

BUSINESS & DIPLOMACY REVIEW

**3. évfolyam, 1. szám
2025/1**

TARTALOM

- Beke Judit: Előszó – Preface
- Maria Jakubik: Are John Dewey's Messages Still Relevant for Sustainable Education in the 21st Century?
- Krisztina Győrössy, Irén Nagy: Cooler Climate Challenge – Climate Action for Sustainable Education
- Yuliya Shtaltovna: Mapping the Academic Landscape: A State-of-the-Art Perspective on Sustainability, Inner Development Goals and Higher Education
- Éva Réka Keresztes, Ildikó Kovács, Annamária Horváth: Blockchain technology in supply chains: advancing sustainability through transparency and innovation
- Horváth Levente, Erdélyi Éva, Simon Ákos: ESG oktatás gazdasági hatásai
- Bence Péter Marosán: Phenomenology, Environmental Protection, and Pedagogy. Attempt of a Synthetic Approach
- Simon Ákos, Erdélyi Éva, Horváth Levente: A mesterséges intelligencia alkalmazásának lehetőségei a felsőoktatásban – fenntarthatósági aspektusok
- Tamás Gáspár: Reframing Sustainable Futures for Business Education – A Social Foresight Model
- István Kárász: Shaping Sustainable Futures: EU Economic Diplomacy and Development Cooperation with Africa
- Balázsné Lendvai Marietta, Schlett András, Beke Judit: Zala és Vas vármegyei helyi termelők a közösségi értékkeremtés útján
- Sáringer János, Marosán Bence Péter: Civilizáció-elméleti megközelítések és nemzetközi kapcsolatok: egy történeti és elméleti értelmezés kísérlete II.

Business & Diplomacy Review

Kiadó: Budapesti Gazdaságtudományi Egyetem

Szerkesztőség

1165 Budapest, Diósy Lajos u. 22-24.

E-mail: Marosan.BencePeter@uni-bge.hu

<https://uni-bge.hu/hu/business-diplomacy-review>

Főszerkesztő

Sáringer János

Felelős szerkesztő

Lisányi Endréné dr. habil. Beke Judit

Szerkesztőbizottság tagjai

Sándorné Kriszt Éva, elnök

Bába Iván

Bárczi Zsófia

Csekő Katalin

Ferkelt Balázs

Juhász Tímea

Nagy Milada

Marinovich Endre

Marosán Bence Péter, szerkesztőségi titkár

Murádin János Kristóf

Válóczi Marianna

Tipográfia és tördelés

Nagy és Heteyi Kft.

ISSN 3004-0116

HU ISSN 3004-0116

Business & Diplomacy Review állandó lektorai

Prof. Dr. Bajomi-Lázár Péter, PhD
Dr. habil. PaedDr. Bárczi Zsófia, PhD
Dr. habil. Buday-Sántha Andrea, PhD
Dr. habil. Domonkos Endre, PhD
Dr. Ferkelt Balázs, PhD
Dr. Gyene Pál, PhD
Dr. Harsányi Dávid, PhD
Dr. Horváth Annamária, PhD
Dr. habil. Krasztev Péter, PhD
Dr. habil. Juhász Tímea, PhD
Dr. habil. Marosán Bence Péter, PhD
Dr. habil. Murádin János Kristóf, PhD
Dr. Nagy Milada, PhD
Dr. Pólya Éva, PhD
Dr. habil. Sáringer János, PhD
Dr. Válóczy Marianna, PhD
Dr. Zelena András, PhD

Jelen szám szakmai és nyelvi lektorai:

Dr. Balázsné Lendvai Marietta, PhD
Dr. Czinege Monika, PhD
Dr. habil. Beke Judit, PhD
Dr. habil. Győri Zsuzsa, PhD
Dr. habil. Marosán Bence, PhD
Dr. habil. Schlett András, PhD
Dr. Hübner Andrea, PhD
Dr. Huszár Erika, PhD
Dr. Kiss Katalin, PhD
Dr. Malaczkov Szilvia, PhD
Dr. Nyusztay László, PhD
Lovasné Dr. Avató Judit, PhD
Tömöry Anna

TARTALOM

Előszó – Preface	
<i>Beke Judit</i>	7
Are John Dewey's Messages Still Relevant for Sustainable Education in the 21 st Century?	
<i>Maria Jakubik</i>	13
Cooler Climate Challenge	
– Climate Action for Sustainable Education	
<i>Krisztina Györössy, Irén Nagy</i>	24
Mapping the Academic Landscape: A State-of-the-Art Perspective on Sustainability, Inner Development Goals and Higher Education	
<i>Yuliya Shtaltovna</i>	46
Blockchain technology in supply chains: advancing sustainability through transparency and innovation	
<i>Éva Réka Keresztes, Ildikó Kovács, Annamária Horváth</i>	63
ESG oktatás gazdasági hatásai	
<i>Horváth Levente, Erdélyi Éva, Simon Ákos</i>	74
Hogyan gondolkodnak a Z generációs közgazdász hallgatók a fenntarthatóságról?	
<i>Honvári Patrícia, Erdélyi Éva, Jäckel Katalin</i>	92
Phenomenology, Environmental Protection, and Pedagogy. Attempt of a Synthetic Approach	
<i>Bence Péter Marosán</i>	117
A mesterséges intelligencia alkalmazásának lehetőségei a felsőoktatásban – fenntarthatósági aspektusok	
<i>Simon Ákos, Erdélyi Éva, Horváth Levente</i>	135
Reframing Sustainable Futures for Business Education	
– A Social Foresight Model	
<i>Tamás Gáspár</i>	151
Shaping Sustainable Futures: EU Economic Diplomacy and Development Cooperation with Africa	
<i>István Kárász</i>	169
Zala és Vas vármegyei helyi termelők a közösségi értékteremtés útján	
<i>Balázsné Lendvai Marietta, Schlett András, Beke Judit</i>	185

Civilizáció-elméleti megközelítések és nemzetközi kapcsolatok:
egy történeti és elméleti értelmezés kísérlete II.

