

## A helyi termelői piacok és a termelők helyzete a rövid élelmiszer-ellátási láncokban

### *Situation of the Local Farmers' Markets and the Producers in Short Food Supply Chains*

**Kacz Károly<sup>1</sup> – Miklósné Varga Anita<sup>2</sup> – Troján Szabolcs<sup>3</sup>**

---

**Absztrakt:** Az elmúlt évtizedekben növekvő érdeklődés kíséri a helyi termelői piacokat, mint a rövid élelmiszer-ellátási láncok (RÉL) legjelentősebb színtereit. Tekintettel a jelenlegi vizsgálat céljára és fókuszára, a rövid ellátási láncokat különösen a helyi termékek előállítására és értékesítésére szempontjából vizsgáljuk, és ezen belül is a fő hangsúlyt a helyi termelői piacokra, mint a legnagyobb súlyú helyi élelmiszer-rendszerre helyezük. Kutatásunk során – a rendelkezésre álló adatbázisok mellett – egy nagyobb, átfogó vizsgálat részeként kérdőíves felmérést végeztünk a Győr-Moson-Sopron megyében működő és helyi termelői piacokon értékesítő kistermelők, valamint az ilyen helyszíneken vásárló fogyasztók bevonásával. Jelen tanulmány keretében, a termelői kör vonatkozásában, az elemzés részét képezi a termelők szerepének vizsgálata a helyi termelői piacon, különös tekintettel saját helyzetük megítélésére, terveikre, illetve a jövőre vonatkozó várakozásaikra.

---

<sup>1</sup> Dr. KACZ Károly PhD egyetemi docens [Associate Professor] (<https://orcid.org/0000-0002-4442-0600>), Széchenyi István Egyetem Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar [Széchenyi István University Albert Kázmér Agricultural Faculty] ([kacz.karoly@sze.hu](mailto:kacz.karoly@sze.hu))

<sup>2</sup> MIKLÓSNÉ dr. VARGA Anita PhD adjunktus [Associate Professor] (<https://orcid.org/0000-0001-8314-5077>), Széchenyi István Egyetem Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar [Széchenyi István University Albert Kázmér Agricultural Faculty]

<sup>3</sup> Dr. TROJÁN Szabolcs PhD egyetemi docens [Associate Professor] (<https://orcid.org/0000-0003-0186-5949>), Széchenyi István Egyetem Albert Kázmér Mosonmagyaróvári Kar [Széchenyi István University Albert Kázmér Agricultural Faculty]

**Kulcsszavak:** rövid élelmiszer-ellátási lánc, helyi termelői piac, helyi termék, kistermelő

**JEL-kódok:** Q13, Q56

**Abstract:** In recent decades, there has been a growing interest in local farmers' markets as the major fields for short food supply chains (SFSCs). Being regarded as the aim and focal point of this current scrutiny, SFSCs are studied especially from the aspect of the production and selling of local products, and within this, we place the greatest emphasis on local farmers' markets, as the most significant local food system. During our research activity, in addition to the available databases, we conducted a questionnaire survey as part of a larger, comprehensive investigation involving small-scale producers operating in Győr-Moson-Sopron County and selling at local farmers' markets, and with the involvement of consumers who are shopping at such locations. In the context of this study, in relation to the range of producers, part of the analysis is the examination of the role of producers in the local farmers' markets, with particular regard to their own situation assessment, their plans, and their expectations for the future.

**Keywords:** short food supply chain, local farmers' market, local product, small-scale producer

**JEL Codes:** Q13, Q56

---

## Bevezetés, célkitűzések

Az elmúlt évtizedekben, de különös mértékben az EU csatlakozás óta eltelt időben növekvő érdeklődés kíséri a helyi termelői piacokat, mint a rövid élelmiszer-ellátási láncok legjelentősebb színtereit. Kelet-Közép-Európában (az új EU tagállamokban) mind a mai napig a helyi termelői piacok képezik a helyi termékek adásvételére vonatkozó tranzakciók fő színtereit, mindamelllett, hogy terjedőben vannak az ún. neo-tradicionális megoldások is.

Tekintettel a jelenlegi vizsgálat céljára és fókuszára, a rövid ellátási láncokat különösen a helyi termékek előállítására és értékesítésére szempontjából vizsgáljuk, és ezen belül is a fő hangsúlyt a helyi termelői piacokra, mint a legnagyobb súlyú helyi élelmiszer-rendszerre helyezzük. Kutatásunk során – a rendelkezésre álló adatbázisok mellett – egy nagyobb, átfogó vizsgálat részeként kérdőíves felmérést végeztünk a Győr-Moson-

Sopron megyében működő és helyi termelői piacokon értékesítő kistermelők, valamint az ilyen helyszíneken vásárló fogyasztók bevonásával. Jelen tanulmány keretében, a termelői kör vonatkozásában, az elemzés részét képezi a termelők szerepének vizsgálata a helyi termelői piacokon, különös tekintettel saját helyzetük megítélésére, terveikre, illetve a jövőre vonatkozó várakozásaikra. Ennek megfelelően, a tanulmányban megfogalmazott és a vizsgálatra kerülő hipotézisek a potenciális termelői várakozások mellett a helyi termelői piacoknak a helyi termékek értékesítésben betöltött szerepére vonatkoznak.

### Szakirodalmi áttekintés

Az intenzív termelési módszerek, a konvencionális mezőgazdaság térnyerésével a kistermelők egyre inkább kiszorultak a kereskedelem központi színtereiről és a termelés a nagyobb piaci szereplők felé tolódott el. Emiatt nő a fizikai távolság a termelő és a fogyasztó között, miközben sok szereplő vesz részt az értékláncban (Kacz–Hegy–Gombkötő, 2019). A rövid élelmiszer-ellátási láncok (RÉL) és a helyi élelmiszer-rendszerek számos problémára kínálnak megoldást. Csökkentik a fizikai távolságot a termelők és a vásárlók között, és – a hosszú ellátási láncoktól eltérően – gyakran személyes kapcsolatokat építenek be a minőség, a bizalom és a bio/organikus minősítés garanciájaként, különösen a többnyire ökológiailag előállított helyi termékek esetében (Réthy–Dezsény, 2013). A helyi (vagy közösségi) élelmiszer-rendszerek a résztvevők közötti komplex kapcsolatok hálózatai, amelyek egy adott helyen létesülnek. A helyi élelmiszer-rendszer olyan szereplők hálózataiból áll, amelyeknek az a feladata, hogy biztosítsák a közösségeken belüli élelmiszer-ellátás fenntarthatóságát. Ezek a rendszerek jelentik azt a „mértékegységet”, amellyel a helyi élelmiszer-mozgalmakban érdekelt felek az élelmezésbiztonság növelésén és a közösségek fenntarthatóságának biztosításán dolgoznak (Dunne–Chambers–Giombolini–Schlegel, 2010). A helyi élelmiszer-rendszerek ugyanakkor – részben a RÉL-ek alapelveivel is szembe helyezkedve – közvetítői szinten hordozzák a profit-realizálás lehetőségét, így nagyobb figyelmet tudnak maguknak kivívni a piaci szektorban.

