

## Mellékletek

### Melléklet 1. táblázat - Az azonosított magyar nyelvű művek listája

Szerző(k)	Megjelenés éve	Kiadvány, folyóirat neve
Szabó és Juhász	2013	Agrárgazdasági Könyvek sorozat
Nezdei	2016	Élelmiszer, táplálkozás és marketing
Nezdei és Alpek	2018	Tér és társadalom
Kiss	2018	Gazdálkodás
Kerényi és Török	2019	Köz-gazdaság
Kuslits és Kocsis	2019	Magyar Tudomány
Kertész és Török	2021	Gazdálkodás
Maró G., Czine, Maró Z. és Török	2022	Táplálkozásmarketing

Forrás: saját szerkesztés



**Melléklet 2. táblázat - Leggyakrabban kutatott országok**

<b>Ország</b>	<b>1981-1991</b>	<b>1992-2001</b>	<b>2002-2011</b>	<b>2012-2022</b>	<b>Total</b>
USA	1	2	13	42	58
Kanada			4	4	8
Ausztrália			1	4	5
Egyesült Királyság			4	1	5
Olaszország			1	3	4
Tajvan				4	4
Németország				3	3
India				3	3
Costa Rica			2		2
Csehország				2	2
Románia				2	2
Ausztria				1	1
Brazília				1	1
Kína				1	1
Horvátország				1	1
Ecuador				1	1
Magyarország				1	1
Új-Zéland				1	1
Norvégia			1		1
Dél-Afrika				1	1
Spanyolország				1	1
Összesen	1	2	26	77	106

Megjegyzés: Az összesített szám meghaladja az publikációk számát, mert egyes tanulmányok több országot is vizsgáltak.

Forrás: saját összeállítás

**Melléklet 3. táblázat - A tanulmányokban alkalmazott módszerek megoszlása**

<b>Statisztikai elemzés</b>	<b>1981-1991</b>	<b>1992-2001</b>	<b>2002-2011</b>	<b>2012-2022</b>	<b>Total</b>
Deskriptív statisztikák	1 (100.00%)	1 (50.00%)	17 (65.38%)	47 (63.51%)	66 (64.08%)
Hipotézisvizsgálati módszerek	0 (0.00%)	1 (50.00%)	7 (26.92%)	20 (27.03%)	28 (27.18%)
Regresszióelemzés	0 (0.00%)	1 (50.00%)	8 (30.77%)	30 (40.54%)	39 (37.86%)
Fejlettebb módszerek (pl. faktor- és klaszterelemzés, CFA, SEM)	0 (0.00%)	0 (0.00%)	2 (7.69%)	14 (18.92%)	16 (15.53%)
<b>Átlagos mintanagyság</b>	361	360	556.08	543.51	542.99
<b>Átlagosan a vizsgált termelői piacok száma*</b>	1	6	4	4.15	4.12

Megjegyzés: \*Bizonyos tanulmányokban országos vagy online felmérést hajtottak végre, így ebben az esetben nem vizsgáltak konkrét termelői piacot. Ezeket az eseteket egy termelői piac vizsgálatként jeleztük.

Az összes alkalmazott módszer száma meghaladja a vizsgálatba bevont publikációk számát, mert egyes tanulmányok több módszert/eszközt is használtak. Az alkalmazott módszerek aránya az adott időszakban publikált tanulmányok teljes számához viszonyítva került kiszámolásra.

Forrás: saját összeállítás

**Melléklet 4. táblázat - Termelői piacok látogatását akadályozó tényezők**

Szerző(k)	Ország	Ár	Nyitvatartási idő	Elhelyezkedés/ távolság	Kínálat	Információ
Aguirre [2007]	Costa Rica	x			x	
Berg és Preston [2017]	Új-Zéland	x	x			
Bir és szerzőtársai [2019]	USA	x			x	
Chen és szerzőtársai [2021]	USA	x	x		x	
Dobbelstein és szerzőtársai [2021]	Dél-Afrika, Németország	x				
Dodds és Holmes [2017]	Kanada	x	x	x		
Dukeshire és szerzőtársai [2010]	Kanada				x	x
Farmer és szerzőtársai [2019]	USA			x		
Garner és Ayala [2018]	USA	x	x	x	x	
González [2009]	Costa Rica	x			x	
Gwin és Lev [2011]	USA	x				
Pitts és szerzőtársai [2015]	USA		x	x		
Pitts és szerzőtársai [2017]	USA			x		
Ruelas és szerzőtársai [2012]	USA				x	
Rust [2020]	UK			x		
Sadler [2016]	USA	x		x		
Shakeel Ul és Selvaraj [2013]	India			x		x
Shi és Hodges [2016]	USA			x		
Singleton és szerzőtársai [2017]	USA			x		x
Su és szerzőtársai [2022]	USA	x				
D. Szabó és Juhász [2015]	Magyarország	x		x		
Teng és szerzőtársai [2004]	Kanada	x		x		
Vargo és szerzőtársai [2022]	USA					x
Wade és szerzőtársai [2015]	USA	x	x	x		x

Szerző(k)	Ország	Ár	Nyitvatartási idő	Elhelyezkedés/ távolság	Kínálat	Információ
<i>Wills és Arundel</i> [2017]	Kanada, USA	x				
<i>Witzling és Shaw</i> [2019]	USA	x				
<i>Youngs</i> [2003a]	Anglia		x			
<i>Youngs</i> [2003b]	Anglia			x		

Forrás: saját összeállítás

**Melléklet 5. táblázat - A termelői piacokon elköltött összegek (pontos összeget meghatározó tanulmányok a válaszadók %-ban)**

Szerző(k)	Ország	Adatgyűjtés és éve	Válaszadók száma (adattisztítás után)	Elkötött összeg a válaszadók arányában (%)	Átlagosan elkötött összeg (2022, USD)*
<i>Youngs</i> [2003a]	Anglia	2003	421	Nem választott – 3.1% <£3 – 4% £3-£10 – 42.3% £10-£20 – 32.8% £20-£30 – 11.6% £30< – 3.3%	\$22.26
<i>Elepu és Mazzocco</i> [2010]	USA	2004	508(379)	<\$10 – 14.6% \$10-\$19 – 34.7% \$20-\$25 – 21.8% \$25< – 28.9%	\$29.95
<i>D. S. Conner és szerzőtársai</i> [2009]	USA	2007-2008	195	<\$10 – 14% \$10-\$25 – 47% \$25< – 39%	\$29.12
<i>Mack és Tong</i> [2015]	USA	2011	118	<\$6 – 15% \$6-\$15 – 25% \$16-\$25 – 43% \$26-\$50 – 17%	\$24.94
<i>Dodds és Holmes</i> [2017]	USA	2016	350(322)	<\$25 – 37% \$25-\$50 – 31% \$50< – 31%	\$43.45
<i>Garner és Ayala</i> [2019]	USA	2018	305(270)	<\$5 – 3% \$5-\$10 – 11% \$11-\$20 – 38% \$21-\$30 – 25% \$30< – 23%	\$24.04
<i>Chen és szerzőtársai</i> [2021]	USA	2019	506	<\$10 – 15.7% \$11-\$25 – 47.6% \$26-\$50 – 30.6% \$50< – 6.1%	\$27.86
Átlagosan elkötött összeg USD-ban (2022)					\$28.80

Megjegyzés: \*A táblázat a könnyebb összehasonlítás miatt 2022-es USD-ra átváltott értékeket mutat.

