

3.2. KISTERMELŐK ELÉGEDETTSÉGE A PIACI ÉRTÉKESÍTÉS EGYES SZEMPONTJAIVAL ÉS A PIACOK VÁLASZTÁSÁNAK MOTIVÁCIÓI

KISS Konrád

*Szent István Egyetem, Gödöllő, Magyarország
konrad.kiss@phd.uni-szie.hu*

Összegzés

A fejlett országokban és sok fejlődőben is, az élelmiszer-kiskereskedelem forgalmában a nagyméretű kereskedelmi láncok részesülnek a legnagyobb mértékben. A kisméretű termelők számára igen nehéz az ilyen láncok beszállítóivá válni, és rajtuk keresztül értékesíteni. A jelenlegi tanulmány a termelők rövid ellátási láncokon (REL-eken) keresztüli értékesítési lehetőségeit vizsgálja Budapest és a Mátra térségében, a piaci értékesítés példáján keresztül. A tanulmány Heves megyében és budapesti agglomeráció területén, 214 termelővel végzett primer kutatása felméri a termelők elégedettségét a piaci értékesítéssel kapcsolatban, valamint leírást ad a piacok választásának fő motivációjáról. A (részben utóközzölt) eredmények szerint a piaci értékesítés minden vizsgált szempontjával a termelői piacok válaszadói voltak a legelégedettebbek, míg a hagyományos piacok értékelésében nem volt megfigyelhető jelentős területi különbség. Pozitív, jövő-orientált célokkal rendelkező termelők szintén nagyobb arányban fordultak elő termelői piacokon. Míg a vidéki területen a piacok választását azok fizikai közelsége motiválta elsősorban, a budapesti termelői piacokon nagyobb arányban fordult elő a piaccal való jobb elégedettség, és más egyéb vélemények, mint például a kereslettel való elégedettség. Előfordult, hogy a piacszervezők direkt felkérték a termelőket a részvételre. Ezek az eredmények a Budapest környéki termelői piacok sikerességét igazolják, szemben a vidéki terület által nyújtott piaci árusítási lehetőségekkel.

Kulcsszavak: termelői értékesítés, rövid ellátási lánc, területi összehasonlító vizsgálat, piaci értékesítés

Bevezetés

Az Európai Parlament Kutatószolgálatának jelentése (Augère-Granier, 2016) alapján valamennyi európai országban növekvő érdeklődés figyelhető meg a rövid ellátási láncok (REK-ek) és a helyi piacok iránt, mind vidéki, mind urbánus területeken. Szerepük az európai élelmiszerrendszerekben marginálisnak nevezhető. Benedek és Fertő (2015) szerint is növekvő érdeklődés figyelhető meg az alternatív ellátási láncok és közvetlenül értékesített termékek iránt.

Benedek és Balázs (2014/a) szerint erősödik az élelmiszerek relokalizációjára irányuló politikai érdeklődés. Hart (2012, in Turcotte 2013) szerint a tudomány szerepe az élelmiszer-ellátási láncok esetében azért válik egyre fontosabbá, mert sok, élelmiszer-biztonsággal és élelmiszerminőséggel kapcsolatos kérdésre a tudományos megoldások adhatják meg a választ. Például a kormányzatok, vállalatok, szervezetek kutatják a földhasználat hatékonyabb módját, a nagyobb hatékonyság, és az ökoszisztéma jobb megóvásának lehetőségét. Az alternatív élelmiszerláncok komoly kutatásának kezdete az ezerkilencszázkilencvenes évek végére vezethető vissza. Azóta változatos, általában empirikus alapokon nyugvó alternatív élelmiszerlánc-tanulmányok keletkeztek egyre növekvő mértékben. (Maye – Kirwan, 2010) A téma magyarországi vizsgálatát illetően az mondható el, hogy például Csíkné Mácsai és

Lehota (2013), valamint Dunay et al. (2018) szerint a közvetlen értékesítés a modern agrármarketing egyik legelhanyagoltabb területe, valamint Szabó és Juhász (2012, 217.p.) meglátása szerint a piaci értékesítés „a magyar kiskereskedelem területén folytatott kutatások egy méltánytalanul elhanyagolt szegmense.”

Magyarországon a rövid ellátási láncok (REL) iránti tudományos érdeklődés ugyan felélénkült az elmúlt években, de például a régi uniós tagállamokhoz, az Egyesült Államokhoz, vagy Japánhoz képest kevesebb információ áll a rendelkezésünkre a REL-ek hazai helyzetéről, és a bennük részt vevő szereplőkről. (Szabó, 2014)

Több tanulmány utal arra, hogy a rövid ellátási láncok a vidékfejlesztés eszközeül szolgálhatnak. (például Renting et al. 2003) Más források (úgy, mint Benedek és Balázs 2014/b) felhívják a figyelmet arra, hogy az általuk kiváltott pozitív hatások helyzetfüggők, illetve nem automatikusak. A jelenlegi tanulmány a REL-ek termelői értékesítésben és vidékfejlesztésben betöltött szerepét hivatott bemutatni primer termelői megkerdezés segítségével, a piaci értékesítés példáján keresztül. A vizsgálat mintaterülete Budapest, valamint Gyöngyös (40 kilométeres) térségére terjed ki, részlegesen. A tanulmányból megismerjük azt is, hogy miért választották a termelők az adott piacokat az értékesítés helyszínének.

Szakirodalmi áttekintés

Az alternatív ellátási láncok olyan, termelők, fogyasztók és más szereplők által alkotott hálózatokra utalnak, amelyek alternatívát jelentenek a standardizált, nagyméretű (ipari) élelmiszertermeléshez képest. (Renting et al., 2003)

Az Európai Unió támogatáspolitikája (807/2014. EU-rendelet), illetve a Magyarországon jelenleg (2014 és 2020 között) érvényes Vidékfejlesztési Program alapján azt az ellátási láncot tekintetem „rövid ellátási láncnak,” ahol a termelők vagy közvetlenül, vagy legfeljebb egy köztes piaci szereplő segítségével értékesítik termékeiket a fogyasztók számára (Vidékfejlesztési Program, 2014-2020).

A rövid ellátási láncok lehatárolásának másik fontos megközelítésmódja a térbeli aspektus. Kneafsey és szerzőtársai (2013) alapján „helyi élelmiszerrendszerek esetében” – (ahol a termelés, a feldolgozás, az értékesítés és a fogyasztás térben meghatározott közelségben történik), ez a fizikai távolság (forrásoktól függően) 20 és 100 kilométer közé tehető. A magyarországi szabályozás, (pontosabban az 52/2010. kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló FVM rendelet) alapján hazánkban ez a távolság alapvetően 40 kilométernek feleltethető meg, az előállítás és az értékesítés helye között (Benedek et al., 2014) légvonalban. A 2014 és 2020 között érvényes Vidékfejlesztési Program rendszerbe foglalja a rövid ellátási lánc típusokat, és ide sorolja a piacokat, termelői piacokat, vásárokat is. Fontos, megjegyzés – mivel e tanulmány primer kutatása különböző típusú piacokon, vásárcsarnokokban értékesítő termelőkkel foglalkozik –, hogy a hagyományos piacokon, vásárcsarnokokban, vásárokon, fesztiválokon nyilvánvalóan viszonteladók is árusítanak, emiatt ezeknek a csatornáknak legfeljebb a kistermelői értékesítés (vagy legfeljebb az egylépcsős értékesítés) része tekinthető REL-csatornáknak. (Bár jogosan merülhet fel olyan kritika, hogy a hagyományos piacok a kereskedők jelenlétéből kifolyólag nem minősülnek REL-csatornáknak, véleményem szerint az ott zajló kistermelői értékesítés REL-értékesítésnek tekinthető. Hivatalos, ide vonatkozó jogszabályi vonatkozással nem találkoztam munkám során. A Vidékfejlesztési Program (2014-2020) tematikája alapján a

hagyományos piacok, valamint a vásárcsarnokok termelői részét REL-, illetve RÉL (rövid élelmiszerlánc) -csatornáknak tekintetem.)

