



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
City Cooperation II



City Cooperation II WP T2 innovatív vásárlóerő megtartása

Helyi piacok stratégia

Letenye

Készítette: **Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft.**

Tulajdonos: **Lenti Város Önkormányzata**

A projekt az INTERREG V-A Ausztria-Magyarország Program keretében, az Európai Regionális Fejlesztési Alap támogatásával, az Európai Unió és a Magyar Állam társfinanszírozásával valósult meg.



Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló.....	4
Zusammenfassung	6
1. Szakirodalmi áttekintés.....	8
1.1 Módszertan	11
2. Letenye helyi piaca a fejlesztések tükrében	12
3. A letenyei lakosok körében végzett kérdőíves felmérés eredményei	13
3. 1. A válaszadók jellemzői.....	13
3. 2. A helyi termékek iránti kereslet	14
3. 3. A helyi termékfajták iránti kereslet.....	14
3. 4. Hol vásárolnak a válaszadók helyi terméket?	15
3. 5. Akik nem vásárolnak helyi termelőktől	15
3. 6. A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések.....	17
4. A helyitermék-ellőállítók körében végzett kérdőíves felmérés eredményei.....	18
4. 1. A termelők általános jellemzői.....	18
4. 2. Az értékesítés általános jellemzői	20
4. 3. Értékesítés a helyi piacokon	23
4. 4. Online értékesítés	25
5. Az empirikus vizsgálat eredményeinek összefoglalása, a fejlesztési potenciálok azonosítása	27
5.1 SWOT-analízis	29
6. Hálózatosodás.....	31
6.1 Helyi piacok a határtérségben.....	31
6.2 Piacok közötti határon átnyúló együttműködés	33
6.2.1 Az együttműködésben rejlő előnyök.....	33
6.2.2 Az együttműködést gátló tényezők	34
7. Stratégiaalkotás.....	36
7.1 Az átmenő forgalom megállítása a városban	36
7.2 Mediterrán növényekre alapozott turizmusfejlesztés.....	36
7.3 Szőlőhegyi fejlesztések.....	37
7.3.1 Projektjavaslat – Szőlőhegyi fejlesztések	38

7.4 Fiatalok helyben tartása	40
8. Helyi piacok határon átvélő hálózatának kialakítása	42
8.1 Javaslatétel a beszerzendő eszközökre vonatkozóan	43
Mellékletek.....	47
Felhasznált irodalom	49

Vezetői összefoglaló

Az elmúlt évtizedekben az egészségtudatos táplálkozás térhódításával, a helyi gazdaságfejlesztési törekvések erősödésével, illetve a fejlesztéspolitikai támogatásoknak köszönhetően Magyarországon is előtérbe került a közvetlen termelői értékesítés. Legnépszerűbb formája a helyi piac.

Lenti Város Önkormányzatának megbízásából jelen tanulmány témája a City Cooperation II projekten belül a helyi piacok fejlesztésére, hálózatos együttműködésére vonatkozó stratégia, valamint a kapcsolódó tevékenységek kidolgozása.

Az Ausztria-Magyarország Interreg V/A program keretében támogatott CCII projekt a magyar-osztrák-szlovén határtérségben 24 város együttműködését kívánja magasabb szintre emelni. A projekt egyik specifikus célja a helyi gazdaság vásárlóerejének erősítése, a vásárlóerő megkötés innovatív rendszerének továbbfejlesztése a határrégióban. Ezen célkitűzés egyik elvárt kimenete a helyi piacok hálózatának kialakítása a határtérség együttműködő városaiban.

A helyi piacok fejlesztése és hálózatosodása erősíti a regionális versenyképességet. A helyi és a termelői piacok hozzájárulnak a városközpontok vonzerejéhez. A piacok határon átnyúló hálózatosítása tudásátadáshoz, jobb kínálatához és értékesítési lehetőségekhez vezet. Az outputok fő haszonélvezői elsősorban a KKV-k/vállalkozások és mezőgazdasági termelők.

A tanulmány három résztanulmányból tevődik össze, melyek önállóan is egészet alkotnak, de a térség komplex és szerves fejlesztéséhez mindhárom rész együttes értelmezése és javaslatainak követése szükséges. A nemzetközi és országos szakirodalmi háttér ismertetése, valamint a kutatási módszertan azonos a tanulmányrészekben. Lenti, Letenye és Zalalövő esetében egyenként feltártuk a helyi termelők értékesítésre vonatkozó gyakorlatát (helyi piacok, online értékesítés, stb.), a lakossági attitűdöt és fejlesztési igényeket a helyi piacokhoz kapcsolódóan. Összefoglaltuk az empirikus kutatás legfontosabb eredményeit. A szakirodalmi háttérre és a kutatásra támaszkodva egyenként elkészítettük a városok helyi termeléshez és értékesítéshez köthető SWOT-analíziseit, és megfogalmaztuk a követendő stratégiai fejlesztési irányt. Megvizsgáltuk a helyi piacok határon átnyúló hálózatos együttműködésében rejlő potenciális előnyöket és a hátráltató tényezőket.

Letenye esetében a határátkelő szerepből adódó előnyök kihasználását tekintjük kiemelt célnak. A hatalmas átmenő forgalom megállítása, illetve számukra helyi termékekre épített vendéglátás, szabadidő eltöltési lehetőségek biztosítása fellendítheti a keresletet. Az éghajlatváltozás pozitív hatásainak eredményeként a térségben meghonosodni látszó mediterrán növények szintén kuriózumot jelentek, gazdasági és tu-

risztikai hasznosításuk indokolt. A szőlőhegyi, zártkerti fejlesztések és a fiatalok helyben tartására vonatkozó intézkedések mind-mind hozzájárulhatnak Letenye és a térség helyi termékekre alapozott fejlesztéséhez.

Összefoglalva tehát a térség alapvetően jó adottságokkal rendelkezik a helyi termék-előállítás tekintetében, de összehangolt fejlesztések nélkül a források elaprózódásától kell tartani, a stratégiai intézkedések lényege tehát a kereslet és a kínálat koncentrációja, közös értékesítési helyek létesítése és komplex, térségi marketing kialakítása.

Zusammenfassung

In den letzten Jahrzehnten, mit der Verbreitung der gesundheitsbewussten Ernährung und der Stärkung von Initiativen zur örtlichen Wirtschaftsentwicklung sowie dank entwicklungspolitischer Förderungen ist der Direktverkauf nun auch in Ungarn in den Vordergrund gerückt. Die häufigste Form davon ist der örtliche Markt.

Im Auftrag der Selbstverwaltung der Stadt Lenti besteht das Thema dieser Studie darin, im Rahmen des Projekts City Cooperation II die Strategie zur Förderung und Vernetzung der örtlichen Märkte sowie die verbundenen Tätigkeiten zu erarbeiten.

Das im Rahmen des Programms Interreg V-A Österreich-Ungarn geförderte Projekt CCII will die Zusammenarbeit von 24 Städten im ungarischen-österreichischen-slowenischen Grenzraum auf ein höheres Niveau bringen. Eines der spezifischen Ziele des Projekts ist die Stärkung der Kaufkraft der örtlichen Wirtschaft und des innovativen Systems der Kaufkraftbindung in der Grenzregion. Eines der erwarteten Outputs dieser Zielsetzung ist die Ausgestaltung des Netzwerks der örtlichen Märkte in den kooperierenden Städten der Grenzregion.

Die Entwicklung und das Networking der örtlichen Märkte stärkt die regionale Wettbewerbsfähigkeit. Die örtlichen und Bauernmärkte tragen zur Anziehungskraft der Stadtzentren bei. Die grenzüberschreitende Vernetzung der Märkte führt zur Wissensvermittlung, zum besseren Angebot und zu besseren Vertriebsmöglichkeiten. Die wichtigsten Nutznießer der Outputs sind in erster Linie die KMUs/Unternehmen und die landwirtschaftlichen Erzeuger.