Sáringér János, Marosán Bence Péter

201

Jelen számunk szerzői

Balázsne Lendvai Marietta, Budapest University of Economics and Business, Faculty of Finance and Accountancy, Balazs.Marietta@uni-bge.hu

Beke Judit, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, Lisanyi.Endrene@uni-bge.hu

Erdélyi Éva, Budapest University of Economics and Business, Faculty of Commerce, Hospitality and Tourism, SzaboneErdelyi.Eva@uni-bge.hu

Gáspár Tamás, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, gaspar.tamas@uni-bge.hu

Győrössy Krisztina, Eszterházy Károly Catholic University, Doctoral School of Education, Hungary, krisztinagyorossy@gmail.com

Honvári Patrícia, Budapest University of Economics and Business, Faculty of Finance and Accountancy, Honvari.Patricia@uni-bge.hu

Horváth Annamária, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, Centre of Excellence for Future Value Chains, horvath.annamaria@uni-bge.hu

Horváth Levente, Budapest University of Economics and Business, Office for Sustainability, Horvath.Levente@uni-bge.hu

Jakubik Mária, Eötvös Loránd University, Faculty of Education and Psychology, Budapest, Hungary, maria.jakubik@ppk.elte.hu

Jäckel Katalin, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, Jaeckel.Katalin@uni-bge.hu

Kárász István, Permanent Representation of Hungary to the EU, istvan.karasz@pact4youth.hu

Keresztes, Éva Réka, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, Centre of Excellence for Future Value Chains, keresztes.eva@uni-bge.hu

Kovács Ildikó, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, Centre of Excellence for Future Value Chains, kovacs.ildiko@uni-bge.hu

Marosán Bence Péter, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, marosan.Bencepeter@uni-bge.hu

Nagy Irén, Eötvös Loránd University, Doctoral School of Linguistics, nagy.iren@kag.hu

Sáringer János, Budapest University of Economics and Business, Faculty of International Management and Business, saringer.janos@uni-bge.hu

Schlett András, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Jog- és Államtudományi Kar, schlett.andras@jak.ppke.hu

Shtaltovna, Yuliya, Fresenius University of Applied Sciences, Germany, Kyiv School of Economics, Ukraine, yuliya.shtaltovna@hs-fresenius.de, yshtaltovna@kse.org.ua

Simon Ákos, Budapest University of Economics and Business, Office for Sustainability, Simon.Akos@uni-bge.hu

ZALA ÉS VAS VÁRMEGYEI HELYI TERMELŐK A KÖZÖSSÉGI ÉRTÉKTEREMTÉS ÚTJÁN

Balázsné Lendvai Marietta, Schlett András, Beke Judit

Absztrakt

A mai globalizált világban a helyi közösségek egyre inkább szembe-sülnek a dezintegráció, az identitásvesztés és a kulturális homogenizáció kihívásaival. A Zalai és Vas vármegyei kistérség, mint számos hasonló régió, olyan kulturális és természeti értékekkel rendelkezik, amelyek kiaknázása hozzájárulhat a közösségi értékteremtés új modelljeinek megteremtéséhez. A tanulmány célja, hogy feltárja, milyen lehetőségek rejlenek a közösségi értékteremtés fenntartható, élményalapú és partnerségi szemléleten alapuló megközelítésében, különös tekintettel a helyi termelők és fogyasztók közötti szinergiákra. Elméleti megközelítésben fókuszba kerül a közösségi értékteremtési modell, és annak 3 komponense, így a fenntarthatóság, amely az alapvető keretet adja, a részvételiség, amelynek a kulturális identitás és az élményalapú kötődés integrációjában van meghatározó szerepe, illetve a partnerségi szemlélet és együttműködés. A modellhez kapcsolva mutatjuk be az online megkérdezésbe bevont 73 Zala és Vas vármegyei helyi termelőtől kapott válaszokat és gondolatokat, bemutattva, milyen jó gyakorlatokat alkalmaznak, és hol tartanak az értékteremtési úton a vizsgált vállalkozások.

Kulcsszavak: fenntarthatóság, közösségi értékteremtés, partnerség, részvételiség, helyi termelői értékteremtés, élményalapú megközelítés, helyi gazdaság, Magyarország

Abstract

In today's globalized world, local communities are increasingly facing the challenges of disintegration, loss of identity, and cultural homogenization. The small regions of Zala and Vas Counties, like many similar areas, possess cultural and natural assets that can be

leveraged to create new models of community-based value creation. The aim of this study is to explore the potential of a sustainable, experience-based, and partnership-oriented approach to community value creation, with particular emphasis on the synergies between local producers and consumers. The theoretical framework focuses on the community value creation model and its three components: sustainability, which provides the fundamental framework; participation, which plays a crucial role in integrating cultural identity and experience-based attachment; and a partnership approach fostering collaboration. In connection with the model, we present insights and responses from 73 local producers from Zala and Vas Counties, Hungary who participated in an online survey, highlighting the best practices.

Keywords: sustainability, community value creation, partnership, participation, local producer value creation, experience-based approach, local economy, Hungary

Bevezetés

A közösségi értékteremtés alapja a partnerségi szemlélet, amely túlmutat az egyéni érdekeken, és a közösség egészének javát szolgálja. A helyi termelők és közösségek közötti együttműködés során nem csupán gazdasági előnyök keletkezhetnek, hanem kulturális és társadalmi értelemben is magasabb érték jöhet létre. A partnerségi együttműködés különös jelentőséggel bír és számos lehetőséget rejt a Zala és Vas vármegyei térségben, ahol a helyi termékek, a földrajzi adottságok és a közösségi történetek egyedülálló alapot biztosítanak az értékteremtéshez.