A közelmúltig számos tanulmány jelent meg, különböző szempontokból vizsgálva a rövid élelmiszerláncokat. A RÉL a mezőgazdasági termelők együttműködésében egy új vagy továbbfejlesztett, maximum egy közvetítővel működő értékesítési mód, amely idővel a tagok, illetve a

résztvevők rendszeres értékesítési formájává válik (Reszkető, 2015). Benedek (2014) szerint ez a kifejezés a marketing/kínálati csatornák széles skáláját takarja. Általában jellemző a kis földrajzi, társadalmi, kulturális távolság a termelők és a fogyasztók között, ami gyakran környezetbarát termelési módszereket igényel és a fenntarthatóságot is támogatja. Marsden, Banks és Bristow (2000) a termelő és a fogyasztó közötti kapcsolat típusára helyezik a hangsúlyt ezekben az ellátási láncokban, kiemelve ennek a kapcsolatnak az értékalkotásban betöltött szerepét, nem csak magára a termékre fókuszálnak. Renting, Marsed és Banks (2003) is úgy vélik, hogy a RÉL koncepció lefedi a benne közvetlenül érintett szereplők közötti kapcsolatokat. Ezen felül, az Európai Bizottság Közös Kutatóközpontja együttes definíciót alkotott a rövid élelmiszer-ellátási láncokra számos, a témában meghatározó irodalom alapján: „Az érintett élelmiszerek egy gazdálkodóra azonosíthatók és nyomon követhetők. A gazdálkodó és a fogyasztó közötti közvetítők számának „minimálisnak” vagy ideális esetben nullának kell lennie” (Santini–y Paloma, 2013).

A RÉL-ek alkalmazkodóképessége az új helyzetekhez és a fogyasztói igényekhez meglehetősen magas. Ez a jelenség elsősorban a helyi élelmiszer-rendszer alappilléreinek köszönhető: átláthatóbb és nyomon követhető élelmiszerláncok, szélesebb termelői kör és kevesebb közvetítő, „szorosabb” kapcsolat a termelők és a fogyasztók között, jobb rugalmasság és alkalmazkodóképesség a piaci változásokhoz. A RÉL-ek hozzájárulhatnak egy adott területen belüli (helyi) kereskedelem felvirágzásához, a vidéki erőforrások megsokszorozásához és az életszínvonal emeléséhez a munkahelyteremtéssel együtt, így a vidékfejlesztésben betöltött szerepük meghatározó (Galli–Brunori, 2013). Ezen keresztül tulajdonképpen a helyi gazdaságfejlesztés egyik eszközévé is válnak.

Az Európai Parlament Kutatási Szolgálatának (European Parliamentary Research Service) 2016-os tanulmánya szerint a gazdálkodók átlagosan 15%-a értékesítette termékeinek több mint felét RÉL-eken keresztül, azonban ezek túlnyomórészt kis méretű gazdálkodó egységek. Ezen túlmenően is jelentős különbségek vannak a gazdaságok képviselőitében az EU tagországok között: míg Máltán, Ausztriában és Spanyolországban 5% alatti a közvetlen értékesítésben résztvevő gazdaságok aránya, addig Görögországban közel 5%, Szlovákiában, Magyarországon, Romániában és Észtországon 19% körüli, míg Franciaországban a gazdálkodók 21%-a értékesíti termékeit rövid ellátási láncon belül (Augère-Granier, 2016).

A rövid élelmiszerlánc több értékesítési csatornát foglal magában, amelyek közül egy adott termelő általában egynél többnek (akár hagyományosnak is) az előnyeit használja ki egyszerre (Brown–Miller, 2008). Kutatásaik során Martinez és szerzőtársai (2010) is hasonló következtetésekre jutottak; profitjuk növelése érdekében a termelők sok esetben egyszerre több RÉL-csatornán forgalmazzák áruikat. Ezeket a csatornákat számos tényező alapján lehet megkülönböztetni. A rövid élelmiszerláncokat a földrajzi távolság mellett a „tudástípus” figyelembevételével is osztályozhatjuk, ami gyakorlati szempontból ugyanúgy hasznosítható:

- A tradicionális RÉL-típusok (tanyasi boltok, útmenti árusítás, „szedd magad” akciók, termelői piacok stb.) a résztvevők konvencionálisabb működését sugallják, amely mélyen beágyazódik a kultúra alapú tudásba és készségekbe (ez az elképzelés azonban nem zárja ki az innováció lehetőségét);
- A neo-tradicionális RÉL formák (pl. előfizetéses/doboz rendszerek, részes (közösségi) gazdaság) a hagyományos tudás megtartása mellett az érintettek hálózatba szerveződésén keresztül a társadalmi innovációt vetítik előre (Santini–y Paloma, 2013).

Széles körben elterjedt elmélet és nemrégiben felismert tény, hogy a helyi termékek vásárlásán keresztül a helyi gazdaság erősíthető. Felmerül azonban a kérdés, hogy mi számít helyi terméknek. A marketing menedzsment szempontjából a helyi termékek a következők: „Csak egyetlen piacon megfelelőnek tartott áruk vagy szolgáltatások.” (Carter, 1997). Hozzá kell tenni azonban, hogy a terminológiában nincs egyöntetű értelmezés; nincs egyetértés a fogalom meghatározásában, sem egységes európai, sem országos helyi terméket értékelő rendszer vagy adatbázis. Éppen ezért nehéz eldönteni, hogy egy termék valóban helyinek számít-e, ha távoli helyekről származó nyersanyagokat tartalmaz, és ha mégis, akkor azt milyen mértékben. Ezen kívül mi a „helyi” fogalmának (ható)távolsági alapja: település, településcsoport, régió vagy kistérség? A fogalom a városi és vidéki térségek viszonyát figyelembe véve, vagy éppen bizonyos távolságok (pl. 30, 50 vagy 100 km) figyelembevételével is meghatározható. Ennek megfelelően a „helyi”, legyen szó élelmiszerről vagy más árucikkről, még mindig egy fejlődő fogalom és sok résztvevő, mint például az eladók, a termelők és a fogyasztók próbálják meghatározni a pontos jelentését. A munkaerő-felmérésekkel foglalkozó szakirodalom azt jelzi, hogy a „helyi” inkább azt az egyszerű földrajzi távolságot jelenti, amelyet az élelmi-

szer lefed (Brown–Miller, 2008; Dunne et al., 2010). Bár a „helyi” kifejezésnek inkább földrajzi jelentése van, nincs egyetértés a termelés és a fogyasztás közötti távolság meghatározását illetően. Ezek a definíciók országoként, régióként vagy kistérségként, vállalatoként, fogyasztóként és helyi élelmiszer-piacokként is változnak. Az Egyesült Államok Mezőgazdasági Minisztériuma egyébként a helyit csak a farm és az üzlet közötti távolság alapján határozza meg. Ahhoz, hogy szabályaik szerint helyinek tekintsék, egy terméket a származási helyétől számított 400 mérföldön (kb. 650 km) belül kell értékesíteni, vagy azon az államon belül, amelyben a terméket előállították (Martinez et al., 2010). Ellentétben Európával, ahol sokkal rövidebbek az ilyen távolságra vonatkozó korlátozások, amelyet pl. társadalmi-gazdasági és földrajzi adottságok indokolnak. Hasonlóképpen, számos forrás alapján Augère-Granier (2016) úgy találta, hogy ez a földrajzi terület Európában körülbelül 20-100 km-es sugarú körben változhat. Hozzá kell tenni, hogy minél nagyobb egy ország, általában annál nagyobb távolságtűrést alkalmaznak. Összességében a „helyi” termék fogalma szubjektív, és a helyi terület kontextusától függ: a népsűrűségtől, a megközelíthetőségtől, valamint a városi vagy vidéki jellegtől (Augère-Granier, 2016). A termelő és fogyasztó földrajzi közelsége mellett azonban a helyi élelmiszerek társadalmi és ellátási lánc jellemzők alapján is meghatározhatók (Martinez et al., 2010). Egyesek a termelési módszereket is a helyi élelmiszer-rendszerek meghatározó részének tartják (Thompson–Harper–Kraus, 2008). A „helyi” kifejezés utalhat a termelők és a fogyasztók közötti, kölcsönös bizalomra és együttműködésre épülő kapcsolat szorosságára is (Augère-Granier, 2016). Martinez és szerzőtársai (2010) és több más tanulmány is feltárta a fogyasztók preferenciáit a helyben előállított termékek, különösen az élelmiszerek iránt. A „helyi vásárlás” motivációja magában foglalja a helyi élelmiszerek minőségének és frissességének érzékelését, valamint a helyi gazdaság támogatását. Ezzel együtt is, végeredményben a fogyasztó felelőssége, hogy megállapítsa, mennyire „helyi” a termék. A fenti elgondolások alapján általánosságban és az egyszerűség kedvéért megállapítható, hogy csak az a szintű együttműködés nevezhető helyiinek, ahol a gazdasági szereplők még személyes kapcsolatot tudnak fenntartani egymással. Ennek legfőbb jellemzője, hogy a termelés, a feldolgozási folyamat, az értékesítés és a fogyasztó nagyon közel vannak, ezért az ellátási lánc rövid. Így a helyi termékek forgalmazása és értékesítése révén a fogyasztók és a termelők

