

Benedek Zsófia

2024. május 7.

A TERMELŐI PIACOK SZERVEZÉSI SZEMPONTJAI



● local food
Search term

Worldwide ▾

2004 - present ▾

All categories ▾

Web Search ▾

Interest over time ?





Farm to Fork Strategy

For a fair, healthy and environmentally-friendly food system

#EUGreenDeal



Vidékfejlesztési kézikönyv 4.

REL KISOKOS

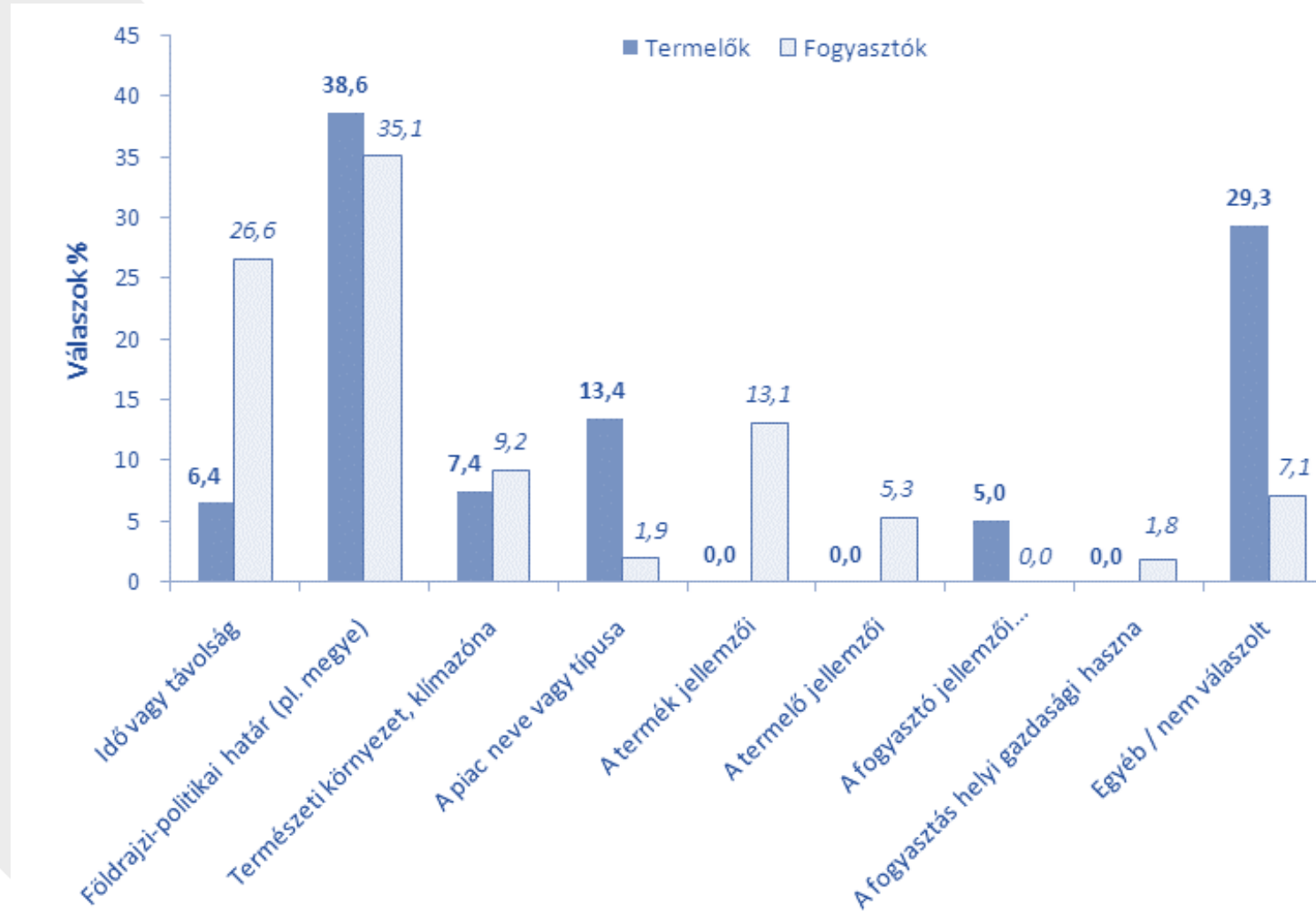


KÉZIKÖNYV

Rövid élelmiszer-ellátási lánc szervezők képzéséhez



Mitől helyi a helyi?