Die Studie besteht aus drei Teilstudien, die ein eigenständiges Ganzes bilden, aber zur komplexen und organischen Entwicklung der Region sind die gemeinsame Deutung aller drei Teile und die Befolgung der Empfehlungen erforderlich. Die Beschreibung des internationalen und nationalen fachliterarischen Hintergrunds, sowie die Forschungsmethodik sind in den Studienteilen identisch. Bei Lenti, Letenye und Zalalövő haben wir die Verkaufspraktiken der lokalen Erzeuger ermittelt (örtliche Märkte, Online-Vertrieb, usw.), sowie die Einstellung der Bevölkerung und die Entwicklungsbedürfnisse in Verbindung mit örtlichen Märkten. Wir haben die wichtigsten Ergebnisse der empirischen Forschung zusammengefasst. In Anlehnung an den fachliterarischen Hintergrund und die Forschung haben wir die SWOT-Analysen der Städte in Verbindung mit der lokalen Erzeugung und dem lokalen Vertrieb einzeln erstellt und die einzuschlagende strategische Entwicklungslinie festgelegt. Wir haben die potentiellen Vorteile und negativen Anreize in den grenzüberschreitenden Netzwerk-Kooperationen der örtlichen Märkte geprüft.

Bei Letenye betrachten wir die Nutzung der Vorteile, die sich aus ihrer Rolle einer Grenzübergangsstelle ergeben, als vorrangiges Ziel. Das Anhalten des riesigen Transitverkehrs, bzw. die Gewährleistung eines sich auf Regionalprodukte stützenden Gaststättengewerbes sowie von Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung könnte die Nach-

frage ankurbeln. Die mediterranen Pflanzen, die sich als Folge der positiven Auswirkungen des Klimawandels in der Region durchzusetzen scheinen, gelten auch als Kuriosität, ihre wirtschaftliche und touristische Nutzung wäre gerechtfertigt. Die Entwicklungen am Weinberg und in Bezug auf die Grundstücke im Außenbereich sowie die Maßnahmen zur Erhaltung der jungen Bevölkerung können alle zur Entwicklung von Letenye und Umgebung, die sich auf Regionalprodukte stützt, beitragen.

Zusammenfassend gesagt verfügt die Region über gute Gegebenheiten in Bezug auf Herstellung von Regionalprodukten, aber ohne die Harmonisierung von Entwicklungen ist die Aufsplitterung der Mittel zu befürchten, und die Essenz der strategischen Maßnahmen besteht also in der Konzentrierung von Angebot und Nachfrage, der Errichtung von gemeinsamen Verkaufsstellen und dem Aufbau eines regionalen Marketings.

1. Szakirodalmi áttekintés

Az elmúlt évtizedekben az egészségtudatos táplálkozás térhódításával, a helyi gazdaságfejlesztési törekvések erősödésével, illetve a fejlesztéspolitikai támogatásoknak köszönhetően Magyarországon is előtérbe került a közvetlen termelői értékesítés. Az utóbbi néhány évtizedben kialakult globális értékláncok révén ma már a világ bármely pontjáról származó élelmiszerhez könnyedén hozzájuthatunk. Ezek az ún. globális értékláncok azonban, a környezeti és fenntarthatósági szempontokon túl, felvetik az élelmiszer eredetének és így összetételének, termesztési, továbbá feldolgozási körülményeinek kérdését is (Whatmore-Thorne, 2008). Míg a fogyasztói társadalom egyik alapvetése az, hogy a fogyasztók az élelmiszerhez nagy mennyiségben és olcsón kívánják hozzájutni, a tudatos vagy másképpen etikus fogyasztás révén azonban egyre növekszik az igény a jó minőségű, környezetbarát módon előállított, természetes összetevőket tartalmazó, egészséges és lehetőség szerint helyi élelmiszerek iránt. Így kerültek a helyi ellátási láncok a figyelem középpontjába (Low et al., 2015; O'Hara-Pirog, 2013). A történelmi előzményeket figyelembe véve a közvetlen termelői értékesítés világviszonylatban, illetve Magyarországon is tulajdonképpen reneszánszát éli, hiszen a kisléptékű termék-előállítás szereplői olyan, egyre erősödő piaci igényeket tudnak kiszolgálni egyedi, magas hozzáadott értéket képviselő termékeikkel, amelyek a globális ellátási láncok nem képesek (Galli-Brunori, 2013; Kneafsey et al., 2013; Bertalan-Inzsöl, 2018).

A helyi élelmiszerrendszerek és a rövid élelmiszer-ellátási láncok fogalmi vizsgálatával több kutató is foglalkozott nemzetközi és magyar szakirodalomban (Marsden, 2000; Murdoch et al., 2000; Renting et al., 2003; Nihous, 2008; Balázs, 2012; Juhász, 2012). Az irodalom többféle meghatározást is ismer, mint a rövid ellátási (élelmiszer) lánc, illetve alternatív, helyi vagy új élelmiszer rendszer. Az Európai Unióban általánosan használt kifejezés a rövid ellátási lánc (short food supply chain, SFSC). Renting et al. (2003) megfogalmazása alapján a rövid élelmiszerláncok esetében a szereplők között közvetlen és kölcsönös kapcsolat jön létre, melynek célja az élelmiszer előállítása, feldolgozása, értékesítése és fogyasztása. Murdoch et al. (2000) leírja, hogy az élelmiszerellátási rendszer megújulásával állunk szemben, melynek legfőbb mozgatóereje az alulról jövő együttműködésekben rejlik.

Tehát a rövid ellátási lánc lényege, hogy a termelők és fogyasztók közötti kapcsolat, kommunikáció lerövidül, a közvetítők száma minimális. A résztvevők hálózatokba, olykor közösségekbe szerveződnek, melynek célja a közvetlen termelői értékesítés előmozdítása, a versenyképes mennyiségű és kiváló minőségű árualap előállítása, a tudatos vásárlás népszerűsítése és a termelői együttműködés erősítése (Bertalan-Inzsöl, 2018).

Számos értékesítési csatornát különböztethetünk meg, köztük a hagyományos piaci értékesítést, a háztól történő értékesítést, vagy a modernebb, közösségi részvételen

alapuló rendszereket (pl. közösség által támogatott mezőgazdaság – CSA, doboz rendszer – box schemes, stb.), melyek az USA-ban, illetve Nyugat-Európában már nagyobb népszerűségnek örvendenek (Berti-Mulligan, 2016; EPRS, 2016). Jellemző, hogy a termelők több értékesítési csatornát is használnak egy időben (Ilbery et al., 2006). Magyarországon azonban egyelőre alacsony a kistermelők modernebb értékesítési csatornáknak való részvétele (Szabó, 2014).

A közvetlen értékesítés legelterjedtebb csatornáit Magyarországon a hagyományos és termelői piacok (Juhász et al., 2012; Csikné Mácsai, 2014; Kujáni, 2014; Szabó, 2017). A magyarországi gyakorlatban leglényegesebb különbség a két értékesítési forma között, hogy míg a hagyományos piacokon kereskedők is megjelenhetnek a nagybani piacon megvásárolt árucikkeikkel, továbbá nemcsak élelmiszer-jellegű, hanem gyakorlatilag bármilyen termék értékesíthető, addig a termelői piacokon kizárólag kistermelők árusíthatják a saját maguk által megtermelt és feldolgozott termékeket. Különbség tapasztalható a területi korlátokat tekintve is: a jogszabály szerint egy adott termelői piacon kizárólag az adott megyében vagy 40 km-es körzetben gazdálkodó termelők értékesíthetnek, a hagyományos piacok esetében viszont ilyen korlátozás nincsen. A fővárosba, Budapestre az egész országból szállíthatók a termékek. Az országhatár pedig valamennyi esetben barriert képez (Bertalan-Inzsöl, 2018).

A hagyományos piacok forgalma, látogatottsága az elmúlt években folyamatosan csökkent, illetve vásárlói körének összetétele is megváltozott. A piacot látogatók hányada a 2010-es 72%-ról 2016-ra 59%-ra esett vissza. A csökkenést főként a vidéki vásárlók elmaradása okozza, míg a budapesti piacra járó háztartások száma stabil az elmúlt éveket tekintve (GFK, 2016). A piacok forgalmát a diszkontok, illetve részben a tőkehúspulttal rendelkező hiper- és szupermarketek vették át. A piacok részarányának csökkenése a mindennapi fogyasztási cikkek piacán arra vezethető vissza, hogy a vásárlók egy helyen, egyszerűbben, gyorsabban szeretnék intézni vásárlásaikat.