A rövid láncok magukban foglalják az élelmiszerek termelésének, feldolgozásának, csomagolásának értékesítésének munkafolyamatait. (Renting et al., 2003) A kutatók vizsgálják a vidékfejlesztésben betöltött szerepüket, valamint gazdasági, társadalmi és környezeti fenntarthatóságukat. (Kiss et al., 2019)

Több tanulmány ír arról, hogy a helyi élelmiszer-rendszerek képesek lehetnek hozzájárulni a vidékfejlesztéshez (például: Renting et al., 2003, Kneafsey et al., 2013). Az ellátási láncok bővülése („hosszabbá válása”) csökkentette a termelők nyereségét, és (ezzel együtt) kizárhatja a kistermelőket a piacokról, ami negatív hatásokat idézhet elő a vidéki területeken. Ilyen hatások lehetnek a munkanélküliség, vagy az elvándorlások miatt bekövetkezett népességsökkenés. (Fazio, 2016) DuPuis és Goodman (2005) szerint az alternatív élelmiszer-rendszerek, és a rövid élelmiszerláncok (RÉL-ek) segíthetik a vidéki gazdaság megújulását és dinamizmusának előmozdítását, valamint hozzáadott értékek forrásaiként is funkcionálhatnak. Fazio (2016) szerint, az ellátási láncok rövidülése pozitív externáliákat eredményez a környezet esetében, valamint hozzájárul a regionális és helyi identitás megerősödéséhez.

Más források arra utalnak, hogy a rövid ellátási láncok vidékfejlesztésben betöltött egyértelmű pozitív szerepe megkérdőjelezhető, mert a REL-ek pozitív hatásai nem törvényszerűen következnek be. Tregear (2011) szerint a vidékfejlesztéssel foglalkozó tudósok érvekkel alátámasztott magyarázatokat nyújtanak arra vonatkozóan, hogy az alternatív élelmiszerlánc-kezdemenyezések pozitív szocio-ökonómiai hatásokat eredményezhetnek. Ellenben Benedek és Balázs (2014/b, 1.p) szerint *„nem minden esetben egyértelmű, hogy a rövid ellátási láncok a vidékfejlesztés hatékony eszközei lennének, különösen mert szocioökonómiai hatásuk mértéke helyzetfüggő.”* Ugyanakkor a rövid értékesítési csatornák növelhetik a termelők piacra jutásának esélyeit, és jövedelmüket, de ez a megoldás nem feltétlen és nem automatikus. (Szabó - Juhász, 2012) Aggestam és szerzőtársai (2017) alapján, ezek a láncok még továbbra is a tudatos fogyasztók „résziacaiként” jellemezhetők, ellenben (továbbra is) növekvő fogyasztói érdeklődés tapasztalható irányukba.

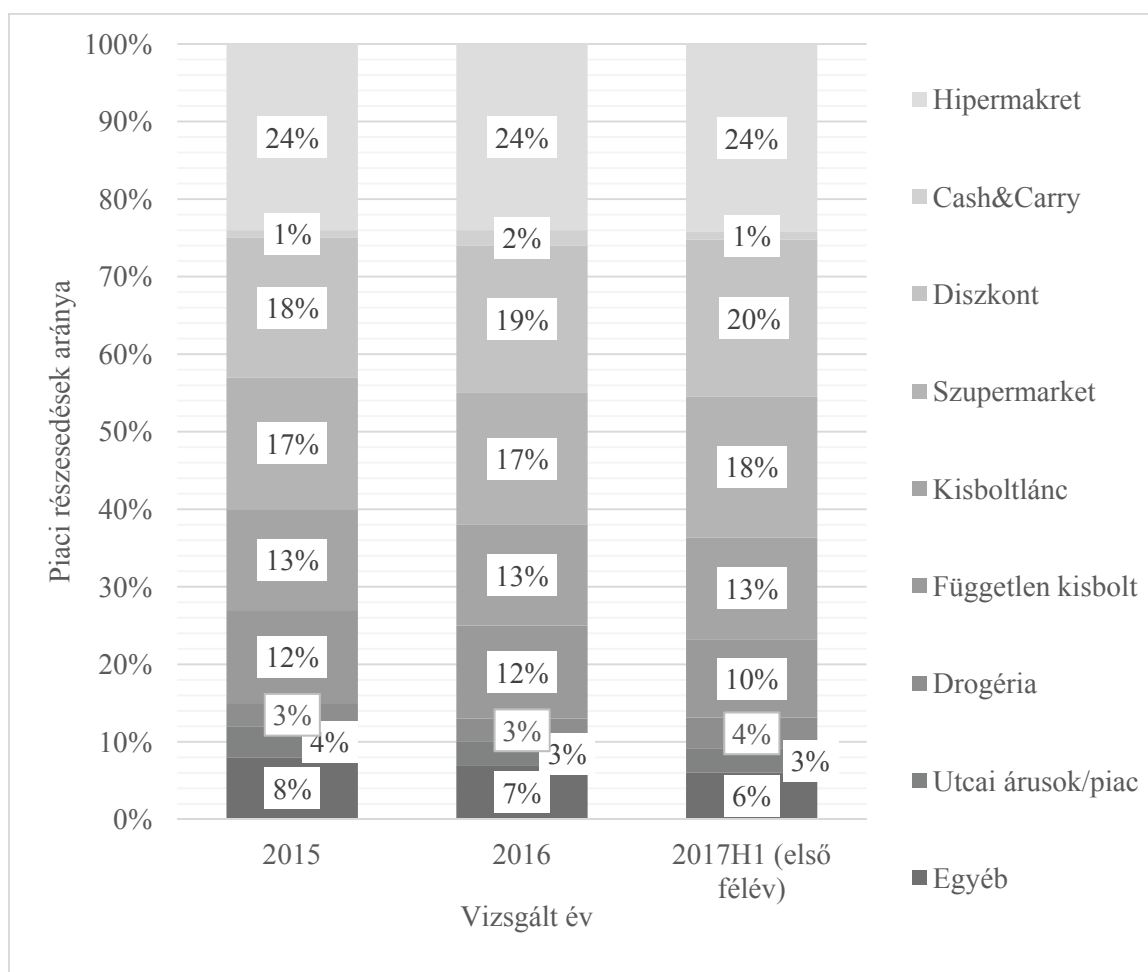
Összességében elmondható, hogy bár a rövid ellátási láncok potenciállal rendelkeznek a fenntarthatóság és a vidékfejlesztés elősegítésében, azonban a nekik tulajdonított pozitív hatásokat nem lehet általánosítani, ugyanis azok helyzetfüggők. (Kiss et al. 2019)