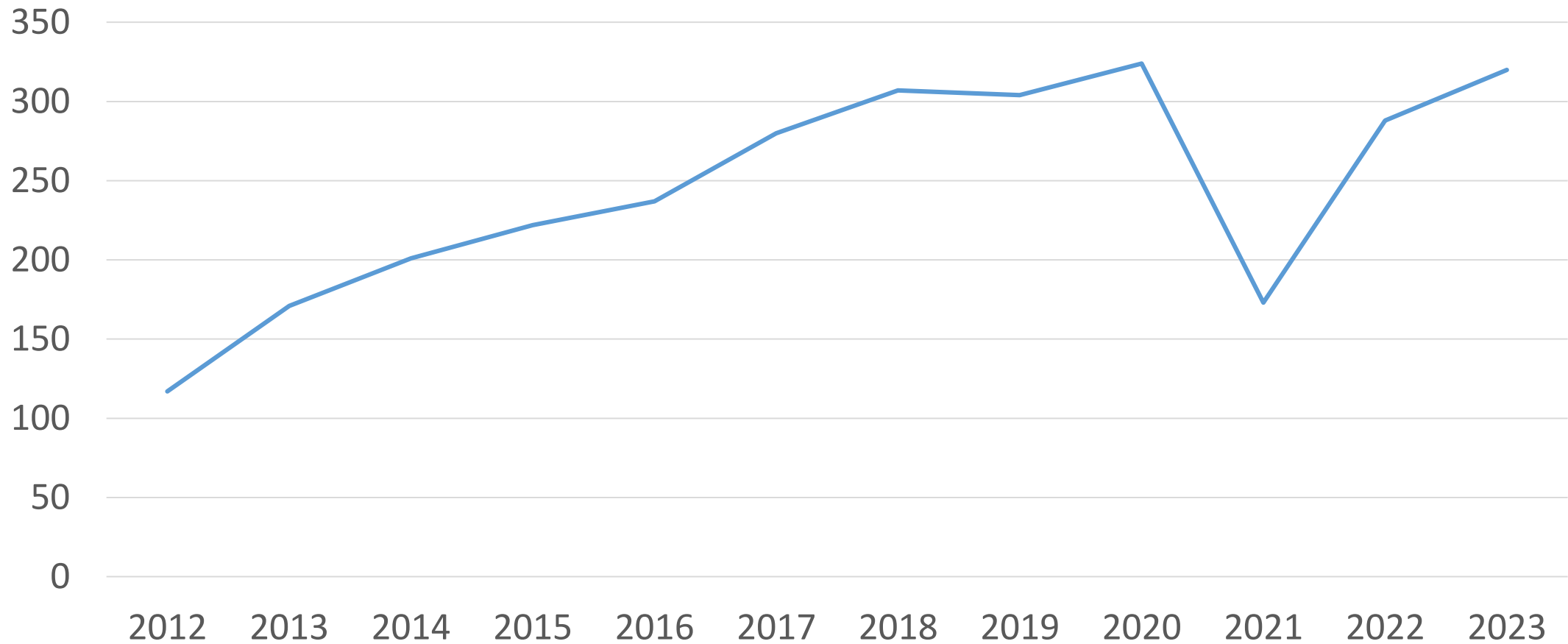
A helyi élelmiszerrendszerekben kevesebb a csomagolás



Nem mindegy, hogy egy REL „gyenge” vagy „erős”



Termelői piacok száma



Többféle piactípus különíthető el

Az összehasonlítás szempontjai

- Ki a szervező
- Ki az eladó
- Az eladóra vonatkozó korlátozások
- Írott szerződés megléte
- A szerződés időtartama
- A szerződés főbb pontjai
- A helyszín jellemzői
- Heti piacnapok száma



Kik árulnak a különféle piacokon – és miért?

A mintavétel

- Budapest, Debrecen, Tura
- 9 hagyományos, 9 termelői, és 2 biopiac

A mintavétel

- Budapest, Debrecen, Tura
- 9 hagyományos, 9 termelői, és 2 biopiac

A minta

- 156 kérdőív
- 33 biogazda (ebből 21 minősített)
- 77% növénytermesztő, 17% állattartó, 6% vegyes gazdaság
- 13 válaszadónak nem volt fontos a piac