A kedvező jogszabályi és támogatáspolitikai környezetnek, és a helyi termékek előtérbe kerülésének köszönhetően azonban a termelői piacok számának növekedése országos szinten is megfigyelhető (Szabó, 2014). Szabó (2017) a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara nyilvántartása adatait felhasználva kimutatta, hogy míg 2012-ben 118 termelőiként regisztrált piac működött Magyarországon, addig 2018-ban már 256 db. Magyarországon a termelői piacok terjedését a fogyasztói kereslet növekedése (Szabó, 2014) és a hazai, illetve uniós támogatási rendszerek is elősegítették. A termelői piacok látogatói körében a tudatos vásárlókat, a fiatalabb és képzettebb, az egészséges és hazai termékeket előtérbe helyező fogyasztókat találjuk. Fogyasztói attitűdváltozás eredményeképpen kialakult egy olyan vásárlói réteg, mely fogyasztási döntéseit a saját és családja egészségére gyakorolt pozitív hatásokon túl a helyi gazdaságra, közösségre és a környezeti fenntarthatóságra vonatkozóan is felelősséggel hozza meg. Ez a fogyasztói csoport jellemzően a helyben termelt élelmiszert, illetve a közvetlen értékesítési csatornákat részesíti előnyben (Chambers et al., 2007; Póla, 2014; Gonda, 2014; Gulyás, 2017).

Ez a fizetőképes kereslettel rendelkező, vásárlási döntéseit tudatosan meghozó fogyasztói csoport meghatározó a modernebbnek számító közvetlen értékesítési csatornák elterjedésében. Egyre több online bevásárló közösség, zöldség-doboz rendszer alakul Magyarországon (Benedek, 2014). A Tudatos Vásárlók Egyesületének felmérése alapján 2017-ben legalább 17 közösség által támogatott mezőgazdaság (CSA), 13 bevásárló közösség és 5 doboz rendszer működött Magyarországon. A közösségi gazdaságok 47%-a, a doboz rendszerek 80 %-a, illetve a bevásárló közösségek 15%-a szállított Budapestre, amely a főváros erős dominanciáját mutatja. „Community Supported Agriculture” (CSA), „Association pour le Maintien d’une Agriculture Paysanne” (AMAP), hazánkban zöldségközösségnek is nevezik. Fogalma a US Department of Agriculture szerint: olyan közösség, amely egy gazdaság működésének segítésére jött létre, ami által a gazdaság jogilag és filozófiai szinten is a közösség gazdaságává válik. A gazdálkodók és a fogyasztók közösen részesülnek a hasznokból, és osztoznak a terheken. A közösség által támogatott mezőgazdaság keretében termelők és fogyasztók úgy köteleződnek el egymás mellett, hogy az minden résztvevő számára előnyökkel jár.

A bevásárló közösségek (virtuális piacterek) és doboz rendszerek definíciója a közösség által támogatott mezőgazdaságból indul ki. Doboz rendszerek esetében a vásárló minden héten vagy meghatározott időszakonként megvásárol egy doboz terményt, ami akkor az adott gazdaságban termelt. Itt kisebb a fogyasztó elköteleződése, hiszen eldöntheti, hogy megvásárolja-e az adott dobozt vagy nem. Bevásárló közösségek esetében a fogyasztó maga dönti el egy listából, hogy mit és mennyit rendel az adott alkalommal.

A közvetlen értékesítésnek a következő hagyományos és modernebb fajtáit különböztetjük meg:

Hagyományos közvetlen értékesítési csatornák	Modern közvetlen értékesítési csatornák
hagyományos városi piac vásár háztól értékesítés falusi vendégasztal saját szakbolt Szedd magad! útmenti árusítás mozgó árusítás házhoz szállítás	termelői piac fesztivál közösség által támogatott mezőgazdaság online bevásárló közösségek, szatyor-jellegű értékesítés önálló webshop működtetése zöldség-doboz rendszer, heti szatyor automata

Forrás: Bertalan-Inzsöl, 2018

1. táblázat: A közvetlen értékesítési csatornák hagyományos és modern fajtái

Magyarországon több kutatás is foglalkozott már a közvetlen értékesítés különféle területeinek feltérképezésével (Juhász et al., 2012; Csikné Mácsai, 2014; Kujáni, 2014; Benedek-Balázs, 2016; Szabó, 2017). Tanulmányunkban mi a termelői piacokkal, azon belül is Letenye piacával foglalkozunk részletesen.

1.1 Módszertan

A megalapozott stratégiaalkotás érdekében átfogó empirikus vizsgálatot folytattunk a helyi piac működését befolyásoló szereplőkkel. Fókuszcsoportos interjúk révén feltérképeztük, hogyan látják a *helyi döntéshozók* és a *vállalkozók* a termelői piac jelenlegi állapotát, a jövőbeni fejlesztési lehetőségeket, illetve a termelők problémáit. Városonként 45 darab kérdőívet töltöttünk ki a *helyi lakosokkal* a vásárlási szokásaikról és preferenciáikról, illetve megkérdeztük, hogy milyen fejlesztéseket látnának szívesen. Végül összesen 32 zalai *helyitermék-előállítót* kerestünk meg, hogy személyes interjú keretében számoljanak be az értékesítési gyakorlatukról, termékportfóliójukról, továbbá meghallgattuk a javaslataikat az értékesítési folyamat javításával kapcsolatban is, illetve megkérdeztük őket a virtuális piactérre történő belépési szándékukról. Az eredmények értelmezésekor figyelembe kell venni, hogy a felmérésben résztvevő helyi lakosok és termelők mintájának összeállítása – az adatgyűjtési lehetőségek korlátozottságából adódóan – nem reprezentatív módon készült, hanem a könnyen elérhető alanyok módszerével.

2. Letenye helyi piaca a fejlesztések tükrében

A termelői piac helyszínének és infrastruktúrájának kialakítása még folyamatban van.¹ A terület város központjában található (Bajcsy-Zsilinszky u. 3.) a Sétatér bővítéseként, Letenye Város Önkormányzatának tulajdonában áll. Mérete 5631 m², amely jelenleg kihasználatlan patakparti terület, megközelíthetősége több irányból is lehetséges (lásd Melléklet: M1. ábra, M1. táblázat). A telken a piac és hűtőház üzemeltetéséhez szükséges közmű vezetéseket, csatlakozási pontokat építenek ki.

A termelői piac kialakítása fedett, nyitott csarnokban könnyű szerkezettel valósul meg, melynek alapterülete 12 x 15 méter. A 180 négyzetméter alapterületű fedett csarnokban 20 db telepített árusító helyet alakítanak ki. A tervezett épület különböző funkciókat biztosít a csarnoktér két részre osztása révén:

- a mezőgazdasági szolgáltató tér: a termelői piac a benne foglalt hűtőkamrákkal, amely a kistermelők termékeinek tárolását szolgálja;
- az aula: a szolgáltatótér egyszerre oldhatja meg időben különválasztva a közösségi és szolgáltató funkciókat, alkalmas mezőgazdasági termelői és kereskedelmi képzések tapasztalat- és árucserék lebonyolítására.²

A térségi szinten is jelentős beruházás kapcsolódik a közmunkaprogramhoz, mivel annak keretében a környék több településén folyik zöldségtermesztés. A város vonzáskörzetében élő termelők és kézművesek között vannak méhészek, kosárfonók, zöldség- és gyümölcstermelők, húsfeldolgozó kistermelők stb.