A fenntarthatóság többdimenziós szempontja szintén kulcsszerepet játszik a közösségi értékteremtés folyamatában. Nem csupán környezeti, hanem társadalmi és kulturális fenntarthatóságról is szó van, amely magában foglalja a helyi termelési hagyományok megőrzését, a kulturális értékek továbbadását, valamint a közösségek hosszú távú fennmaradásának biztosítását. A termelők és a fogyasztók közötti kapcsolatok erősítése hozzájárulhat a helyi identitás megerősítéséhez és a közösségi kohézió fokozásához.

Az egyik legfontosabb dimenzió a közös megélések, azaz az élményalapú kötődés kialakítása. Az élmény-koncepciók alkalmazása során a helyi termelők nem csupán terméket kínálnak, hanem egy történetet, élményt is megosztanak, amely elmélyíti a fogyasztók kapcsolódását a helyi kultúrához. A közös élmények, mint például egy termelői nap, kóstoló vagy helyi esemény, nemcsak a közösségi élményt gazdagítják, hanem az adott hely identitásának szerves részévé válnak.

Napjainkban a közösségek dezintegrációja – az egyéni elszigetelődés, a közösségi értékek elvesztése – miatt kiemelten fontossá válik a visszaintegrálás. Ennek kulcsa a közösségi együttműködés új formáinak megteremtése, amelyek lehetőséget adnak a helyi szereplők szorosabb együttműködésére, közös élmények megélésére és az értékek megosztására.

Különösen fontos e folyamat során a termelők szerepe, akik nem csupán a termékeiket osztják meg, hanem személyes történeteiket, az általuk megélt élményeket is. Ezek az élmények szinergikus hatásokat generálnak: a közös élményekből született értékek fogyasztói élménnyé konvertálhatók, amelyek erősítik a közösségi identitást és a fenntartható fejlődést.

A termelő számára az élményalapú kötődés nem csupán a termék értékét növeli, hanem személyes motivációt is ad. Az élmény forrása lehet egy helyi legenda, a termelő személyes története, vagy akár a hagyományokhoz való hűség. Ez a személyes élményvilág hitelessé, specifikussá és egyedivé teszi az adott lokalitásban keletkező értékeket.

A fogyasztói élmény szintén meghatározó szerepet játszik a közösségi értékteremtés folyamatában. A fogyasztói élmény intenzitása, mélysége és az átadhatóság egyszerre befolyásolja a közösség tagjainak elköteleződését és a helyi termékek sikerességét. Az általános élmények, mint például a természethez való kötődés, könnyen lokalizálhatók egyedi helyi sajátosságok mentén, míg a helyi jellegzetességek (pl. egy őshonos termék, helyi ételek vagy népmesék) élményterendekbe integrálhatók, erősítve a közösségi kötődést.

A tanulmány során a Zala és Vas vármegyei térség közösségi értékteremtésének lehetőségeit ezen szempontok mentén vizsgáljuk, kiemelve a partnerségi szemlélet szerepét, a fenntarthatósági dimenziókat, a közös élmények jelentőségét, valamint azt, hogyan járulhat

nak hozzá a helyi termelők e folyamatokhoz. A cél egy olyan közösségi értékkeremtési modell bemutatása, amely a kulturális identitás, a fenntarthatóság és a közösségi együttműködés szempontjait egyaránt integrálja.

Módszer

A tanulmány módszertana az elméleti megközelítések és az empirikus adatok szintézisén alapul. Az elemzés első lépéseként különböző tudományos irányzatokból származó koncepciókat integráltunk, hogy átfogó keretet biztosítsunk a kutatáshoz. Az empirikus adatgyűjtés két fő forrásból származik. A primer kutatás kvantitatív módszeren alapult, amelyet online megkérdezés formájában végeztünk 2024 második negyedévében, 73 olyan helyi termelő bevonásával, akik Magyarország nyugat-dunántúli régiójában, azon belül pedig Zala és Vas vármegyében végzik a tevékenységüket.

A kérdőív kialakításánál a szakirodalomban azonosított három fő tényezőre – fenntarthatóság, részvételiség és partnerségi szemlélet – építettünk. A feleletválasztós és nyitott kérdések mellett a 5 fokú Likert-skálás értékelést is alkalmaztuk. Az adatelemzés során leíró statisztikai módszereket alkalmaztunk, valamint a nyitott kérdésekre adott válaszokat kvalitatív módon elemeztük. Az eredményeket a közösségi értékkeremtési modell három fő komponenséhez – fenntarthatóság, részvételiség és partnerségi szemlélet – kapcsoltuk. Mindezek lehetővé tették a partnerségi gyakorlatok működésének és hatékonyságának mélyebb megértését mind társadalmi, mind gazdasági kontextusban.

Elméleti keretek

Kiindulópontként tekinthetünk arra a megközelítésre, miszerint a „hely” nem pusztán földrajzi tér vagy fizikai régió, hanem az ott élők közötti kapcsolatok és folyamatok összessége. Ez a tér egy társadalmi és gazdasági közeg, ahol közös érdekek mentén gazdasági, kulturális és közösségi identitás formálódik. A „helyi” kifejezés sajátos értelmezést ad a gazdaságfejlesztésnek, olyan folyamatokat jelölve, amelyek

elsősorban egy adott régióban érvényesülnek, és szorosan kapcsolódnak annak sajátosságaihoz (Faragó, 1990; Beke, 2020, Lisányi et al., 2022, Schlett et al., 2023).