| | Hagyományos piaci gazdák | Termelői piaci gazdák | Biopiaci gazdák |
|---------------------------------|---------------------------|-----------------------|---------------------|
| Kor | magasabb (59 év) | | alacsonyabb (48 év) |
| Végzettség | alacsonyabb | | magasabb |
| Tapasztalat | több (27 év) | | kevesebb (14 év) |
| Terület | kisebb (3,2 ha) | | nagyobb (49 ha) |
| Területet bérlők aránya | 9% | | 25% |
| Értékesítési csatornák sz. | alacsony (1-2) | | magasabb (3-4) |
| Hosszú távú szerződés a piaccal | jellemző (92%) | | nem jellemző (38%) |
| Termékszám | alacsonyabb (16) | | magasabb (32) |
| Termékfeldolgozás | nem jellemző | | alapvető |
| A piacválasztás fő motivációja | megszokás, hagyományok | | magasabb ár |
| Tervek | fejlesztési tervek hiánya | | fejlődő gazdaságok |
| Piacnapok száma | | 3 | 2 |
| Több piac | legkevésbé jellemző (29%) | tipikus (93%) | köztes (62%) |

| | Budapest | | | Debrecen | | | Tura |
|---|----------|----|-----|----------|----|---|------|
| Piactípus | H | T | B | H | T | B | - |
| Átlag (km) | 50 | 73 | 148 | 14 | 38 | 9 | 8 |
| H: hagyományos piac (vásárcsarnok); T: termelői piac; B: biopiac Minden különbség szignifikáns | | | | | | | |

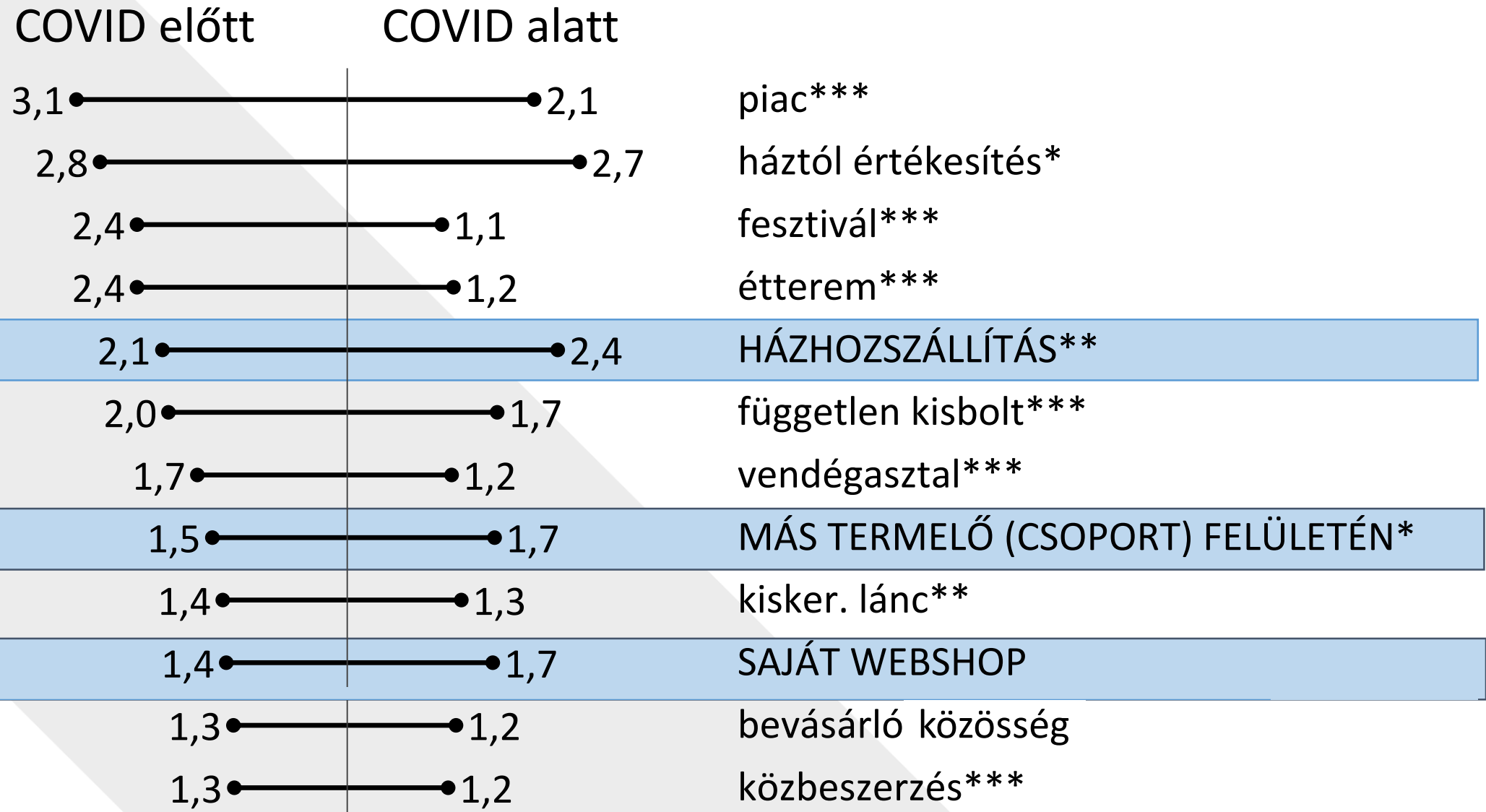
A biopiacok esetében a megtett távolság és a gazdaság mérete között szignifikáns és erős kapcsolat van ($r=0,6748$; $p=0,0081$).