A piac üzemeltetése önkormányzati hatáskörben lesz. A kiemelt célok között szerepel a marketing- és a turisztikai lehetőségek erőteljesebb és tudatosabb használata a termelői piac, illetve a termelői tevékenység népszerűsítése érdekében. E tárgykörben felmerült, hogy a létesítendő turisztikai irodában legyen egy helyi termékeket bemutató üvegszekrény, a nyári turistaszézonban gasztronómiai programokat lehetne szervezni, közös kiadványokat megjelentetni stb.

Ugyancsak hasznos lenne egy helyi termék-előállítókat összefogó szervezet létrehozása, melynek a tapasztalatcsere, a hatékonyabb érdekérvényesítés terén, illetve az értékesítési csatornák és az információáramlás javításában lenne komolyabb szerepe. Ehhez azonban az egyéni érdekeken túlmenő együttműködésre kellene ösztönözni a termelőket.

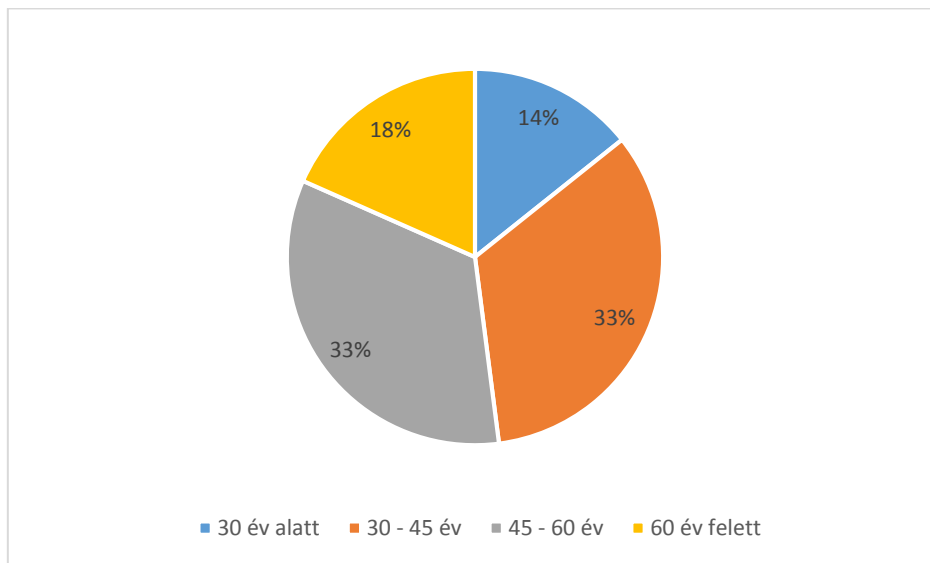
¹ TOP-1.1.3-15ZA1-2016-00009

² http://www.letenye.hu/ONKORMANYZAT/Projektek/Termeloi_piac_Weboldal/index.htm

3. A letenyei lakosok körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

3. 1. A válaszadók jellemzői

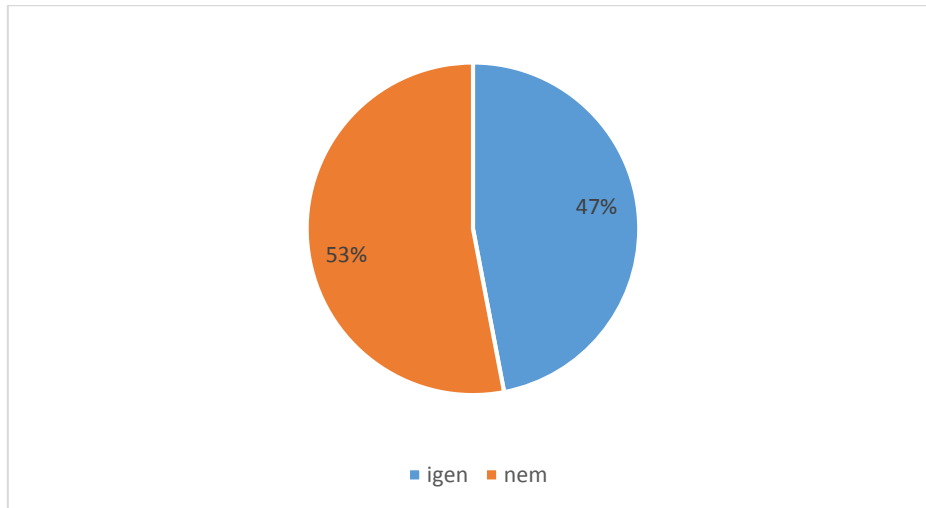
Kérdőívünket összesen 45 válaszadó töltötte ki, akiknek 80 százaléka nő (36 fő) és 20 százaléka férfi (9 fő). Életkor szerinti bontásban a megkérdezettek harmada 30 és 45 év közötti, ugyanekkora részük 45 és 60 év közötti, 14 százalék 30 év alatti és 18 százalékuk 60 év feletti.



1. ábra: A válaszadók életkori megoszlása

3. 2. A helyi termékek iránti kereslet

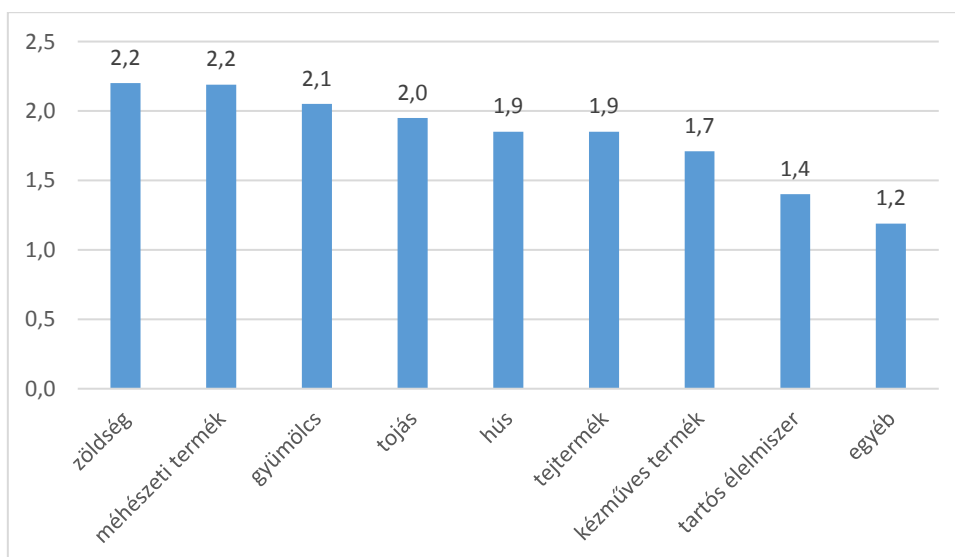
A megkérdezettek kevesebb, mint fele (47%) szokott helyi termelőktől vásárolni, ugyanakkor tízből kilenc válaszadó szívesen járna helyi piacra.



2. ábra: Szokott-e helyi termelőktől vásárolni?

3. 3. A helyi termékfajták iránti kereslet

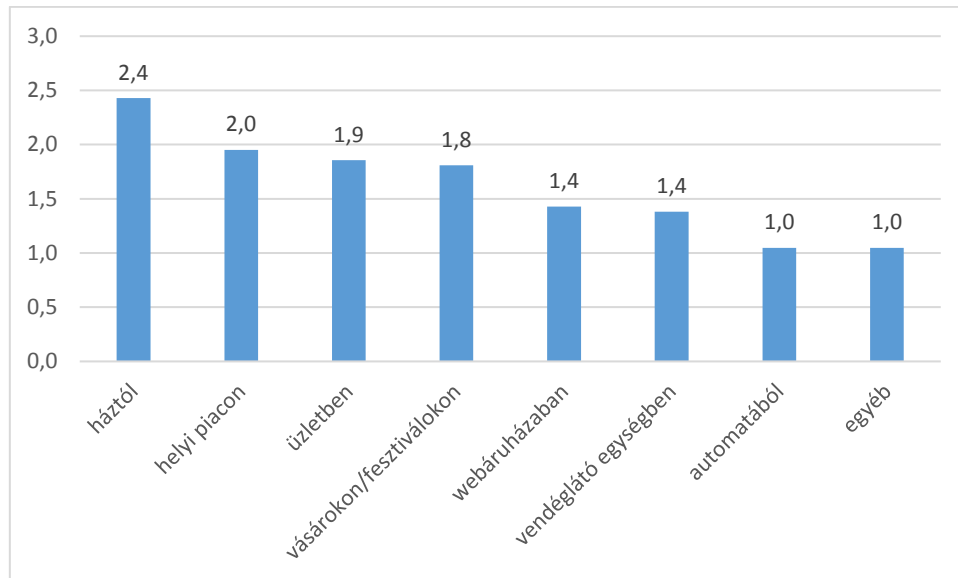
A megkérdezettek leggyakrabban zöldséget és méhészeti termékeket, illetve gyümölcsöt, tojást, húsarut, tejterméket vásárolnak helyi termelőktől, ezeknél ritkábban kézműves termékeket. A tartós élelmiszerek (pl. szörp, lekvár) és egyéb termékek a legkevésbé keresettek.