Faragó László szerint a helyi gazdaságfejlesztés elmélete azt hangsúlyozza, hogy az adott régió belső erőforrásaira és lehetőségeire építve valósíthatók meg sikeres fejlesztési stratégiák (Faragó, 1990). Ehhez kapcsolódóan Póla Péter is kiemeli, hogy a helyi erőforrások, például az együttműködési kultúra, az identitás, a bizalom és a kapcsolatok, napjainkban egyre nagyobb szerepet kapnak (Lukovics & Zuti, 2014). Ezek felismerése, pontos értékelése és megfelelő hasznosítása elengedhetetlen egy térség sikeres fejlesztése érdekében.

A helyi erőforrások optimális kiaknázása és értékük hangsúlyozása alapvetően meghatározza a térség fejlődési lehetőségeit. Az együttműködés kultúrája és a bizalom például nemcsak a társadalmi kohéziót erősíti, hanem a gazdasági dinamizmust is elősegíti, ami különösen fontos a hosszú távú, fenntartható fejlődés szempontjából.

A bottom-up típusú fejlesztések középpontjában a szereplők aktivizálása áll. Ez a megközelítés nemcsak a stratégiák kidolgozásában, hanem azok megvalósításában is kulcsszerepet játszik. A modell elengedhetetlenül a szereplők hálózatára és együttműködésére épít, ahol az alapelv az, hogy a közösség boldogulása az egyén sikerének előfeltétele. Az együttműködés formái magukban foglalják a tapasztalatok megosztását, a közös jövőkép kialakítását, és a kölcsönös tanulást. A sikeres bottom-up fejlesztés érdekében azonban elengedhetetlen a helyi kulcsszereplők azonosítása és bevonása (Póla, 2014).

Ezek alapján a közösségi értékteremtés olyan holisztikus folyamat, amely az egyének, helyi szervezetek és közösségek közös erőfeszítéseire épít, hogy fenntartható és releváns megoldásokat hozzon létre a társadalmi, gazdasági és környezeti kihívások kezelésére. Ez az elméleti keret a kulturális identitás, a fenntarthatóság és a közösségi együttműködés dimenzióinak integrálására összpontosít, az élményalapú kötődés központi szerepének kiemelésével.

A közösségi értékteremtés fogalma meghaladja az egyéni érdekek és célok szintjét, és a közösség egészének javát szolgálja. Ez a megközelítés a közösségi szükségletek kielégítésére, a társadalmi innováció elősegítésére és a helyi erőforrások kiaknázására irányul. Az értékteremtés alapelvei ennek megfelelően a következők:

1. Fenntarthatóság holisztikus (többdimenziós) megközelítése: A társadalmi, gazdasági és környezeti dimenziók együttes figyelembevétele (Elkington, 1998; Lisányi, 2017).
2. Részvételiség: Az érintettek bevonása a tervezési, megvalósítási és értékelési folyamatokba (Zsigó, 2023.).
3. Partnerségi szemlélet: Az egyének, szervezetek és közösségek közötti együttműködés, amely biztosítja a közös célok elérését (Moore, 1995; Póla, 2019).

Fenntarthatóság többdimenziós megközelítése

A fenntarthatóság a közösségi értékteremtés alapvető kerete, amely biztosítja, hogy a megoldások hosszú távon is hatékonyak és relevánsak legyenek. Ennek fő dimenziói:

- Gazdasági fenntarthatóság: A helyi termékek és szolgáltatások értékének növelése, a helyi gazdasági ökoszisztéma támogatása (Porter & Kramer, 2011).
- Társadalmi fenntarthatóság: A közösségi összetartás erősítése és a társadalmi tőke növelése (Putnam, 2000; Póla, 2019).
- Környezeti fenntarthatóság: A természeti erőforrások megőrzése és az ökológiai lábnyom minimalizálása (Meadows et al., 1972; Dasgupta, 2021.).

Részvételiség: kulturális identitás és élményalapú kötődés

A kulturális identitás és az élményalapú kötődés integrációja jelentős szerepet játszik a közösségi értékteremtésben:

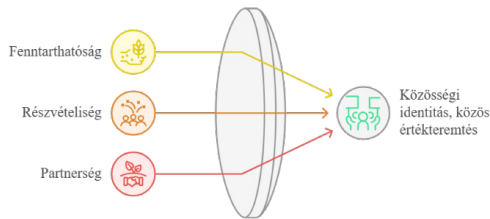
- Kulturális identitás: A helyi hagyományok, szokások és szimbólumok megőrzése és továbbfejlesztése (Hofstede, 2001).
- Élményalapú kötődés: Az érintettek érzelmi kapcsolatának erősítése a helyi értékekkel. Az általános élmények, mint például a természethez való kötődés, helyi jellegzetességekkel (pl. őshonos termények, helyi ételek) gazdagíthatók, míg a helyi sajátosságok globális trendekbe (pl. slow food, ökoturizmus) integrálhatók (Pine & Gilmore, 2013).

Közösségi együttműködés és partnerség

Az értékteremtési modell alapja a partnerségi szemlélet, amely lehetővé teszi az egyének és különböző szektorok közötti együttműködést:

Részvételi szintek:

- Informálás: Tájékoztatás a célokról és folyamatokról (Esteves, Genus & Henfrey, 2021; Arnstein, 1969).
- Konzultáció: Az érintettek véleményének beépítése.
- Közös döntéshozatal: Egyenrangú partnerségek kialakítása.
- Hálózati együttműködés: Az erőforrások és tudás megosztása a partnerek között a közös célok elérése érdekében (Pollock-Ellwand, 2011; Granovetter, 1985).