szorosabb kapcsolatba kerülnek, a megismerkedéssel pedig személyes kapcsolat alakulhat ki, amely a bizalomra épül (Szomi, 2016).

A helyi termékek előállítása és értékesítése során a termelési rendszerek környezeti szempontból fenntarthatóbbá válnak, ezeknek az élelmiszereknek a szállítási távolsága csökken, és egyúttal lehetővé válik szerves hulladékon, melléktermékeken és megújuló energiaforrásokon alapuló körfolyamatok létrehozása. Ezen túlmenően, a helyi élelmiszer-rendszerek nagyban hozzájárulnak a biológiai sokféleség fenntartásához és a veszélyeztetett növény- és állatfajok túléléséhez. Ezzel szemben az életciklus-értékelések – az energiafelhasználás teljes elemzése az élelmiszer-rendszer minden szakaszában, beleértve a fogyasztást és az ártalmatlanítást is; a „bölcstől a sírig” megközelítés – arra utalnak, hogy a lokalizáció csökkentheti, de nem feltétlenül csökkenti az energiafelhasználást, vagy az üvegházhatású gázok kibocsátását (Martinez et al., 2010). Láthatóan sokat számít az is, hogy milyen közlekedési eszközzel történik a szállítás, legyen az vízi úton, vasúton, közúton vagy légi úton, a környezetbarátszempontról megközelítés sorrendjében. A termelési módok és a terméktípusok hatása – különösen az élelmiszerek esetében – is nagy jelentőséggel bírhat (Benedek–Fertő, 2016).

A helyi termékeket egyre gyakrabban nemcsak direkt marketing stratégiákon keresztül értékesítik, mint például az egyre növekvő számú termelői piacok és a különböző közösség által támogatott mezőgazdasági formák, hanem a különféle kis- és nagykereskedelmi üzletekben is, a (gazdálkodói) szövetkezetektől a szupermarketekig, valamint a fogyasztói keresletre és a piaci potenciálra reagáló új kezdeményezéseken keresztül (Dunne et al., 2010). Martinez és szerzőtársai (2010) a helyi élelmiszerpiacok két alapvető típusát sorolta fel: a közvetlen fogyasztóhoz történő értékesítést, ahol a tranzakciókat közvetlenül bonyolítják le a gazdálkodók és a fogyasztók között, valamint a gazdálkodók által éttermeknek, kiskereskedelmi üzleteknek és intézményeknek, például kormányzati szervezeteknek, kórházaknak és iskoláknak történő közvetlen értékesítést. A helyi élelmiszerek közvetlen fogyasztókhoz történő marketingjének helyszínei közé tartoznak a termelői piacok, a közösségi mezőgazdasági formák, a gazdaság helyén történő értékesítés és a közvetlen mezőgazdasági kiszállítások. A helyi termékek más, kevésbé formális forrásai is léteznek (például otthoni vagy közösségi kert), amelyeket általában nehéz, ha nem lehetetlen mérni. A helyi élelmiszerpiacok jellemzően kistermelőket, heterogén termékeket és rövid ellátási láncokat foglalnak magukban, ame-

lyekben a gazdálkodók marketing funkciókat is elláthatnak. A helyi élelmiszerpiacra való belépésnek és terjeszkedésnek azonban akadályai is vannak. Ezek az akadályok magukban foglalhatják a következőket: a kisgazdaságok kapacitási korlátai; a helyi termékek főbb piacokra vitelét szolgáló elosztórendszerek hiánya; korlátozott kutatás, oktatás és képzés a helyi élelmiszerek marketingjére; a helyi élelmiszertermelést befolyásoló szabályozásokkal kapcsolatos bizonytalanságok, mint például az élelmiszer-biztonsági követelmények (Martinez et al., 2010).

A termelői piacok a rövid élelmiszerláncok történelmi formájának tekinthetők és kulcsot jelenthetnek a helyi élelmiszerrendszerek újjáépítésében. A helyi termelői piac általában ideiglenes vagy állandó fizikai piac, amelynek célja az áruk gazdálkodók által a fogyasztóknak történő közvetlen értékesítése. Futamura (2007) szerint a helyi termelői piac egy közös terület, ahol több gazdálkodó rendszeresen összegyűlik, hogy különféle mezőgazdasági termékeket értékesítsen közvetlenül a fogyasztóknak. A helyi termelői piacok a termékek szélesebb választékának előállítását ösztönözhetik, amelyre egy lokalizáltabb élelmiszer-rendszerhez lenne szükség. Ez a nagyobb sokszínűség sokféle vásárlót vonz és elősegíti a helyi mezőgazdasági üzemek megerősítését. A termelői piacokon zajló gazdasági kölcsönhatások egyúttal sokféle társadalmi interakcióval is kombinálódnak (Brown–Miller, 2008).

## **Anyag és módszer**

2015-ben egy TÁMOP-4.2.1.D-15/1/KONV-2015-0010 pályázat keretében széleskörű adatgyűjtést végeztünk mind fogyasztói, mind pedig termelői oldalról a közösség által támogatott mezőgazdaság regionális jellegzetességeiről (Gombkötő–Vincze–Hegyi–Kacz, 2017). Tulajdonképpen ezt – az Észak-Nyugat-Magyarországon (Győr-Moson-Sopron, Vas és Zala megyékben) elvégzett vizsgálatot – ismételtük meg 2022-ben. Ennek keretében kérdőíves felmérést végeztünk (első körben) a Győr-Moson-Sopron megyében működő és helyi termelői piacokon értékesítő kis-termelők, valamint az ilyen helyszíneken vásárló fogyasztók között. A megismételt adatgyűjtés során arra kerestük a választ, hogy 7 év elteltével – számos társadalmi és gazdasági körülmény változásának hatására – hogyan alakulnak, illetve hogyan módosultak a 2015-ös viszonyok. A vizs-



gálat során a már 2015-ben is felmért Győr-Moson-Sopron megyei termelői kört – többségében ugyanazokat a termelőket – vontuk be ismételtlen a kutatásba.

