termékeket vagy kategóriákat az interneten keresztül,

hiszen könnyebben elérhetik és megvásárolhatják azokat.(Chang, 2011), (Elwalda, et al., 2016), (Clemes, et al., 2014)

Előnyök

Az online vásárlás kényelmes és egyszerű módja a termékek beszerzésének. Csak egy internet-hozzáférési eszközre van szükség (pl. számítógép, okostelefon vagy tablet), és néhány kattintással hozzáférhetünk széles termékskálához.

Azok számára, akik távoli területeken élnek, az online vásárlás lehetőséget kínál arra, hogy könnyen hozzáférjenek a termékekhez és szolgáltatásokhoz anélkül, hogy hosszú utakat kellene megtenniük a boltokba. Az idősek és a csökkent mozgásképességűek számára az online vásárlás nagy segítséget jelenthet, mivel nem kell fizikailag mozogniuk vagy nehezített körülmények között vásárolniuk. A kisgyermekes családoknak az online vásárlás lehetősége biztosítja, hogy kényelmesen és stresszmentesen vásárolhassanak otthonról anélkül, hogy a gyerekekkel együtt kellene boltba menniük. Azok számára, akik teljes munkaidőben dolgoznak, az online vásárlás időmegtakarítást jelenthet, mivel nem kell az üzletek nyitvatartási időpontjához igazítaniuk a bevásárlásukat, és egyszerűen intézhetik azt szabadidőjükben, akár este vagy hétvégén. Ezek az emberek gyakran olyan körülmények között élnek, amelyek nehezítik vagy korlátozzák a hagyományos boltokba történő személyes látogatást. Az online vásárlás lehetősége segít nekik megtakarítani az időt és a energiát, miközben kényelmesen és rugalmasan hozzáférhetnek a szükséges termékekhez és szolgáltatásokhoz(Karpińska-Krakowiak, 2014).

Az internetes kiskereskedelmi platformok soha nem zárnak be, így bármikor, akár éjjel vagy hétvégén is lehetőség van a böngészésre és vásárlásra. Ez különösen hasznos lehet azoknak, akik szokatlan munkaidőben dolgoznak, vagy olyan embereknek, akiknek nehézséget okozhat az üzletek nyitvatartási idejének betartása. Az online vásárlás biztosítja az egész napos elérhetőséget és rendeléskezelést, amely kényelmet és praktikusságot jelent a fogyasztók számára.

A vásárlási folyamat során bármikor egyszerűen módosítható a kosár tartalma. Ha a vásárló meggondolja magát, egy terméket könnyedén eltávolíthat vagy hozzáadhat anélkül, hogy fizikailag vissza kellene helyeznie a polcra, vagy újra kellene sorban állnia. A virtuális

kosárban történő változtatások gyorsasága jelentős időmegtakarítást jelent a vásárlóknak, hiszen nem szükséges visszasétálniuk a bolt másik végébe egy termékért, vagy sorban állniuk a pénztárnál, ha valamit hozzá szeretnének adni vagy elhagyni a vásárlásaikból. Az online vásárlás lehetőséget ad a vásárlóknak arra, hogy nyugodt körülmények között, otthonuk kényelméből hozzassák meg döntéseiket. Nincs külső nyomás vagy stressz, amely befolyásolhatná a döntéseiket; így több idő áll rendelkezésre a termékek összehasonlítására és a legjobb választás megtételére. Mivel a kosár tartalmát és az árát folyamatosan nyomon követhetjük a vásárlás során, a vásárlók jobban ellenőrizhetik kiadásukat, és szükség esetén könnyen módosíthatják a kosarukat, hogy az illeszkedjen a költségvetésükhöz. Az online vásárlás flexibilitása és kényelme tehát nemcsak a termékek széles választékában és a non-stop elérhetőségben nyilvánul meg, hanem abban is, hogy a vásárlási döntéseket egyszerűen és stresszmentesen lehet kezelni és szükség szerint módosítani.

Az online vásárlás lehetővé teszi, hogy elkerüljük a boltokban tapasztalható zsúfoltságot, különösen ünnepek vagy leárazások idején, amikor a boltok gyakran túlzásfoltak lehetnek. Ez nemcsak kényelmesebb, hanem stresszmentesebb vásárlási élményt is biztosít. A fizikai üzletek gyakran zajosak lehetnek a háttérzene, a többi vásárló és az eladók közötti kommunikáció, valamint egyéb zavaró hangok miatt. Az online vásárlás során ezek a tényezők teljes mértékben kiküszöbölhetők, lehetővé téve a vásárlók számára, hogy nyugalomban és csendben válogathassanak a kínálatból. A pénztárnál vagy próbafülkékénél kialakuló hosszú várakozási idők gyakran okoznak frusztrációt a vásárlók körében. Online vásárláskor ez a probléma nem áll fenn, hiszen a fizetési folyamat digitálisan, néhány kattintással elvégezhető, így megszűnik a várakozási idő. Összességében az online vásárlás kiküszöböli azokat a negatív tényezőket, amelyek a fizikai üzletekben vásárlást bosszantóvá és időigényessé tehetik, ezáltal egy sokkal kellemesebb és hatékonyabb vásárlási lehetőséget kínálva. (Chang, 2011)

Hátrányok

Külföldi rendelések esetében a termékeknek hosszabb távolságot kell megtenniük, ami miatt a kiszállítás több napot vagy akár hetet is igénybe vehet. Ez a folyamat tovább bonyolódhat vámkezelés és más logisztikai folyamatok miatt. Élelmiszer rendelésekor a helyzet különbözik, mivel ezek a termékek általában nem szállíthatók hosszú távolságokra külföldről

a romlandóságuk miatt. Éppen ezért, az élelmiszerek online rendelésekor általában helyi kereskedőket vagy boltokat veszünk igénybe, ami rövidebb kiszállítási időt eredményez.

A helyi online élelmiszerrendelések gyakran még aznap vagy a következő napon ki tudják szolgáltatni az ügyfeleket, ami jelentős előnyt jelent azok számára, akik gyorsan szeretnék friss élelmiszereket kapni. Összességében, bár az online vásárlás kényelmes és széles körű lehetőségeket kínál, a kiszállítás időtartama változó lehet, és függ a rendelés forrásától és természetétől. Külföldi rendelések esetén számítani kell a hosszabb szállítási időkre, míg az élelmiszerek online rendelése esetén általában gyorsabb és hatékonyabb a folyamat, köszönhetően a helyi szállításnak.

A legtöbb online kereskedő szállítási díjat számít fel a termékek kiszállításáért. Ez a díj fedezheti a logisztikai költségeket, mint például a csomagolás, a szállítás és az esetleges biztosítás költségeit. Sok online áruház kínál ingyenes szállítást, ha a vásárlás meghalad egy meghatározott összeghatárt. Ez ösztönző lehet a vásárlók számára, hogy több terméket rendeljenek egyszerre, vagy magasabb értékű vásárlást hajtsanak végre. Amelynek többnyire a célja a vásárló további termék vásárlására való rávétel, többnyire a marketingen múlik. Időszakosan vagy bizonyos vásárlói csoportok számára (pl. első vásárlók, hűségprogram tagjai) promóciók keretében ingyenes kiszállítást kínálhatnak, függetlenül a rendelés értékétől. A szállítási költségek jelentős befolyással lehetnek a vásárlói döntésekre. Egyes vásárlók esetleg csak azért döntenek egy nagyobb értékű vásárlás mellett, hogy elkerüljék a szállítási díjat, míg másokat ez elriaszthat a vásárlástól, különösen, ha a kiszállítás költsége magasnak tűnik a rendelés összértékéhez képest.

Amikor egy online rendelés sikertelenül zárul, és a teljesítésre nem kerül sor, a helyzet kezelése további lépéseket és intézkedéseket igényel mind a vevő, mind az eladó részéről. Fontos, hogy a vevő mielőbb felvegye a kapcsolatot az eladóval vagy az online áruház ügyfélszolgálatával, hogy értesítse őket a problémáról. A kommunikáció lehet e-mail, telefonhívás vagy akár egy online chatszolgáltatás. A sikertelen rendelés okának azonosítása kulcsfontosságú. Lehet, hogy a probléma technikai hiba, készlethiány, fizetési probléma vagy a szállítás során adódott gond. Az eladónak vagy az online platformnak javaslatot kell tennie a probléma megoldására. Ez lehet a termék pótlása, a rendelés újra feldolgozása, vagy a vásárló részére történő teljes visszatérítés. Ha a rendelés nem teljesíthető, a vevő jogosult a már kifizetett összeg visszakérésére. Alternatívaként, ha a vevő és az eladó egyetért, egy másik termék cseréje is megoldás lehet. A sikertelen rendelések után érdemes felülvizsgálni az

online vásárlási folyamatot, hogy a jövőben elkerülhető legyenek hasonló problémák. A vevő visszajelzése segíthet az eladónak javítani a szolgáltatás minőségén.