Forrás: saját összeállítás

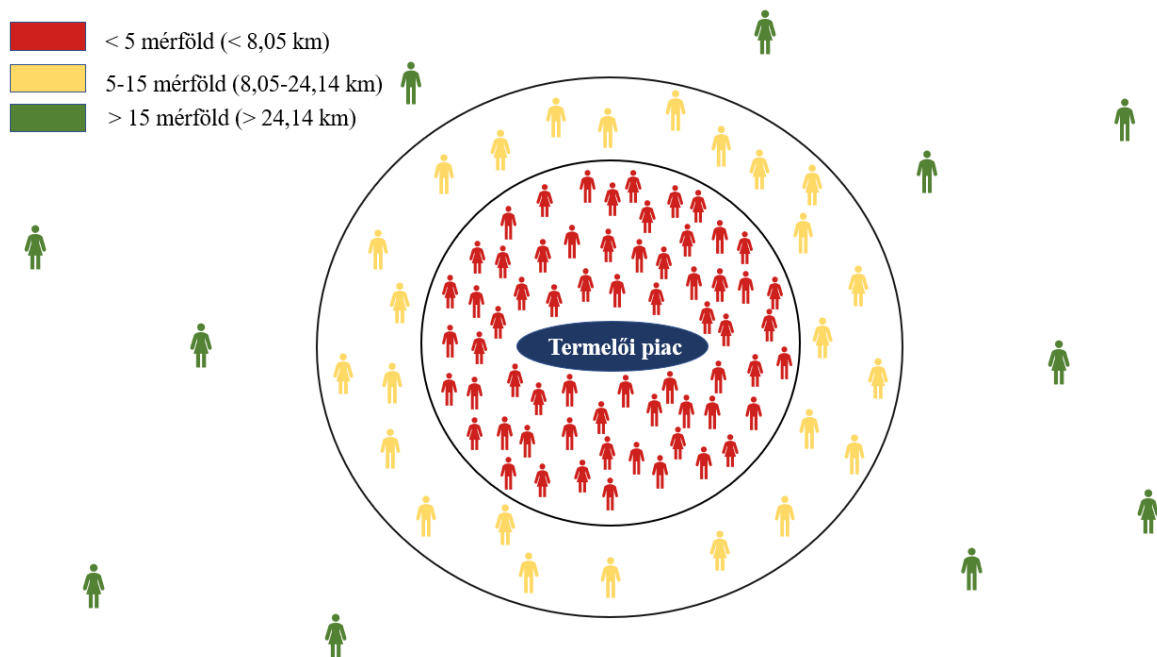
**Melléklet 6. táblázat - Kvantifikálható árprémiumot és WTP-eredményeket tartalmazó tanulmányok**

Szerző(k)	Ország	Adatgyűjtés éve	Válaszadók száma	Bio termelői piac	Árprémium fizetési hajlandóság a válaszadók körében (%)
<i>Brown</i> [2003]	USA	2000	544	Nem	22%
<i>Schneider és Francis</i> [2005]	USA	2003	567	Nem	36%
<i>Aguirre</i> [2007]	Costa Rica	2004-2005	480	Igen	29%
<i>D. S. Conner és szerzőtársai</i> [2009]	USA	2007-2008	195	Nem	68%
<i>Gwin és Lev</i> [2011]	USA	2009	1108	Nem	52%
<i>Martínez Michel és szerzőtársai</i> [2011]	USA	2009	276	Nem	70%
Felárat fizetni hajlandó fogyasztók átlagos aránya					46%

Forrás: saját összeállítás



## Melléklet 2. ábra - A fogyasztók által megtett távolság a termelői piacokig



Forrás: saját szerkesztés

**Melléklet 7. táblázat - A fogyasztók otthona és a termelői piacok közötti távolság főbb eredményei**

Szerző(k)	Ország	Adatgyűjtés éve	Válaszadók száma	Élelmiszer mérföld*	Átlagos élelmiszer mérföld
<i>Abelló és szerzőtársai</i> [2013]	USA	2008	170	<1 mérföld – 12.9% 1-4 mérföld – 46.5% >4 mérföld – 30.6%	2.60 mérföld
<i>Åsebø és szerzőtársai</i> [2007]	Norvégia	2003	377	<9 mérföld – 80% 9-31 mérföld – 10% >31 mérföld – 10%	9.15 mérföld
<i>Chen és szerzőtársai</i> [2021]	USA	2019	506	<5 mérföld – 62.9% 6-15 mérföld – 27.2% 16-25 mérföld – 4.8% 26-35 mérföld – 1% >35 mérföld – 4.2%	5.72 mérföld
<i>Crandall és szerzőtársai</i> [2010]	USA	2007-2008	305	< 5 mérföld – 59% 6-10 mérföld – 18% 10-24 mérföld – 12% >25 mérföld – 11%	7.98 mérföld
<i>Foti és Timpanaro</i> [2021]	Olaszország	2020	1000	<0,62 mérföld – 33.9% 0.62-3.1 mérföld – 48.3% 3.1-6.2 mérföld – 14.3% >6.2 mérföld – 3.5%	1.71 mérföld
<i>Garner és Ayala</i> [2019]	USA	2018	270	<5 mérföld – 43% 5-10 mérföld – 33% 10-20 mérföld – 16% >20 mérföld – 8%	7.75 mérföld
<i>Sadler</i> [2016]	USA	2015	435	<1.18 mérföld – 19% 1.24-3.04 mérföld – 27% 3.10-6.14 mérföld – 20% 6.20-12.34 mérföld – 22% >12.40 mérföld – 12%	3.60 mérföld
<i>Shakeel Ul és Selvaraj</i> [2013]	India	-	100	<1.24 mérföld – 36% 1.24-3.10 mérföld – 35% >3.10 mérföld – 29%	2.06 mérföld
<i>Youngs</i> [2003b]	Anglia	2002	155	<1 mérföld – 9.7% 1-10 mérföld – 47.1% 10-20 mérföld – 17.4% 20-50 mérföld – 12.9% >50 mérföld – 12.9%	16.28 mérföld

Szerző(k)	Ország	Adatgyűjtés éve	Válaszadók száma	Élelmiszer mérföld*	Átlagos élelmiszer mérföld
<i>Youngs</i> [2003a]	Anglia	2001	421	<1 mérföld – 18.5% 1-10 mérföld – 61.8% 10-20 mérföld – 11.9% 20-50 mérföld – 4.8% >50 mérföld – 2.4%	8.17 mérföld
Átlagosan megtett út					6.5 mérföld

Megjegyzés: \*Az elemzésbe bevont tanulmányok mérföldben adták meg a távolságot, így ezt megtartottuk. 1 mérföld = 1.61 km

Forrás: saját összeállítás

**Melléklet 8. táblázat - Termelői piacok fogyasztóinak általános jellemzői 5+ tanulmány alapján**

#	Jellemző	Referenciák
A1	A tipikus termelői piac vásárló nő.	<p><i>Abelló és szerzőtársai [2013]; (Aguirre [2007]; Anderson és szerzőtársai [1996]; Azavedo - Walsh [2019]; Berg - Preston [2017]; Bottcher és szerzőtársai [2017]; Carson és szerzőtársai [2016]; Chang és szerzőtársai [2013]; Chen és szerzőtársai [2021]; Crandall és szerzőtársai [2010]; Curtis és szerzőtársai [2020]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Dodds - Holmes [2017]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Fehrenbach - Wharton [2014]; Foti és szerzőtársai [2019]; Gary-Webb és szerzőtársai [2018]; Glover és szerzőtársai [2014]; González [2009]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014], [2017]; Hoppe és szerzőtársai [2013]; Hu és szerzőtársai [2021]; Hunt [2007]; Karpyn és szerzőtársai [2014]; Khouryieh és szerzőtársai [2019]; Klimek és szerzőtársai [2021]; Lanfranchi - Giannetto [2015]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Payet és szerzőtársai [2005]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Polimeni és szerzőtársai [2018]; Rainey és szerzőtársai [2011]; Renko - Petljak [2018]; Rice [2015]; Rossi és szerzőtársai [2018]; Sadler [2016]; Shi - Hodges [2016]; Smithers - Joseph [2010]; Spilkova [2018]; Spilková és szerzőtársai [2013]; Telligman és szerzőtársai [2017]; Vasco és szerzőtársai [2018]; Youngs [2003a], [2003b])</i></p>
A2.1	A tipikus termelői piac vásárló középkorú (35-55 éves)...	<p><i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Aguirre [2007]; Anderson és szerzőtársai [1996]; Åsebø és szerzőtársai [2007]; Azavedo - Walsh [2019]; Bavorova és szerzőtársai [2016]; Berg - Preston [2017]; Bottcher és szerzőtársai [2017]; Carson és szerzőtársai [2016]; Chen és szerzőtársai [2021]; Cicia és szerzőtársai [2021]; Curtis és szerzőtársai [2020]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Dodds - Holmes [2017]; Elepu - Mazzocco [2010]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Feagan és szerzőtársai [2004]; Fehrenbach - Wharton [2012]; Fehrenbach - Wharton [2014]; Foti és szerzőtársai [2019]; Foti - Timpanaro [2021]; González [2009]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014]; Hoppe és szerzőtársai [2013]; Hu és szerzőtársai [2021]; Karpyn és szerzőtársai [2014]; Khouryieh és szerzőtársai [2019]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Pitts és szerzőtársai [2015]; Polimeni és szerzőtársai [2018]; Rossi és szerzőtársai [2018]; Sadler [2016]; Smithers - Joseph [2010]; Telligman és szerzőtársai</i></p>