1. ábra: A közösségi értékteremtés modellje

Forrás: saját szerkesztés, 2025

Az 1. ábrán szemléltetett modellhez jól kapcsolható az értékteremtés folyamata, amelynek lépései elvezetnek egészen az élményalapú megközelítéshez, ami erősítheti az elköteleződést és a nyitottságot a helyi közösségi kapcsolatok építéséhez és az együttműködések kialakításához, ez pedig utat tör a közös értékteremtési kezdeményezések kialakításához és azok magasabb szintre emeléséhez. Mikor egy élményt megosztunk másokkal, az fenntartható lesz, és közös emlékké válik. A közös emlékeknek hosszabb az élettartamuk, mint az önálló emlékeknek (Jászberényi – Zátori – Ásványi, 2016).

Az értékteremtés folyamata:

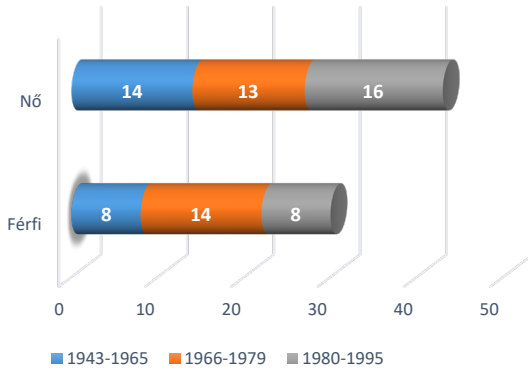
1. Helyi értékek kiemelése: Egyedi helyi termékek és szokások népszerűsítése.
2. Helyi erőforrások valorizálása Az erőforrások osztályozását és felhasználásuk módját ötvözheti is egy helyi fejlesztési stratégia, ami az adott erőforrás jól átgondolt tudatos használatát jelenti.
3. Fenntarthatósági dimenziók azonosítása: Fenntarthatósági és élményalapú innovációk lokalizálása, hozzáillesztése a helyi adottságokhoz.
4. Szereplők aktivizálása a 'megőrzés' (hagyomány), és a 'kötődés' (hely) dimenziók
5. Partnerségi szemlélet: Közös célok és értékek mentén szerveződő együttműködések (Bryson et al., 2006; Mittal & Bansal, 2024). Részvételi szintek:
 - Informálás: Tájékoztatás a célokról és folyamatokról (Arnstein, 1969, Esteves, Genus & Henfrey, 2021).
 - Konzultáció: Az érintettek véleményének beépítése.
 - Közös döntéshozatal: Egyenrangú partnerségek kialakítása (Pollock-Ellwand, 2011).
6. Hálózati együttműködés: Az erőforrások és tudás megosztása a partnerek között a közös célok elérése érdekében (Granovetter, 1985; Frączkiewicz-Wronka & Wronka-Pośpiech, 2018).
7. Élményalapú megközelítés: A helyi értékek és globális trendek összehangolása az érintettek érzelmi kötődésének erősítése érdekében (Balázsne et al., 2024).

A közösségi értékteremtés elméleti oldali megközelítését alapul véve mutatjuk be primer kutatásunkban a helyi termelőtől kapott válaszokat, gondolatokat, jó gyakorlatokat, és választ keresünk arra, hol tartanak az értékteremtési úton.

A primer kutatás eredményeinek bemutatása

A 73 helyi termelőből 41%-ot képviselnek a férfiak, 59%-ot a nők. A megkérdezettek többsége (37%) az X generációba (1966-1979), 31% az Y generációba (1980-1995), 30% pedig a veterán generációba (1943-1965) sorolható be.

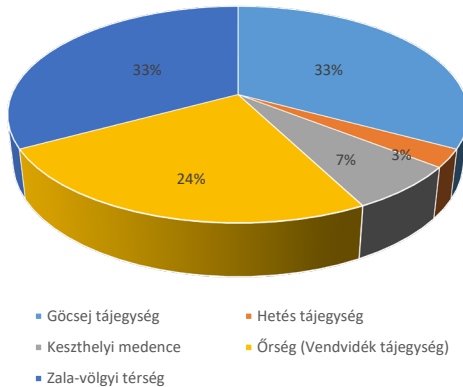
A Z generációs korcsoportból mindössze 1 fő töltötte ki a kérdőívet (2. ábra).



2. ábra: A válaszadók nemek és generációk szerinti megoszlása

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A két vármegyéből a helyi termelők 66%-a a Göcsej tájegységben és a Zala-völgyi térségben, 25%-a az Őrség (Venvidék) tájegységben tevékenykedik, de néhányan a Keszthelyi medencéből és a Hetés tájegységből is bekapcsolódtak a felmérésbe (3. ábra).



3. ábra: A válaszadók aránya régiók szerint

Forrás: saját szerkesztés, 2024

A többség (52%) a helyi termelési tevékenységet főállás mellett, míg 41% főfoglalkozásként, a fennmaradó 7% pedig nyugdíjasként végzi. A helyi termeléssel a kitöltők többsége (74%) már több, mint 5 éve foglalkozik, és a fő profilt az élelmiszertermékek (pl. gyümölcs, zöldség, méz, tejtermékek, aszalványok, olajok, magvak, gyógynövények, stb.) előállítás és feldolgozása jelenti.

Az 1. ábrán bemutatott közösségi értékteremtési modell 3 meghatározó komponenséhez, így a keretet adó fenntarthatósághoz, a részvételiséghez, illetve a partnerségi szemlélethez illesztettük az online megkérdezés eredményeit, és foglaltuk azokat össze az 1. táblázatba.