A tanulmány primer kutatása a piaci kereskedelem vizsgálatán alapul. A piac, mint értékesítési csatorna a 2005. évi kereskedelmi törvény alapján a következőképpen definiálható: „olyan épület, épületegyüttes vagy terület, ahol állandó vagy rendszeres jelleggel többen, általában napi, esetenként heti rendszerességgel folytatnak kiskereskedelmi tevékenységet.” (2005. évi CLXIV. TÖRVÉNY; 2.§ 19.). Benedek és Fertő (2015) szerint általában az önkormányzatok tartják fenn őket, és elsősorban kereskedők és viszonteladók árusítanak rajtuk, de őstermelők számára is biztosított ez a lehetőség. A helyi termelői piac fogalmát szintén a 2005. évi kereskedelemről szóló törvény a következő módon határozza meg: “olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti.” (2005. évi, CLXIV. TÖRVÉNY; 2.§ 5A.)

A 2014 és 2020 között aktuális, magyarországi Vidékfejlesztési Program (2011. évi GfK. adatokra hivatkozva) pozitívan értékelt a piaci kereskedelem „erősségét,” és 5%-os részesedést tulajdonított neki a napi fogyasztási cikkek kereskedelméből. A forrásdokumentum ezt az

adatot szintén pozitívnak értékelte. A 2016. évi GfK sajtóközlemény viszont a piacok forgalmának és kereskedelmi részesedésének csökkenéséről számolt be. Ez nagyrészt a vidéki piacok vásárlói rétegének csökkenésével volt magyarázható (GfK, 2016; Kiss, 2018). A GfK 2017. évi adatai alapján a piacok (és utcai árusok) kereskedelmének részesedése a napi fogyasztási cikkek forgalmában 2015-ben már csak 4%, 2016-ban pedig már csak 3% volt (1. ábra). Benedek és Balázs (2014/a), valamint Balázs (2012) szerint Magyarországon az új típusú, neotradicionális REL-csatornák, mint például a dobozrendszerek, webáruházak, közösségi mezőgazdaság, bevásárló körök) megjelenése, valamint sikeressége elsősorban városi, és várostérségi körzetekben mutatható ki. Az általuk dominánsnak nevezett tradicionális élelmiszer-ellátási formák, (mint például a termelői piac, vagy a vásárcsarnokok) erősen függenek a közösségi forrásoktól és beruházásoktól.

1. ábra: A kereskedelmi csatornák piaci részesedése a napi fogyasztási cikkek piacán



Forrás: GfK (2017, p.2.)

Korábbi kutatásom során, 2016 tavaszán kérdőíves felmérést készítettem a jelenlegi tanulmányban is vizsgált mintaterületen, hagyományos piacokon és a Bosnyák téri Vásárcsarnokban. A felmérésben összesen 116 piaci árusító (termelők és kereskedők vegyesen) és 216 vásárló vett részt, összesen 5 település, Budapest, Eger, Füzesabony, Hatvan és Gyöngyös 1-1 piacán. Az elégedettségi felmérés eredménye alapján a piaci árusítók véleményében területileg nem volt fellelhető statisztikailag jelentős különbség. A vásárlók számát szubjektív módon közepesre értékelték, bevételeik nagyságával átlagosan mérsékeltlen elégedetlenek voltak.

Fontos meglátás, hogy budapesti vásárcsarnok válaszadóinak (31 fő) közel kétharmada ingázónak minősült, és átlagosan 55,7 km-t, és 62 percet utaztak az árusítás érdekében (csak egy irányban és nem oda-vissza). Ez arra utal, hogy még ilyen jelentős idő-, és útiköltség mellett is vállalták a Budapesten való értékesítést. A kimutatásban részt vevő vásárlók a budapesti piacot (vásárcsarnokot) értékelték a legjobbra, Füzesabony piacát (mint a mintában szereplő „vidéki kisváros” piacát) pedig a legrosszabbra. A vásárlók véleményében lévő különbségek statisztikailag szignifikánsak voltak. Ezek az eredmények összefüggésben vannak a GfK 2016. évi eredményeivel, miszerint a piacok kereskedelmi részesedésének csökkenését elsősorban a „vidéki” területek piacainak vásárlóközösségének csökkenése eredményezte.

Bizonyos prémium árkatóriás termelői javakra tekintettel fontos szót ejteni a magyar lakosság árérzékenységről. Lehota és Lencsés (2019) az alábbi tényezők mentén mérték fel több, mint 1.000 fős mintán a magyarországi fogyasztók élelmiszerek iránti prémiumár fizetési hajlandóságát: biztonság, minőség, íz és frissesség, környezeti hatás, etikai tényezők. Tapasztalataik szerint a magyarországi fogyasztók prémiumár fizetési hajlandósága igen alacsony volt.