#	Jellemző	Referenciák
		[2017]; <i>Vasco és szerzőtársai</i> [2018]; <i>Waldman - Kerr</i> [2015])
A2.2	vagy idősebb (55+ éves).	( <i>Chang és szerzőtársai</i> [2013]; <i>Crandall és szerzőtársai</i> [2010]; <i>Gary-Webb és szerzőtársai</i> [2018]; <i>Lanfranchi - Giannetto</i> [2015]; <i>Obach - Tobin</i> [2014]; <i>Pascucci és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Rainey és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Youngs</i> [2003a], [2003b])
A3	A fiatal fogyasztók nem tipikus termelői piac vásárlók.	( <i>Ashtab - Campbell</i> [2021]; <i>Glover és szerzőtársai</i> [2014]; <i>Mack - Tong</i> [2015]; <i>Renko - Petljak</i> [2018]; <i>Shakeel Ul - Selvaraj</i> [2013]; <i>Singleton és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Solanki - Inumula</i> [2021]; <i>Spilkova</i> [2018]; <i>Spilková és szerzőtársai</i> [2013])
A4	A tipikus termelői piac vásárló az USA-ban kaukázusi.	( <i>Abelló és szerzőtársai</i> [2013]; <i>Anderson és szerzőtársai</i> [1996]; <i>Bottcher és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Chang és szerzőtársai</i> [2013]; <i>Chen és szerzőtársai</i> [2021]; <i>Crandall és szerzőtársai</i> [2010]; <i>Elepu - Mazzocco</i> [2010]; <i>Farmer és szerzőtársai</i> [2019]; <i>Farmer és szerzőtársai</i> [2016]; <i>Fehrenbach - Wharton</i> [2012]; <i>Fehrenbach - Wharton</i> [2014]; <i>Garner - Ayala</i> [2018], [2019]; <i>Glover és szerzőtársai</i> [2014]; <i>Gumirakiza és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Leiper - Clarke-Sather</i> [2017]; <i>Mack - Tong</i> [2015]; <i>Obach - Tobin</i> [2014]; <i>Pitts és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Pitts és szerzőtársai</i> [2015]; <i>Rainey és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Sadler</i> [2016]; <i>Taylor - Villas-Boas</i> [2016]; <i>Telligman és szerzőtársai</i> [2017])
A5	A tipikus termelői piac vásárló magasan képzett.	( <i>Abelló és szerzőtársai</i> [2013]; <i>Aguirre</i> [2007]; <i>Anderson és szerzőtársai</i> [1996]; <i>Åsebø és szerzőtársai</i> [2007]; <i>Azavedo - Walsh</i> [2019]; <i>Berg - Preston</i> [2017]; <i>Blanck és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Bottcher és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Chang és szerzőtársai</i> [2013]; <i>Chen és szerzőtársai</i> [2021]; <i>Crandall és szerzőtársai</i> [2010]; <i>Curtis és szerzőtársai</i> [2020]; <i>Dodds - Holmes</i> [2017]; <i>Elepu - Mazzocco</i> [2010]; <i>Farmer és szerzőtársai</i> [2019]; <i>Fehrenbach - Wharton</i> [2014]; <i>Foti - Timpanaro</i> [2021]; <i>Garner - Ayala</i> [2018]; <i>Gary-Webb és szerzőtársai</i> [2018]; <i>Glover és szerzőtársai</i> [2014]; <i>González</i> [2009]; <i>Gumirakiza és szerzőtársai</i> [2014]; <i>Hunt</i> [2007]; <i>Karpyn és szerzőtársai</i> [2014]; <i>Kushwah és szerzőtársai</i> [2019]; <i>Ma - Chang</i> [2022]; <i>Mack - Tong</i> [2015]; <i>Obach - Tobin</i> [2014]; <i>Pascucci és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Polimeni és szerzőtársai</i> [2018]; <i>Rainey és szerzőtársai</i> [2011]; <i>Rice</i> [2015]; <i>Rossi és szerzőtársai</i> [2018]; <i>Schneider - Francis</i> [2005]; <i>Shi - Hodges</i> [2016]; <i>Singleton és szerzőtársai</i> [2017]; <i>Solanki - Inumula</i> [2021]; <i>Spilkova</i> [2018]; <i>Spilková és szerzőtársai</i> [2013];

#	Jellemző	Referenciák
		<i>Telligman és szerzőtársai [2017]; Vargo és szerzőtársai [2022]; Vasco és szerzőtársai [2018]; Waldman - Kerr [2015])</i>
<b>A6</b>	A tipikus termelői piac vásárló a magas jövedelműekhez tartozik.	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Anderson és szerzőtársai [1996]; Åsebø és szerzőtársai [2007]; Azavedo - Walsh [2019]; Carson és szerzőtársai [2016]; Chang és szerzőtársai [2013]; Chen és szerzőtársai [2021]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Dodds - Holmes [2017]; Elepu - Mazzocco [2010]; Feagan és szerzőtársai [2004]; Fehrenbach - Wharton [2014]; Foti és szerzőtársai [2019]; Foti - Timpanaro [2021]; Glover és szerzőtársai [2014]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014], [2017]; Hunt [2007]; Obach - Tobin [2014]; Rainey és szerzőtársai [2011]; Renko - Petljak [2018]; Rice [2015]; Rossi és szerzőtársai [2018]; Schneider - Francis [2005]; Shakow [1981]; Telligman és szerzőtársai [2017]; Wade és szerzőtársai [2015])</i>
<b>A7.1</b>	A nem magas jövedelmű termelői piac vásárlók vagy a fejlődő országokban élnek ...	<i>(Aguirre [2007]; González [2009]; Hoppe és szerzőtársai [2013]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Shakeel Ul - Selvaraj [2013]; Solanki - Inumula [2021]; Tung és szerzőtársai [2015])</i>
<b>A7.2</b>	vagy az USA-ban működő SNAP program résztvevői.	<i>(Farmer és szerzőtársai [2019]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Garner - Ayala [2018], [2019]; Gary-Webb és szerzőtársai [2018]; Leiper - Clarke-Sather [2017]; Pitts és szerzőtársai [2017]; Pitts és szerzőtársai [2015]; Ruelas és szerzőtársai [2012]; Vargo és szerzőtársai [2022]; Waldman - Kerr [2015])</i>
<b>A8</b>	A tipikus termelői piac vásárló ugyanazon a településen él, ahol maga a termelői piac található.	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Chen és szerzőtársai [2021]; Dukeshire és szerzőtársai [2010]; Feagan és szerzőtársai [2004]; Foti - Timpanaro [2021]; Garner - Ayala [2019]; Glover és szerzőtársai [2014]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Renko - Petljak [2018]; Smithers - Joseph [2010])</i>
<b>A9</b>	A tipikus termelői piac vásárló kis- és nagyváros lakosa.	<i>(Bavorova és szerzőtársai [2016]; González [2009]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Spilkova [2018]; Spilková és szerzőtársai [2013]; Telligman és szerzőtársai [2017])</i>
<b>A10.1</b>	A tipikus termelői piac vásárló átlagos háztartásmérete 2...	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Anderson és szerzőtársai [1996]; Chang és szerzőtársai [2013]; Chen és szerzőtársai [2021]; Cicia és szerzőtársai [2021]; Farmer és szerzőtársai [2016])</i>
<b>A10.2</b>	vagy 3-4 fő.	<i>(Aguirre [2007]; Azavedo - Walsh [2019]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Foti és szerzőtársai [2019]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014]; Pascucci és szerzőtársai [2011];</i>