3. ábra: Milyen termékeket vásárol helyi termelőktől? (1 és 3 közötti átlagok)

3. 4. Hol vásárolnak a válaszadók helyi terméket?

A válaszadók 40 százaléka vásárol háztól helyi termékeket, 30–25 százalékuk helyi piacon és üzletben is, vásárokon ugyancsak kb. egyharmaduk, azonban ritkábban. Webáruházból, vendéglátó egységből tíz válaszadóból mindössze egy vásárol, az automatából és egyéb helyről történő vásárlás még ennél is ritkább.

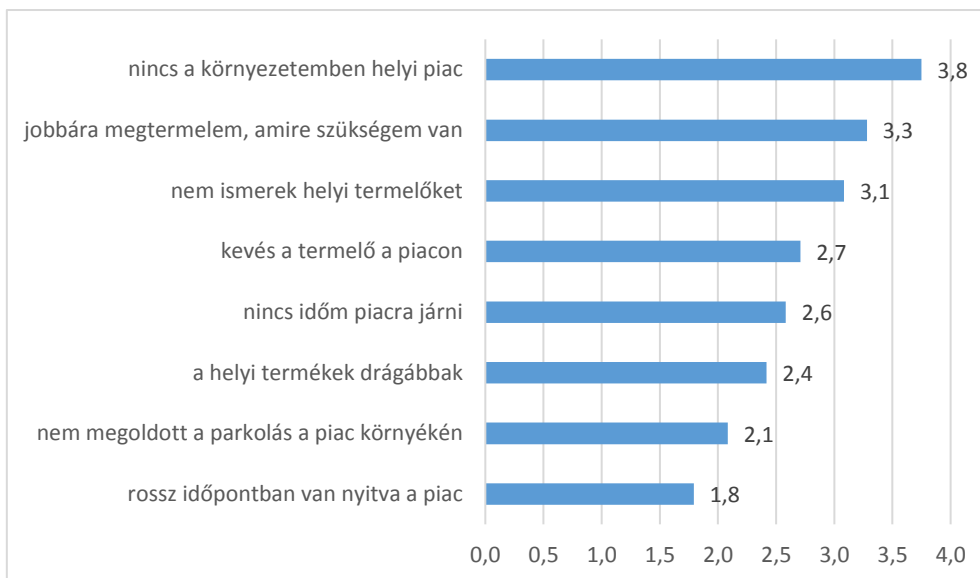


4. ábra: Hol vásárol általában helyi terméket? (1 és 3 közötti átlagok)

A megkérdezettek túlnyomó többsége Nagykanizsára jár piacra, a vásároknál Nagykanizsát, Őriszentpétert, Letenyét, Fonyódot és Hévízt említették. A válaszadók nem neveztek meg vendéglátó egységet vagy egyéb helyet, ahol helyi termékeket vásárolnának, a webáruházak közül egy Valkonyán működő vállalkozást említettek, a <https://apiachazhozjon.hu/-t>.

3. 5. Akik nem vásárolnak helyi termelőktől

A megkérdezettek több, mint fele nem vásárol helyi termelőktől, ám kevés kivételtől eltekintve szívesen járnának a helyi piacra. Az alábbi ábrán egyértelműen látszik, hogy a legfőbb ok, amiért valaki nem vásárol a helyi termelőktől egyfelől a hozzáférhetőség hiánya (nincs közelben helyi piac, nem ismer termelőket, kevés a termelő), másfelől pedig az, hogy a válaszadó megtermeli magának, amire szüksége van, az időhiány, a helyi termékek magasabbnak vélt ára kismértékben szintén szerepet játszik. A piaccal kapcsolatos hiányosságok (nem megoldott a parkolás, nyitva tartás) akkor lennének értelmezhetőek, ha a városban rendszeresen működne a helyi piac.

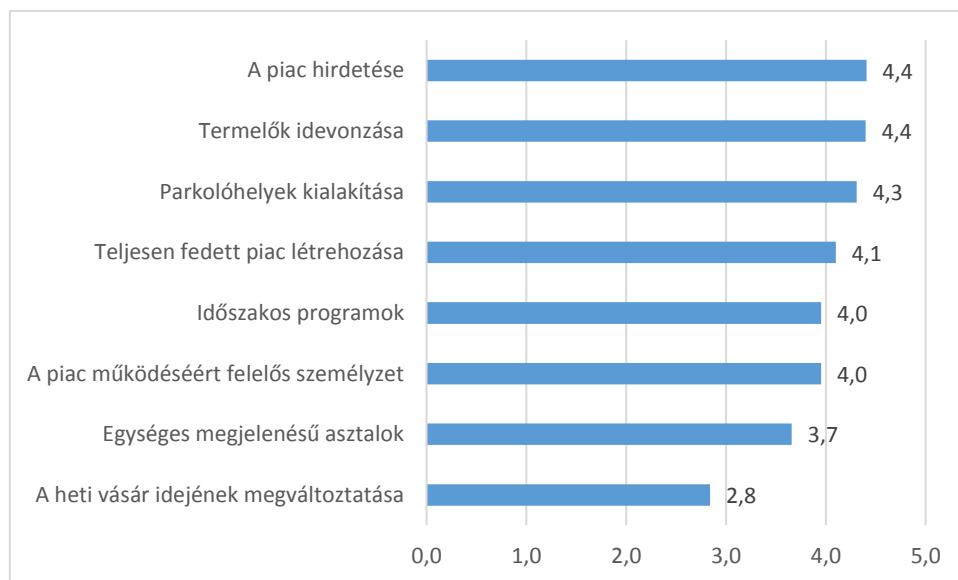


5. ábra: Miért nem vásárol helyi termelőktől? (1 és 5 közötti átlagok)

Életkori szempontból nincs jelentős különbség azok között, akik szeretnék helyi piacra járni, illetve akik nem, mindössze annyi jegyezhető meg, hogy a férfiaknál magasabb az utóbbiak aránya.

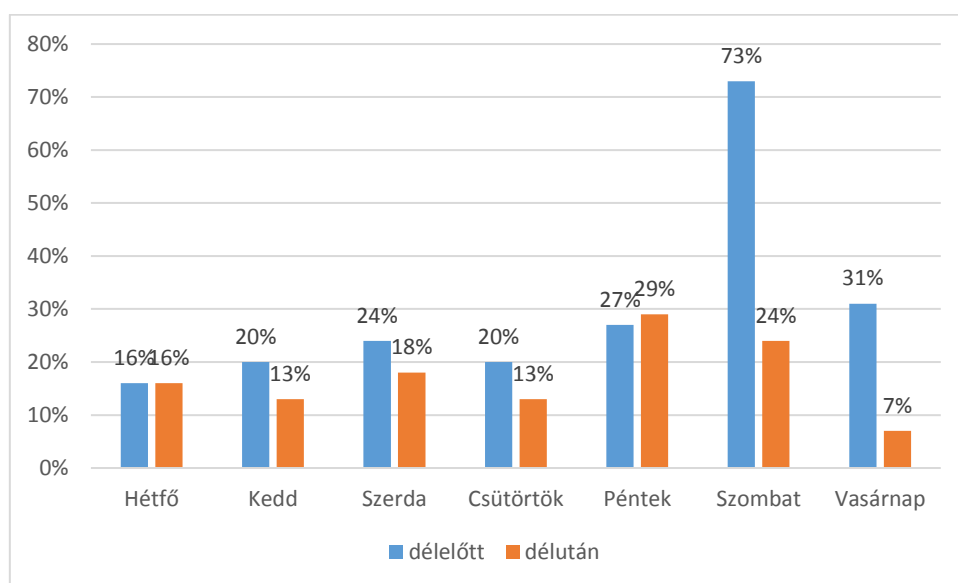
3. 6. A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések

A helyi piac jövőbeli fejlesztésére vonatkozóan a válaszadók egy korszerű helyi piac létrehozását, illetve annak hirdetését, a termelők odavonzását sorolták a prioritások közé, de fontosnak tartják az időszakos programok (pl. termékkóstolók, kulturális programok) szervezését és a piac működéséért felelős személyzet kinevezését is.