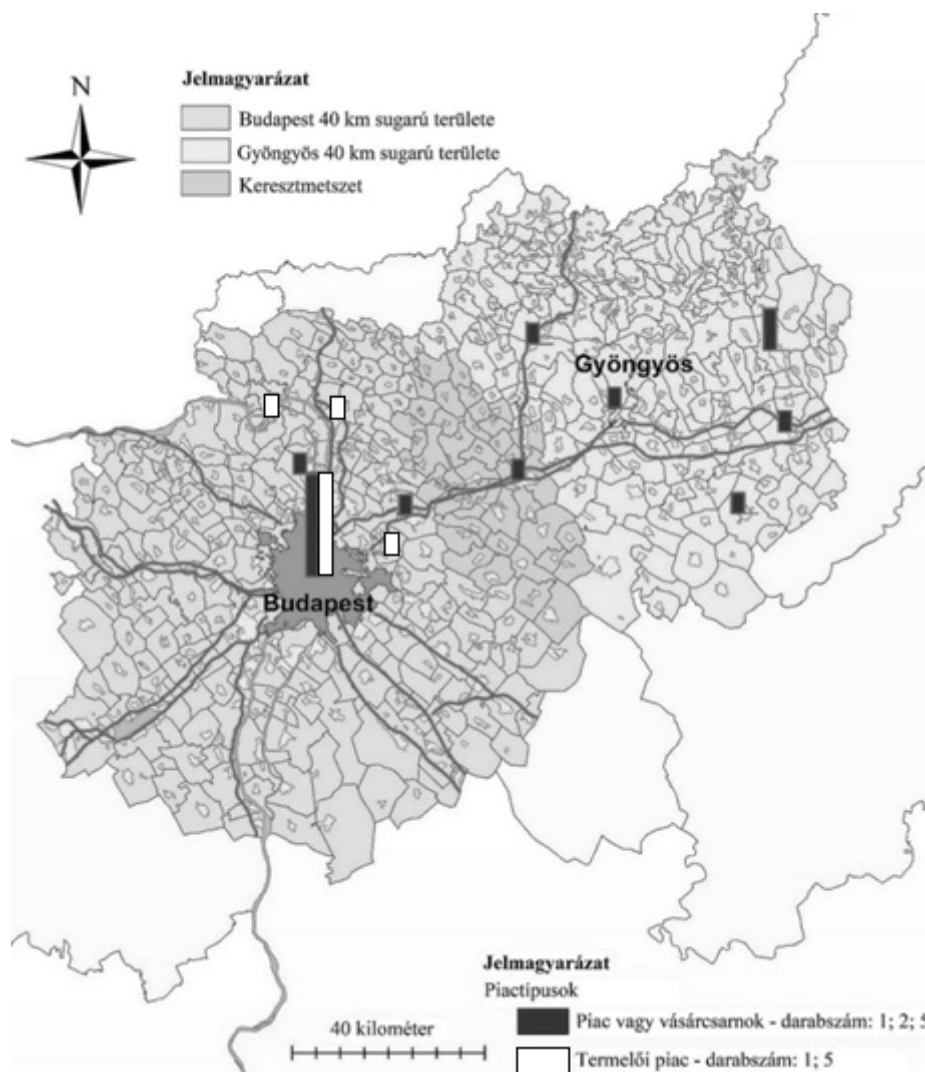
Anyag és módszer

A jelenlegi tanulmány célja a rövid ellátási láncok vidékfejlesztésben betöltött szerepének megítélése hazai viszonylatban, termelői oldalról. (Távlati kérdés például, hogy lehetséges-e a REL-ekre úgy tekinteni, mint az elmaradott, rurális területek „kitörési lehetőségeire.”) A vizsgálat területi szintű összehasonlításra törekszik, a REL-értékesítés szempontjából; urbánus és rurális térség viszonylatában. A vizsgálat primer kutatásainak mintaterülete Budapest, valamint Gyöngyös (és a Mátra) vidékének rövid ellátási lánc- és termelői értékesítés szempontjából meghatározó, 40 kilométeres övezete (2. ábra). (A 40 kilométeres távolság, a termelői értékesítést szabályozó 52/2010. FVM rendelet, és a kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV törvény alapján került meghatározásra.) Erről a területről származnak a primer kutatási eredmények. A vizsgált két mintaterület gazdasági jellemzőinek ismertetése is megtörtént, az élelmiszer-kereskedelmet (is) befolyásoló szekunder adatok elemzése és összehasonlítása által.

Azért esett a választásom, erre a két mintaterületre, mert:

- Budapest és a Közép-magyarországi régió Magyarország legfejlettebb urbánus térségének számítanak. Ezzel ellentétben az Észak-magyarországi régió az ország periférikus térségének minősül (Takács, 2017), valamint kedvezőtlen demográfiai és gazdasági adatok jellemzik. Gazdasági aktivitása elmarad a többi magyarországi régiótól. Nagy az elvándorlás a Közép-magyarországi régió irányába. A Takács (2017) vizsgálatába bevont mutatók összegzése szerint, ennek a régióknak a legfejlettebb megyéje Heves megye, amelynek központjában az Eger-Gyöngyös-Hatvan tengely áll. A friss KSH, és egyéb adatok alapján is, az Észak-magyarországi régió demográfiai és gazdasági mutatók tekintetében az országos átlag alatt van (1. táblázat).
- A vizsgálatban ezáltal megfigyelhető a kontraszt az egymással határos urbánus és rurális térségek között.
- Budapestre történő termelői ingázás tapasztalható Gyöngyös térségéből. Az M3-as autópálya jelenlétéből adódóan gépjárművel bő 1-1,5 óra alatt meg lehet tenni a két város között lévő távolságot (forgalmi viszonyoktól függően természetesen).
- A metszet területéről egyedül Hatvan település piacát vontam be a vizsgálatba. Jellemzőiből adódóan, a kiértékeléskor Gyöngyös térségéhez soroltam be. Megjegyzés, hogy az általam használt ArcMAP adatbázis a 2002. évi településszerkezeti adatokkal dolgozik, és azóta előfordulhattak változások.

2. ábra: A piaci termelőkkel végzett felmérés mintaterülete



Forrás: saját szerkesztés ArcMAP térinformatikai programmal

A kérdőív tartalmazott a termelők demográfiai adataira, gazdaságukra vonatkozó kérdéseket. Továbbá felmérte a termeléssel és az értékesítéssel való elégedettségüket, valamint a motivációikra, jövőbeli célkitűzéseikre vonatkozó információkra kérdezett rá. A lekérdezések személyesen zajlottak a két mintaterület hagyományos és termelői piacain. A jelenlegi tanulmány először az elégedettségre vonatkozó szempontokat ismerteti.

A termelői kérdőív összesen 16 kérdést, illetve kérdéscsoportot tartalmazott, ebből 3 vonatkozott a demográfiai jellemzőkre (nemre, életkorra, legmagasabb iskolai végzettségre), 4 a gazdálkodás jellegére, a többi pedig a gazdálkodók elégedettségét, szállítási költségeit, fejlődési szándékait, célkitűzéseit, problémáit, és egyéb szempontokat mérte fel. A kérdéssor egyszerű feleletválasztós, Likert-skálás és nyitott kérdésekből állt.

A felmérésben összesen 214 termelő vett részt, 2:1 arányban származtak a budapesti agglomeráció és Heves megye térségéből, különböző típusú piacokról (2. táblázat). A felmérésben való részvétel önkéntes és anonim volt. Papír alapú személyes lekérdezést végeztem. Voltak termelők, akik az önkitöltés módszerét választották, de a legtöbbször felolvastam a kérdéseket. A piacokon véletlenszerű, önkényes mintavétellel választottam ki a megkérdezett termelőket; ritkább esetben egymást ajánlották. Kisebb piacokon valamennyi

3.2 Kistermelők elégedettsége a piaci értékesítés egyes szempontjaival és a piacok választásának motivációi

termelőt megszólítottam. A válaszadási hajlandóság a személyes megkérdezésből eredendően viszonylag magas volt, megközelítőleg 70-75%.

Az eredmények egy része utóközlésnek minősül, angol nyelven részletesebben be lettek mutatva *Annals of The Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists* című agrárgazdasági tudományos folyóiratban (Kiss, 2019). Ennek a szabályos leghivatkozása megtörtént.