Jelen tanulmányban – a rendelkezésre álló részeredmények alapján – a mezőgazdasági termelők életképességének, jövőre vonatkozó céljainak és a gazdaság működtetésének változásait vizsgáljuk. A felméréseket Győr-Moson-Sopron megyében, 2022. szeptember és október hónapban végeztük három helyszínen (helyi termelői piacon): Szigetköz Szatyor Vásár Lébény, Dunaszeg és Máriakálnok. A termelői piacokon megközelítően 4 000 fő látogató vett részt, továbbá 25 fő termelő (mezőgazdasági termék/élelmiszer kategóriában) árusított. Kizárólag személyes megkereséssel zajlott a kérdőívek kitöltése. A kitöltött kérdőívek száma 24 darab termelői és 125 darab fogyasztói volt; a 24 termelői kérdőív közül 22 volt teljeskörűen értékelhető ( $n=22$ ). A kérdőív 20 kérdést tartalmaz, amelyek közül 7 a gazdaság, 13 a gazdálkodás főbb adataira kérdez rá. (A kérdések 2022-ben megegyeztek a 2015-ben összeállított kérdéssorral, mindössze egy kérdéssel egészítettük ki azt, amelyben a helyi termékek értékesítésének a válaszadók által megengedhetőnek ítélt távolságára kérdeztünk rá.) 2015-ben régiós szinten összesen 34 darab kitöltött termelői kérdőívet kaptunk, melyből 17 darab volt teljeskörűen értékelhető ( $n=17$ ) Győr-Moson-Sopron megyéből a vizsgálat során.

Az anyagban a termelői kérdőív eredményeire fókuszálunk: a termelői kör vizsgálatának egy részét elemezzük és mutatjuk be eredményeinket. Az eredmények kiértékelése során egyszerű matematikai és statisztikai számításokat végeztünk, illetve összehasonlító elemzést folytattunk a két adatbázis (2015 és 2022) vonatkozásában. A kérdőíves felmérést megelőzően, a szakirodalom vizsgálata és a rendelkezésünkre álló információk alapján az alábbi két hipotézist állítottunk fel:

- H1:** A termelői várakozások – a gazdasági körülményeket is figyelembe véve – pesszimisták a jövőre vonatkozóan.
- H2:** A helyi termelői piac az egyik legnépszerűbb (RÉL) értékesítési forma a helyi terméket előállító és értékesítő termelők számára.

## Eredmények

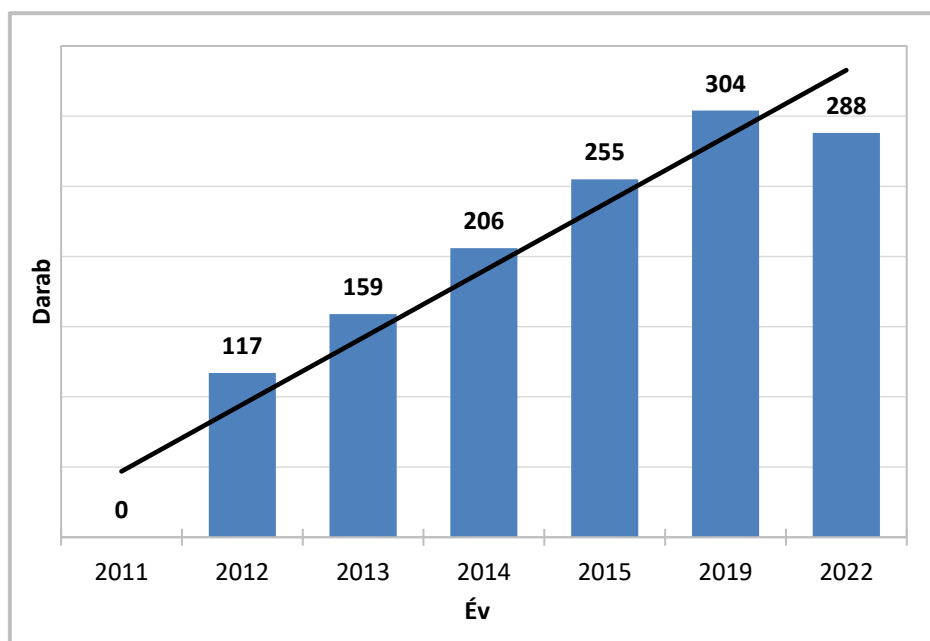
Magyarországon is egyre több társadalmi csoportban jelentkezik az igény a globális élelmiszer-ellátási lánc lerövidítésére. Ennek megfelelően a he-

lyi gazdaság termékeinek potenciális fogyasztói széles spektrumot ölelhetnek fel: önfenntartás szintje (háztáji gazdálkodás); helyi közösségek ellátása friss termékekkel (közösség által támogatott mezőgazdaság); települések, kistérségi intézmények (közétkeztetés) ellátása friss alapanyagokkal; kistérségi központ kiszolgálása friss termékekkel (helyi termelői piacok); fővárosi vagy nagy, központi piacok ellátása jó minőségű régióspecifikus termékekkel; minőségi régióspecifikus termékek, hungarikumok exportálása. A hagyományos RÉL-ekben a lánc rövidségén van a hangsúly.

A hagyományos gazdaságon (üzemen) belüli rendszerek és a hagyományos gazdaságon kívüli rendszerek, mint például a termelői piacok gyakrabban fordulnak elő az újabb tagországokban (például Magyarországon), valamint a mediterrán országokban, és ezek a formák népszerűbbek a vidéki térségekből származó középkorú és idősebb lakosság körében. A neo-tradicionális rendszerek esetében inkább a földrajzi közelség érvényesül. A közösségi mezőgazdaság nagyobb mértékben megtalálható Európa északnyugati részén, valamint a városi vagy városkörnyéki területekről érkező fiatalabb korosztályok körében.

Juhász (2012) szerint bár a neo-tradicionális formák jelentősége folyamatosan növekszik, a termelők bevétele szempontjából a termelői piacokat tartják a legnélkülözhetetlenebb közvetlen értékesítési csatornának. A helyi termékek értékesítésének ez a módja nagyon népszerű a fogyasztók körében. Megállapítható, hogy a termelői piacok meghatározó szerepe a megtermelt és értékesített helyi termékek kereskedelmét érintő különböző RÉL-megoldásokon belül Magyarországon is vitathatatlan. A helyi termelői piacok azért jöttek létre, hogy lerövidítsék a kistermelők helyi termékeihez való hozzáférési utat a fogyasztók számára, így a könnyebb elérhetőség és költséghatékonyság céljait szolgálják. A helyi termelői piacok alapításának feltételei kevésbé bonyolultak a hagyományos piacokra vonatkozó szabályozáshoz képest. A könnyítéseknek köszönhetően a helyi termelői piacok kialakításával és fenntartásával kapcsolatban nem minden követelménynek kell megfelelni, de részben korlátozott a piactól mért távolság, az eladható termékek és a forgalmazók köre. Magyarországon jogi elismerésük (2012) óta lendült fel a helyi termelői piacok működése, azóta számuk lényegében évről évre emelkedik (1. ábra). A helyi termelői piacok számának megoszlását tekintve Magyarország központi régiója (Budapest és Pest megye) áll az első helyen: közel 20%-uk ezen a

területen működik, összhangban a fogyasztók megoszlásával. Ebben a vonatkozásban Győr-Moson-Sopron megye kicsivel több, mint 5 (5,3) százalékon áll, 2019-hez (3,3%) képest 2 százalékponttal növelve részarányát. Ez praktikusán megfelel az országos átlagnak, amely kereken 5% volt 2022-ben.