6. ábra: A helyi piac esetében Ön szerint milyen fejlesztésekre lenne szükség? (1 és 5 közötti átlagok)

A válaszadók túlnyomó többsége a szombati napot és a délelőtti napszakot jelölte meg, amikor el tudna menni a városi piacra, közel egyharmaduk szívesen menne péntek délelőtt és délután, továbbá vasárnap délelőtt is.



7. ábra: Melyik napon és mely napszakban tudna elmenni a városában található helyi piacra?

4. A helyi termék-ellőállítók körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

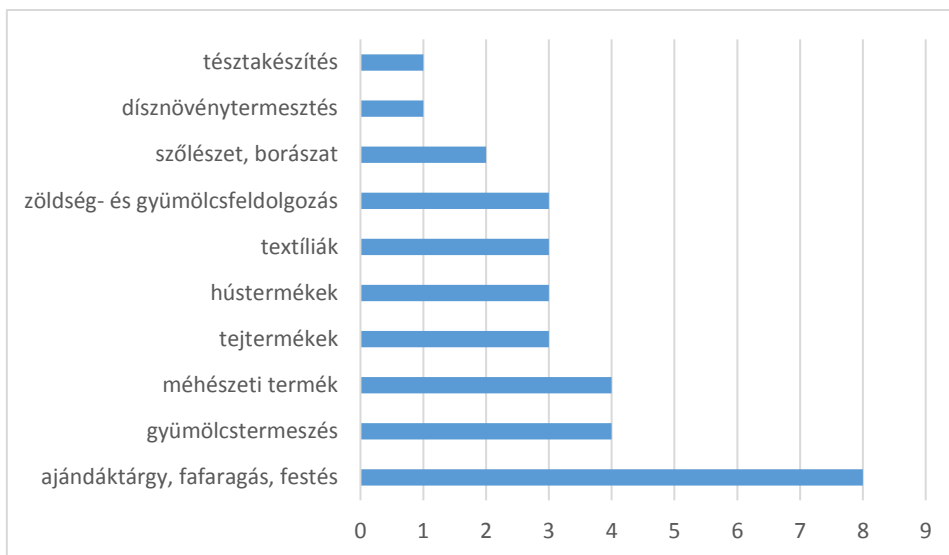
4. 1. A termelők általános jellemzői

A felmérésünkben részt vevő termelők többsége Lenti közvetlen térségében folytatja a tevékenységét (lásd 2. táblázat, ill. Melléklet: M1. ábra). A másik két zalai város környékén jóval kevesebben foglalkoznak helyi termék előállításával, illetve közülük néhányan nem kívántak együttműködni a projektben.

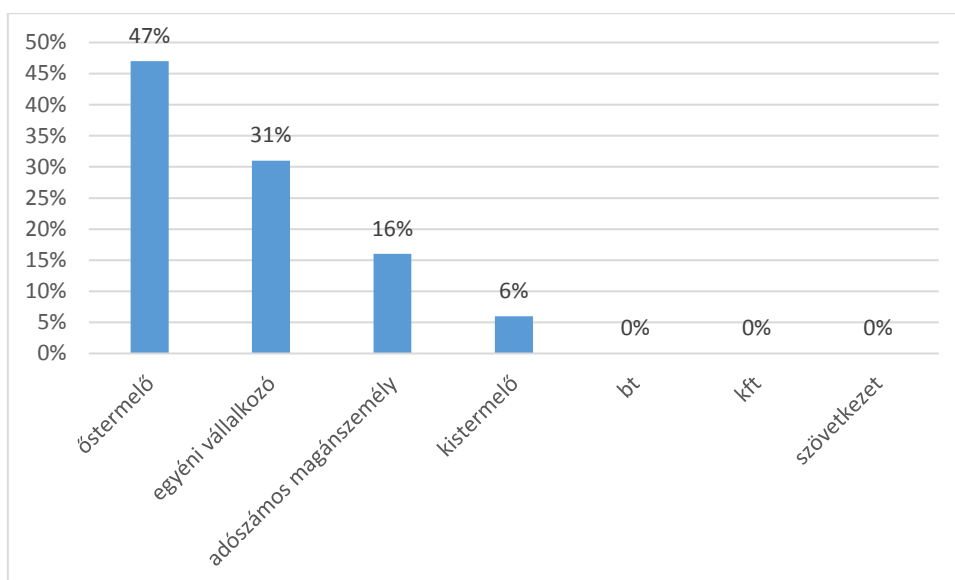
	Elemzés	Százalék
Becsehely	3	9%
Csesztreg	3	9%
Csörnyeföld	1	3%
Eszteregnye	1	3%
Iklódbördőce	1	3%
Kozmadombja	1	3%
Lenti	13	40%
Letenye	4	13%
Pórszombat	2	6%
Szécsisziget	1	3%
Tormafölde	1	3%
Zalalövő	1	3%
Összesen	32	100%

2. táblázat: A felmérésben résztvevő termelők székhelye

A termelők tevékenységi köre meglehetősen széles palettát ölel fel (8. ábra). Szembetűnő, hogy zöldség- és gyümölcsstermesztéssel mindössze egyötödük foglalkozik, több mint egyharmaduk pedig textil- és ajándéktárgy-készítéssel, fafaragással stb.

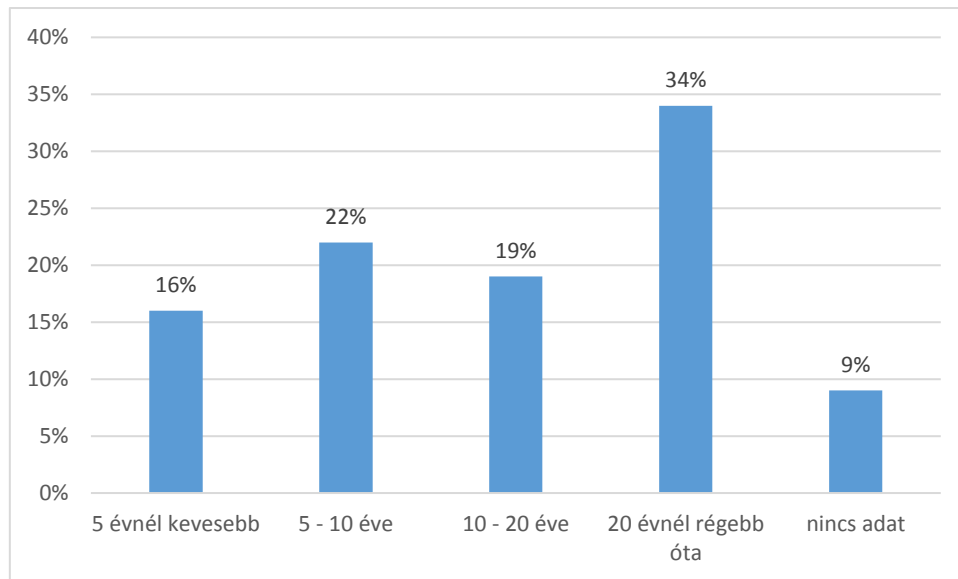


8. ábra: A termelők tevékenységi köre (db)



9. ábra: Gazdálkodási forma

Gazdálkodási formát tekintve a társas vállalkozási formák (pl. bt, kft, szövetkezet) egyáltalán nem jellemzőek, a válaszadók közel fele őstermelő, 30 százalékuk egyéni vállalkozó, 15 százalék adószámos magánszemély, illetve 6 százalékuk kistermelő.