A nagyobb, diverzifikáltabb gazdaságok messzebbre szállítanak

A szállítási távolságot befolyásolja:

- Birtokméret
- Üvegház
- Hűtött tároló
- Főállású mezg. tevékenység
- Feldolgozott termékek nagyobb aránya
- Kevesebb piacnap

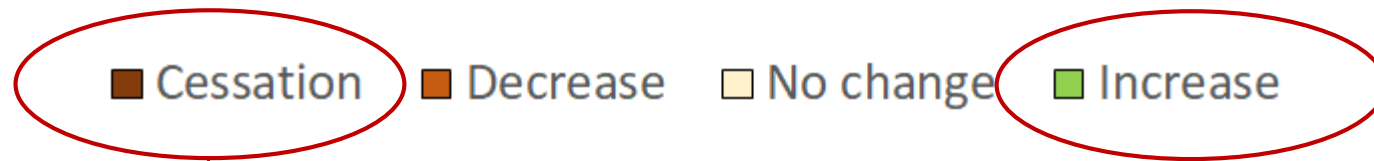
Átlagosan 4–5 értékesítési csatorna használata



A COVID-ra adott válasz alapján 3 gazdacsoport

- Tradicionális kistermelők
- Saját webshop tulajdonosok
- Ügyfélkapcsolat menedzserek

Az eladások alakulása



A legkisebbek (<1 M Ft/év)

Közepesek (3-5 M Ft/év)

A piacok helyi gazdaságra gyakorolt hatása

A piacok helyi gazdaságra gyakorolt hatása

A közvetlen környezetre gyakorolt hatás pozitív



A közvetlen környezetre gyakorolt hatás pozitív

A helyi gazdaságra gyakorolt hatás nem egyértelmű

- Skálafüggés és az inputok helyi jellege
- Elmozdulási hatások
- Önkéntesség és részmunkaidő

A közvetlen környezetre gyakorolt hatás pozitív

A helyi gazdaságra gyakorolt hatás nem egyértelmű

- Skálafüggés és az inputok helyi jellege
- Elmozdulási hatások
- Önkéntesség és részmunkaidő

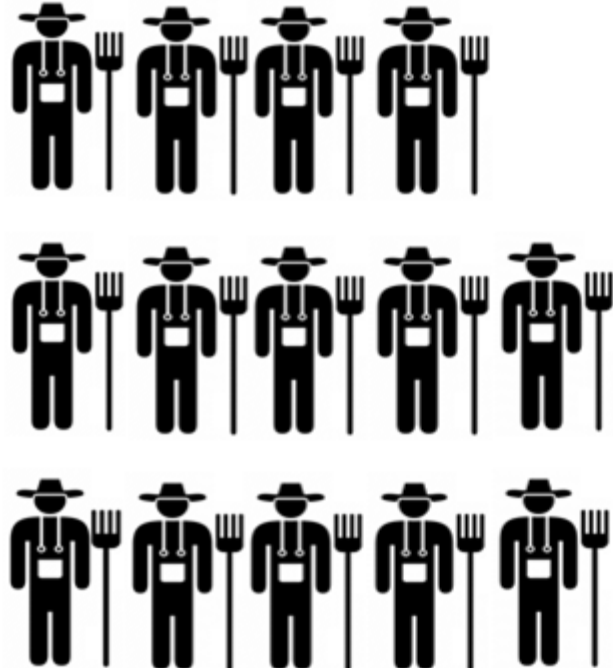
Nem piacosítható előnyök

- Fogasztói bizalom növekedése
- Népeségmegtartás, szakmában tartás

A piacok helyi gazdaságra gyakorolt hatása

1991

1 395 753



2020

227 645








- A fogyasztók megismerése és kapcsolattartás (!)
- Helyszínválasztás
- Piac nyitvatartása