1. táblázat: A Közép- és Észak-magyarországi régió gazdasági és társadalom-földrajzi mutatóinak összehasonlító vizsgálata

Mutató	Közép-magyarországi régió (Budapest nélkül)	Észak-magyarországi régió	Régiós átlag
Lakónépesség száma az év végén (2018)	1 278 874 fő	1 126 360 fő	1 145 781 fő (Budapest nélkül)
Népsűrűség (lakó népesség száma/a település területe; 2018)	200,1 fő/km ²	83,88 fő/km ²	86,71 fő/km ² (Budapest nélkül)
Öregedési index (2018)	1,02	1,29	1,29 (Budapest nélkül)
Nyilvántartott álláskereső száma (2018)	18 602 fő	54 401 fő	32 476 fő (Budapest nélkül)
Munkanélküliségi ráta a 14-65 évesek körében (2018)	2,3	4,8	3,1 (Budapesttel együtt)
Az egy főre jutó GDP, vásárlóerő egységben (PPS) kifejezve (2018)	17 361	15 105	21 898 (Budapesttel együtt)
Az ország 100 legértékesebb magyar tulajdonú cégének jelenléte (2019)	14 db	5 db (ebből 3: Heves megyében)	8,29 db (Budapest nélkül)

Forrás: saját szerkesztés, KSH adatok (Területi Statisztika, „Munkanélküliség (2003-2018) és a „Fejlettségi szint (2003–2018)” adattáblák); FORBES.hu

2. táblázat: A termelői minta terület és piactípus szerinti megoszlása

Felvételezés térsége és a vizsgált piactípusok	Helyszínek száma	Kitöltők száma
Budapest térsége – hagyományos piacok, vásárcsarnokok	6	71
Budapest térsége – termelői piacok (és egy ökopiac)	9	75
Gyöngyös térsége - hagyományos piacok, piaccsarnokok	7	68

Forrás: saját szerkesztés (Kiss, 2019)

A termelők elégedettségében jelentkező különbségek megértéséhez nem volt elegendő pusztán a területi különbségeket figyelembe venni. A mintában szereplő 8 termelői piac és 1 ökopiac mind a budapesti térséghez tartoztak. (Az egy darab ökopiac 6 válaszadóját statisztikailag együtt kezeltem a 8 termelői piac 69 válaszadójával). A termelői piacokon a fogyasztói árak magasabbak voltak, mint a hagyományosokon. A kistermelők a termelői piacokon nem voltak kitéve a kereskedőkkel folytatott árversenynek, amire a hagyományos piacokon sokan panaszkodtak. Megjegyzendő, hogy a Gyöngyös környéki mintaterületen a termelői piacok száma elenyésző (a felmérés idején összesen kettőről volt tudomásom). A mintavételezési időszakom ezen a területen az éves piaci szezon végére esett, azaz 2018 novemberére és december elejére. Erdemben nem tudtam felmérést végezni az említett

Gyöngyös környéki termelői piacokon, mert csak igen kevés válaszadóval lett volna lehetőségem találkozni. Emiatt gyöngyös-térségi mintában kizárólag hagyományos piacok (és piaccsarnokok) szerepelnek. A (fedetlen) Gyöngyös környéki piacokat és (fedett) piaccsarnokokat együttesen „hagyományos piacoknak” kezeltem a jelenlegi tanulmányban. Viszont külön elnevezéssel illettem, de együttesen vizsgáltam a Budapest környéki hagyományos piacokat és a nagy vásárcsarnokokat.

Eredmények

A felmérésben összesen 214 fő; 104 nő és 110 férfi termelő vett részt. A legtöbben a 36-50 (36%), és a 51-65 éves (34%) korosztályba tartoztak, és középfokú (58%) valamint felsőfokú (30%) végzettséggel rendelkeztek, (külön kezeltem a technikai végzettséget, amellyel 8%-uk rendelkezett.) A mezőgazdasági szakirányú végzettségük aránya 22,4% volt. A legtöbb megkérdezett (86%) – nem meglepő módon – östermelőként, kistermelőként, vagy családi vállalkozóként volt jelen a piacokon. Ez előrevetíti a viszonylag alacsony gazdaságméretüket. (A hagyományos piacokon az egyéni vállalkozó, vagy kft. jogi formájú mezőgazdasági termelők is kitöltötték a kérdőívet.). A megkérdezettek 65%-a több, mint tíz éve folytatta a gazdálkodási tevékenységet, és 60%-uk fő munkaidős tevékenységének tartotta a termelést és az értékesítést (Kiss, 2019).

Szántó, gyep, legelő típusú földterülettel rendelkező termelőkre (n=80), a statisztikailag kiugró értékek nélkül (15 eset), átlag 8,9 hektáros birtokméret volt jellemző. Kert, kertészeti terület, szőlő, gyümölcsös esetében (113 termelő), a statisztikailag kiugró 22 eset kizárása után átlagosan 0,8 hektár földterülettel rendelkeztek.

A leggyakrabban forgalmazott termékkör a zöldségek, gyümölcsök voltak (118 esetben). A második leggyakoribbak a tejtermékek (35 fő esetében), majd a hústermékek voltak (32 fő esetében). 102 megkérdezett foglalkozott (részben) állattartással. Az alap és feldolgozatlan termékeken túl 107 válaszadó készített feldolgozott terméket (is). (Kiss, 2019).

Arra kértem válaszadóimat, hogy ötfokozatú Likert-skálán szubjektíven értékeljék, hogy mennyire elégedettek a felmérés aktuális helyszínét képező piaccal, és a piaci értékesítés általam megadott szempontjaival (3. táblázat).

A kutatás eredménye, hogy valamennyi vizsgált szempont alapján a budapesti térségben, a termelői piacokon árusító válaszadók voltak a leginkább elégedettek a piacok jellemzőivel, majd őket követték szintén a budapesti térségben, a hagyományos piacokon árusító termelők. A legelégedetlenebbek összességében a Gyöngyös térségében (a hagyományos piacokon) árusítók voltak. A piactípusok, helyszínek és a válaszadók elégedettsége közötti különbség majdnem minden esetben statisztikailag szignifikáns volt (kivételt képez a visszajáró vásárlók számával való elégedettség, mert azzal a termelők viszonylag elégedettek voltak valamennyi piacon, azok típusától függetlenül) (Kiss, 2019).

Statisztikailag szignifikáns és viszonylag erős kapcsolatnak volt tekinthető, hogy mind a vásárlók számával, mind az eladható termékmennyiséggel, az alkalmazható eladási árakkal, a piacok elérhetőségével és megközelíthetőségével a válaszadók átlagosan a termelői piacokon voltak elégedettebbek. Szintén erősebb kapcsolatot mutattak a parkolási lehetőségekre, a helypénzre, bérleti díj nagyságára és az árusítók számára nyújtott szolgáltatásokra vonatkozó különbségek. A termelők vállalkozásuk, gazdálkodásuk jövedelemszintjének szubjektív értékelésében nem voltak statisztikailag szignifikáns különbségek, ellenben kijelenthető, hogy ez a szempont is a termelői piacok esetében volt a legmagasabb. (A módszertan háttéréről, és az eredmények kidolgozásáról bővebben: Kiss, 2019).

3. táblázat: A termelők elégedettsége a piaci értékesítés különböző szempontjaival, valamint a vállalkozásuk jövedelmezőségével (válaszok átlaga ötfokozatú Likert-skálán)

Szempont	Budapesti térség		Gyöngyösi térség
	hagyományos piacok, vásárcsarnokok (n=71)	termelői piacok; ökopiac (n=75)	hagyományos piacok (n=68)
- vásárlók száma	3,06	3,54	2,99
- visszajáró vásárlók száma	4,27	4,51	4,06
- eladható termékmennyiség	3,33	3,9	3,29
- alkalmazható eladási ár	3,71	4,05	3,32
- elérhetőség, megközelíthetőség	4,23	4,67	3,78
- parkolási lehetőségek	2,93	3,99	3,12
- helypénz, bérleti díj nagysága	3,31	4,22	3,12
- árusítók számára nyújtott szolgáltatások	3,17	3,99	2,73
Mennyire elégedett vállalkozásának jövedelmezőségével?			
- elégedettség átlaga	3,47	3,64	3,33

Forrás: saját felmérés, illetve Kiss (2019) alapján szerkesztve.