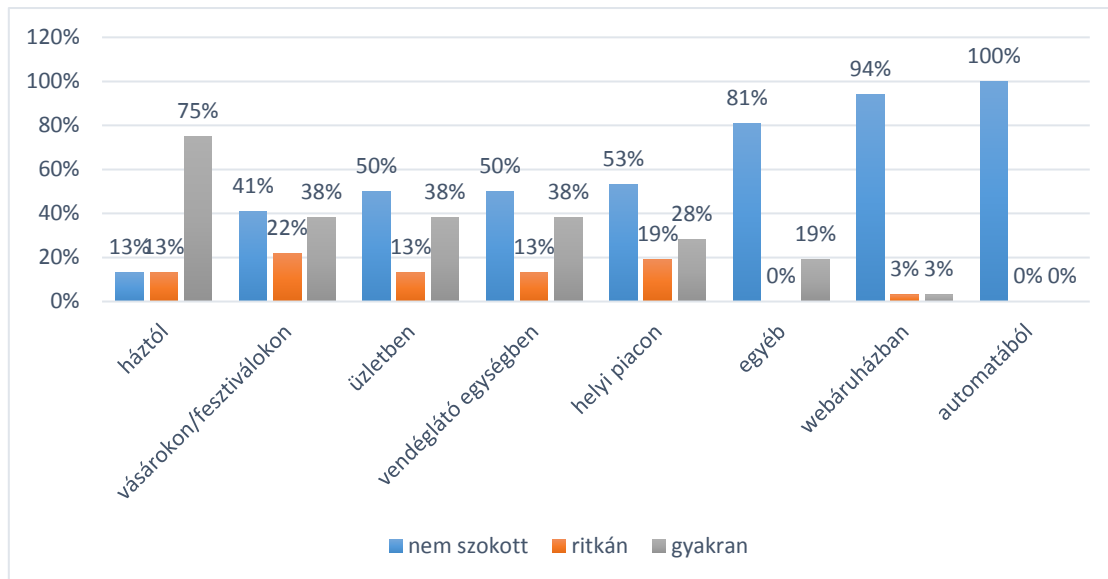


10. ábra: Mikor indította el a tevékenységét?

A termelők több mint fele legalább 10, egyharmaduk pedig legalább 20 éve indította a tevékenységét, ugyanekkora hányaduk 10 évnél kevesebb ideje foglalkozik helyi terméke előállításával. Felmérésünk eredményei megerősítik az országos tapasztalatot, miszerint a fiatalabb korosztályok számára már nem vonzó a vállalkozás és a gazdálkodás, ezért a termelők átlagéletkora is magasabb.

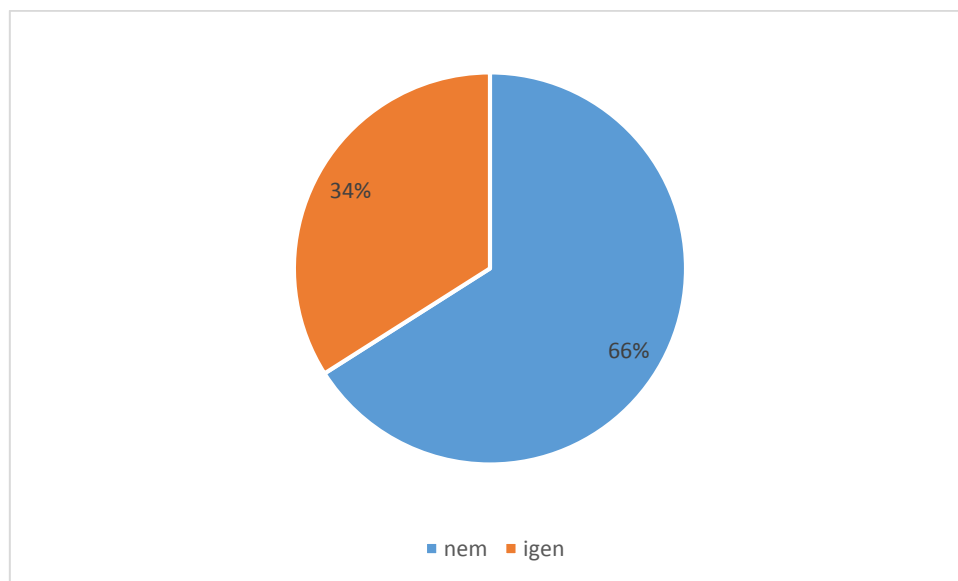
4. 2. Az értékesítés általános jellemzői

A megkérdezett termelők túlnyomó részt háztól értékesítenek, jelentős arányban (50–60%) árulják a termékeiket vásárokon/fesztiválokon, üzletekben és vendéglátó egységekben. A termelők több mint fele nem árusít a helyi piacon, aminek a legfőbb oka az idő- és kapacitáshiány, illetve a tevékenységi kör miatt értelmetlen lenne, ehelyett vásárokon, üzletekben árulják a termékeiket. A többi értékesítési lehetőséggel elhanyagolható mértékben élnek a termelők.

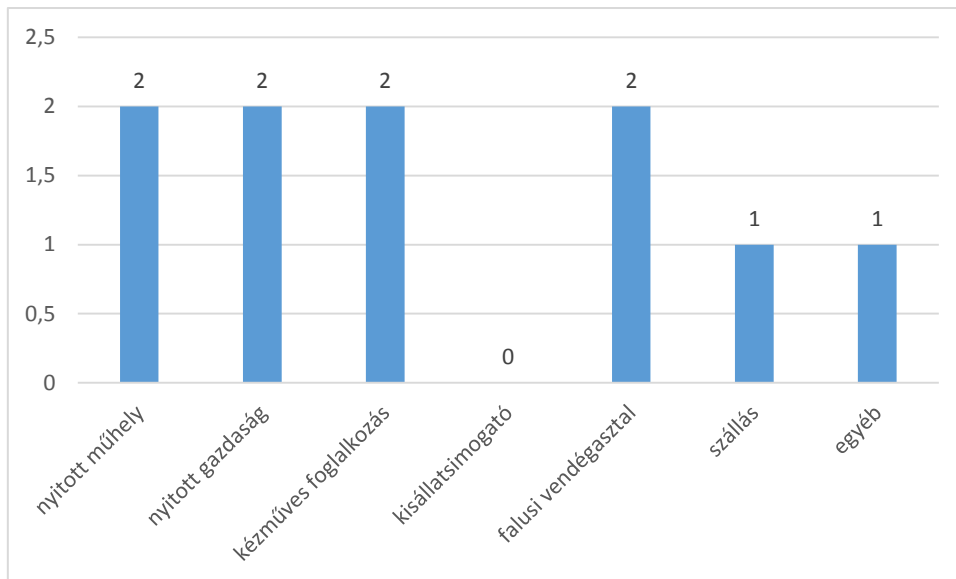


11. ábra: Hol értékesíti a termékeit? Milyen gyakorisággal?

Az esetek kétharmadában az értékesítéshez nem kötődik semmilyen szolgáltatás (5. ábra). Ahol igen, ott a termelők a nyitott műhelyt, a nyitott gazdaságot, a kézműves foglalkozást és a falusi vendégsztaft említették (12. ábra).