Abban az esetben, ha a probléma megoldása nem kielégítő, vagy az eladó nem hajlandó együttműködni, a vevő jogi lépéseket is fontolóra vehet, beleértve a fogyasztóvédelmi hatóságokhoz való fordulást.(Szabó, 2014)

Beszélnünk kell az évek óta terjedő internetes csalásokról is, ami az utóbbi időkben „csúcsdöntéseket” hoztak az e-kereskedelemben. A 2023 év végére a bankkártyás visszaélések száma megkétszereződött, elérve a 120 ezret, és a keletkezett károk nagysága is kétszerese lett az előző évnek, pontosan 1,7 milliárd forintra rúgott. Az elmúlt év végére az átutalási csalásokból eredő károk háromszorosára nőttek, 1,08 milliárd forintról 4,71 milliárd forintra emelkedtek, miközben az adathalász tevékenységek is jelentősen megnövekedtek az időszak alatt. Az akkori újdonságnak számított, de mára már sajnos eléggé sűrű, hogy a kibercsalók másolták az MNB hivatalos telefonos elérhetőségeit, köztük a jegybank központi és ügyfélszolgálati telefonszámait, valamint az emlékpénzeket forgalmazó lakossági pénztári telefonszámokat. Ezeket az időlegesen másolt számokat felhasználva telefonáltak magánszemélyeknek. Ez azt eredményezi, hogy otthonról tudnak támadni akár a kiberbűnözők. Az online tér jelentősen megkönnyíti a bűnözők munkáját. Nem kell személyesen megjelenniük sehol, nincsenek ATM-ek videofelvételei vagy köztéri kamerafelvételek, így minimális a lebukás veszélye. Az interneten keresztül a bűnözők képesek maradni anonimek, ami megnehezíti az azonosításukat és nyomozásukat az illetékes hatóságok számára. A bűncselekményeket távolról lehet elkövetni, anélkül, hogy a bűnözők személyesen részt vennének az eseményeken, ami növeli a biztonságukat és csökkenti a lebukás veszélyét. A digitális környezetben könnyebb lehet elrejteni a nyomokat, mivel a bűnözők több eszközt és módszert használhatnak a digitális nyomok eltüntetésére vagy manipulálására. Az online tér lehetővé teszi a bűnözők számára, hogy gyorsan és hatékonyan terjesszék a csalásokat vagy más bűncselekményeket, nagyobb célcsoportokat érve el rövid idő alatt. Az online térben való bűnözés előnyei és a hagyományos bűnözési formákkal szembeni kockázatok csökkentése miatt egyre vonzóbb lehetőség a bűnözők számára, és kihívást jelent az illetékes hatóságoknak az ilyen tevékenységek megelőzése és felderítése.(www.economx.hu, 2023)

2.2. Rövid Ellátási Láncok (REL)

A Rövid Élelmiszer-Ellátási Lánc (REL) fogalmát a magyar Vidékfejlesztési Program keretében a Rövid Ellátási Lánc tematikus alprogramja így határozza meg: A termelők, illetve termelői csoportosulások közvetlenül, vagy egy közvetítő személyen keresztül értékesítik élelmiszer-termékeiket a fogyasztóknak vagy fogyasztói csoportoknak(Szabó, 2014).

A jelenlegi időszakban a modern élelmiszerkereskedelem egy olyan koncentrált és telített piacot jelent, ahol a nagyobb üzletláncok uralják a piaci részesedés jelentős részét. Ugyanakkor a kisebb mezőgazdasági termelők méretbeli korlátok miatt gyakran nem, vagy csak korlátozott mértékben tudnak beszállítóvá válni az említett üzletláncoknak(Kartali, et al., 2009). Ennek következménye lehetséges az is akár, hogy kiszorulnak a piacokról. Annak ellenére, hogy a piaci koncentráció erősödik és a mezőgazdasági kistermelők létszáma csökken, Magyarországon az ezredforduló után még mindig magasnak tekinthető az egyéni értékesítők száma a mezőgazdasági szektorban(Horváth, 2010). A hagyományos élelmiszerellátási láncokkal szemben folyamatosan növekszik a helyi termékek és a rövid ellátási láncok iránti érdeklődés.(Benedek & Balázs, 2014)

A közvetlen értékesítési módszerek, valamint a rövid ellátási láncokba történő bekapcsolódás hagyományos és egyben modern lehetőséget is kínálnak a termelők számára a piaci jelenlét biztosítására. Ezek az értékesítési stratégiák lehetővé teszik számukra, hogy közvetlen kapcsolatot ápoljanak a vásárlókkal, ami erősíti a fogyasztói bizalmat és növeli az értékesítés hatékonyságát. Az Európai Unió szabályozása szerint a "rövid" ellátási láncok olyan értékesítési láncokat jelentenek, ahol a termékek közvetlenül, vagy legfeljebb egy közvetítő szereplőn keresztül jutnak el a termelőktől a végfelhasználókhoz(Kiss & Ruzskai, 2020).

Az EU-költségvetés több mint 40%-át teszi ki a Közös Agrárpolitika(Benedek & Balázs, 2014). A 2014 és 2020 közötti időszakra vonatkozó magyarországi Vidékfejlesztési Program, valamint számos belföldi és nemzetközi kutatás arra hívja fel a figyelmet, hogy a rövid ellátási láncokban értékesítő termelők többnyire kisebb méretű vállalkozások(Low & Vogel, 2012). A termelőknek többféle oka lehet arra, hogy részt vegyenek a rövid ellátási láncokban. Ezek közé tartozik a felvásárlóktól való függetlenség vágya, a magasabb jövedelem elérése(Szabó & Juhász, 2015), az által, hogy magasabb áron értékesítenek(Tudisca, et al., 2015), a felvásárlói árakhoz képest, valamint az önálló foglalkoztatás lehetősége(Falguieres, et al., 2015).

A rövid ellátási láncok fenntartható működésének alapvető feltétele az olyan vásárlói kör jelenléte, amely kész és hajlandó előnyben részesíteni a kistermelőktől származó termékeket a

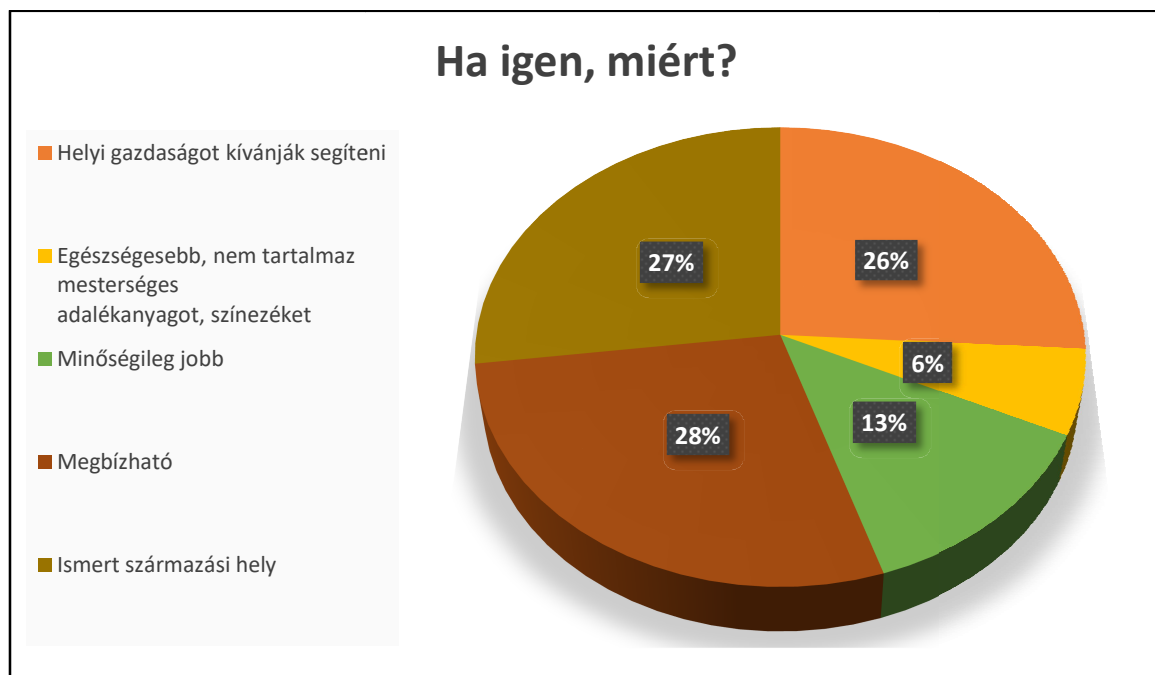
hagyományosnak nevezett árucikkkel szemben, még akkor is, ha ez esetleg magasabb árat jelent. De akad köztük olyan fogyasztói társadalom is, akik ragaszkodnak a helyi termékekhez, és semmiféleképpen nem vásárolnak nem helyi terméket, viszont ezeknek a létszáma jóval alacsonyabb.(Berg & Preston, 2017)

A működőképes élelmiszer-ellátási láncok jelentőségét az utóbbi évek eseményei, mint a pánikvásárlások és az időszakosan kiürült polcok, valamint az új, érintkezés nélküli vásárlási módok elterjedése is alátámasztják. Egyre több fogyasztó fordul a helyi termelők által biztosított alapvető élelmiszerek felé, ami a Rövid Élelmiszer-Ellátási Láncok (REL) iránti érdeklődés növekedését eredményezi a termelők körében.

A termelők számára a magasabb profit lehetősége, míg a vásárlók számára a termékek megbízhatósága és frissessége a fő motiváló tényező. A REL modellek célja, hogy a fogyasztók hozzájussanak a minőségi élelmiszerekhez közvetlenül, vagy a lehető legkevesebb közvetítőn keresztül, ami számos előnnyel jár mind a termelők, mind a vásárlók számára.(www.nak.hu, 2022)

1. ábra: A helyi élelmiszertermékek vásárlásának indokait mutatja be.

Forrás: saját szerkesztés



A helyi termékek vásárlása segíti a közösség gazdaságát, mivel a helyi termelők és élelmiszer feldolgozók a bevételüket a helyi közösségben költhetik el. Emellett a fogyasztók számára lehetőség nyílik arra, hogy közelebb kerüljenek a termelési folyamatokhoz és a természethez,

hozzáérve biztonságos, belföldi forrásból származó élelmiszerekhez. Amikor a fogyasztók közvetlenül a gyártótól vásárolnak, lehetőségük nyílik arra, hogy többet megtudjanak a termék előállításának hátteréről, ami kölcsönös bizalmi kapcsolatot eredményez. Ez a bizalom nemcsak az ismertségen alapszik, hanem több tényezőtől is függ, mint például a termelési módszerek, az alkalmazott technológia, az alapanyagok eredete, a termékek minőségi jellemzői, valamint a termelő vagy gyártó személyisége és a korábbi tapasztalatok.