1. táblázat: Helyi termelői észlelések a közösségi értékteremtés modell komponenseihez illesztve

A modellhez kapcsolható skálaelemek	Átlag	Szórás	Medián
Fenntarthatóság			
Környezettudatosság megítélése	4,48	0,603	5,00
Egészségtudatosság megítélése	4,47	0,728	5,00
Aggódás a környezeti problémák és fenntarthatósági kihívások miatt	4,11	0,756	4,00
Töreksem arra, hogy minél fenntarthatóbb termékeket készítsek.	4,56	0,552	5,00
A tevékenységem során egyre több környezetkímélő megoldást építék be.	4,3	0,701	4,00
Környezetbarát csomagolási megoldásokat alkalmazok.	4,14	0,732	4,00
A környezetvédelem és a fenntarthatóság fontossága a munkában és a döntéshozatalban?	4,19	0,908	4,00
Nyitott kérdésekre adott válaszok: környezetkímélő megoldások alkalmazása			
„Csomagolásmentes vagy újrahasznosítható megoldások”, „göngyöleg csere, üveg visszaváltás”, „többször használható csomagolási megoldások”, „talajkezelés természetes anyagokkal”, „mulcsolásos gazdálkodás”, „kemikália nélküli tartósítás”, „tartósítószeres teljes mellőzése”, „vegyszermentes termelés”, „hulladékok minimális szintre csökkentése”, „szelktív hulladékgyűjtés”, „komposztálás”, „esővízgyűjtés”, „kis szállítási távolságok”, „zéró környezetterhelés”. ” (saját primer kutatás, 2024)			

Részvételiség			
A helyi kulturális örökség fontos gyökereket jelent számomra	4,22	1,044	5,00
Szívesen kínálok a vásárlóimnak élményszerű programokat.	4,21	1,142	5,00
Jó érzés, hogy a tevékenységemmel másnak is örömet szerzek	4,78	0,449	5,00
Gyakran szervezek olyan programokat, amibe bevonom az érdeklődőket.	3,01	1,389	3,00
Szívesen nyitom meg a portámat az érdeklődők felé.	3,75	1,199	4,00
Partnerség			
A helyi közösségi kapcsolatokat fontosnak tartom	4,33	1,081	5,00
Töreksem arra, hogy a helyi közösségi kapcsolatokat kihasználjam.	4,45	0,834	5,00
Próbálom kezdeményezni a helyi együttműködések	3,99	1,021	4,00
Nyitott kérdésekre adott válaszok: a helyi közösség szerepe és ereje „Közös célok elérése, helyi értékek védelme.” „Sok kicsi sokra megy és ez a közösség erejére is igaz.” „A helyi közösségek akkor jók, ha van összetartás.” „Tiszteséges, egymást segítő összefogás.” „A helyi termelők együttműködése erősítheti a „lokálpatriótizmust”, egymás boldogulását és örömmel tölt el közös értékeket teremteni.” „A közösség tagjai gyakran megosztják egymással a tapasztalataikat. Így marketingként is jól funkcionál egy pozitív visszajelzés.” „Egymás ismerete, motivációja segítése.” „A helyi közösségeknek jelentős szemléletformáló ereje van, és valódi változásokat is innen indulva tudok csak elképzelni (nem fentről).” „Fontos szerepet töltünk be, részt veszünk az oktatásban is, nem csak az ételmiszer előállításban.” „A helyi termékek megismertetése, tapasztalatcsere.” „Az egymás jó gyakorlatait, ismereteit közvetlen tapasztalásból tudjuk hasznosítani, illetve egymás piacait ki tudjuk egészíteni.” „A helyi közösség nagy erő tud lenni egymás tanításában, segítségével. A valahová tartozás érzése fontos az embereknek, mégha sok esetben ez nem is tudatosodik.” „Helyi piacok, vásárok, rendezvények lehetőséget biztosítanak a vásárlókkal való kapcsolattartásban.” „Az emberek gyakran büszkéek saját termékeikre és termelőire, ami erősíti a helyi identitást.” „Mindenben tudatosabb az az egyén, aki érzi az őt megtartó közösségi hálót.” „A közösségnek fontos szerepe van, hogy hosszú távon sikeres és fenntartható legyen egy vállalkozás.” (saját primer kutatás, 2024)			

Nyitott kérdésekre adott válaszok: jó gyakorlatok a helyi közösségben

„Közös kóstolók, rendezvények tartása. A nyitott porták.” „Hagyományos közösségi programok, pl. disznóvágás, réteskészítés, farsangi fánk sütés, májusfa-állítás és kitáncolás, adventi vásárnapok, közös koncertlátogatás, kirándulások, túrák, borkóstolás, stb.” „Helyi piacokon való megjelenés.” „Közös programok szervezése. Fesztiválok, vásárok a térségben.” „Termelői piacok, több évtizedes vásárok (Örségi vásár, Nagyrákosi Hivódásár, Tökfesztivál)” „Kosárközösségek” (saját primer kutatás, 2024)

Forrás: saját kutatás, 2004. Likert skála: 1 egyáltalán nem jellemző; 5 kiemelten jellemző, 2024. N = 73.

Az 1. táblázat kiemeli, hogy a közösségi értékteremtés modelljének komponenseinek kiemelt figyelmet tulajdonítanak a vizsgált térségben a helyi termelők. Különös hangsúlyt fektetnek arra, hogy minél környezetkímélőbb megoldásokat alkalmazzanak, és igazán elkötelezettek a fenntarthatóság iránt, ezt igazolják a nyitott kérdésre adott sokszínű jó gyakorlatok felsorakoztatása is. Jól érzik a megkérdezettek a helyi közösség szerepét és erejét is, a felsorolt válaszokban kiemelésre került minden lényeges motívum, viszont az együttműködések kezdeményezése kapcsán erősíteni kellene az aktivitásokat, hiszen az értékteremtés folyamatában ez a 4. szint (szereplők aktivizálása) kulcsfontosságú, ez ad ugyanis lendületet ahhoz, hogy minél magasabb szintre lehessen emelni a partnerséget, amely az alábbi esetekben jöhet létre:

1. átfedés vagy illeszkedés van a partnerek céljai között;
2. az erőforrások kooperatív kombinálására vagy cseréjére kerül sor;
3. a partnerek összehangolják az akcióikat, közösen lépnek fel a piacon;
4. mindegyik fél pozitív hatásokat vár (és tapasztal) az együttműködéstől (Sytych & Tatarynowicz in Csédő-Zavarkó, 2021).