#	Jellemző	Referenciák
		<i>Ruelas és szerzőtársai [2012]; Vasco és szerzőtársai [2018]</i> )
<b>A11.1</b>	A tipikus termelői piac vásárló a termelői piacot évente néhány alkalommal...	<i>(Chen és szerzőtársai [2021]; Cicia és szerzőtársai [2021]; D. S. Conner és szerzőtársai [2009]; Curtis és szerzőtársai [2020]; Elepu - Mazzocco [2010]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Pitts és szerzőtársai [2017]; Pitts és szerzőtársai [2015])</i>
<b>A11.2</b>	vagy heti rendszerességgel látogatja.	<i>(Berg - Preston [2017]; Chen és szerzőtársai [2021]; D. Conner és szerzőtársai [2010]; Dobbstein és szerzőtársai [2021]; Dodds - Holmes [2017]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Fehrenbach - Wharton [2014]; Gumirakiza és szerzőtársai [2017]; Hu és szerzőtársai [2021]; Khouryieh és szerzőtársai [2019]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Payet és szerzőtársai [2005]; Pitts és szerzőtársai [2015]; Ruelas és szerzőtársai [2012]; Sadler [2016]; Spilkova [2018]; Teng és szerzőtársai [2004]; Youngs [2003b])</i>
<b>A12</b>	A termelői piacok magasabb árai a termelői piaci látogatás elmaradásának fő akadályaihoz tartozik.	<i>(Aguirre [2007]; Berg - Preston [2017]; Bir és szerzőtársai [2019]; Chen és szerzőtársai [2021]; Dobbstein és szerzőtársai [2021]; Dodds és szerzőtársai [2014]; González [2009]; Gwin - Lev [2011]; Sadler [2016]; Su és szerzőtársai [2022]; D. Szabó - Juhász [2015]; Teng és szerzőtársai [2004]; Wade és szerzőtársai [2015]; Wills - Arundel [2017]; Witzling - Shaw [2019])</i>
<b>A13</b>	A termelői piacok nem megfelelő nyitvatartása a látogatás elmaradásának fő akadályaihoz tartozik.	<i>(Chen és szerzőtársai [2021]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Garner - Ayala [2018]; Pitts és szerzőtársai [2015]; Rust [2020]; Wade és szerzőtársai [2015]; Youngs [2003b])</i>
<b>A14</b>	A termelői piacok rossz elhelyezkedése és megközelíthetősége a látogatás elmaradásának fő akadályaihoz tartoznak.	<i>(Berg - Preston [2017]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Garner - Ayala [2018]; Gwin - Lev [2011]; Pitts és szerzőtársai [2015]; Rust [2020]; Sadler [2016]; Shakeel Ul - Selvaraj [2013]; Shi - Hodges [2016]; Singleton és szerzőtársai [2017]; D. Szabó - Juhász [2015]; Teng és szerzőtársai [2004]; Wade és szerzőtársai [2015]; Youngs [2003a])</i>
<b>A15</b>	A termelői piacok elégtelen kínálata a látogatás elmaradásának fő akadályaihoz tartozik.	<i>(Aguirre [2007]; Bir és szerzőtársai [2019]; Dukeshire és szerzőtársai [2010]; Garner - Ayala [2018]; González [2009]; Ruelas és szerzőtársai [2012])</i>
<b>A16</b>	A termelői piacokkal kapcsolatos információk hiánya a látogatás elmaradásának fő akadályaihoz tartozik.	<i>(Archer és szerzőtársai [2003]; Dukeshire és szerzőtársai [2010]; Shakeel Ul - Selvaraj [2013]; Singleton és szerzőtársai [2017]; Vargo és szerzőtársai [2022]; Wade és szerzőtársai [2015])</i>
<b>A17</b>	A tipikus termelői piac vásárló a fejlett	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Chen és szerzőtársai [2021]; D. S. Conner és szerzőtársai [2009]; Elepu -</i>

#	Jellemző	Referenciák
	országokban alkalmanként 20-30 USD-t költ a piacon.	<i>Mazzocco [2010]; Farmer és szerzőtársai [2019]; Garner - Ayala [2019]; Gumirakiza és szerzőtársai [2017]; Hu és szerzőtársai [2021]; Mack - Tong [2015]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Youngs [2003a]</i>
<b>A18</b>	A tipikus termelői piac vásárló hajlandó többet fizetni a piacon, nem pedig a közeli kiskereskedelmi egységben vagy szupermarketben vásárolni.	<i>(Aguirre [2007]; Berg - Preston [2017]; Brown [2003]; Chang és szerzőtársai [2013]; D. Conner és szerzőtársai [2010]; Curtis és szerzőtársai [2020]; Garner - Ayala [2019]; Glover és szerzőtársai [2014]; González [2009]; Gumirakiza és szerzőtársai [2017]; Gwin - Lev [2011]; Martínez Michel és szerzőtársai [2011]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Schneider - Francis [2005]; Solanki - Inumula [2021]; Witzling - Shaw [2019]; Youngs [2003b])</i>
<b>A19</b>	A tipikus termelői piac vásárló 1-5 mérföldet tesz meg a piacig.	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Åsebø és szerzőtársai [2007]; Chen és szerzőtársai [2021]; D. S. Conner és szerzőtársai [2009]; Eastwood [2001]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Foti - Timpanaro [2021]; Garner - Ayala [2019]; Ruelas és szerzőtársai [2012]; Sadler [2016]; Schneider - Francis [2005]; Selfa - Qazi [2005]; Shakeel Ul - Selvaraj [2013]; Vargo és szerzőtársai [2022]; Youngs [2003a], [2003b])</i>
<b>A20</b>	A tipikus termelői piac vásárló számára fontos a környezeti szempontból való fenntarthatóság.	<i>(Carson és szerzőtársai [2016]; Cicia és szerzőtársai [2021]; Curtis és szerzőtársai [2020]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Fehrenbach - Wharton [2014]; Foti - Timpanaro [2021]; Glover és szerzőtársai [2014]; Klimek és szerzőtársai [2021]; Ma - Chang [2022]; Spilkova [2018])</i>
<b>A21</b>	A tipikus termelői piac vásárló érdeklődik a termék előállítására és előnyben részesíti az ökológiailag fenntartható gyakorlatokat.	<i>(Åsebø és szerzőtársai [2007]; D. S. Conner és szerzőtársai [2009]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014]; Hunt [2007]; Klimek és szerzőtársai [2021]; Leiper - Clarke-Sather [2017]; Oths és szerzőtársai [2016]; Rice [2015])</i>
<b>A22</b>	A tipikus termelői piac vásárló számára nagyon fontos a vegyszermentes előállítás.	<i>(Abelló és szerzőtársai [2013]; Anderson és szerzőtársai [1996]; Farmer és szerzőtársai [2016]; Scholten [2006]; Spilkova [2018]; Su és szerzőtársai [2022])</i>
<b>A23</b>	A tipikus termelői piac vásárló előnyben részesíti a bioélelmiszereket.	<i>(Curtis és szerzőtársai [2020]; Garner - Ayala [2019]; Gumirakiza és szerzőtársai [2017]; Klimek és szerzőtársai [2021]; Obach - Tobin [2014]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Rainey és szerzőtársai [2011]; Scholten [2006]; Shi - Hodges [2016]; Spilkova [2018]; Youngs [2003b])</i>
<b>A24</b>	A tipikus termelői piac vásárló fontosnak tartja a helyi termelők támogatását.	<i>(Bavorova és szerzőtársai [2016]; Carson és szerzőtársai [2016]; D. Conner és szerzőtársai [2010]; Dodds és szerzőtársai [2014]; Dodds - Holmes [2017]; Feagan és szerzőtársai [2004]; Garner - Ayala [2019]; Glover és szerzőtársai [2014]; Houryieh és szerzőtársai [2019]; Leiper -</i>