Még a legtapasztaltabb termelőknek is szükségük van folyamatos képzésekre és új információkra a termelés, feldolgozás, értékesítés, marketing és a kereskedelmi trendek terén, hogy bővíthessék termékpalettájukat és szolgáltatásaikat, ezzel növelve vásárlóik körét. A termelők munkáját számos platform és informatikai szolgáltató támogatja, lehetővé téve számukra az online számlázást, fizetést és értékesítést, valamint a helyi logisztika hatékonyabbá tételét. Új képzési programok is elérhetőek, amelyek az élménygazdaságokat, a Rövid Élelmiszer-Ellátási Láncokat szervezőket támogatják, és a kamarák is kínálnak tudásátadási lehetőségeket a gazdálkodók számára.(www.nak.hu, 2022)

2.3. Covid-19 hatása

Jelentős változáson mentek keresztül a vásárlási szokások hazánkban a járvány hatására, és az online vásárlások az összes egyéb költési forma fölé emelkedtek. Ennek ellenére a magyarok körében továbbra is fennmaradt a bizonyos félelem az online visszaélésekkel kapcsolatban, ahogy azt egy friss Mastercard felmérés is kimutatta. A járványhelyzet, a bezárkózás és a távolságtartás intézkedései miatt az online vásárlások jelentősen megnövekedtek. Az emberek inkább választják az internetes platformokat a termékek és szolgáltatások beszerzéséhez. A vásárlók körében egyre nő az igény a virtuális élmények iránt, valószínűleg azért, mert az online térben keresik a kényelmes és biztonságos vásárlási élményt. Ugyanakkor a felmérés eredményei szerint a magyarok körében még mindig jelentős félelem él az online visszaélésekkel kapcsolatban. A megkérdezettek 60%-a aggodalommal tekint az online rendelésre, és ez a félelem az online vásárlások terjedését korlátozhatja. Az emberek számára kiemelkedő fontosságú a biztonság és megbízhatóság érzése az online vásárlás során. A vállalatoknak és online kiskereskedőknek kiemelt figyelmet kell fordítaniuk az adatvédelemre és a tranzakciók biztonságára, hogy csökkentsék a vásárlók aggályait. Az ellentmondások ellenére a magyarok egy része, pontosan a megkérdezettek 17%-a, még mindig hajlandó több pénzt költeni virtuális élményekre, amelyekről azt feltételezhetjük, hogy az online térben

kínált szórakoztató, digitális élményekre vagy termékekre vonatkozik. Ugyanakkor a megkérdezettek túlnyomó többsége, azaz a 91%, nagyon figyelmes azzal kapcsolatban, hogy mit és hol vásárol online.

Ez azt jelzi, hogy a fogyasztók körében továbbra is meghatározó szempont a biztonság és a megbízhatóság az online vásárlások során. Ezen kívül a megkérdezettek 84%-a hangsúlyozza az online fizetés biztonságát, és ennek érdekében inkább ismerős kereskedőknél vásárol. Ez azt jelzi, hogy a vásárlók számára a megbízható és ismert kereskedőkkel való üzletkötés fontosabb, mint az esetleges meglepő és ismeretlen forrásoktól való vásárlás, ami továbbra is fenntartja a bizalmat az online vásárlások iránt. Összességében a magyar fogyasztók online vásárlási szokásai kettős dinamikát mutatnak: egyrészt nő az igény a virtuális élményekre, másrészt pedig megerősödik a biztonság és a megbízhatóság iránti igény. A kereskedőknek és vállalatoknak ezen információk alapján kell alkalmazkodniuk és kiegyensúlyozniuk az online élmények szolgáltatását a fogyasztók biztonságigényeivel (Szabó, 2020). Az online élelmiszer-vásárlások iránti hirtelen megnövekedett kereslet következtében a kiszállítási határidők növekedtek. A kiskereskedőknek és szolgáltatóknak meg kell próbálniuk alkalmazkodni ehhez a nagyobb igényhez. A megkérdezettek több mint fele a Tesco-t választaná az online élelmiszer-vásárlásokhoz. Ez jelzi a Tesco népszerűségét és az esetleges megbízhatóságát az online kiskereskedelmi piacon. Az Auchan és a Spar is jelentős részesedést kapott az online élelmiszer-vásárlások terén. A 30%-os Auchan és a 23%-os Spar arányok azt mutatják, hogy ezek a márkák is elismertek és preferáltak a fogyasztók körében. A Reacty Digital március 12. és 15. között végzett online kérdőíves felmérése szerint az internetezők több mint harmada, azaz több mint 33% úgy tervezi, hogy az online élelmiszer-vásárlást választja a koronavírus hatása alatt. A felmérés azt sugallja, hogy a járvány hatására az online élelmiszer-vásárlás népszerűsége markánsan megnövekedhet. A koronavírus hatása alatt a fogyasztók egy része, az internetezők 33%-a tervezi, hogy az online élelmiszer-vásárlást választja. Ez a tendencia a járvány által kiváltott biztonsági és kényelmi szempontokból eredeztethető. A jelenlegi helyzet azt is sugallhatja, hogy azok, akik most először próbálják ki az online élelmiszer-vásárlást a járvány hatására, meglehetősen elégedettek lehetnek ezzel a módszerrel, és hajlandók lehetnek hosszú távon is megtartani ezt a vásárlási szokást. A felmérés arra utal, hogy az online élelmiszer-vásárlás népszerűsége a jövőben akár meg is duplázódhat. A fogyasztók számára az online vásárlás kényelmes és biztonságos alternatívát kínál a hagyományos vásárlási módokhoz képest. A fiatalabb, 30-39 éves korosztály többsége, a járvány előtt nem tekintette fontosnak vagy nem vette figyelembe az online vásárlás

lehetőségét. Ez a csoport valószínűleg a hagyományos vásárlási módokat részesítette előnyben.

Azonban az 50 év feletti korosztályban észlelhető egy növekvő nyitottság az online vásárlási lehetőségek iránt. Ennek háttérében lehet az, hogy a járványkényszerítő hatása, valamint az online vásárlások biztonságát és kényelmét keresve, a korosztály idősebb tagjai is inkább elfogadják az online vásárlást. Ezek az adatok azt sugallják, hogy a járványhelyzet komolyan befolyásolhatja a vásárlási szokásokat, és ösztönözheti azokat, akik korábban nem vettek részt az online vásárlásban, hogy kipróbálják és elfogadják ezt a módszert. A kiskereskedőknek és vállalatoknak figyelemmel kell kísérniük ezeket a változásokat, és alkalmazkodniuk kell a változó fogyasztói igényekhez.(MAGYAR NEMZET, 2020)

3. Az okoseszközök

Az "okos eszközök" vagy "okoseszközök" olyan technológiai eszközöket jelentenek, amelyek képesek adatokat gyűjteni, érzékelni, feldolgozni és/vagy kommunikálni, valamint ezek alapján önállóan vagy felhasználói beavatkozásra válaszolni. Ezek az eszközök általában internetkapcsolattal rendelkeznek, és képesek kommunikálni más eszközökkel vagy felhőalapú platformokkal. Ezek segítenek összekötni a világgal. Pár évtizeddel ezelőttig rengeteg olyan dolog elképzelhetetlen volt, amit ma már könnyedén megtehetünk. A digitalizáció napról napra minden napjaink részévé vált megkönnyítve azt. A mezőgazdaság Az ókortól kezdve a legegyszerűbb alapokon fejlődött. Elég volt egy ásó és kapa, amihez elegendő volt egy emberi jelenlét is. A fejlődésnek köszönhetően a mezőgazdaságban is megjelent a digitalizáció, okoseszközök. Pl. Az ókorban főként az állatoknak volt nagy szerepe a mezőgazdaságban, amit a mai napra teljesen kiváltottak a mezőgazdasági gépek gondolok jelen pillanatban itt pl. traktorra.

Az okoseszközök definiálása a mai világban mindenki számára más jelent, generációtól függően. Az „okos” itt a készülék képességeire, intelligenciájára utal, ami az emberség számára lehetővé teszi, hogy kommunikáljanak, adatokat gyűjtsenek, feldolgozzanak, illetve kihasználják az okoseszköz által kínált lehetőséget, amely az élet számos területén képesek használatba venni, illetve megkönnyíti az életét az adott személynek. Dolgozatomba be fogom mutatni azaz okoseszközök szerepét a mezőgazdaságban, hogyan könnyíti, hogyan egyszerűsíti, illetve gyorsítja meg a mezőgazdasági tevékenységeket a világ minden pontján. És miért hasznos, vagy épp veszélyes a mai világban használni ezt a lehetőséget. A mai világban szinte minden háztartásban megjelennek az okoseszközök. Legegyszerűbb példa rá, hogy minden embernek van mobiltelefonja. Ezekkel az okoseszközökkel tudunk akár ételt rendelni, repülő jegyet vásárolni, és minden olyan tevékenységet, ami megkönnyíti az emberi életet, gondolok itt például az egymás közti kommunikáció megteremtésével. De az okos eszközök közül a telefon számít a legelfogadottabbnak, hisz létezik már robotporszívó is, okos otthon és önvezető autó is. A világ egyre gyorsul és a mezőgazdaságnak tartania kell ezt a fejlődést, így a mezőgazdaságban is megjelennek az okos eszközök.

3.1. Az okoseszközök a mezőgazdaságban

A mezőgazdaság és az okos eszközök közötti kapcsolat egyre fontosabbá válik a modern mezőgazdasági iparban. Az okos eszközök, mint például a szenzorok, drónok, robotok és mesterséges intelligencia alapú rendszerek, forradalmasítják a mezőgazdasági folyamatokat, növelik a hatékonyságot és javítják a termelékenységet.