Kiemelendő, hogy egyre több programba próbálják bevonni a vásárlókat, s hajtóerőt jelent számukra a vásárlói örömszerzés, de a cselekvési hajlandóságot lehetne itt is fejleszteni. A kínálati palettán megjelennek az élményszerű rendezvények is, melyekhez gyakran partnerségre hívják a térség egyéb helyi termelőit. Ezek között megtalálhatók a kóstolók, pincetúrák, kirándulások, ismeretterjesztő

előadások, termékek elkészítését bemutató foglalkozások, stb. Az élmény érzékelhető termelői és fogyasztói oldalról is, s a szórakoztató közeg jó hangulatot teremt, a kóstolók, vásárok, bemutatók keretében közvetlenül lehet információt szerezni a termelőktől, ezáltal személyesebb kapcsolat alakulhat ki, mélyül a bizalom, a kötődés, továbbá fejlődik a fogyasztói tudatosság.

Összegzés

A közösségi értékteremtés a helyi közösségek erőforrásaira és szükségleteire építve olyan fenntartható megoldásokat eredményez, amelyek innovatív módon erősítik a közösségi kohéziót és a gazdasági együttműködést. Az érintettek aktív részvétele, a vezetők stratégiai szerepe és a partnerségek erőforrásainak integrációja mind elengedhetetlenek a sikeres értékteremtéshez.

A közösségi értékteremtési modell három kulcsfontosságú tényezőt ötvöz: a kulturális identitást, a fenntarthatóságot és az élményalapú kötődést. Ez a keret lehetővé tette, hogy részletesen elemezzük a 73 Zala és Vas vármegyei helyi termelő válaszait, valamint meghatározzuk az értékteremtési folyamat aktuális állapotát.

A modell kulcselemei mentén azonosítottuk a legfontosabb sikertényezőket, valamint azokat a területeket, ahol további fejlesztések szükségesek. Ez utóbbi esetében az együttműködéseket előhívó és ösztönző megoldások fejlesztésére van szükség annak érdekében, hogy az értékteremtési folyamat célállomásához érhessenek a helyi termelők. A Leadership Competencies Library szerint az együttműködés és a partnerség kiemelt vezetői kompetenciák (Hofer, 2023), amelyek a helyi termelők közötti sikeres együttműködés kialakításában is kulcsszerepet játszhatnak. Fontos, hogy a helyi termelők között egyre több win-win típusú kezdeményezés jöjjön létre.

A közösségi részvétel és az érintettek közötti partnerségi szemlélet kulcsfontosságúak a fenntartható és hosszú távon releváns megoldások létrehozásában és számos előnnyel jár mind a termelők, mind a közösség számára:

- A közösségi értékteremtés fokozza a termékek értékét és versenyképességét, miközben a termelők számára hosszú távú motivációt biztosít (Csikszentmihalyi, 1990).

- Erősíti a közösségi kohéziót és identitástudatot, miközben aktív részvételt ösztönöz (Putnam, 2000). Az együttműködés során erősödik a bizalom, az összetartozás érzése és a közös célok iránti elköteleződés.
- Az értékteremtési folyamat ösztönzi a helyspecifikus innovációk kialakulását, például az új termelési és értékesítési modellek bevezetését, amelyek közvetlenül javítják az életminőséget.
- Költséghatékonyság: az erőforrások összehangolása csökkenti a költségeket, miközben növeli a szolgáltatások hozzáférhetőségét és minőségét.

Az értékteremtés tehát nemcsak a közösség életminőségét javítja, hanem hosszú távon hozzájárul a társadalmi kohézióhoz és fenntarthatósághoz is.

Összegzőként megállapítható, hogy a közösségi értékteremtés sikeressége a helyi szereplők együttműködésén, a fenntarthatóság szem előtt tartásán és az élményalapú kötődés erősítésén múlik. A vizsgált helyi termelők esetében a legnagyobb kihívást az együttműködés ösztönzése jelenti, amely célzott fejlesztési programok és támogatási mechanizmusok bevezetésével erősíthető.

Irodalomjegyzék

- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder Of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216–224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Balázs, M., Lendvai, M., Schlett, A., & Beke, J. (2024). Schlett András, Beke Judit Helyi termelők élményteremtő eszköztára a magyarországi Zala-völgyi térségben. *Logisztika – Informatika – Menedzsment Nemzetközi Tudományos Konferencia*, 18. file:///C:/Users/Acer/Desktop/2023_lim_proc.pdf
- Beke, J. (2020). Exploring the Potentials of Short Food Supply Chains with Special Regards to Locavore Shelves. | Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS) | EBSCOhost. *Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences*, 6(4), 22.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C., & Stone, M. M. (2006). The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations: Propositions