#	Jellemző	Referenciák
		<i>Clarke-Sather [2017]; Ma - Chang [2022]; Obach - Tobin [2014]</i>
<b>A25</b>	A tipikus termelői piac vásárló számára fontos, hogy az élelmiszerről többletinformációhoz jusson.	<i>(Carson és szerzőtársai [2016]; Chen és szerzőtársai [2021]; Klimek és szerzőtársai [2021]; Ma - Chang [2022]; Youngs [2003a], [2003b])</i>
<b>A26</b>	A tipikus termelői piac vásárló számára fontosak a társas érintkezések.	<i>(Dodds és szerzőtársai [2014]; Gumirakiza és szerzőtársai [2014]; Hoppe és szerzőtársai [2013]; Hunt [2007]; Obach - Tobin [2014]; Pascucci és szerzőtársai [2011]; Payet és szerzőtársai [2005])</i>
<b>A27</b>	A tipikus termelői piac vásárló számára a termelői piacon való vásárlás családi program.	<i>(Dobbelstein és szerzőtársai [2021]; Garner - Ayala [2019]; Hunt [2007]; Payet és szerzőtársai [2005]; Pisarn és szerzőtársai [2020]; Rice [2015]; Sadler [2016])</i>

Forrás: saját összeállítás

## Irodalomjegyzék

- ABELLÓ, F. J.–PALMA, M. A.–WALLER, M. L.–ANDERSON, D. P. [2013]: Evaluating the Factors Influencing the Number of Visits to Farmers' Markets. *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 20. No. 1. 17-35. o. <https://doi.org/10.1080/10454446.2013.807406>
- AGUIRRE, J. A. [2007]: The farmer's market organic consumer of Costa Rica. *British Food Journal*, Vol. 109. No. 2-3. 145-154. o. <https://doi.org/10.1108/00070700710725509>
- ANDERSON, M. D.–HOLLINGSWORTH, C. S.–VANZEE, V.–COLI, W. M.–RHODES, M. [1996]: Consumer response to integrated pest management and certification. *Agriculture Ecosystems & Environment*, Vol. 60. No. 2-3. 97-106. o. [https://doi.org/10.1016/S0167-8809\(96\)01097-3](https://doi.org/10.1016/S0167-8809(96)01097-3)
- ARCHER, G. P.–GARCÍA SÁNCHEZ, J.–VIGNALI, G.–CHAILLOT, A. [2003]: Latent consumers' attitude to farmers' markets in North West England. *British Food Journal*, Vol. 105. No. 8. 487-497. o. <https://doi.org/10.1108/00070700310497264>
- ÅSEBØ, K.–JERVELL, A. M.–LIEBLEIN, G.–SVENNERUD, M.–FRANCIS, C. [2007]: Farmer and Consumer Attitudes at Farmers Markets in Norway. *Journal of Sustainable Agriculture*, Vol. 30. No. 4. 67-93. o. [https://doi.org/10.1300/J064v30n04\\_06](https://doi.org/10.1300/J064v30n04_06)
- ASHTAB, S.–CAMPBELL, R. [2021]: Explanatory Analysis of Factors Influencing the Support for Sustainable Food Production and Distribution Systems: Results from a Rural Canadian Community. *Sustainability*, Vol. 13. No. 9. o. <https://doi.org/10.3390/su13095324>
- AZAVEDO, M.–WALSH, J. [2019]: A Comparison of Customer Attendance Motivations at Victoria Park and Manning Farmers' Markets, Perth, Western Australia. *Pertanika Journal of Social Science and Humanities*, Vol. 27. 27-44. o.
- BAVOROVA, M.–UNAY-GAILHARD, I.–LEHBERGER, M. [2016]: Who buys from farmers' markets and farm shops: The case of Germany. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 40. No. 1. 107-114. o. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12220>
- BERG, N.–PRESTON, K. L. [2017]: Willingness to pay for local food?: Consumer preferences and shopping behavior at Otago Farmers Market. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, Vol. 103. 343-361. o. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.07.001>
- BIR, C.–LAI, J.–WIDMAR, N. O.–THOMPSON, N.–ELLETT, J.–CROSSLIN, C. [2019]: "There's no place like home": Inquiry into preferences for local foods. *Journal of Food Distribution Research*, Vol. 50. No. 1. 29-45. o.
- BLANCK, H. M.–THOMPSON, O. M.–NEBELING, L.–YAROCH, A. L. [2011]: Improving fruit and vegetable consumption: Use of farm-to-consumer venues among US adults. *Preventing Chronic Disease*, Vol. 8. No. 2. o.
- BOTTCHEER, M. R.–MARINCIC, P. Z.–NAHAY, K. L.–BAERLOCHER, B. E.–WILLIS, A. W.–PARK, J.–GAILLARD, P.–GREENE, M. W. [2017]: Nutrition knowledge and Mediterranean diet adherence in the southeast United States: Validation of a field-based survey instrument. *Appetite*, Vol. 111. 166-176. o. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.12.029>
- BROWN, C. [2003]: Consumers' preferences for locally produced food: A study in southeast Missouri. *American Journal of Alternative Agriculture*, Vol. 18. No. 4. 213-224. o. <https://doi.org/10.1079/AJAA200353>
- CARSON, R. A.–HAMEL, Z.–GIARROCCO, K.–BAYLOR, R.–MATHEWS, L. G. [2016]: Buying in: the influence of interactions at farmers' markets. *Agriculture and Human Values*, Vol. 33. No. 4. 861-875. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-015-9675-y>
- CHANG, K. L.–XU, P.–WARMANN, J.–LONE, T.–MUNZIMI, Z. S.–OPOKU, E. [2013]: Consumer characteristics and willingness to pay for locally produced rib-eye steaks: A case study of consumers at farmers' markets. *Journal of Agriculture Food Systems and*