1. **Okos szenzorok:** Az okos szenzorok több dimenzióban is segítenek a gazdáknak. Talajnedvesség-szenzorok esetében például nemcsak a talaj víztartalma figyelhető meg, hanem a szenzorok által gyűjtött adatok alapján térképezhetők is a talajnedvesség változásai a területen. Ez lehetővé teszi a vízigényesebb és a kevésbé vízigényes növények pontos elhelyezését a területen. A pH-szint és a tápanyag-ellátottság monitorozása segít a talajtulajdonságok optimalizálásában, míg a növényi állapotfigyelő szenzorok az egészséges növények azonosítását teszik lehetővé, ami segíthet a betegségek korai észlelésében és a termelési veszteségek minimalizálásában.
2. **Okos öntözőrendszerek:** Az okos öntözőrendszerek nemcsak a talajnedvesség alapján szabályozzák az öntözést, hanem figyelembe veszik az időjárási viszonyokat és a növények vízigényét is. Ez dinamikus öntözést tesz lehetővé, amely reagál az aktuális körülményekre és minimalizálja a vízpazarlást. Például a csapadék előrejelzése alapján az öntözőrendszerek csökkenthetik vagy akár megszüntethetik az öntözést, ha várhatóan eső lesz a következő napokban. Ezenkívül az öntözőrendszer adatokat gyűjthet az öntözés hatékonyságáról és a talajnedvesség alakulásáról, ami segíthet a vízfelhasználás optimalizálásában és a növények optimális fejlődésének biztosításában.
3. **Okos traktorok és gépek:** Az önvezető traktorok és robotok nemcsak a munkaerőigényt csökkentik, hanem a munkaidőt is hatékonyabban használják fel. Az önvezető traktorok például képesek automatikusan navigálni a mezőn, az előre beprogramozott útvonalakon vagy akár az élő térképek alapján, minimalizálva a gépi hibák és a területredundanciák lehetőségét. A robotok pedig precízen végzik el a kijelölt feladatokat, például a vetést vagy a permetezést, minimalizálva a vegyszerek és a vetőmag pazarlását, valamint növelve a termelési hatékonyságot.
4. **Okos döntéstámogató rendszerek:** Az okos döntéstámogató rendszerek általában több forrásból gyűjtenek adatokat, például szenzorokból, drónokból és műholdas

képekből. Ezek az adatok összetett elemzési alapokon keresztül segítik a gazdákat abban, hogy jobban megértsék a mezőgazdasági folyamatokat és döntéseiket hatékonyabban hozhassák meg. Például az adatok elemzése alapján javaslatokat tehetnek a termesztendő növények kiválasztására, a termőföld optimalizálására vagy akár a kártevők és betegségek elleni védekezési stratégiák kidolgozására.

Az okos eszközök alkalmazása a mezőgazdaságban összetett és sokrétű, és számos előnnyel jár a gazdák számára. Ezek az eszközök nemcsak a termelékenységet és a profitot növelik, hanem segítenek a fenntartható és hatékony mezőgazdasági gyakorlatok kialakításában is.

Mindezek figyelembevételével mellett kiemelkedő fontosságú, hogy a mezőgazdasági szektor folyamatosan nyitott legyen az innovációra és a technológiai fejlesztésekre. A gyorsan változó globális környezeti és piaci feltételek mellett csak azok a gazdák és vállalatok maradnak versenyképesek, akik képesek alkalmazkodni az új technológiákhoz és módszerekhez. Ezért az innovációra és a technológiai fejlődésre való folyamatos nyitottság kulcsfontosságú a mezőgazdasági szektor fenntartható fejlődése és az élelmiszerbiztonság megőrzése szempontjából.

4. Kihívások a mezőgazdasági szektorban

A mezőgazdaság és a modern technológia, különösen az okos eszközök és a földrajzi hely kapcsolata, ma rendkívül fontos a mezőgazdasági szektor szempontjából. Több kihívással szembesül a mezőgazdaság és az okos technológiák és a helyspecifikus megközelítés segíthetnek ezeknek a kihívásoknak a leküzdésében. Néhány fő ok, amiért a téma fontos, és milyen kihívásokra keresünk válaszokat:

1. Növekvő Néesség és Élelmiszerbiztonság:

- Kihívás: A világ népessége folyamatosan nő, és a mezőgazdaságnak növelnie kell a termelékenységet az élelmiszerellátás biztosítása érdekében.
- Válasz: Az okos technológiák segíthetnek optimalizálni a termelési folyamatokat, növelni a terméshozamot, és így hozzájárulni az élelmiszerbiztonság fenntartásához.

2. Erőforrások Hatékonyabb Felhasználása:

1. Kihívás: A víz, a talaj és más mezőgazdasági erőforrások korlátozottak, és hatékonyabb felhasználásra van szükség.
2. Válasz: Az okos eszközök segítik a precíziós mezőgazdaságot, amely lehetővé teszi az erőforrások pontosabb és hatékonyabb felhasználását.

3. Környezeti Fenntarthatóság:

- Kihívás: A mezőgazdaság jelentős hatással van a környezetre, beleértve a víz- és talajszennyezést, a klímaváltozást.
- Válasz: Az okos technológiák segítenek csökkenteni a környezeti terhelést, például pontosabb öntözéssel, kevesebb vegyszerhasználattal és fenntarthatóbb termesztési gyakorlatokkal.

4. Globális Piaci Verseny:

- Kihívás: A mezőgazdasági termelőknek versenyképesnek kell lenniük a globális piacon.

- Válasz: Az okos technológiák segíthetnek növelni a termelékenységet, javítani a termékek minőségét, és így versenyképesebbé tenni a termelőket a nemzetközi piacon.

5. Klímaváltozás és Extrém Időjárási Események:

- Kihívás: A klímaváltozás hatásai, például szélsőséges időjárási események, kihívást jelentenek a mezőgazdasági termelés számára.
- Válasz: Az okos eszközök lehetővé teszik a gyorsabb és rugalmasabb reagálást az időjárási változásokra, például pontosabb öntözéssel vagy betakarítási időpontok optimalizálásával.

Ezen kihívásokra való válaszok keresése és az okos technológiák, valamint a földrajzi hely szorosabb integrálása lehetővé teheti a mezőgazdasági szektor számára, hogy fenntarthatóbb, hatékonyabb és ellenállóbb legyen a változó környezeti feltételekkel szemben. Ezen túlmenően, az ilyen megközelítések segíthetnek a mezőgazdaság globális fenntarthatóságának előmozdításában és az élelmiszertermelés hosszú távú biztonságának biztosításában.

Az élelmiszerek beszerzését az emberek jelentős részét megváltoztatta a Covid-19 időszak, mely jelenlétével elnehezítették a lehetőséget arra, hogy az emberek érintkezés nélkül hozzájuthassanak a termékekhez, így veszélyeztetve saját életüket, családjuk életét. Ezért fontos szerepet kapott a rövid ellátási láncok rendszere, amelynek fontossága az, hogy a termékek vagy szolgáltatások a termelőtől közvetlenül vagy minimális közvetítőn keresztül érkeznek meg a fogyasztókhoz, minimalizálva így a kockázatát annak a veszélynek, hogy érintkezzenek.

1. Cél: Rövid ellátási lánc, e-commerce vagyis elektronikus kereskedelem fontosságának, hasznának bebizonyítása
2. Cél: Hazai gazdák támogatása, fenntartása
3. Cél: Covid-19 hatásának bemutatása hazánkban

4.1. A földrajzi hely szerepe

A földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban kiemelkedő fontosságú, hiszen számos tényező befolyásolja és meghatározza a termelés sikerét és hatékonyságát. A földrajzi helyzet magában foglalja a terület klimatikus, topográfiai, talaj- és vízviszonyait, valamint az

infrastrukturális és piaci lehetőségeket is. Ezek összetett módon hatnak egymásra, és meghatározzák, hogy egy adott terület milyen mértékben alkalmas a mezőgazdasági tevékenységek végzésére, valamint milyen típusú növények vagy állatok termeszthetők, tenyészthetők ott.

Az egyik legfontosabb szempont a mezőgazdasági tevékenység szempontjából a klíma. A hőmérséklet, csapadék mennyisége és eloszlása, valamint a napsütéses órák száma alapvetően befolyásolják, hogy milyen növények termeszthetők egy adott területen, és milyen termés hozam várható. Például, a trópusi éghajlati övezetekben meleg és nedves környezet jellemző, ezért különféle trópusi gyümölcsök és növények termeszthetők itt, míg a sarkvidéki területeken a hideg és rövid nyári időszakok miatt a mezőgazdasági tevékenység korlátozottabb.

A talajviszonyok szintén meghatározóak a mezőgazdasági termelés szempontjából. A talaj típusa, szerkezete, tápanyagtartalma és pH-értéke befolyásolja, hogy milyen növények termeszthetők és milyen termés hozam várható egy adott területen. Például, homokos talajokon könnyebben átjut a víz, de gyakran szegények tápanyagokban, míg agyagos talajok jobban megőrzik a nedvességet, de nehezebbek a megmunkálásuk és könnyen pangnak rajtuk a víz.

A vízforrások jelenléte és hozzáférhetősége is alapvető fontosságú a mezőgazdasági termelés szempontjából. A megfelelő öntözési lehetőségek és vízgazdálkodás nélkülözhetetlenek a növények megfelelő fejlődéséhez és a termés hozam maximalizálásához, különösen olyan területeken, ahol kevés csapadék esik vagy időszakos a vízellátás.

Az infrastruktúra és a piaci lehetőségek is nagy szerepet játszanak a mezőgazdasági termelés sikerében. Az olyan tényezők, mint az úthálózat, a szállítási és raktározási infrastruktúra, valamint a piaci elérhetőség, meghatározzák, hogy a termelők hogyan tudják értékesíteni a terményeiket, és milyen mértékben tudnak részt venni a globális vagy regionális piacokon.

Összességében tehát a földrajzi helyzet számos tényezőkön keresztül befolyásolja a mezőgazdasági termelés sikeres és hatékony végzését, és ezért kiemelkedő fontosságú annak megértése és figyelembevétele a mezőgazdasági tervezés és gyakorlat során.

4.2. Mit is jelent a digitalizáció?

A digitalizáció. „Az a folyamat, amikor egy fizikai mennyiséget valamilyen módon számítógéppel feldolgozhatóvá teszünk.”³

A digitalizációval összefügg a földrajzi hely meghatározása is. A címem második része a földrajzi hely szerepe.

Digitalizáció megjelenése előtt az embereknek sokkal nehezebb dolguk volt a helyzetük meghatározásához, melyet leegyszerűsített az okos telefonok és GPS-ek megjelenése, amely mai napig kihat az emberek tájékozódására.

A mezőgazdaság és a modern technológia együttes alkalmazása lehetőségeket kínál a hatékonyabb, gazdaságosabb és környezetbarátabb mezőgazdasági termelésre. Ez a szoros kapcsolat kulcsfontosságú a jövő mezőgazdasági kihívásainak kezelésében és az élelmiszerbiztonság fenntartásában.