- A fogyasztók megismerése és kapcsolattartás (!)
- Helyszínválasztás
- Piac nyitvatartása
- A termelők „beengedésének” szempontjai
 - Termelési jellemzők
 - Földrajzi közelség
 - Választék
 - Ár-érték arány
 - A gazdaság/vállalkozás jellemzői
 - Személyes jellemzők (kiállás, hitelesség, együttműködési készségek)

A sikeresség záloga(i)

- A fogyasztók megismerése és kapcsolattartás (!)
- Helyszínválasztás
- Piac nyitvatartása
- A termelők „beengedésének” szempontjai



| |  Helyi tulajdonlás |  Alapanyag származási helye |  Termelés módja |  Feldolgozás módja |  Hulladékképződés |
|---|--|---|---|--|---|
| 5 | Szabolcs-Szatmár-Bereg megye | A fő alapanyag helyi vagy saját termesztésű | Biodinamikus, bio, ökológiai kisgazdaság | Elsődleges feldolgozású kézműves termékek, melyek pótszereket nem tartalmaznak | Csomagolásmentes, vagy többutas csomagolású (pl. üveg, tojástartó) |
| 4 | Szomszédos megyék | A fő alapanyagok magyar eredetűek | Kistermelői gazdaság (szerves talajvédelem, és biológiai növényvédelem) | Tartósításként fagyasztás vagy hőkezelés alkalmazása | Szükséges csomagolás, mely megújuló le bomló, anyagában újrahasznosítható (pl. papír, alumínium doboz) |
| 3 | Dunán inneni régió | Az összetevők kis mértékben származnak külföldi forrásból | Precíziós gazdálkodás | Pótlanyagokat tartalmazó élelmiszeripari termékek (pl.: ízfokozó, állagjavító) | Szükséges, de nem újrahasznosítható (pl. polisztirol) |
| 2 | Magyarország | Az alapanyag jelentős része külföldi | Konvencionális nagyipari gazdálkodás | A pótlanyagok túlsúlyban vannak az alapvető összetevőkhöz képest | Szükségtelen csomagolás |
| 1 | Külföld | Külföldi eredetű alapanyagok | Genetikailag módosított termények termesztése | Genetikailag módosított összetevők is találhatóak a termékekben | Társított csomagoló anyagokat használó csomagolás (pl. tetrapack), vagy anyagában nem újrahasznosítható (polisztirol) |

- A fogyasztók megismerése és kapcsolattartás (!)
- Helyszínválasztás
- Piac nyitvatartása
- A termelők „beengedésének” szempontjai
- A szervező(k) motivációi

A termelői piacok fogyasztói jellemzően tehetősek, képzett, idősebb (?) nők

- Tipikus fogyasztói réteg
- Többféle piac, de szisztematikus különbségek nem ismertek

A termelői piacok fogyasztói jellemzően tehető, képzett, idősebb (?) nők

- Tipikus fogyasztói réteg
- Többféle piac, de szisztematikus különbségek nem ismertek
- Vegyes motivációk, a legfontosabb a jó minőség, megbízható eredet és az élmény (!)
- A bizalom fenntartása alapvető - transzparencia

— YOUR ASSURANCE OF —

Purebred Traditional Meat

Total traceability, high welfare standards from non-intensive farming
to give the very best eating quality

British Beef

Purebred Belted Galloway Heifer

Grassfed in a non-intensive system.
Born 06 April 2010
in England UK.
Raised in Wiltshire UK.

Product assured by the
Traditional Breeds Meat
Marketing Co Ltd

| |
|--|
| Reference Code CS12-014782 / UK329170-100165 |
| Slaughtered in Gloucestershire, UK |
| Slaughterhouse No. 8035 |
| Cut in these premises |

Signed 
Date 26 April 2012



Accredited Butcher

Traditional Breeds Meat Marketing Co Ltd, South Cerney, Cirencester, Gloucestershire GL7 5UB

A „tálalás” nagyon fontos!



Új megoldások – helyszínválasztás



Új megoldások – termelői közösségek erősödése



Benedek Zsófia
benedek.zsofia@krtk.hun-ren.hu

2024. május 7.

**KÖSZÖNÖM A
MEGTISZTELŐ
FIGYELMET!**