- Community Development, Vol. 4. No. 1. 99-121. o.  
<https://doi.org/10.5304/jafscd.2013.041.003>
- CHEN, C. J. R.–YU, T. H. E.–FU, R. J. C. [2021]: Strategic Management for Community-Based Markets: From Consumers' Perspectives and Experiences. Sustainability, Vol. 13. No. 10. 18. o. <https://doi.org/10.3390/su13105469>
- CICIA, G.–FURNO, M.–DEL GIUDICE, T. [2021]: Do consumers' values and attitudes affect food retailer choice? Evidence from a national survey on farmers' market in Germany. Agricultural and Food Economics, Vol. 9. No. 1. o. <https://doi.org/10.1186/s40100-020-00172-2>
- CONNER, D.–COLASANTI, K.–ROSS, R. B.–SMALLEY, S. B. [2010]: Locally grown foods and farmers markets: Consumer attitudes and behaviors. Sustainability, Vol. 2. No. 3. 742-756. o. <https://doi.org/10.3390/su2030742>
- CONNER, D. S.–MONTRI, A. D.–MONTRI, D. N.–HAMM, M. W. [2009]: Consumer demand for local produce at extended season farmers' markets: Guiding farmer marketing strategies. Renewable Agriculture and Food Systems, Vol. 24. No. 4. 251-259. o. <https://doi.org/10.1017/S1742170509990044>
- CRANDALL, P. G.–FRIEDLY, E. C.–PATTON, M.–O'BRYAN, C. A.–GURUBARAMURUGESHAN, A.–SEIDEMAN, S.–RICKE, S. C.–RAINEY, R. [2010]: Estimating the Demand for Organic Foods by Consumers at Farmers' Markets in Northwest Arkansas. Journal of Agricultural & Food Information, Vol. 11. No. 3. 185-208. o. <https://doi.org/10.1080/10496505.2010.491999>
- CURTIS, K. R.–DRUGOVA, T.–KNUDSEN, T.–REEVE, J.–WARD, R. [2020]: Is organic certification important to farmers' market shoppers or is eco-friendly enough? HortScience, Vol. 55. No. 11. 1822-1831. o. <https://doi.org/10.21273/HORTSCI15291-20>
- DOBDELSTEIN, T.–CORBISLEY, K. M.–MASON, R. B. [2021]: Factors Encouraging and Discouraging Attendance at Farmers' Markets: An Application of The Kano Model. Retail and Marketing Review, Vol. 17. No. 1. 56-78. o.
- DODDS, R.–HOLMES, M.–ARUNSOPHA, V.–CHIN, N.–LE, T.–MAUNG, S.–SHUM, M. [2014]: Consumer Choice and Farmers' Markets. Journal of Agricultural and Environmental Ethics, Vol. 27. No. 3. 397-416. o. <https://doi.org/10.1007/s10806-013-9469-4>
- DODDS, R.–HOLMES, M. R. [2017]: Local Versus Visitor Perceptions of Farmers' Markets. Journal of Food Products Marketing, Vol. 23. No. 2. 167-185. o. <https://doi.org/10.1080/10454446.2017.1244785>
- DUKESHIRE, S.–GARBES, R.–KENNEDY, C.–BOUDREAU, A.–OSBORNE, T. [2010]: Beliefs, attitudes, and propensity to buy locally produced food. Journal of Agriculture Food Systems and Community Development, Vol. 1. No. 3. 19-29. o. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2011.013.008>
- EASTWOOD, D. B. [2001]: Consumers' willingness to travel to farmers' markets: A case study of the trade-offs among price, quality, and distance. Journal of Food Products Marketing, Vol. 6. No. 3. 31-44. o. [https://doi.org/10.1300/J038v06n03\\_03](https://doi.org/10.1300/J038v06n03_03)
- ELEPU, G.–MAZZOCCO, M. A. [2010]: Consumer segments in urban and suburban farmers markets. International Food and Agribusiness Management Review, Vol. 13. No. 2. 1-18. o.
- FARMER, J. R.–BABB, A.–MINARD, S.–VELDMAN, M. [2019]: Accessing local foods: Households using SNAP double bucks and financial incentives at a Midwestern farmers market. Journal of Agriculture Food Systems and Community Development, Vol. 8. No. 4. 153-178. o. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2019.084.005>
- FARMER, J. R.–MINARD, S.–EDENS, C. [2016]: Local foods and low-income communities: Location, transportation, and values. Journal of Agriculture Food Systems and

- Community Development, Vol. 6. No. 4. 41-53. o.  
<https://doi.org/10.5304/jafscd.2016.064.009>
- FEAGAN, R.–MORRIS, D.–KRUG, K. [2004]: Niagara region farmers' markets: Local food systems and sustainability considerations. *Local Environment*, Vol. 9. No. 3. 235-254. o. <https://doi.org/10.1080/1354983042000219351>
- FEHRENBACH, K. S.–WHARTON, C. [2012]: Consumer information-seeking preferences at a university farmers' market. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition*, Vol. 7. No. 1. 53-63. o. <https://doi.org/10.1080/19320248.2012.649669>
- FEHRENBACH, K. S.–WHARTON, C. M. [2014]: Consumer and producer information-sharing preferences at Arizona farmers markets. *Journal of Agriculture Food Systems and Community Development*, Vol. 4. No. 4. 109-127. o. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2014.044.014>
- FOTI, V. T.–SCUDERI, A.–STELLA, G.–TIMPANARO, G. [2019]: Consumer purchasing behaviour for “biodiversity-friendly” vegetable products: Increasing importance of informal relationships. *Agricultural Economics (Czech Republic)*, Vol. 65. No. 9. 404-414. o. <https://doi.org/10.17221/377/2018-AGRICECON>
- FOTI, V. T.–TIMPANARO, G. [2021]: Relationships, sustainability and agri-food purchasing behaviour in farmer markets in Italy. *British Food Journal*, Vol. 123. No. 13. 428-453. o. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2021-0358>
- GARNER, B.–AYALA, C. [2018]: Consumer supply-chain demands and challenges at farmers' markets. *British Food Journal*, Vol. 120. No. 12. 2734-2747. o. <https://doi.org/10.1108/BFJ-03-2018-0154>
- GARNER, B.–AYALA, C. [2019]: Regional tourism at the farmers' market: consumers' preferences for local food products. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, Vol. 13. No. 1. 37-54. o. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2018-0095>
- GARY-WEBB, T. L.–BEAR, T. M.–MENDEZ, D. D.–SCHIFF, M. D.–KEENAN, E.–FABIO, A. [2018]: Evaluation of a Mobile Farmer's Market Aimed at Increasing Fruit and Vegetable Consumption in Food Deserts: A Pilot Study to Determine Evaluation Feasibility. *Health Equity*, Vol. 2. No. 1. 375-383. o. <https://doi.org/10.1089/heq.2018.0003>
- GLOVER, B. J.–WALICZEK, T. M.–GANDONOU, J. M. [2014]: Self-reported willingness to pay for texas persimmon fruit as a food source. *HortTechnology*, Vol. 24. No. 5. 580-589. o. <https://doi.org/10.21273/horttech.24.5.580>
- GONZÁLEZ, J. A. A. [2009]: Market trends and consumer profile at the organic farmers market in Costa Rica. *British Food Journal*, Vol. 111. No. 5. 498-510. o. <https://doi.org/10.1108/00070700910957320>
- GUMIRAKIZA, J. D.–CURTIS, K. R.–BOSWORTH, R. [2014]: Who attends farmers' markets and why? Understanding consumers and their motivations. *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 17. No. 2. 65-82. o.
- GUMIRAKIZA, J. D.–CURTIS, K. R.–BOSWORTH, R. [2017]: Consumer Preferences and Willingness to Pay for Bundled Fresh Produce Claims at Farmers' Markets. *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 23. No. 1. 61-79. o. <https://doi.org/10.1080/10454446.2017.1244786>
- GWIN, L.–LEV, L. [2011]: Meat and poultry buying at farmers markets: A survey of shoppers at three markets in oregon. *Journal of Extension*, Vol. 49. No. 1. o.
- HOPPE, A.–VIEIRA, L. M.–BARCELLOS, M. D. [2013]: Consumer behaviour towards organic food in porto alegre: An application of the theory of planned behaviour. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, Vol. 51. No. 1. 69-90. o. <https://doi.org/10.1590/S0103-20032013000100004>