³<https://hu.wiktionary.org/wiki/digitalizálás>

5. Anyag és módszer

A kutatási céljaim teljes körű vizsgálatát azzal segítettem elő, hogy részletesen feldolgoztam a témával kapcsolatos hazai és külföldi szakirodalmakat, valamint tudományos cikkeket. Ez a módszer lehetővé tette, hogy alaposan megismerjem és elemezzem az elérhető ismeretanyagot, így biztosítva kutatásom széleskörű és mélyreható alapjait.

Az e-kereskedelem felemelkedése radikálisan megváltoztatta az emberek vásárlási szokásait és a gazdasági tevékenység módját. A mezőgazdasági ágazat sem maradt ki ebből a változásból, és egyre inkább nyitott az elektronikus kereskedelem felé. A kutatásom célja az, hogy alaposan elemezze és dokumentálja az e-kereskedelem által hozott előnyöket és könnyítéseket a mezőgazdasági tevékenységben.

Az e-kereskedelem megjelenése a mezőgazdaságban számos területen hozott változásokat és könnyítéseket. Először is, az online piacok és webáruházak lehetővé teszik a mezőgazdasági termékek és termények könnyebb elérhetőségét a vásárlók számára. Nem kell többé fizikailag felkeresni a piacokat vagy a különböző eladókat, hogy megvásároljanak egy adott terméket. Csak egy internetkapcsolat és egy böngésző szükséges az áru kiválasztásához és megrendeléséhez.

Az e-kereskedelem másik nagy előnye a mezőgazdasági termékek sokszínű választékának elérhetősége. Az online piacok és webáruházak általában széles skáláját kínálják a friss terményeknek, konzerveknek, feldolgozott élelmiszereknek és egyéb mezőgazdasági termékeknek, lehetővé téve a vásárlók számára, hogy könnyen megtalálják és megvásárolják az igényeiknek megfelelő termékeket.

Ezen kívül az e-kereskedelem megkönnyíti a mezőgazdasági termelők és kisüzletek számára a termékeik piacra juttatását. Míg korábban a helyi piacokon vagy közvetítőkön keresztül értékesítették a terményeiket, az e-kereskedelem lehetővé teszi számukra, hogy közvetlenül elérjék a vásárlókat, csökkentve a közvetítővel járó költségeket és elkerülve az esetleges árrés emelkedését.

A hazai termékek iránti preferencia egy olyan jelenség, amely világszerte megfigyelhető és számos tényező eredményeként alakult ki. Ennek hátterében többek között gazdasági, társadalmi, környezeti és pszichológiai okok állnak. Az emberek hajlandósága több pénzt fizetni a helyi termékekért különösen fontos a mezőgazdasági szektorban, ahol az élelmiszer-

előállítás és -fogyasztás közvetlenül érinti a közösségeket. Kulcsfontosságú okai lehetnek ezeknek a jelenségeknek, mint például beszélhetünk gazdasági hűségéről.

A fogyasztók gyakran úgy érzik, hogy a helyi termékek vásárlásával támogatják a helyi gazdaságot és azon kisvállalkozásokat, amelyek fontos szerepet játszanak a közösség életében. Ez a támogatás nemcsak gazdasági előnyökkel jár, hanem elősegíti a munkahelyteremtést és a helyi vállalkozások fenntarthatóságát is.

Szerepet játszik ezen okok között a minőség és frissesség is, mivel a helyi termékek gyakran frissebbek és így megfelelőbb minőséggel rendelkeznek, mivel rövidebb utat tesznek meg a termelőtől a fogyasztóig. A rövid ellátási lánc lehetővé teszi, hogy a termékek kevesebb konzerválószerrel és kezeléssel kerüljenek a fogyasztókhoz, ami javítja az ízüket és tápértéküket.

Fontos megemlíteni még a bizalmat, mert a fogyasztók nagyobb bizalmat szavaznak a helyi termelőknek, mert úgy érzik, jobban ellenőrizhető a termelési folyamat, és könnyebben tájékozódhatnak a termelési körülményekről. Ez a bizalom növeli a készséget arra, hogy többet fizessenek a termékekért.

Illetve az egészségügyi megfontolásból is döntenek úgy, hogy inkább a helyi termékekre fektetnek nagyobb hangsúlyt, mivel sokan úgy vélik, hogy a helyi termékek kevésbé vannak kitéve vegyszereknek és tartósítószernek, ami egészségesebbé teszi azokat. Ez a meggyőződés szintén hozzájárul ahhoz, hogy az emberek többet hajlandóak fizetni értük.

Az elmúlt évek során számos kutatás zajlott, amelyek során a fogyasztókat arról kérdezték, hogy milyen szokásokat alakítottak ki a helyi termékek fogyasztása kapcsán. Magyarországon jelentős hagyománya van a fogyasztói magatartás vizsgálatának, és e téma széles körű szakirodalommal rendelkezik (Törőcsik, 2016).

Módszereim között szerepel, hogy a jelenlegi munkám lehetőséget biztosít arra, hogy gyorsan és hatékonyan kérdéseket tegyek fel vevőinknek és viszonteladóinknak. Ezek a kérdések elsősorban a digitalizációhoz való viszonyukat, annak életükre gyakorolt hatását és a Covid-19 járvány alatti vállalkozói megoldásaikat célozzák.

A digitalizációhoz való hozzáállásukat és a digitalizáció életükre gyakorolt hatását firtató kérdéseim segítenek megérteni, hogyan látják ezt a folyamatot, és hogy elősegíti-e vagy épp nehezíti-e mindennapi tevékenységüket.

A Covid-19 hullámok alatt tett vállalkozói megoldásaikról folytatott beszélgetéseim célja, hogy megtudjam, hogyan sikerült megtartaniuk vállalkozásaikat a megszorítások és bezárások idején. Ez segít abban, hogy megismerjem azokat a kreatív és hatékony megoldásokat, amelyekkel sikeresen alkalmazkodtak a változó körülményekhez és fenntartották üzleti tevékenységüket.

Beszélgetéseim során a rövid ellátási lánc és az e-kereskedelem témája is felmerül, és érdekel, hogy a vállalkozók miként állnak hozzá ezekhez a lehetőségekhez. Kíváncsi vagyok, hogy hogyan látják ezeket az eszközöket az üzletük növekedése vagy fenntartása szempontjából.

Arra törekszem, hogy megértsem, milyen javaslatokat tudnának adni azoknak, akik most ismerkednek a rövid ellátási lánc vagy az e-kereskedelem világával, vagy akik félnek belevágni ezekbe a területekbe. Fontosnak tartom megismerni azokat az ötleteket és módszereket, amelyekkel könnyebbé tehető az e-kereskedelembé való belépés vagy a rövid ellátási láncok kiépítése, és hogyan lehet ezeket hatékonyan alkalmazni a gyakorlatban.

Összegyűjtöttem és elemzés alá vettem az általam folytatott beszélgetések során szerzett adatokat, majd létrehoztam egy táblázatot ezek alapján. Ez a vizualizáció segít összehasonlítani és jellemezni az e-kereskedelem és a rövid ellátási láncokkal kapcsolatos véleményeket és javaslatokat.

A következő fejezetben pedig összehasonlítom ezeket az adatokat az általam átolvasott szakirodalmakban és értelmezett cikkekben talált információkkal. Célom, hogy mélyebb megértést nyerjek arról, hogyan lehetne hatékonyabban kihasználni az e-kereskedelem és a rövid ellátási láncok lehetőségeit, valamint, hogy milyen lépések szükségesek a sikeres bevezetésükhöz és alkalmazásukhoz.

6. Eredmények és értékelésük

A kutatási területet és annak fontosságát is jól megvilágítja a szakdolgozatom. Az e-kereskedelem és a helyi termékek iránti preferencia közötti kapcsolat feltárása kiemelten fontos, mivel ezek a tényezők meghatározóak lehetnek a mezőgazdasági szektor versenyképességében és fenntarthatóságában.

Széles körű irodalmi áttekintést és empirikus kutatási módszereket alkalmaztam a téma részletes megértése és elemzése érdekében. Az e-kereskedelem és a helyi termékek preferenciája közötti összefüggések bemutatása segíthet új megközelítések és stratégiák kialakításában a mezőgazdasági termelés és kiskereskedelem területén.

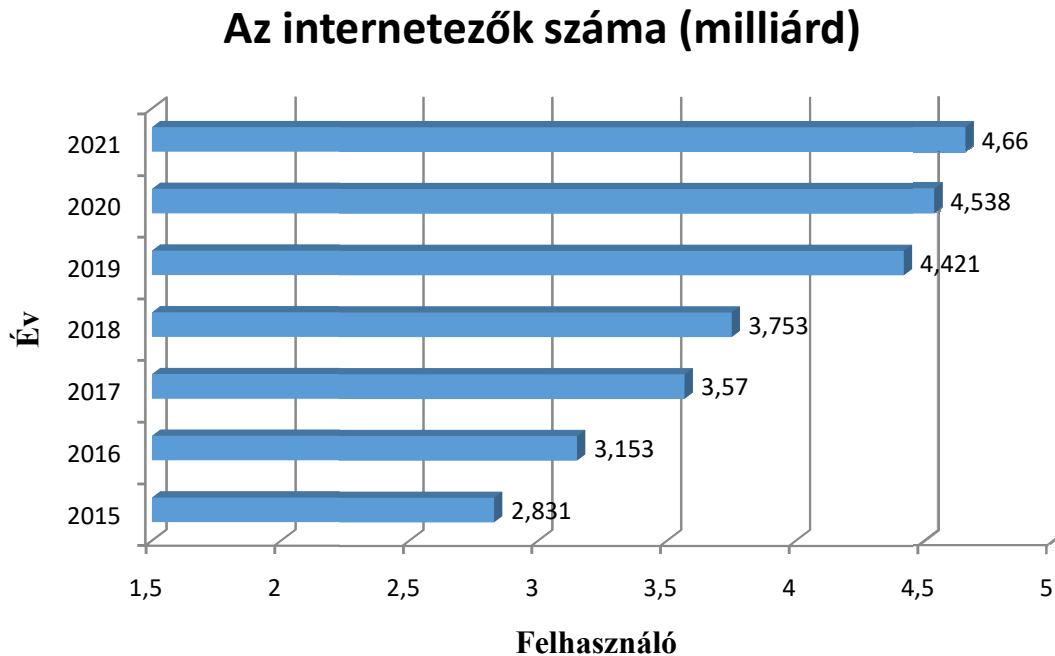
Az adatok összegyűjtése és elemzése lehetővé teszi az olvasó számára, hogy mélyebb betekintést nyerjen a vásárlói szokásokba és az üzleti döntések mögötti motivációkba.