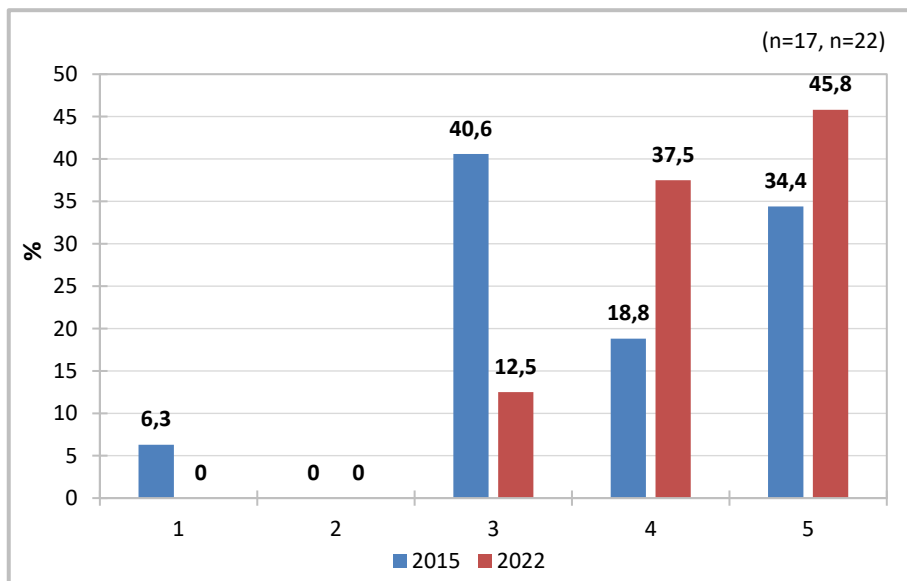
**1. ábra: Helyi termelői piacok száma Magyarországon**

Forrás: NÉBIH 2019, NAK 2022 alapján saját szerkesztés

A fentiek ismeretében, 2015 után 2022-ben ismételten kérdőíves vizsgálatot folytattunk le, szinte változatlan kérdéssorral és nagyságrendileg azonos válaszadói számmal. Az így kapott eredmények lehetőséget biztosítottak arra, hogy megismerhessük az eltelt 7 év főbb változásait, feltárhassuk azokat a pozitív és negatív hatásokat, amelyek a vizsgált szektort érték. A termelői kérdőíves felmérés során a gazdaság fenntarthatóságát és a jövőbeni célokat vizsgáló kérdésekre adott válaszokat a következő ábrákon láthatjuk.

A gazdaság életképességére (gazdasági fenntarthatóságára) vonatkozó kérdésre 1-től 5-ig terjedő skálán lehetett választani, ahol 1 az „egyáltalán nem”, 5 a „teljes mértékben” válaszokat jelentette. A 2. ábrán jól

látható, hogy várakozásunkkal (hipotézisünkkel) ellentétben az 5-ös választ adók száma több, mint 10%-kal, a 4-es választ megjelölők száma közel 20%-kal nőtt 2015-höz képest.



**2. ábra: A gazdaságok életképessége (gazdasági fenntarthatósága)**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

Tehát összességében majdnem 30%-kal többen tartják – a gazdasági körülmények alakulásának ellenére, vagy éppen azért – életképesnek gazdaságukat, mint korábban. Sőt, amíg 2015-ben a válaszadók 6,3%-a egyáltalán nem tartotta életképesnek a gazdaságát, addig 2022-ben ilyen válaszadó egy sem volt. A fenti eredményekre magyarázatot adhat a Covid-19 időszakában tapasztalható felfutás a helyi termékek, ezáltal a helyi termelői piacok iránti érdeklődés és kereslet növekedés vonatkozásában. Soós (2020) kutatásában vizsgálta a fogyasztók ételviselkedési magatartásában bekövetkező változásokat a veszélyhelyzet elrendelését követő időszakban. Úgy találta, hogy mérhetően eltolódtak az arányok a beszerzés helyét illetően: a nagyobb bevásárlóközpontok helyett a kisebb boltokat, piacokat választják a fogyasztók nagyobb arányban. Benedek és szerzőtársai (2020) szerint is látszik, hogy a járványhelyzet idején minden eddiginél nagyobb igény fogalmazódott meg a fogyasztókban a helyi termékek iránt, mivel egyre inkább a rövid élelmiszerláncokon keresztül el-

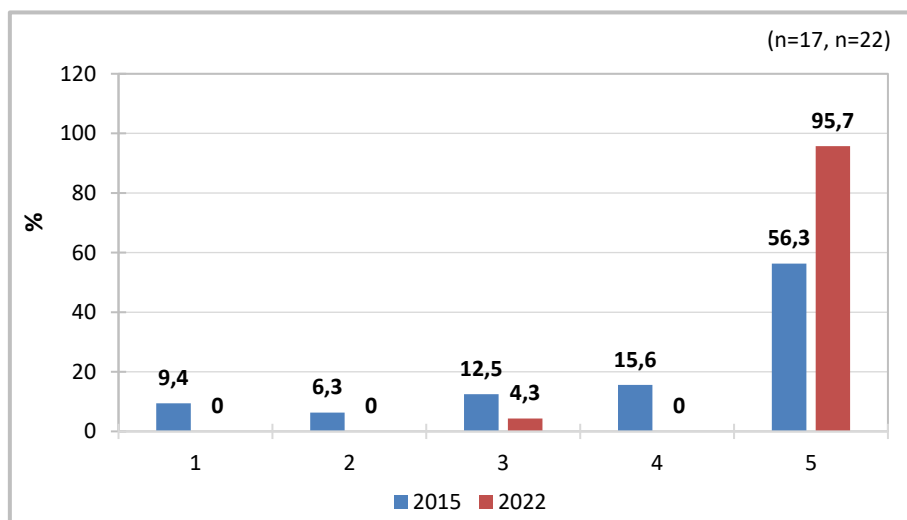
érhető élelmiszereket tekintik biztonságosnak, ahol minden egyes szereplő ismert és ellenőrizhető. Ennek másik oka, hogy – a kiskereskedelmi láncokkal ellentétben – a kistermelők egy része rugalmasabban tudott reagálni a kihívásokra.

A termelők jövőre vonatkozó céljaira adott válaszait témák szerint négy témakörre oszthatjuk, amelyek a következők:

1. Minőség, tudatosság és fenntarthatóság;
2. Helyi értékek, védjegy;
3. Gazdaságosság, tervek;
4. Értékesítési formák.

### **Minőség, tudatosság és fenntarthatóság**

Ezen témakörben a termelők gazdálkodásának, illetve az előállított termékek minőségének színvonalát, az ezzel kapcsolatos célokat kíséreltük meg felmérni.

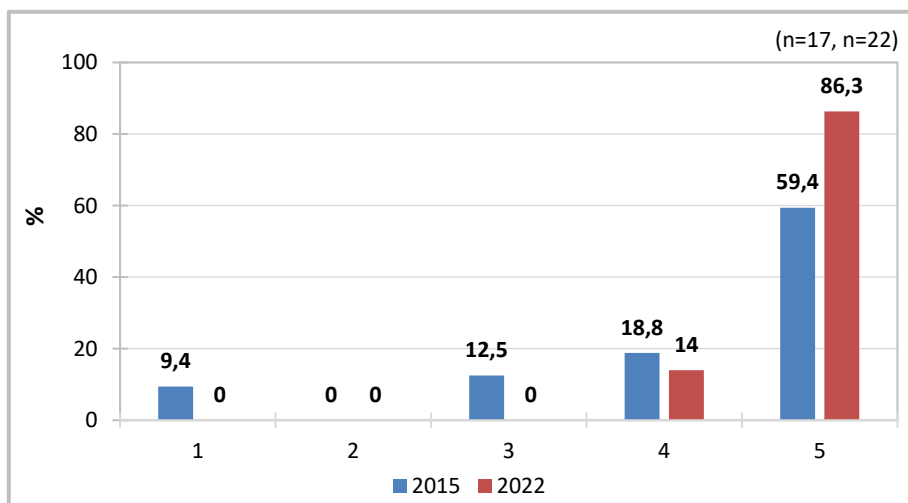


**3. ábra: Magas minőségű termék előállításának célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

A jövőre vonatkozó célokat vizsgálva látható (3. ábra), hogy a magas minőségű termékek előállítása továbbra is a legfontosabb szempont marad, hiszen az 5-ös érték megjelölése szerepel a legnagyobb részarányban. Előremutató, hogy a minőségtudatosságot preferálja a termelők többsége. Ezt a következő, 4. ábra is alátámasztja, ahol a gazdálkodás színvonalának

megtartására kérdeztünk rá. Itt a korábbi közel 60%-ról több, mint 25%-kal emelkedett a legnagyobb, 5-ös értéket adók aránya; míg korábban kevésbé fontos szempontként is megjelölték ezt a kérdéskört (1-3-as érték) jelen vizsgálatban kiemelkedően fontosként, csak 4-es és 5-ös értékekkel minősítették.