Ez az eredmény arra utal, hogy a mintában szereplő fővárosi terület az ott működő termelői piacok által nyújtott leginkább többletet a közvetlenül értékesítő termelők számára. (A hagyományos piacok szubjektív megítélésében (fő)város-vidék összehasonlításban nem volt tapasztalható jelentős különbség.)

Megkérdeztem a termelőket, hogy miért pont az adott piacot választották az értékesítésük helyszínének. A piacok kiválasztásának legáltalánosabb oka a piac közelsége és megközelíthetősége volt. A Gyöngyös környéki hagyományos piacok esetében a résztvevő termelőknek ez volt a fő „motivációja” a piac kiválasztásában (82%), ami kizárólagosságra enged következtetni. Budapesti piacok esetében a válaszadóknak csak 41 százaléka nyilatkozta azt, hogy a közelsége miatt választotta a piacot. (4. táblázat). A szállítási távolság, mint hátráltató tényező megítéléséhez meg kell vizsgálni a kistermelők által, a szállítás során megtett távolságokat. Az eredményekből látható, hogy a Budapestre érkező termelők nagy szállítási távolságot is bevállalnak ahhoz, hogy értékesíteni tudják a termékeiket (5. táblázat). A megtett távolságot a Google Térkép alapján működő futas.net weboldal segítségével mértem meg, ahol egységesen a leggyorsabban megtehető útvonal alternatíva távolságát számítottam ki a termelés helye, valamint a vizsgált piac (pontos) címe között.

A szállítási távolság kimondottan nagy volt a (Budapest környéki) termelői piacok árusítói esetében, ahol a válaszadók 54%-a több, mint 40 kilométerről érkezett a piacokra árusítani. Ez az arány a Budapest környéki hagyományos piacokon és vásárcsarnokban is magas, 40%-os volt. Megjegyzendő, hogy ezekbe az arányokba beletartoztak a budapesti agglomerációban található piacok is. A mintában a 40 kilométernél többet utazó termelőket jellemzően a budapesti piacokon vételeztem fel. A Gyöngyös környéki hagyományos piacok esetében 8%-os arányban fordultak elő a 40 kilométernél messzebről szállító termelők. Érdekesség, hogy az 52/2010. FVM rendelet értelmében ők eleget tettek a „régiön belüli” értékesítés feltételeinek, miszerint a termék előállítása szerinti megyében árultak, vagy a légvonalban – és nem közúton – mért szállítási távolság 40 kilométernél kisebb volt. A rendeletben szereplő

40 kilométeres lehatárolás azonban nem egyformán alkalmazandó minden termékkör esetében (ld. részletesebben: 52/2010. FVM Rendelet, 4.§ (1-7). bekezdés).

4. táblázat: Az adott piac, mint értékesítési helyszín választásának lehetséges okai a termelői oldalról

(A cellákban az szerepel, hogy az adott csoport termelőinek hány százaléka említette ezt a válaszlehetőséget.)

A piacok választásának okai	Budapest térsége – hagyományos piac/vásárcsarnok (n=71)	Budapest térsége – termelői piac/ökopiac (n=75)	Gyöngyös térsége - hagyományos piac (n=68)
Helybeliség, megközelíthetőség	44%	39%	82%
Családi hagyományok	37%	1%	6%
Megfelelő(bb) kereslet (általánosan, vagy bizonyos termékek iránt)	17%	12%	15%
Személyes ismertség, törzsvásárlók jelenléte	11%	7%	9%
Felkérték rá	0%	20%	1%
Nincs kimondott oka, vagy nagyon általános válasz	7%	4%	0%
Nincs túltelítve (jutott hely a termékeinek)	1%	9%	0%
Megfelelő a piac időpontja	0%	4%	7%
Helypénzzel való elégedettség	1%	4%	4%
Településméret	0%	4%	1%
Kizárólagos, vagy majdnem kizárólagos lehetőség	7%	9%	1%
Piacal és az árusítás körülményeivel való általános elégedettség	1%	16%	6%
Egyéb ok (sokszor átfedésben más válaszokkal)	11%	41%	10%

Forrás: saját szerkesztés

A közelséget leszámítva a termelők fő motivációi erősen megoszlottak az értékesítőhelyek megválasztásánál. A Budapest környéki hagyományos piacokon, vásárcsarnokokban nagy arányban előfordult a családi hagyomány; hogy a termelők felmenői is ezeken a piacokon értékesítettek. Például a Bosnyák téri Vásárcsarnok esetében igen nagy arányban jellemző volt ez az ok. Az említések gyakoriságát illetően a harmadik helyen következett a nagyobb piaci kereslet. Megjegyzendő, hogy az összesített minta esetében a termelőknek csak 14-15 százaléka választotta a piacokat kimondottan a – bizonyítottan, vagy elvárhatóan – nagy(obb) kereslet miatt. Kiemelendő még az előzetes ismertség, mint befolyásoló tényező (összefüggésben a családi hagyományokkal).

5. táblázat: A termelők aránya a szállítási távolságok és a felvételezés helye szerint

Szállítási távolság (az általam használt módszertannal számítva)	Budapest térsége – hagyományos piacok/vásárcsarnokok (n=66)	Budapest térsége – termelői piacok/ ökopiac (n=69)	Gyöngyös térsége- hagyományos piacok (n=61)
helyben értékesít	2%	6%	3%
10 km alatt	9%	6%	33%
10,1-20 km	27%	14%	28%
21,1-40 km	23%	20%	28%
40,1-100 km	32%	38%	8%
100 km fölött	8%	16%	0%

Forrás: saját felmérés

Sajátos motiváció volt a termelői piacok esetében, hogy (főként a piac nyitásakor) a piacvezetők felkérték az adott termelőt az adott piacon történő értékesítésre. A termelői piacok válaszadóinak 9%-ánál az is szempont volt, hogy a termékével „helyet kapott” a piac korlátozott kínálatában, konkurencia hiányában, vagy „megüresedés” esetében. Erről formális felmérést nem készítettem, de néhány termelő megemlítette, hogy a termelői piacok vezetőségének ügyelnie kell arra, hogy ne engedjen be adott termékkör esetében túlzottan sok termelőt a piacra, mert különben szétaprózódnának a termelők bevételei. Tapasztalatom szerint a termelői piacok méretétől függően általában kettő termelő jelentette az optimális létszámot, de a termékkörtől és a piactípustól függően ez változhat. Volt néhány termelő, aki azt is megjegyezte, hogy a túlzottan sok termelői piac nyitása sem jelent automatikus megoldást egy adott területen, mert elaprózódik az érdemi vásárlóközösség. Tapasztalatom szerint erős a versengés a kistermelők között a jól működő termelői piacokra való bekerülésért. A piac jó hírneve és a vele való általános elégedettség, mint motiváló tényező szintén a termelői piacokon fordult elő legnagyobb arányban.