A továbbiakban a vizualizáció és az adatok összehasonlítása a szakirodalomban található információkkal segíthet az olvasó számára abban, hogy átfogó és alapos következtetéseket vonjon le. Ez a lépés kulcsfontosságú lehet az új stratégiák és ajánlások kidolgozásában a mezőgazdasági termelők és kiskereskedők számára.

Az elmúlt évek tapasztalatai és saját megfigyeléseim alapján azt tapasztaltam, hogy az emberek egyre nyitottabbá válnak az e-kereskedelem felé. Ez részben annak köszönhető, hogy a mindennapi életünk egyre inkább az emberi kényelem irányába tolódik el, és az online vásárlás képessége arra, hogy kihasználja az emberi hajlamot a kényelemre, jelentős előnyt jelent a hagyományos kereskedelmi formákhoz képest. Az e-kereskedelem így nem csupán egy alternatív vásárlási mód marad, hanem egyre inkább előtérbe kerül, mivel képes megkönnyíteni a felhasználók életét azáltal, hogy időt, energiát spórol meg számukra, és lehetővé teszi a termékek és szolgáltatások széles választékának gyors és kényelmes böngészését, összehasonlítását és megvásárlását otthonuk kényelméből. Ezen felül az e-kereskedelem egyre inkább része lesz a fogyasztói magatartásnak és vásárlási szokásoknak, ami hosszú távon átformálja a kiskereskedelmi piacot és új üzleti lehetőségeket teremt a vállalkozások számára. Az online kereskedőknek ezért fontos, hogy megértsék a fogyasztói igényeket és azokat hatékonyan szolgálják ki, kihasználva a digitális technológiák nyújtotta lehetőségeket.

2. ábra: Az internetezők számát mutatja meg milliárdos nagyságban, évre lebontva.

Forrás: Saját szerkesztés, KEMP (2021) alapján, Füzesi I. – Csordás A. – Felföldi J. – A németországi termelői boltok online marketing tevékenysége



Ahogy a készített diagramomon is látható, érdekes tendencia figyelhető meg az internet felhasználók számának alakulásában az elmúlt évek során. Az adatok egyértelműen mutatják, hogy évről évre növekszik azoknak az embereknek a száma, akik aktívan használják az internetet. Ez a folyamatos növekedés számos tényezőnek köszönhető, többek között a technológiai fejlődésnek, az oktatás terjedésének, valamint annak, hogy az internet egyre inkább hozzáférhető és megfizethető széles tömegek számára.

Ez a növekedési trend nem csak a fiatalabb korosztályokra jellemző, hanem az idősebb generációk körében is egyre több az internetező. Ennek oka részben az, hogy az idősebbek is felismerik az internet által nyújtott lehetőségeket, legyen szó kommunikációról, információszerezésről vagy akár online vásárlásról. A digitalizáció ezen előretörése jelentős változásokat hoz a gazdasági és társadalmi struktúrákban egyaránt, amelyek hatással vannak a munkaerőpiacra, az oktatásra és a mindennapi élet számos egyéb területére. Ezen kívül az internetezők számának növekedése jelzi, hogy egyre több a digitális eszközökhöz való hozzáférés, ami lehetővé teszi, hogy az emberek szélesebb körben és intenzívebben vegyenek részt a digitális világban. Ez a trend különösen fontos az e-kereskedelem és az online szolgáltatások szempontjából, mivel egy nagyobb és sokszínűbb felhasználói bázis jelent meg

a piacon, ami új lehetőségeket és kihívásokat teremt a vállalkozások számára. Az internetezők számának növekedése így összességében fontos indikátora és hajtóereje a digitális átalakulásnak.

A kutatásaim során alaposan megvizsgáltam a rövid ellátási láncok jelentőségét és működését, amelyekből kiderült, hogy ezekben a láncokban kiemelt szerepet játszanak a kiválasztott termékek, valamint az is, hogy ezeket mely termelők szolgáltatják. A rövid ellátási láncok, amelyek jellemzően helyi termelőktől a fogyasztókhöz közvetlenül vagy kevés közvetítői lépéssel juttatják el az árut, különösen fontosak lehetnek azáltal, hogy frissességet, minőséget és nyomon követhetőséget biztosítanak. Ez lehetővé teszi a fogyasztók számára, hogy pontosabban tudják, honnan származnak az általuk vásárolt termékek, milyen körülmények között termelték azokat, és milyen társadalmi és környezeti hatásai vannak a termelési folyamatoknak. Az ilyen típusú információk növelik a fogyasztói bizalmat és hozzájárulnak a fenntartható fogyasztási minták előmozdításához.

A rövid ellátási láncokban való részvétel motivációi változatosak és többértékűek lehetnek, amint azt a szakirodalom is alátámasztja. Az érintett termelők és szolgáltatók számára az egyik legfőbb vonzerő a nagyobb függetlenség lehet a nagykereskedelmi felvásárlóktól. Ezáltal képesek saját termékeiket közvetlenül a fogyasztóknak értékesíteni, ami gyakran magasabb árak elérését teszi lehetővé a termékekért, ellentétben azzal, amit a hagyományos, hosszabb ellátási láncokban kaphatnának. Ez a magasabb értékesítési árjelentős mértékben növelheti a termelők jövedelmét és hozzájárulhat gazdasági stabilitásukhoz.

Ezen kívül a rövid ellátási láncok résztvevői gyakran tapasztalhatnak pozitív hatásokat a foglalkoztatás terén is, mivel a helyi piacokra történő értékesítés több munkahelyet igényelhet a termelés, feldolgozás és közvetlen értékesítés szintjein. A helyi gazdaságok így erősödhetnek, aminek következtében javulhat a közösségek gazdasági jóléte.

A rövid ellátási láncok nem csak gazdasági előnyöket nyújtanak, hanem elősegíthetik a fenntarthatóságát és az ökológiai lábnyom csökkentését is, hiszen a termékek rövidebb utat tesznek meg a termelőtől a fogyasztóig, csökkentve ezzel a szállításhoz szükséges energiafelhasználást és kibocsátást. Emellett lehetővé teszik a termelők számára, hogy közvetlen kapcsolatot teremtsenek elő a náluk vásárlókkal, ami fokozza a fogyasztói bizalmat és elégedettséget, tovább erősítve a helyi gazdaságokat.

A rövid ellátási láncok olyan rendszerek, amelyekben a termelők közvetlenül értékesítik a termékeiket a fogyasztóknak anélkül, hogy hosszú közvetítői láncokon keresztül kellene áthaladniuk. Ezek a láncok lehetővé teszik a helyi termelőknek, hogy közvetlen kapcsolatba lépjenek a vásárlókkal, például a helyi piacokon, közvetlen értékesítési pontokon vagy online platformokon keresztül.

A rövid ellátási láncoknak (REL) számos előnye van, amelyek fontosak lehetnek a helyi gazdaságok és a fenntartható élelmiszerrendszerek szempontjából.

Az alábbi diagramot értelmezve

Előnyök:

1. **Termékek frissessége és minősége:** A REL lehetővé teszi a termelőknek, hogy közvetlenül értékesítsék termékeiket a fogyasztóknak, minimalizálva ezzel a távolságokat és az időt, amíg a termék a termelőtől a fogyasztóig eljut. Ezáltal a termékek frissebbek maradnak, és jobb minőséget kínálnak a vásárlóknak.
2. **Közvetlen kapcsolat a termelők és a vásárlók között:** A REL lehetőséget ad a fogyasztóknak, hogy megismerjék a termelőket, és közvetlen kapcsolatba lépjenek velük. Ez a bizalom és az összetartozás érzését eredményezheti a közösség és a termelők között.
3. **Helyi gazdaság támogatása:** A REL segít a helyi gazdaságok erősítésében, mivel a termelők közvetlenül a helyi piacokra értékesíthetik termékeiket. Ez növeli a helyi vállalkozások sikerét és hozzájárul a munkahelyteremtéshez.
4. **Környezeti fenntarthatóság:** A rövid ellátási láncok csökkentik a szállítási távolságokat és a közvetítők számát, ezáltal csökkentve a szén-dioxid-kibocsátást és más környezeti hatásokat, ami hozzájárul a fenntartható élelmiszerrendszerek kialakításához.

Azonban a rövid ellátási láncoknak vannak néhány potenciális hátránya is:

Hátrányok:

1. **Infrastrukturális korlátok:** Kisvállalkozások számára lehet kihívás megfelelő infrastruktúrát biztosítani a termékek tárolásához és szállításához.

2. **Piachoz való hozzáférés nehézségei:** A REL-n keresztülértékesítő termelőknek kihívást jelenthet a piacra jutás, különösen azokon a területeken, ahol erős a nagyobb élelmiszerláncok jelenléte.
3. **Átláthatóság és ellenőrzés:** A REL közvetlen termelő-fogyasztó kapcsolatát nehéz lehet ellenőrizni és szabályozni az élelmiszerbiztonság és a minőség szempontjából.
4. **Árverseny:** A REL-ben részt vevő kis termelők versenyhátrányba kerülhetnek az ár versenyben a nagyobb élelmiszerláncokkal szemben, mivel azok jelentős méretű beszállítói kapcsolatokkal és gazdaságosabb méretekkel rendelkezhetnek.

Bár a rövid ellátási láncok számos előnnyel járnak a helyi gazdaságok és a fenntartható élelmiszerrendszerek szempontjából, fontos figyelembe venni a kihívásokat és az esetleges korlátokat is a megvalósításuk során.