- HU, X. C.–CLARKE, L. W.–ZENDEHDEL, K. [2021]: Farmers' Market Usage, Fruit and Vegetable Consumption, Meals at Home and Health-Evidence from Washington, DC. Sustainability, Vol. 13. No. 13. 14. o. <https://doi.org/10.3390/su13137437>
- HUNT, A. R. [2007]: Consumer interactions and influences on farmers' market vendors. Renewable Agriculture and Food Systems, Vol. 22. No. 1. 54-66. o. <https://doi.org/10.1017/S1742170507001597>
- KARPYN, A.–TAPPE, K.–HILLIER, A.–CANNUSCIO, C.–KOPRAK, J.–GLANZ, K. [2014]: Where urban residents shop for produce. Journal of Agriculture Food Systems and Community Development, Vol. 4. No. 4. 129-141. o. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2014.044.009>
- KERÉNYI, N.–TÖRÖK, Á. [2019]: A termelői piacok fogyasztói – nemzetközi és hazai kitekintés The consumers of the farmers' markets – global and local outlook. Köz-gazdaság, Vol. 14. No. 4. 103-117. o. <https://doi.org/10.14267/retp2019.04.30>
- KERTÉSZ, L.–TÖRÖK, Á. [2021]: Bioélelmiszerek vásárlóinak jellemzői Magyarországon – az Ökopiac tanulsága. Gazdalkodás, Vol. 65. No. 2. 141-157. o. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.310594>
- KHOURYIEH, M.–KHOURYIEH, H.–DADAY, J. K.–SHEN, C. L. [2019]: Consumers' perceptions of the safety of fresh produce sold at farmers' markets. Food Control, Vol. 105. 242-247. o. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2019.06.003>
- KISS, K. [2018]: Hagyományos piacok összehasonlító vizsgálata különböző funkciójú településeken. GAZDÁLKODÁS: Scientific Journal on Agricultural Economics, Vol. 62. No. 80-2018-2275. 62-75. o.
- KLIMEK, M.–BINGEN, J.–FREYER, B.–PAXTON, R. [2021]: From schnitzel to sustainability: Shifting values at Vienna's urban farmers markets. Sustainability (Switzerland), Vol. 13. No. 15. o. <https://doi.org/10.3390/su13158327>
- KUSHWAH, S.–DHIR, A.–SAGAR, M. [2019]: Ethical consumption intentions and choice behavior towards organic food. Moderation role of buying and environmental concerns. Journal of Cleaner Production, Vol. 236. o. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.350>
- KUSLITS, B.–KOC SIS, T. [2019]: Visszatérés a piachoz: fenntartható élelmiszer fogyasztás Budapesten. Magyar Tudomány, Vol. 180. No. 6. 884-893. o.
- LANFRANCHI, M.–GIANNETTO, C. [2015]: A case study on the role of farmers' markets in the process of shortening the food chain and the possible economic benefits for consumers. Quality - Access to Success, Vol. 16. No. 144. 94-98. o.
- LEIPER, C.–CLARKE-SATHER, A. [2017]: Co-creating an alternative: the moral economy of participating in farmers' markets. Local Environment, Vol. 22. No. 7. 840-858. o. <https://doi.org/10.1080/13549839.2017.1296822>
- MA, C. C.–CHANG, H. P. [2022]: Consumers' Perception of Food and Agriculture Education in Farmers' Markets in Taiwan. Foods, Vol. 11. No. 5. 23. o. <https://doi.org/10.3390/foods11050630>
- MACK, J.–TONG, D. Q. [2015]: Characterizing the spatial and temporal patterns of farmers' market visits. Applied Geography, Vol. 63. 43-54. o. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.06.005>
- MARÓ, G.–CZINE, P.–MARÓ, Z. M.–TÖRÖK, Á. [2022]: Termelői piacok az egyetemi campuson. Táplálkozásmarketing, Vol. 9. No. 2. 41-56. o.
- MARTÍNEZ MICHEL, L.–ANDERS, S.–WISMER, W. V. [2011]: Consumer Preferences and Willingness to Pay for Value-Added Chicken Product Attributes. Journal of Food Science, Vol. 76. No. 8. S469-S477. o. <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2011.02354.x>

- NEZDEI, C. [2016]: A vásárlói termékválasztás jellemzői a Balaton térség piachelyein-a helyi termelői piacok. *Élelmiszer, táplálkozás és marketing*, Vol. 12. No. 2. 13-22. o.
- NEZDEI, C.–ALPEK, B. L. [2018]: Vásárlói csoportok a Balaton kiemelt üdülőkörzet piachelyeinek példáján. *Ter Es Tarsadalom*, Vol. 32. No. 1. 145-160. o.
- OBACH, B. K.–TOBIN, K. [2014]: Civic agriculture and community engagement. *Agriculture and Human Values*, Vol. 31. No. 2. 307-322. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9477-z>
- OTHS, K. S.–MANZELLA, F. J.–SHELDON, B.–GROVES, K. M. [2016]: Who will be served? Farmers market variability and the expectations of young adults. *Human Organization*, Vol. 75. No. 4. 346-357. o. <https://doi.org/10.17730/1938-3525-75.4.346>
- PASCUCCI, S.–CICATIELLO, C.–FRANCO, S.–PANCINO, B.–MARINO, D. [2011]: Back to the future? Understanding change in food habits of farmers' market customers. *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol. 14. No. 4. 105-126. o.
- PAYET, J.–GILLES, M.–HOWAT, P. [2005]: Gascoyne Growers Market: A sustainable health promotion activity developed in partnership with the community. *Australian Journal of Rural Health*, Vol. 13. No. 5. 309-314. o. <https://doi.org/10.1111/j.1440-1584.2005.00722.x>
- PISARN, P.–KIM, M. K.–YANG, S. H. [2020]: A potential sustainable pathway for community-supported agriculture in taiwan: The consumer perspective in a farmers' market. *Sustainability (Switzerland)*, Vol. 12. No. 21. 1-18. o. <https://doi.org/10.3390/su12218917>
- PITTS, S. B. J.–HINKLEY, J.–WU, Q.–MCGUIRT, J. T.–LYONNAIS, M. J.–RAFFERTY, A. P.–WHITT, O. R.–WINTERBAUER, N.–PHILLIPS, L. [2017]: A possible dose-response association between distance to farmers' markets and roadside produce stands, frequency of shopping, fruit and vegetable consumption, and body mass index among customers in the Southern United States. *BMC Public Health*, Vol. 17. 11. o. <https://doi.org/10.1186/s12889-016-3943-7>
- PITTS, S. B. J.–WU, Q.–DEMAREST, C. L.–DIXON, C. E.–DORTCHE, C. J. M.–BULLOCK, S. L.–MCGUIRT, J.–WARD, R.–AMMERMAN, A. S. [2015]: Farmers' market shopping and dietary behaviours among Supplemental Nutrition Assistance Program participants. *Public Health Nutrition*, Vol. 18. No. 13. 2407-2414. o. <https://doi.org/10.1017/S1368980015001111>
- POLIMENI, J. M.–IORGULESCU, R. I.–MIHNEA, A. [2018]: Understanding consumer motivations for buying sustainable agricultural products at Romanian farmers markets. *Journal of Cleaner Production*, Vol. 184. 586-597. o. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.241>
- RAINEY, R.–CRANDALL, P. G.–O'BRYAN, C. A.–RICKE, S. C.–PENDLETON, S.–SEIDEMAN, S. [2011]: Marketing locally produced organic foods in three metropolitan arkansas farmers' markets: Consumer opinions and food safety concerns. *Journal of Agricultural and Food Information*, Vol. 12. No. 2. 141-153. o. <https://doi.org/10.1080/10496505.2011.563223>
- RENKO, S.–PETLJAK, K. [2018]: The secrets of the longevity of informal retail markets in Croatia. *British Food Journal*, Vol. 120. No. 2. 325-339. o. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2017-0208>
- RICE, J. S. [2015]: Privilege and exclusion at the farmers market: findings from a survey of shoppers. *Agriculture and Human Values*, Vol. 32. No. 1. 21-29. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-014-9513-7>
- ROSSI, J.–WOODS, T. A.–DAVIS, A. F. [2018]: The Local Food System Vitality Index: A pilot analysis to demonstrate a process for measuring system performance and