Sok egyéni jellegű motiváció is előfordult, elsősorban szintén a termelői piacokon. Például a Budapesten a 12. kerületben egy önkormányzati kft. koordinálja (vagy koordinálta) a területén működő termelői piacokat nyitv tartás szerint, és kijelöli, hogy a termelők mely napon melyik piacra menjenek árulni. A mintában szereplő egy darab ökopiac esetében a kizárólagosság volt igen meghatározó tényező. Egy válaszadó megjegyzése szerint „vidéken” nincs igény (vagy nincs megfelelő igény) a biotermékekre.

A felmérésben azokat a válaszadókat tekintetem fejlődőképessé termelőknek, akik pozitív jellegű célkitűzésekkel rendelkeztek a jövőre vonatkozóan (például, a gazdaság fejlesztésére, bővítésére, vagy új termékkör bevezetésére, új értékesítési csatornák használatára vonatkozóan.) A számuk a 214 fős mintából 87 volt. E termelők 49%-a a Budapest térségében lévő termelői piacokon, 28%-a ugyanezen a területen piacokon, vásárcsarnokokban árusított. Mindössze 23%-uk árusított a Gyöngyös térségében felvételezett hagyományos piacokon. Ez a kapcsolat szintén statisztikailag szignifikánsnak minősült.

Következtetések

A tanulmány egy példát mutatott a közvetlen kistermelői értékesítés területi különbségeire. Arra kerestem a választ, hogy a piaci értékesítés, mint rövid ellátási lánc értékesítési csatorna mennyire képes hozzájárulni a vidékfejlesztéshez és a helyi (mező)gazdaság sikeréhez.

A GfK. (2016) sajtóközleménye ismerteti a (hagyományos és termelői) piacok kereskedelmi részaránya csökkenésének tendenciáját, amely a vidéki piacok esetében érvényesült erőteljesebben.

A 2018 augusztustól decemberig, a Heves megyében és a budapesti agglomeráció területén 214 termelő részvételével végzett kutatás eredményei szerint a piaci értékesítés minden vizsgált szempontjával (vásárlók és visszajáró vásárlók számával, eladási árral, eladható termékmennyiséggel, a piac megközelíthetőségével, helypénz, bérleti díjak nagyságával, parkolási lehetőségekkel, árusítók számára nyújtott szolgáltatásokkal) a termelői piacok válaszadói voltak a legelégedettebbek. Ezek a piacok Budapest agglomerációjának területén helyezkedtek el a vizsgálatban. A hagyományos piacok és vásárcsarnokok értékelésében nem volt jelentős különbség a Heves megyei mintaterület, és az agglomerációból származó válaszok között (bővebben, ld.: Kiss, 2019). Ez az eredmény alátámasztható a korábbi eredményeimmel (Kiss, 2018), ami 116 piaci árusító megkérdezésén alapult. Az ott vizsgált 5 hagyományos piac, illetve piaccsarnok árusítóinak véleményeiben sem mutatkozott statisztikailag szignifikáns különbség. (Termelői piacok nem szerepeltek abban a mintában.) Hasonló eredményt mutatott az is, hogy a pozitív jövőbeli célokkal rendelkező termelők szintén a termelői piacokon fordultak elő nagyobb arányban. Ezek az eredmények egyértelműen arra engednek következtetni, hogy a fejlettebb urbánus terület piaci értékesítési lehetőségei jobb feltételeket nyújtanak a termelők számára, mint a vidéki területek, és ez a különbség (elsősorban) a magas árszínvonalú termelői piacok jelenlétéből eredt. Termelői piacok tapasztalataim szerint csak minimálisan fordultak elő a vizsgált vidéki mintaterületen, és a mintában megvizsgált piacok között egyáltalán nem szerepeltek.

Fontos megjegyzés, hogy a vidéki (hagyományos) piacokon való értékesítés legfőbb motiváló tényezője azok fizikai közelsége volt, ami kizárólagosságra, kényszerúsásra is utalhat. A szállítási távolság kimondottan nagy volt a (Budapest környéki) termelői piacok árusítói esetében, ahol a megkérdezettek 54%-a több, mint 40 kilométerről érkezett a piacokra árusítani. Ez az arány a Budapest környéki hagyományos piacokon és vásárcsarnokokban hasonlóan magas, 40%-os volt. Az eredmény összefügg korábbi eredményeimmel (Kiss, 2018), ahol a Bosnyák téri Vásárcsarnokban vizsgált termelők átlagosan 55,7 kilométer egyirányú szállítási távolságot vállaltak az értékesítéshez. Ezek az eredmények azt támasztják alá, hogy még a magas szállítási távolság ellenére is jövedelmező a kistermelőknek a budapesti és Budapest-környéki árusítás, vagy legalábbis jövedelmezőbb, mint a helyben, legközelebb található „vidéki” piaci lehetőség. (Érdekes eredmény, hogy az általam megkérdezett formában, a nagy(obb) kereslet kevésbé volt konkrétan meghatározó tényező a piacok kiválasztásánál.) Kiemelendő, hogy a piaccal való általános elégedettség, (a nyitott válaszadásokat tekintve), szinte csak a Budapest környéki termelői piacok esetében fordult elő. Szintén ezeken a piacokon volt a legjellemzőbb, hogy a termelőket direkt módon felkérték a szervezők az árusításra. Ez a hagyományos piacok esetében nem volt tapasztalható.

Felhasznált irodalom

1. Aggestam, V.; Fleiß, E.; Posch A. (2017): Scaling-up short supply chains? A survey study on the drivers behind the intention of food producers. „Journal of Rural Studies”, 51, 64-72. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.02.003>
2. Augère-Granier, M.-L. (2016): Short food supply chains and local food systems in the EU. – European Parliamentary Research Service (EPRS) - Briefing 10 p.: [http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2016\)586650](http://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2016)586650) (Lekérdezés időpontja: 2020.07.09).
3. Balázs (2012): Local food system development in Hungary. „International Journal of Sociology of Agriculture and Food”, 19, 403-421.