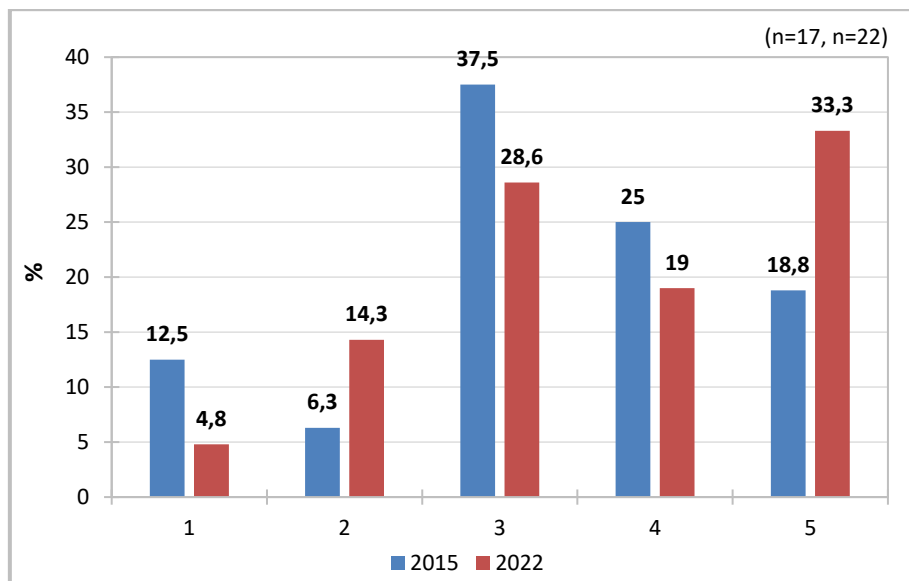
**4. ábra: A jelenlegi gazdálkodási színvonal fenntartásának célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

A termelők tudatossága és elkötelezettsége a fenntarthatóság terén is érezhető, hiszen az figyelhető meg, hogy amíg 2015-ben a skálán megoszlott a válaszadók véleménye, addig 2022-re a környezetvédelmet legfontosabbnak értékelők tábora jelentős mértékben nőtt (21 százalékponttal), így egyfajta átrendeződésnek lehetünk szemtanúi. Ez lényegében összhangban áll az Európai Unió célkitűzéseivel is.

### ***Helyi értékek, védjegy***

A térség értékeinek fenntartása célkitűzés szintén sokkal nagyobb hangsúlyt kap, mint korábban. (A legmagasabb értéket választók aránya a 2015-ös 53,1-ről 2022-re 76,1%-ra nőtt.) Ennek megoldására jó lehetőségnek látják a védjegyeket, amelyek a helyi termékek és a környezet védelme érdekében egyre fontosabb szerepet töltenek be hazánkban is. A termelők érdekeltté válnak a védjegyek megszerzésében, döntően a fogyasztói bizalom növelésének lehetősége miatt.



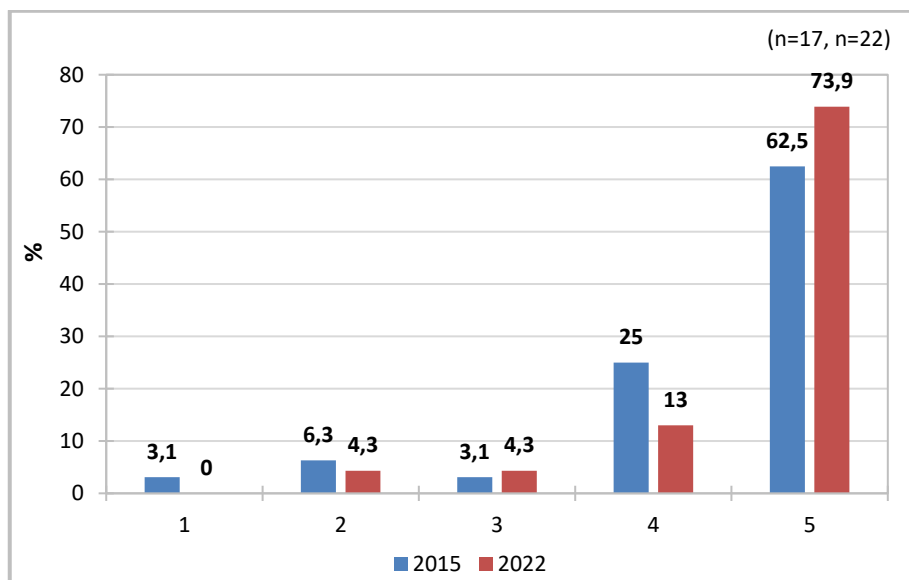
**5. ábra: Részvétel térségi védjegy alkalmazásában célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

2022-re már a válaszadók több, mint 50%-a jelöli meg kiemelkedő célként (4-5 értékek) a védjegyek használatában való részvételt (5. ábra). A térség értékeinek fenntartását nagyon fontosnak ítélik aránya több mint 20%-kal nőtt 2015-höz képest. Ugyanakkor a védjegy jelentőségét „közepesen” megítélők részaránya még mindig relatív magasnak mondható. Összességében tehát a többség fontosnak tartja, jóllehet, még heterogén a megítélés ezen területen. A nyugat-európai trendek viszont azt mutatják, hogy a védjegy fontosságának megítélése növekvő tendenciát mutat.

### **Gazdaságosság, tervek**

A gazdaság működtetésének időtávjára vonatkozó kérdésre adott válaszok szintén a korábbi megállapításokat támasztják alá, illetve cáfolják hipotézisünket (6. ábra).



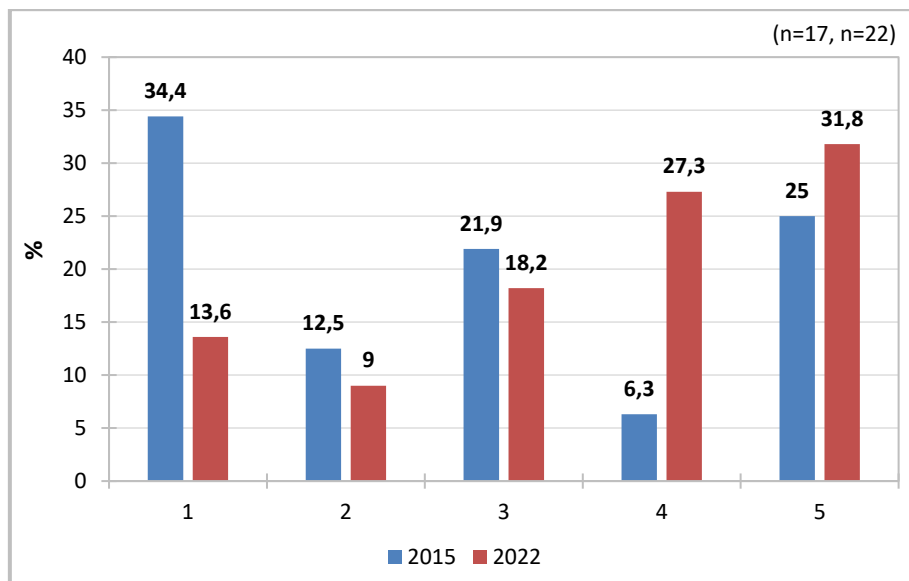
**6. ábra: A gazdaság működtetésének időtávja**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

Összességében a válaszadók mintegy 10%-kal többen (4-5 értékek) terveznek hosszútávra 2015-höz képest, illetve közel felére csökkent azon megkérdezett termelők száma, akik bizonytalanok a jövőt illetően. A bizonytalansági tényező csökkenése és a hosszútávú fennmaradásban való bizakodás viszont jó jelnek tekinthető.