- development. *Journal of Agriculture Food Systems and Community Development*, Vol. 8. No. 3. 137-158. o. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2018.083.014>
- RUELAS, V.–IVERSON, E.–KIEKEL, P.–PETERS, A. [2012]: The role of farmers' markets in two low income, Urban communities. *Journal of Community Health*, Vol. 37. No. 3. 554-562. o. <https://doi.org/10.1007/s10900-011-9479-y>
- RUST, E. [2020]: Understanding experiential value creation at small-scale events: a multi-stakeholder perspective. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, Vol. 12. No. 3. 344-362. o. <https://doi.org/10.1080/19407963.2019.1701811>
- SADLER, R. C. [2016]: Strengthening the core, improving access: Bringing healthy food downtown via a farmers' market move. *Applied Geography*, Vol. 67. 119-128. o. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2015.12.010>
- SCHNEIDER, M. L.–FRANCIS, C. A. [2005]: Marketing locally produced foods: Consumer and farmer opinions in Washington County, Nebraska. *Renewable Agriculture and Food Systems*, Vol. 20. No. 4. 252-260. o. <https://doi.org/10.1079/raf2005114>
- SCHOLTEN, B. A. [2006]: Firefighters in the UK and the US: Risk perception of local and organic foods. *Scottish Geographical Journal*, Vol. 122. No. 2. 130-148. o. <https://doi.org/10.1080/00369220600917453>
- SELFA, T.–QAZI, J. [2005]: Place, taste, or face-to-face? Understanding producer-consumer networks in "local" food systems in Washington State. *Agriculture and Human Values*, Vol. 22. No. 4. 451-464. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-005-3401-0>
- SHAKEEL UL, R.–SELVARAJ, M. [2013]: Factors influencing customer preference towards uzhavar santhais (farmers' market) in Namakkal district Tamil Nadu. *International Business Management*, Vol. 7. No. 2. 84-90. o. <https://doi.org/10.3923/ibm.2013.84.90>
- SHAKOW, D. [1981]: The municipal farmer's market as an urban service. *Economic Geography*, Vol. 57. No. 1. 68-77. o. <https://doi.org/10.2307/144225>
- SHI, R. D.–HODGES, A. W. [2016]: Shopping at farmers' markets: Does ease of access really matter? *Renewable Agriculture and Food Systems*, Vol. 31. No. 5. 441-451. o. <https://doi.org/10.1017/s1742170515000368>
- SINGLETON, C. R.–BASKIN, M.–LEVITAN, E. B.–SEN, B.–AFFUSO, E.–AFFUSO, O. [2017]: Perceived Barriers and Facilitators of Farm-to-Consumer Retail Outlet Use Among Participants of the Special Supplemental Nutrition Program for Women, Infants, and Children (WIC) in Alabama. *Journal of Hunger and Environmental Nutrition*, Vol. 12. No. 2. 237-250. o. <https://doi.org/10.1080/19320248.2016.1157550>
- SMITHERS, J.–JOSEPH, A. E. [2010]: The trouble with authenticity: Separating ideology from practice at the farmers' market. *Agriculture and Human Values*, Vol. 27. No. 2. 239-247. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-009-9250-5>
- SOLANKI, S.–INUMULA, K. M. [2021]: Farmers' markets: An analysis of the determinants of consumers' attitudes and behavior. *Asian Journal of Agriculture and Rural Development*, Vol. 11. No. 1. 63-70. o. <https://doi.org/10.18488/journal.ajard.2021.111.63.70>
- SPIPKOVA, J. [2018]: "Tell me where you shop, and I will tell you who you are": Czech shopper profiles according to traditional, large-scale and alternative retail options. *Moravian Geographical Reports*, Vol. 26. No. 3. 186-198. o. <https://doi.org/10.2478/mgr-2018-0015>
- SPIPKOVÁ, J.–FENDRYCHOVÁ, L.–SYROVÁTKOVÁ, M. [2013]: Farmers' markets in Prague: A new challenge within the urban shopping landscape. *Agriculture and Human Values*, Vol. 30. No. 2. 179-191. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-012-9395-5>
- SU, Y.–GRASHUIS, J.–ROACH, A.–MORELAND, J. [2022]: Specialty Crop Consumer Preferences for Product Characteristics and Marketing Channels. *Journal of*

- International Food and Agribusiness Marketing, Vol. 34. No. 2. 195-213. o.  
<https://doi.org/10.1080/08974438.2022.2049416>
- SZABÓ, D.–JUHÁSZ, A. [2013]: A piacok jellemzői fogyasztói és termelői szemmel. Agrárgazdasági Kutató Intézet, 142. o.
- SZABÓ, D.–JUHÁSZ, A. [2015]: Consumers' and producers' perceptions of markets: Service levels of the most important short food supply chains in Hungary. Studies in Agricultural Economics, Vol. 117. No. 2. 111-118. o. <https://doi.org/10.7896/j.1519>
- TAYLOR, R.–VILLAS-BOAS, S. B. [2016]: Food Store Choices of Poor Households: A Discrete Choice Analysis of the National Household Food Acquisition and Purchase Survey (FoodAPS). American Journal of Agricultural Economics, Vol. 98. No. 2. 513-532. o. <https://doi.org/10.1093/ajae/aaw009>
- TELLIGMAN, A. L.–WOROSZ, M. R.–BRATCHER, C. L. [2017]: A qualitative study of Southern U.S. consumers' top of the mind beliefs about the safety of local beef. Appetite, Vol. 109. 1-10. o. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.10.031>
- TENG, D.–WILCOCK, A.–AUNG, M. [2004]: Cheese quality at farmers markets: observation of vendor practices and survey of consumer perceptions. Food Control, Vol. 15. No. 7. 579-587. o. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2003.09.005>
- TUNG, S. J.–TSAY, J. C.–LIN, M. C. [2015]: Life course, diet-related identity and consumer choice of organic food in taiwan. British Food Journal, Vol. 117. No. 2. 688-704. o. <https://doi.org/10.1108/BFJ-11-2013-0334>
- VARGO, L.–CIESIELSKI, T. H.–EMBAYE, M.–BIRD, A.–FREEDMAN, D. A. [2022]: Understanding SNAP Recipient Characteristics to Guide Equitable Expansion of Nutrition Incentive Programs in Diverse Food Retail Settings. International Journal of Environmental Research and Public Health, Vol. 19. No. 9. o. <https://doi.org/10.3390/ijerph19094977>
- VASCO, C.–SÁNCHEZ, C.–LIMAICO, K.–ABRIL, V. H. [2018]: Motivations to consume agroecological food: An analysis of farmers' markets in quito, ecuador. Journal of Agriculture and Rural Development in the Tropics and Subtropics, Vol. 119. No. 2. 1-10. o.
- WADE, K.–PORTER, J.–PORTER, B.–COOK, A.–DAVIS, K.–FINCHAM, H.–WEATHERFORD, L. [2015]: Would consumers purchase a wider variety of produce and products at West Virginia farmers' markets if they were available? Journal of Extension, Vol. 53. No. 3. o.
- WALDMAN, K. B.–KERR, J. M. [2015]: Is Food and Drug Administration policy governing artisan cheese consistent with consumers' preferences? Food Policy, Vol. 55. 71-80. o. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2015.06.004>
- WILLS, B.–ARUNDEL, A. [2017]: Internet-enabled access to alternative food networks: A comparison of online and offline food shoppers and their differing interpretations of quality. Agriculture and Human Values, Vol. 34. No. 3. 701-712. o. <https://doi.org/10.1007/s10460-017-9771-2>
- WITZLING, L.–SHAW, B. R. [2019]: Lifestyle segmentation and political ideology: Toward understanding beliefs and behavior about local food. Appetite, Vol. 132. 106-113. o. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.10.003>
- YOUNGS, J. [2003a]: Consumer direct initiatives in North West England farmers' markets. British Food Journal, Vol. 105. No. 8. 498-530. o. <https://doi.org/10.1108/00070700310497273>
- YOUNGS, J. [2003b]: A study of farm outlets in North West England. British Food Journal, Vol. 105. No. 8. 531-541. o. <https://doi.org/10.1108/00070700310497282>