- from the Literature. *Public Administration Review*, 66(s1), 44–55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2006.00665.x>
- Christensen, B., Kenney, M., & Patton, D. (2015). Regional identity can add value to agricultural products. *California Agriculture*, 69(2), 85–91. <https://doi.org/10.3733/ca.v069n02p85>
- Csedő Z., & Zavarkó M. (2021). *Társaságirányítás*. Akadémiai Kiadó; 10.1556/9789634546573. <https://mersz.hu/tarsasagiranyitas>
- Csikszentmihályi, M. (1990). *Flow: The Psychology of Optimal Experience* (First edition). Harper & Row.
- Dasgupta, P. (2021). *The Economics of Biodiversity The Dasgupta Review Full Report*. HM Treasury.
- Elkington, J. (1998). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers.
- Esteves, A. M., Genus, A., Henfrey, T., Penha-Lopes, G., & East, M. (2021). Sustainable entrepreneurship and the Sustainable Development Goals: Community-led initiatives, the social solidarity economy and commons ecologies. *Business Strategy and the Environment*, 30(3), 1423–1435. <https://doi.org/10.1002/bse.2706>
- Frączkiewicz-Wronka, A., & Wronka-Póspiech, M. (2018). How Practices of Managing Partnerships Contributes to the Value Creation – Public–Social Partnership Perspective. *Sustainability*, 10(12), Article 12. <https://doi.org/10.3390/su10124816>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- Hofer, I. (2023). *Innovációmenedzsment*. Akadémiai Kiadó.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. SAGE.
- Jászberényi M., Zátori A., & Ásványi K. (2016). *Fesztiválturizmus*. Akadémiai Kiadó.
- Lisányi, E. B. (2017). *Sustainability in Agriculture*. Szent István Egyetemi Kiadó.
- Lisányi J. B., Lendvai M. B., & Kovács I. (2022). Helyi élelmiszer termékek fogyasztásának hajtóerői a fiatal fogyasztók körében. *Táplálkozásmarketing*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.20494/TM/9/2/2>
- Lukovics M., & Zuti B. (Eds.). (2014). Szegedi Tudományegyetem | A területi fejlődés dilemmái. In *A területi fejlődés dilemmái* (pp.

- 267–276). Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar. <https://eco.u-szeged.hu/kutatas-tudomany/tudomanyos-kozle-menyek/a-teruleti-fejlodes-dilemmai>
- Meadows, D. H. (1974). *The Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books.
- Mittal, P., & Bansal, R. (2024). Collaborating with Community Partnerships for Sustainable Solutions. In P. Mittal & R. Bansal (Eds.), *Community Engagement for Sustainable Practices in Higher Education: From Awareness to Action* (pp. 89–105). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-63981-4_6
- Moore, M. H. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government* (Revised ed. edition). Harvard University Press.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). The experience economy: Past, present and future. *Chapters*, 21–44.
- Póla P. (2019). *A vidékfejlesztés helyi erőforrásrendszere* (pp. 264–275). MTA Közgazdasági és Regionális Tudományi Kutatóközpont Regionális Kutatások Intézete. <http://hdl.handle.net/11155/1994>
- Pollock-Ellwand, N. (2011). Common ground and shared frontiers in heritage conservation and sustainable development: Partnerships, policies and perspectives. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 18(3), 236–242. <https://doi.org/10.1080/13504509.2011.576711>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism - and Unleash a Wave of Innovation and Growth*. Harvard University, Graduate School of Business Administration.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon and Schuster.
- Schlett, A., Beke, J., & Balázs, L. M. (2023). Unveiling the Experiential Dimensions Driving Local Producers, and the Potential Ways of Transmitting the Experience to Consumers. *7th International Scientific Conference on Recent Advances in Information Technology, Tourism, Economics, Management and Agriculture*, 7 Selected Papers, 225–233. <https://doi.org/10.31410/ITEMA.S.P.2023.225>
- Zsigó, Z. (2023). Sustainable water management and local communities: Strategies and case studies to achieve SDG 6 in Hungary. *Észak-Magyarországi Stratégiai Füzetek*, 20(2), Article 2.

Publikálás a Business & Diplomacy Review folyóiratban

A folyóirat az alábbi témákhoz kapcsolódó kéziratokat fogad be lektorálásra:

- gazdaság,
- kereskedelem,
- pénzügyek,
- nemzetközi kapcsolatok,
- diplomácia,
- nemzetközi kommunikáció
- társadalomtudományok;
- közgazdasági tudományok.

A tanulmány absztraktja minden esetben angol nyelvű. A tanulmány magyar vagy angol nyelvű, amelynek terjedelme 30 000–40 000 leütés (az absztrakttal együtt).

A kéziratok előzetes befogadásának feltételei:

- a kézirat és annak szerzői megfelelnek a folyóirat etikai szabályainak;
- a kézirat, illetve ahhoz tartalmában nagyon hasonló tanulmányt még nem publikálták;
- a benyújtott kézirat megfelel a formai követelményeknek.

A folyóirat a szerzőknek tiszteletdíjat nem fizet. A folyóirat minden egyes befogadott kézirat esetében kettős vaklektorálást alkalmaz, ami azt jelenti, hogy az anonimalizált anyagot a szerzők által nem ismert lektorok értékelik. A folyóirat csak abban az esetben fogad be kéziratot publikálásra, ha azt mind a két vaklektor publikálásra ajánlja, és vaklektor(ok) által kért javításokat/kiegészítéseket a szerző(k) végrehajtotta/ák. Amennyiben az egyik lektor javításokkal publikálásra ajánlja a kéziratot, míg a másik nem, akkor a javítások után a témában jártas újabb vaklektornak kell értékelnie az anyagot. Akkor minősül egy tanulmány tartalmában nagyon hasonlónak egy korábbi tanulmányhoz képest, ha azok egyezősége 60% felett van. A szerzők minden egyes esetben kötelesek a vaklektorok által írt kifogásokra/javaslatokra tételesen írásban reagálni.

Information in English:

<https://uni-bge.hu/en/business-diplomacy-review>