Szintén ezen eredményeket támasztják alá a következő kérdésre adott válaszok, ahol lehetőségük volt részletesebben kifejteni gondolataikat: a termelők szövegesen felvázolhatták, hogyan ítélik meg gazdaságuk piaci helyzetét. Van, aki elégedettnek jellemzi magát, de a folyamatos fejlődés szükségességét kiemeli. Mások a termékük jó minősége miatt nem aggódnak az értékesítéssel kapcsolatban, ezt a véleményt többen is osztják, de az energiaválság foglalkoztatja őket. Egyes termelők szezonálisan hullámzóként jellemzik értékesítési lehetőségeiket. (A karácsonyt megelőző időszak mindig kiugróan magas, míg tavasszal csökken a vásárlási kedv.) A gourmet terméket értékesítő termelő a szűk piaci rést említi a termékek ismeretlensége miatt. Mindössze egy termelő fogalmazott meg értékesítési problémát és a feldolgozáshoz szükséges eszközök beszerzését is nehézkesnek ítélte meg.





**7. ábra: A gazdaság méretének növelése célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

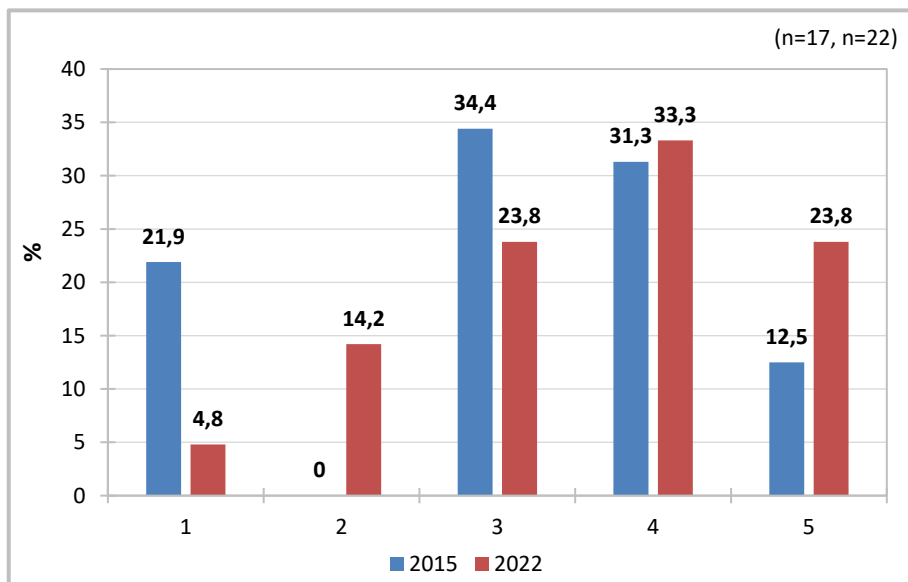
A gazdaság méretének növelését, mint célt fontosnak tartók (4-5 értékek) aránya lényegében megduplázódott 2015-höz képest (7. ábra). E mögött valószínűleg az rejlik, hogy az üzemi méret növelése egyrészt a piaci részesedés növekedését vonja maga után, másrészt a termékkör diverzifikáltsága nagyobb üzemméret mellett racionálisabb lehet.

A lehető legmagasabb jövedelem elérése is megjelenik a célok között 2022-ben. A vizsgálatban már praktikusán 100%-ban a legfontosabb célok között értékelték (4-5 értékek) a korábbi meglehetősen heterogén megítéléshez képest.

### **Értékesítési formák**

A termelők folyamatosan keresik a lehetőségeket termékeik értékesítésével kapcsolatban. Amint azt szakirodalmi áttekintésünkben is megállapítottuk, a hagyományos értékesítési formák mellett növekvő számban szerepelnek az újabb, korszerűbb és innovatívabb értékesítési formák, amelyekben egyre nagyobb lehetőséget látnak a megkérdezettek. Ezt támasztja alá a 8. ábra, ahol látható, hogy 21,9%-ról kevesebb mint negyedére (4,8%) csökkent azok aránya, akik a közösségi mezőgazdasági együttműködésekben való részvételt „nem fontos” célként határozták

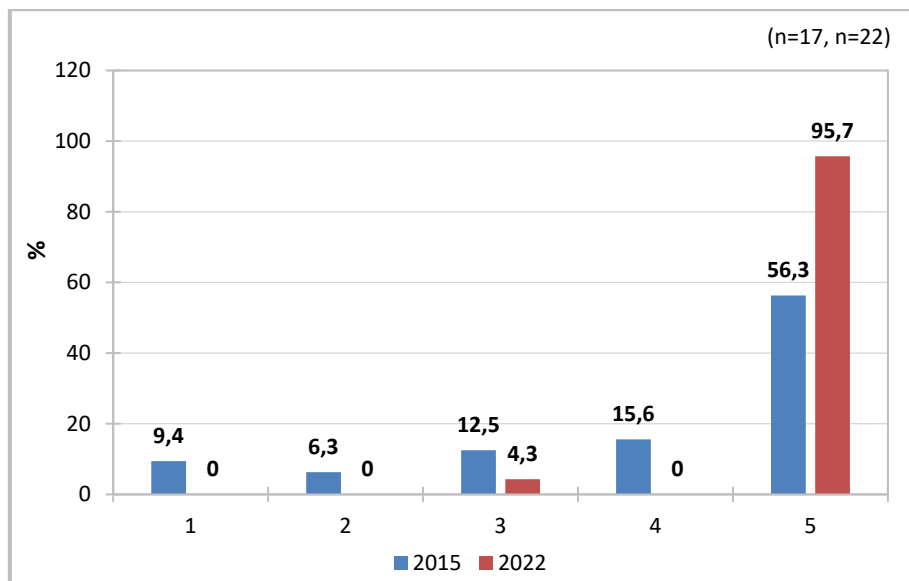
meg. A fontos célkitűzésnek tartók (4-5-ös értékek) aránya pedig markánsan nőtt az előző vizsgált időszakhoz képest.



**8. ábra: Részvétel közösségi mezőgazdasági együttműködés(ek)ben célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

A közvetlen értékesítés részarányának növelése egyöntetűen fontos célként jelenik meg a válaszadó termelők között. Ezen értékesítési formák közül a háztól történő és a termelői piaci értékesítést alkalmazzák legtöbbször. A 9. ábrán láthatjuk ezen formák arányának növelését célul kitűzők esetében, hogy a korábbi heterogén megoszlást felváltotta a legmagasabb, 5-ös érték közel 100%-ban történő megjelölése. Ez végül is a termelői piacok értékesítésben való meghatározó szerepét is alátámasztja. Ugyanakkor, ez nem csak termelői, hanem fogyasztói oldalról is kívánatos, hiszen a közvetlen értékesítés nem csak a termelők profit kilátásait növeli, hanem az érintett fogyasztói kör reáljövedelmének növelésén keresztül „életszínvonal” emelő hatással is társul.