4. Benedek, Zs. – Balázs, B. (2014)/a: Az élelmiszertermelés relokalizációjának térbeli-társadalmi különbségei Magyarországon. „Tér és Társadalom”, 28(4), 63-76.
5. Benedek, Zs. – Balázs, B. (2014)/b: A rövid ellátási láncok szocioökonómiai hatásai. „Külgazdaság”, 58 (5-6). 100-120.
6. Benedek Zs.; Fertő I.; Baráth, L.; Tóth, J. (2014): Termelői heterogenitás a rövid ellátási láncokban: a piacokon értékesítő gazdák jellemző különbségei. „Gazdálkodás”, 58(4), 307–319. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.206089>
7. Benedek, Zs. – Fertő, I. (2015): Miért választják a termelők a rövid ellátási láncokat? „Statisztikai Szemle”, 93(6), 580-597.
8. Csíkné Mácsai É. – Lehota, J. (2013): Mezőgazdasági termelők értékesítési csatornaválasztási döntéseinek vizsgálata, különös tekintettel a közvetlen értékesítésre. „Gazdálkodás”, 57(5), 451-459. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.201183>
9. Dunay, A. – Lehota, J. – Mácsai, É. – Illés, B. Cs. (2018): Short Supply Chain: Goals, Objectives and Attitudes of Producers. *Acta Polytechnica Hungarica*, 15:(6), pp. 199-217.
10. DuPuis E. M. – Goodman D. (2005): Should we go „home” to eat? toward a reflexive politics of localism. „Journal of Rural Studies”, 21(3), 359-371. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.05.011>
11. Fazio M. (2016): Agriculture and sustainability of the welfare: the role of the short supply chain. „Agriculture and Agricultural Science Procedia”, vol. 8, year: 2016, 461-466. <https://doi.org/10.1016/j.aaspro.2016.02.044>
12. FORBES.HU (Bánáti A. újságíró) (2019): Csak százan vannak, de övük a hazai GDP egyötöde – Térképen a legértékesebb magyar cégek – A legértékesebb magyar tulajdonú cégek száma (megyék szerint). <https://forbes.hu/a-magazin/magyar-100-2019-terkep/> Lekérdezés dátuma: 2019.12.27. Keresőprogram: Google. Keresőszavak: forbes, legértékesebb magyar tulajdonú cégek, térkép
13. GfK (2016): Sajtóközlemény – 2016. október 10. GfK: változatlan a vásárlók kereskedelmi csatornához való hűsége; GfK Hungária, Budapest, 3 p. http://storeinsider.hu/gazdasag/cikk/gfk_valtozatlan_a_vasarlok_kereskedelmi_csatorna_khoz_valo_husege (Lekérdezés dátuma: 2020.07.09)
14. GfK. (2017): GfK: Sajtóközlemény - A hazai online FMCG-forgalom szerkezete közelít a napi fogyasztási cikkek bolti forgalmának struktúrájához – Sajtóközlemény. GfK Hungária, Budapest, p. 3. https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/country_one_pager/HU/documents/20171018_GfK_Kiskereskedelem_H1_2017.pdf (Lekérdezés dátuma: 2019.12.05)
15. Hart, R. (2012): Global food security: the role of science and technology (WP1189). Wilton Park, Harnessing the power of dialogue. https://www.wiltonpark.org.uk/conference/wp1189/#conference_introduction (lekérdezés dátuma: 2020.03.31). idézve: 25. p. In: Turcotte, M.-E. J. (2013): Discourse analysis of local and global food supply chains in Catalonia: a case study for the GLAMUR project. Norwegian University of Life Sciences, 85 p. <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/189631> (Lekérdezés dátuma: 2019.12.23.)
16. Kiss, K. (2018): Hagyományos piacok összehasonlító vizsgálata különböző funkciójú településeken. „Gazdálkodás”, 62(1), 62-75. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.270976>
17. Kiss, K. (2019): The satisfaction of producers, selling in various marketplaces - results of a primary survey from Hungary. „Annals of the Polish Association of Agricultural and Agribusiness Economists”, 21(3), 183-190. p. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0013.3542>
18. Kiss, K.; Ruszkai Cs.; Takács-György K. (2019): Examination of Short Supply Chains Based on Circular Economy and Sustainability Aspects. „Resources”, 8(4), 21 doi: 10.3390/resources8040161.

19. Kneafsey, M.; Venn, L.; Schmutz, U.; Balázs, B.; Trenchard, L.; Eyden-Wood, T.; Bos, E.; Sutong, G.; Blackett, M. (2013): Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics; JRD Scientific and Policy Reports, Publications Office of the European Union: Luxembourg. 123 p. <https://doi.org/10.2791/88784>
20. KSH - A Központi Statisztikai Hivatal weboldala – 1.1.4. Fejlettségi szint (2003 -2018). https://www.ksh.hu/thm/1/indi1_1_4.html. Lekérdezés dátuma: 2019.12.27.
21. KSH - A Központi Statisztikai Hivatal weboldala – 2.3.2. Munkanélküliség (2003 -2018). https://www.ksh.hu/thm/2/indi2_3_2.html Lekérdezés dátuma: 2019.12.27
22. KSH – A Központi Statisztikai Hivatal weboldala – Tájékoztatósi adatbázis, területi Statisztika.
23. Maye, D. – Kirwan, J. (2010): Alternative food networks. Sociopedia.isa (Editorial Arrangement of Sociopedia.isa). 12 p. <https://sociopedia.isaportal.org/resources/resource/alternative-food-networks/download/> (Lekérdezés dátuma: 2020.07.09)
24. Lehota, Zs. – Lencsés, E. (2019): Consumer willingness and price premium characteristics in the Hungarian food supply chain. 199-203 p. In: Dunay, A. (szerk.): Proceedings of the 9th International Conference on Management: "People, Planet and Profit: Sustainable business and society," Volume II. Gödöllő, Szent István Egyetemi Nonprofit Kiadó Kft. 407 p. doi: 10.17626/dBEM.ICoM.P02.2019.p079
25. Renting, H.; Marsden, T., K.; Banks, J. (2003): Understanding Alternative Food Networks: Exploring the Role of Short Food Supply Chains in Rural Development. „Environment and Planning”, 35(3), 393-411. <https://doi.org/10.1068/a3510>
26. Szabó, D. – Juhász, A. (2012): A piacok szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszer-ellátási láncban. „Gazdálkodás”, 56(3). 217-229. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.141814>
27. Szabó, D. (2014): A rövid ellátási láncokban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon; “Acta Carolus Robertus”, 4(2), 109-118., <https://doi.org/10.22004/ag.econ.206848>
28. Takács, I. (2017): Helyzetértékelés az Észak-magyarországi régióról, kérdésfelvetések. 7-38. p. In: Takács, I. (szerk.): Az együttműködési attitűdök gazdasági és társadalmi hatótényezői az Észak-magyarországi régióban működő KKV-kban. Gyöngyös, 2017. 190 p.
29. TEIR.hu: Országos Területfejlesztési és Területrendezési Információs Rendszer. Mutató: összes belföldi jövedelem. Vizsgált év: 2016, Lekérdezés dátuma: 2020.07.09.
30. Tregear, A. (2011): Processing knowledge in alternative and local food networks: Critical reflections and a research agenda. „Journal of Rural Studies”, 27(4) 419-430. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2011.06.003>
31. Turcotte, M.-E. J. (2013): Discourse analysis of local and global food supply chains in Catalonia: a case study for the GLAMUR project. Publisher: Norwegian University of Life Sciences. 85. p. <https://nmbu.brage.unit.no/nmbu-xmlui/handle/11250/189631> (Lekérdezés dátuma: 2019.12.23).
32. Vidékfejlesztési Program (2014-2020): Magyarország, Miniszterelnökség Irányító Hatóság, 876 p. <https://www.palyazat.gov.hu/node/56582>; Lekérdezés dátuma: 2020.07.09.
33. 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A0500164.TV> Letöltve: 2018.09.01.
34. 52/2010; a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről szóló FVM rendelet. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000052.fvm> Lekérdezés dátuma: 2020.07.09.

3.2 Kistermelők elégedettsége a piaci értékesítés egyes szempontjaival és a piacok választásának motivációi

35. 807/2014. évi EU-rendelet: az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alapból (EMVA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásról szóló, 1305/2013/EU európai parlamenti és tanácsi rendelet kiegészítéséről, valamint átmeneti rendelkezések bevezetéséről <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32014R0807&from=hu> Lekérdezés dátuma: 2020.07.09.