A rövid ellátási láncok (REL) alkalmazása során számos kihívással kell szembenézniük a termelőknek és a vállalkozásoknak. Az alábbiakban néhány ilyen kihívást és azok lehetséges megoldásait ismertetem:

Kihívások:

1. **Infrastrukturális korlátok:** Kisvállalkozásoknak gyakran nehéz megfelelő tárolóhelyet és szállítási infrastruktúrát biztosítaniuk ahhoz, hogy hatékonyan működjenek a rövid ellátási láncokban.
2. **Piachoz való hozzáférés nehézségei:** A REL-en keresztül értékesítő termelőknek kihívást jelenthet piaci pozíciójuk megszerzése és fenntartása, különösen a nagyobb élelmiszerláncok dominanciája mellett.
3. **Átláthatóság és minőségellenőrzés:** Fontos, hogy a REL-en keresztül értékesített termékek minősége és élelmiszerbiztonsága megfelelően ellenőrzött legyen. Az átláthatóság hiánya és az ellenőrzés nehézségei kockázatot jelenthetnek a fogyasztók számára.
4. **Versenyhátrány a nagyobb élelmiszerláncokkal szemben:** Kisvállalkozásoknak nehézséget okozhat a verseny nagyobb élelmiszerláncokkal szemben, mivel azok jelentős méretű beszállítói kapcsolatokkal és gazdaságosabb méretekkel rendelkezhetnek.

Megoldások:

1. **Közösségi infrastruktúra fejlesztése:** Kisvállalkozások és termelők összefogása a közösségi infrastruktúra fejlesztésére, például közös tárolóhelyek, szállítóeszközök vagy logisztikai központok létrehozásával segíthet a kihívások leküzdésében.
2. **Alternatív értékesítési csatornák keresése:** A termelőknek érdemes lehet alternatív értékesítési csatornákat keresniük, például közvetlen értékesítést a piacokon, közvetítők vagy regionális élelmiszerhálózatok révén.
3. **Technológiai megoldások alkalmazása:** Az információs technológia és az adatelemzés alkalmazása segíthet az átláthatóság és a minőségellenőrzés javításában, valamint a fogyasztók számára nyújtott információk bővítésében.
4. **Együttműködés a nagyobb élelmiszerláncokkal:** Egyes esetekben a kisvállalkozásoknak előnyös lehet együttműködniük a nagyobb élelmiszerláncokkal, például helyi beszállítóként, vagy partnerségeket kötniük olyan vállalatokkal, amelyek támogatják a helyi termelőket és a fenntartható élelmiszerrendszereket.

Ezen megoldások alkalmazása segíthet a rövid ellátási láncok hatékonyabbá és fenntarthatóbbá tételében, miközben elősegíti a helyi gazdaságok erősödését és a fenntartható élelmiszerrendszerek kialakítását.

Az értékelés során fontos figyelembe venni a rövid ellátási láncok előnyeit és korlátait egyaránt. Bár javítják a helyi gazdaságokat és támogatják a fenntartható termelést, lehetnek kihívások is, például a kisvállalkozások infrastrukturális korlátai vagy a piachoz való hozzáférés nehézségei. Összességében azonban a rövid ellátási láncok fontos szerepet játszhatnak a fenntartható élelmiszerrendszer kialakításában és a közösségek erősítésében (1. táblázat).

1. táblázat: A rövid ellátási láncok térbeli kiterjedése és az értékesítési mechanizmusok
(Forrás: *A rövid ellátási láncok szociökonomiai hatásai – Benedek Zsófia – Balázs Bálint*)

Közvetlen kapcsolatalapú értékesítés	Közösségi marketingalapú értékesítés	Kiterjesztett ellátási lánc
Termelői piac	Termelői szövetkezeti boltok	Védett eredet, specialitások
Út menti értékesítés	Fogyasztói szövetkezeti boltok	Minőségbiztosítási rendszerek
Gazdaudvari értékesítés	Közösség támogatta mezőgazdaság	Tanúsítványok, védjegyek
Szedd magad	Értékesítés helyi vendéglátóknak	
Vendégasztal	Beszállítás helyi közétkeztetésbe	
Házhoz szállítás	Értékesítés helyi termékpolton (helyi termékpolcon) keresztül	
Webáruház	Regionális termékek (nyers és feldolgozott élelmiszerek)	
Dobozrendszer	Tematikus utak, termékutak, kamratúrák Fesztiválok, búcsúk Értékesítés kivándoroltaknak, specializált boltokban	

A 2014-es magyar vidékfejlesztési program különös figyelmet szentel azon termelőknek, akik a rövid ellátási láncok fontos szereplői, de gyakran szembesülnek hátrányokkal az érdekérvényesítés területén. Ezek a termelők általában a piac legkisebb aktorai közé tartoznak, és korlátozott erőforrásokkal és ismeretekkel rendelkeznek az összetett együttműködési rendszerek hatékony használatához. A program ezért hangsúlyozza annak szükségességét, hogy ezek a kisebb gazdálkodók hozzáférjenek egy speciálisan számukra kialakított, könnyen érthető és célzott támogatási kerethez, amely konkrét problémáikra és fejlesztési szükségleteikre összpontosít.

Ez a megközelítés elismeri, hogy a rövid ellátási láncokban részt vevő kis termelők létfontosságú szerepet játszanak a helyi gazdaságokban és a vidéki közösségek fenntarthatóságában. Azonban az érdekérvényesítési képességük gyengesége és az együttműködési rendszerekhez való hozzáférésük hiányosságai jelentős kihívások elé állítják őket. A program célja, hogy ezeket a kihívásokat kezelje egy átlátható, jól strukturált alprogrammal, amely kifejezetten a rövid ellátási láncokban érintett kis termelők számára lett kialakítva.

Az ilyen típusú speciális támogatási keret lehetővé teszi a termelők számára, hogy javítsák technikai ismereteiket, növeljék termelési kapacitásaikat és erősítsék piaci pozíciójukat. Ezáltal nem csak az egyéni gazdálkodók profitálnak, hanem a vidéki területek gazdasági és társadalmi szövetének erősítéséhez is hozzájárulnak, elősegítve a helyi termékek piacra jutását és a fenntartható fejlődést. A program így közvetlenül támogatja a rurális területek revitalizációját és hozzájárul a nemzeti gazdaság diverzifikálásához és stabilizálásához.

Az általam kiválasztott kisvevőkkel és viszonteladókkal folytatott részletes beszélgetések során elsősorban az e-kereskedelemmel kapcsolatos véleményekre és tapasztalatokra, valamint a rövid ellátási láncok használatának és támogatásának lehetőségeire koncentráltam. Emellett kitértem arra is, hogyan élték meg a gazdák a COVID-19 járványt, milyen kihívásokkal és lehetőségekkel kellett szembe nézniük ebben az időszakban.

A beszélgetések során kiderült, hogy a kisvevők és viszonteladók egy része kezdetben szkeptikus volt az e-kereskedelemmel kapcsolatban, azonban a járvány hatására sokan felismerték ennek a csatornának a fontosságát és hasznosságát. A járvány alatt bekövetkezett piaci változások és a vásárlói szokások gyors átalakulása miatt egyre több termelő és kereskedő látta szükségesnek az online térben való részvételt. Ez a tendencia jelentősen megkönnyítette a termékek piacra juttatását, különösen, amikor a fizikai értékesítési pontok hozzáférhetősége korlátozottá vált.

A rövid ellátási láncok használatával kapcsolatban a megkérdezettek többsége pozitívan nyilatkozott, kiemelve, hogy ezek a láncok lehetővé teszik a gyorsabb és hatékonyabb reagálást a piaci igényekre, csökkentik a logisztikai költségeket és növelik a termékek frissességét. Ezenfelül sokan említették a helyi és regionális támogatási programokat, amelyek célja a rövid ellátási láncok erősítése és a helyi gazdaságok támogatása, például adókedvezmények, marketingtámogatás és technológiai fejlesztések formájában.

A COVID-19 járvány kapcsán a gazdák többsége arról számolt be, hogy bár jelentős kihívásokkal kellett szembenézniük, mint például a munkaerőhiány, a logisztikai akadályok és a piaci bizonytalanságok, azonban a válság új lehetőségeket is hozott számukra. Sokan kihasználták a helyzetet a digitális átállásra, új értékesítési stratégiák kidolgozására és a közvetlen fogyasztói kapcsolatok erősítésére. Az ilyen adaptív stratégiák segítettek nekik

abban, hogy túljussanak a nehéz időszakon és még erősebb piaci pozíciót alakítsanak ki a járvány után.

Összességében ezek a megbeszélések rámutattak arra, hogy az e-kereskedelem, a rövid ellátási láncok támogatása és a pandémia által okozott válsághelyzetek kezelése kulcsfontosságú tényezők a kisvevők és viszonteladók számára, amelyek jelentős mértékben befolyásolják üzleti stratégiáikat és piaci sikerüket.

7. Összefoglalás

A szakdolgozatomon keresztül az olvasó megismerhette jól áttekinthetően és részletesen két fő témát: az okoseszközök és a földrajzi hely szerepét a mezőgazdaságban. Az okoseszközök területén részletesen elemeztem ezek jelentőségét és alkalmazási lehetőségeit, példákkal és konkrét eszközökkel illusztrálva a technológia adta előnyöket. Emellett a földrajzi hely szerepének vizsgálata is alaposan ki van dolgozva, és jól mutatja be, hogy milyen tényezők határozzák meg egy adott terület mezőgazdasági potenciálját.

A digitalizáció szerepe és hatása a mezőgazdaságban is jól kiemelkedik, és összefügg a földrajzi helymeghatározásával. Ezenkívül az élelmiszerbiztonságot, az erőforrások hatékonyabb felhasználását, a környezeti fenntarthatóságát, a globális piacversenyt és a klímaváltozás kihívásait is részletesen elemeztem és bemutattam, hogy az okos technológiák és a földrajzi helyspecifikus megközelítések hogyan járulnak hozzá ezek megoldásához. A rövid ellátási láncok fontosságának és előnyeinek bemutatása is releváns, különösen a Covid-19 járvány hatásának fényében, és jól illeszkedik a mezőgazdasági termelés és élelmiszerellátás kihívásainak kezelésébe. Fontos megemlíteni az elektronikus kereskedelmet is, ami szorosan is tud kapcsolódni a mezőgazdasághoz, hisz a covid alatt ez a vásárlási forma felfelé ívelő tendenciát mutatott. Az elektronikus kereskedelem (e-kereskedelem) Magyarországon jelentős növekedési ütemet mutat, kiemelkedően magas részarányt képviselve a teljes kiskereskedelmi szektorban. Az e-kereskedelem dinamikusan fejlődik, részben a kedvező gazdasági feltételeknek és az információs technológiák folyamatos fejlődésének köszönhetően. A webáruházak modernizálása és fejlesztése kulcsszerepet játszik a versenyképesség megőrzésében.