**9. ábra: Közvetlen értékesítés arányának növelése célként való megítélése**

Forrás: Saját vizsgálat 2015, 2022

### Következtetések

A vizsgálati mintában szereplő termelők a kialakult nehéz gazdasági körülmények ellenére is bizakodóak a jövőt illetően, 2015-höz képest sokkal optimistábban látják a helyzetüket. A kapott eredmények alapján az első hipotézisünk (**H1**: A termelői várakozások – a gazdasági körülményeket is figyelembe véve – pesszimisták a jövőre vonatkozóan.) nem került megerősítésre. A minőségi termékek előállításának, a gazdálkodás színvonalának terén tudatosabbak, továbbá a napjainkban egyre fontosabb tényezőként szereplő környezetvédelmi szempontok tekintetében is jelentősen nőtt a tudatosság. A térség értékeinek fenntartását többen tűzik ki célul, ennek megvalósításához védjegyet használni kívánók aránya jelentősen nőtt. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a marketinghez kapcsolódó előnyök, a védjegy nyújtotta hálózatban rejlő lehetőségek, a fogyasztói bizalom erősítése, és az új értékesítési csatornák elérése lesz a fő motiváció a termelők számára. A termelők zöme hosszú távon a gazdaság méretének növekedésével számol. Az értékesítési lehetőségek palettájának szé-

lesítésére keresik a lehetőségeket; nyitottak mind a közösségi mezőgazdasági együttműködések, mind a közvetlen értékesítés irányába. A felmért termelők mind a minőség, mind gazdaságosság szempontjából tudatosabban a 2015-ben vizsgált időszakhoz képest. Az eredmények alapján a második hipotézisünk (**H2**: A helyi termelői piac az egyik legnépszerűbb (RÉL) értékesítési forma a helyi terméket előállító és értékesítő termelők számára.) úgy véljük, megerősítést nyert. Vagyis, a helyi termelői piac ma is az egyik legnépszerűbb (RÉL) értékesítési forma a helyi terméket előállító és értékesítő termelők számára.

## Irodalomjegyzék

- Augère-Granier, M-L. (2016): Short food supply chains and local food systems in the EU. European Parliamentary Research Service (EPRS), Members' Research Service. Briefing September 2016. European Union
- Benedek Zs. (2014): A rövid ellátási láncok hatásai. Összefoglaló a nemzetközi szakirodalom és a hazai tapasztalatok alapján. Magyar Tudományos Akadémia Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet. ISBN 978-615-5447-17-4
- Benedek Zs. – Fertő I. (2016): A modern és a rövid élelmiszer-ellátási láncok kialakulása, működtetése, szerep a vidékfejlesztésben. In: Fertő I. – Mizik T.: Agrárgazdaságtan I. 306-328. Akadémiai Kiadó, Budapest. ISBN 978-963-05-9727-2. DOI: <https://doi.org/10.1556/9789634540069>
- Benedek Zs. – Balogh P. G. – Baráth L. – Fertő I. – Lajos V. – Orbán É. – Szabó G. G. – Nemes, G. (2020): Kistermelői sikerek a COVID-19 járvány első hullámában: a személyesség szerepe az értékesítésben. *Statistikai Szemle*, 98(12):1398–1415. DOI: <https://doi.org/10.20311/stat2020.12.hu1398>
- Brown, C. – Miller, S. (2008): The Impacts of Local Markets: A Review of Research on Farmers Markets and Community Supported Agriculture (CSA). *American Journal of Agricultural Economics*, 90(5):1296–1302. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8276.2008.01220.x>  
<http://www.jstor.org/stable/20492388>
- Carter, S. (1997): Global agricultural marketing management. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome. ISBN 92-5-104013-3  
<https://www.fao.org/3/W5973E/W5973E00.htm>
- Dunne, J. – Chambers, K. – Giombolini, K. – Schlegel, S. (2011): What does 'local' mean in the grocery store? Multiplicity in food retailers' perspectives on sourcing and marketing local foods. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 26(1):46-59. DOI: <https://doi.org/10.1017/S1742170510000402>

- Futamura, T. (2007): Made in Kentucky: The meaning of ‘local’ food products in Kentucky’s farmers’ markets. *The Japanese Journal of American Studies*, 18:209–227.
- Galli, F. – Brunori, G. (eds.) (2013): Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development. Evidence Document. Document developed in the framework of the FP7 project FOODLINKS (GA No. 265287). Laboratorio di studi rurali Sismondini. ISBN 978-88-90896-01-9
- Gombkötő N. – Vincze J. – Hegyi J. – Kacz K. (2017): Közösség által támogatott mezőgazdaság regionális vizsgálata. *Gazdálkodás: Scientific Journal on Agricultural Economics*, 61(2):130–143. DOI: <https://doi.org/10.22004/ag.econ.264584>
- Juhász A. (ed.) (2012): A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerpiacra jutásában. Élet a modern kiskereskedelmi csatornákon kívül? Agrárgazdasági Tanulmányok, Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. ISBN 978-963-491-579-9, ISSN 1418-2122
- Kacz, K. – Hegyi, J. – Gombkötő, N. (2019): Characteristics of community supported agriculture in the Western Transdanubia region. *Deturope – The Central European Journal of Tourism and Regional Development*, 11(1):42–54. DOI: <https://doi.org/10.32725/det.2019.003>
- Marsden, T. – Banks, J. – Bristow, G. (2000): Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 40(4):424-438. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Martinez, S. – Hand, M. – Da Pra, M. – Pollack, S. – Ralston K. – Smith, T. – Vogel, S. – Clark, S. – Lohr, L. – Low, S. – Newman, C. (2010): Local food systems: concepts, impacts, and issues. ERR 97. U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Washington, D.C. May 2010.
- NAK Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (2022): Letöltve: 2022.11.02. <https://www.nak.hu/termeloipiac-kereso?view=items>
- NÉBIH Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (2019): Tájékoztatás a helyi termelői piacokról. Letöltve: 2019.09.02. <https://portal.nebih.gov.hu/web/guest/-/a-helyi-termeloi-piacok-uzemelteteserol>
- Renting, H. – Marsden, T. – Banks, J. (2003): Understanding alternative food networks: Exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 35(3):393–411. DOI: <https://doi.org/10.1068/a3510>
- Reszkető T. (ed.) (2015): Vidékfejlesztési program kézikönyv. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, Budapest. ISBN 978-615-5307-17-1
- Réthy K. – Dezsény Z. (2013): Közösség által támogatott mezőgazdaság. Ökológiai Mezőgazdasági Kutatóintézet Közhasznú Nonprofit Kft. (ÖMKi), Budapest
- Santini, F. – y Paloma, G. S. (eds.) (2013): Short food supply chains and local food systems in the EU. A state of play of their socio-economic characteristics. European Commission Joint Research Centre, Scientific and Policy Reports. Publications Office of the European Union, Luxembourg. ISBN 978-92-79-29288-0. DOI: <https://doi.org/10.2791/88784>

- Soós G. (2020): Az élelmiszer-fogyasztói szokások változása a COVID-19 vírus megjelenéséhez kapcsolódóan Magyarországon. *Marketing & Menedzsment*, 54(3):15–27. DOI: <https://doi.org/10.15170/MM.2020.54.03.02>
- Szomi E. (ed.) (2016): Helyi termék kézikönyv. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, Szeged. ISBN 978-963-12-4502-8
- Thompson, E. Jr. – Harper, A. M. – Kraus, S. (2008): Think globally – eat locally: San Francisco Foodshed Assessment. American Farmland Trust. Letöltve: 2022.11.02. <https://www.farmlandinfo.org/think-globally-eat-locally-san-francisco-foodshed-assessment>