Az e-kereskedelem már elkerülhetetlen része a gazdasági fejlődésnek, globálisan is jelentős növekedési motornak számítva. A fogyasztói elvárások növekedése az online kiskereskedők számára további kihívásokat jelent, az ügyfélélmény kiemelkedővé tétele kulcsfontosságú a sikeresség szempontjából.

Az e-kereskedelem előnyei közé tartozik a kényelem, az egyszerű vásárlási folyamat, és a széles termékválaszték. A 24/7 elérhetőség, az árak könnyű összehasonlítása és az egyedi ajánlatok is vonzóvá teszik az online vásárlást.

Ugyanakkor az e-kereskedelemnek vannak hátrányai is, mint például a hosszabb kiszállítási idő külföldi rendelések esetén, a szállítási díjak, valamint az online csalások kockázata. A bűnözők számára az online tér lehetőséget kínál a távolról elkövetett bűncselekményekre, miközben anonimitásukat megőrzik, ami megnehezíti az azonosításukat és nyomozásukat. A

Rövid Ellátási Láncok (REL) közvetlen kapcsolatot teremtenek a mezőgazdasági termelők és a végfelhasználók között, mintha egy rövid "láncot" alkotnának közöttük. Ennek több fontos következménye van a mezőgazdasági szektorra:

Az Rövid Ellátási Láncok (REL) koncepciója a termelők közvetlen értékesítését vagy egy közvetítőn keresztül történő értékesítést jelenti a fogyasztók számára. A modern élelmiszerkereskedelem dominanciája ellenére a kisebb mezőgazdasági termelőknek nehézségeik vannak a nagyobb üzletláncokba való beszállítással. Az egyéni értékesítők száma még mindig magas Magyarországon. A helyi termékek és a REL iránti érdeklődés növekszik, mivel ezek a láncok lehetővé teszik a termelők és vásárlók közvetlen kapcsolatát. Az EU szabályozása szerint a REL-ek a termelőktől a fogyasztókhöz legfeljebb egy közvetítőn keresztül jutnak el. A magyar Vidékfejlesztési Program és egyéb kutatások hangsúlyozzák a REL-ekben értékesítő kisebb méretű vállalkozások jelentőségét. A termelők számos indoka lehet a REL-ekben való részvételre, beleértve a magasabb jövedelmet és az önálló foglalkoztatást. Az online vásárlások iránti kereslet növekedése, különösen a járvány hatására, jelentős változásokat hozott a vásárlási szokásokban. Bár a biztonság és a megbízhatóság fontos szempont marad az online vásárlások során, egyre többen keresik a kényelmes és biztonságos online élményt. A kereskedőknek és vállalatoknak alkalmazkodniuk kell az online vásárlási trendekhez és a változó fogyasztói igényekhez. Összességében a REL-ek pozitív hatással vannak a mezőgazdasági szektorra, mivel lehetővé teszik a termelők számára a közvetlen értékesítést és a fogyasztókkal való közvetlen kapcsolatot, ami elősegíti a fenntarthatóbb, hatékonyabb és jövedelmezőbb mezőgazdasági termelést.

Irodalomjegyzék

1. Á., Péntek; Botos, Sz.; I., Füzesi, 2018. *A webáruházak hasznossága a vidékfejlesztés során.*
2. Benedek, Z. & Balázs, B., 2014. *A rövid ellátási láncok szocioökonómiai hatásai.*
3. Berg, N. & Preston, K., 2017. *Willingness to pay for local food? Consumer preferences and shopping behavior at Otago Farmers Market.*
4. Botos, 2013. *Új generációs hálózatok fejlettségi- és használati jellemzőinek mérése, a fejlesztések gazdasági és vidékfejlesztési aspektusai*
5. Chang, C., 2011. *The Effect of the Number of Product Subcategories on Perceived Variety and Shopping Experience in an Online Store. Journal of Interactive Marketing.*
6. Clemes, M. D., Gan, C. & Zhang, J., 2014. *An Empirical Analysis of Online Shopping Adoption In Beijing, China. Journal of Retailing and Consumer Services.*
7. Elwalda, A., Lü, K. & Ali, M., 2016. *Perceived Derived Attributes of Online Customer Reviews. Computers in Human Behavior.*
8. Falguieres, M., Kumar, V. & Garza-Reyes, J., 2015. *Investigating the impact of short food supply chain on emigration: A study of Valencia community in Spain.*
9. Füzesi, I., Csordás, A. & Felföldi, J., 2021. *A németországi termelői boltok online marketing tevékenysége.* <https://ojs.lib.unideb.hu/taplalkozasmarketing/article/view/9437>
10. Horváth, Z., 2010. *A zöldség-gyümölcs termelők együttműködése, a TÉSZ-ek értékesítési és gazdasági helyzetének vizsgálata.*
11. Jiang, L., Yang, Z. & Jun, M., 2013. *Measuring Consumer Perceptions of Online Shopping Convenience. Journal of Service Management..*
12. Karpińska-Kraskowiak, M., 2014. *Consumer Behavior While Grocery Shopping Online.*
13. Kartali, J. és mtsai., 2009. *A hazai élelmiszer-kiskereskedelem struktúrája, különös tekintettel a kistermelők értékesítési lehetőségeire.*
14. Kiss, K. & Ruzskai, C., 2020. *A közvetlenül értékesítő kistermelők problémái és lehetséges megoldási javaslatjai.*
15. Low, S. & Vogel, S., 2012. *Direct and intermediated marketing of local foods in the United States.*
16. M. Gabriellsson & P. Gabriellsson, 2015. *Internet-based sales channel strategies of born global firms. International Business Review.*
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0969593110000521?via%3Dihub>
17. MAGYAR NEMZET, 2020. *Nagyobb az igény az online vásárlások iránt..* <https://magyarnemzet.hu/gazdasag/nagyobb-az-igeny-az-online-vasarlasokiranti-7898639/>: ismeretlen szerző
18. Nagy, D., 2018. *A helyi termékek szerepe a gazdaságfejlesztésben, valamint a terület- és vidékfejlesztésben: A helyi termékek fogyasztói megítélése a 4C marketing megközelítésben.*
19. Nagy, S., 2016. *E-commerce in Hungary: A Market Analysis, Club Economics in Miskolc*
20. Piros, E. & Fehér, A., 2020. *AZ ÉLELMISZER-VÁSÁRLÓI MAGATARTÁS VIZSGÁLATA ONLINE KÖRNYEZETBEN.*
21. Szabó, D., 2014. *A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon.*
22. Szabó, D., 2020. *Megváltoztak a magyarok vásárlási szokásai.* https://www.napi.hu/magyar_vallalatok/mastercard-onlinevasarlas-fizetes.706423.html:
23. Szabó, D. & Juhász, A., 2015. *Consumers' and producers' perceptions of markets: service levels of the most important short food supply chains in Hungary.*
24. Töröcsik, M., 2016. *A fogyasztói magatartás új tendenciái.*
25. Tudisca, S., Di Trapni, A., Sgroi, F. & Testa, R., 2015. *Socio-economic assessment of direct sales in Sicilian farms.*
26. www.ecommercenews.eu, 2018. *E-commerce in Europe*, <https://ecommercenews.eu/ecommerce-in-europe/ecommerce-hungary/#customers>:
27. www.economx.hu, 2023. *Home office, bűnözés, óvatlan emberek – az online csalások félelmetesen elszaporodtak.* : <https://www.economx.hu/gazdasag/home-office-bunozes-online-csasok-kibervedelem.777922.html>.
28. www.nak.hu, 2022. *Rövid ellátási lánc kulcsa az együttműködésre és innovációra való nyitottság.* <https://www.nak.hu/tajekoztatasi-szolgaltatas/rel-egyuttmukodes/105069-rovid-ellatasi-lanc-kulcsa-az-egyuttmukodesre-es-innovaciona-valo-nyitottsag.> .
29. www.nmhh.hu, 2015. *Lakossági Internethasználat*, https://nmhh.hu/dokumentum/170534/lakossagi_internethasznalat_2015_teljes.pdf: .
30. www.piacessprofit.hu, 2018. *Rászoktunk a webáruházakra*, <https://piacessprofit.hu/cikkek/infokom/raszoktunk-a-webaruhazakra.html>: ismeretlen szerző

Ábrajegyzék

- 1. ábra:** A helyi élelmiszertermékek vásárlásának indokait mutatja be.....12
2. ábra: Az internetezők számát mutatja meg milliárdos nagyságban, évre lebontva.....27

Táblázatok jegyzéke

- 1. táblázat:** A rövid ellátási láncok térbeli kiterjedése és az értékesítési mechanizmusok.....32

Nyilatkozatok

NYILATKOZAT

a szakdolgozat¹ nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve:	Jurácsik Róbert
A Hallgató Neptun kódja:	ZSSGVH
A dolgozat címe:	Okoseszközök és földrajzi hely szerepe a mezőgazdaságban
A megjelenés éve:	2024
A konzulens intézetének neve:	Vidékfejlesztés és Fenntartható Gazdaság Intézet
A konzulens tanszékének a neve:	Agrárdigitalizációs és Szaktanácsadási Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott szakdolgozat² egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

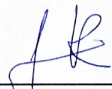
A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumába. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően
- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelté után nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumában.

Kelt: Dabas, 2024. 04. 28.


Hallgató aláírása

NYILATKOZAT

Jurácsik Róbert (hallgató Neptun azonosítója: ZSSGVH) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a **szakdolgozatot** áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre **javaslom / nem javaslom**¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen **nem**^{*2}

Kelt: Gyöngyös, 2024. 04. 27.


belső konzulens