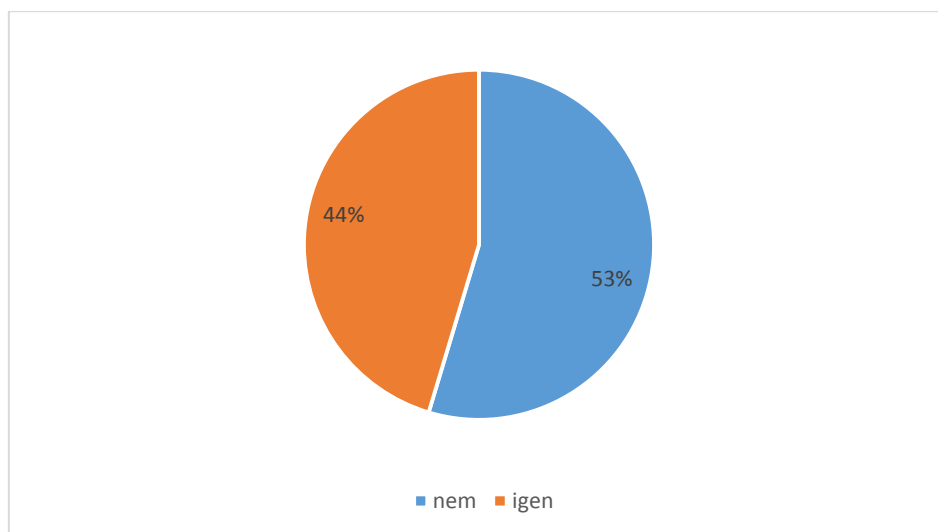


12. ábra: Kötődik-e valamilyen szolgáltatás a termékéhez?



13. ábra: Milyen szolgáltatás kötődik a termékéhez? (említések száma)

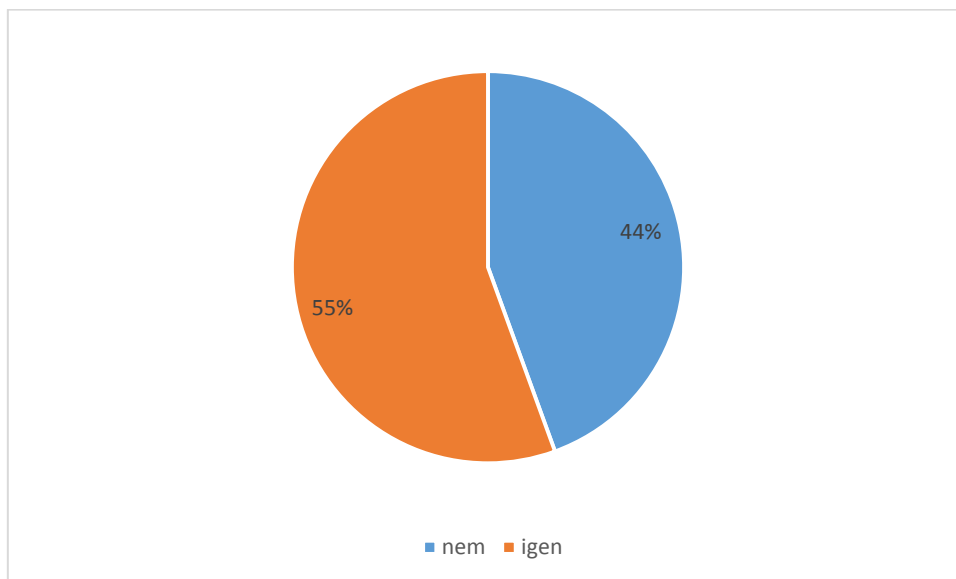
A termelők nem egészen fele korábban már értékesítették külföldre, legtöbbször a szomszédos Európai Unió tagállamokba, Ausztriába és Szlovéniába, esetenként távolabbi országokba is. A külföldre értékesítők tisztában vannak az értékesítés szabályaival is (15. ábra).



14. ábra: Értékesített-e már külföldön? (db)

Ország	Értékesítés
Ausztria	7
Szlovénia	7
Németország	2
Horvátország	2
Amerikai Egyesült Államok	1
Franciaország	1
Hollandia	1

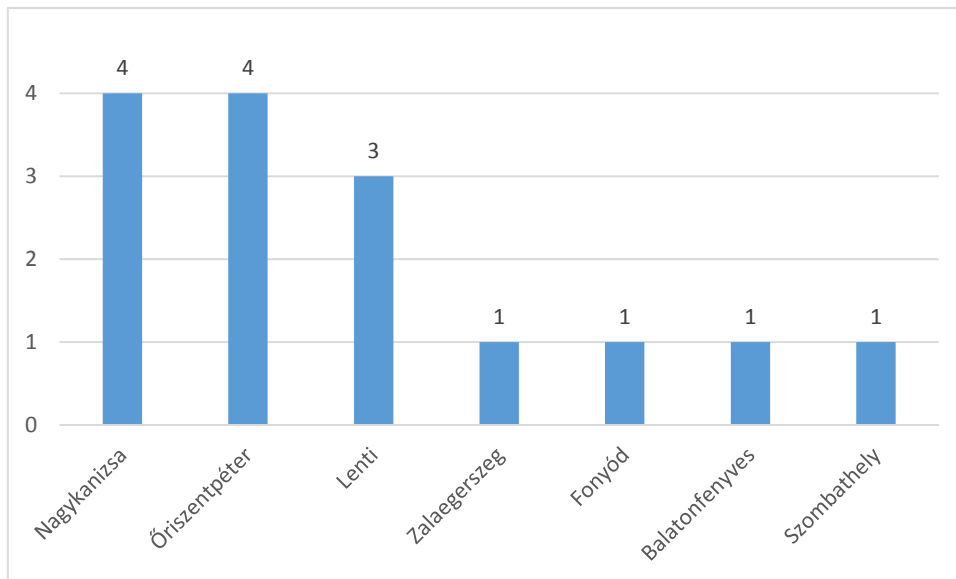
3. táblázat: Mely országokban értékesített már a válaszadó?



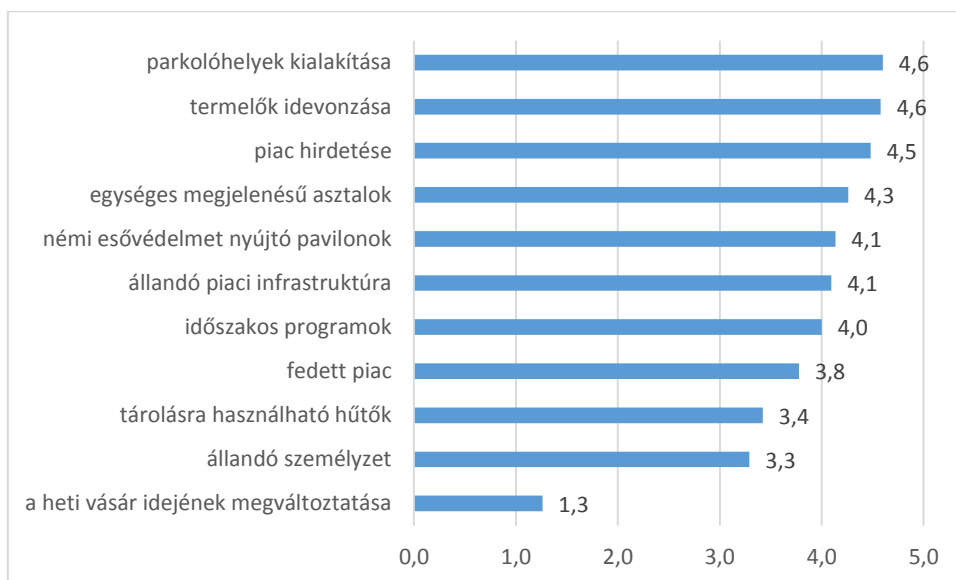
15. ábra: Tisztában van-e a külföldre történő értékesítés szabályaival? (db)

4. 3. Értékesítés a helyi piacokon

A helyi piacokon árusító termelők a nagyobb városokban található (Nagykanizsa), illetve az ugyancsak forgalmasabb jó hírnévnek örvendő (Őriszentpéter) piacokat részesítik előnyben (16. ábra). Az árusítóhely választásakor lényeges szempont az is, ha egy piacon van már azonos termékcsoporthoz értékesítő termelő (pl. sajtkészítő, méhész, mangalicás), akkor az általunk kért termelők nem szeretnék tovább növelni a versenyt, inkább másik piacot választanak.

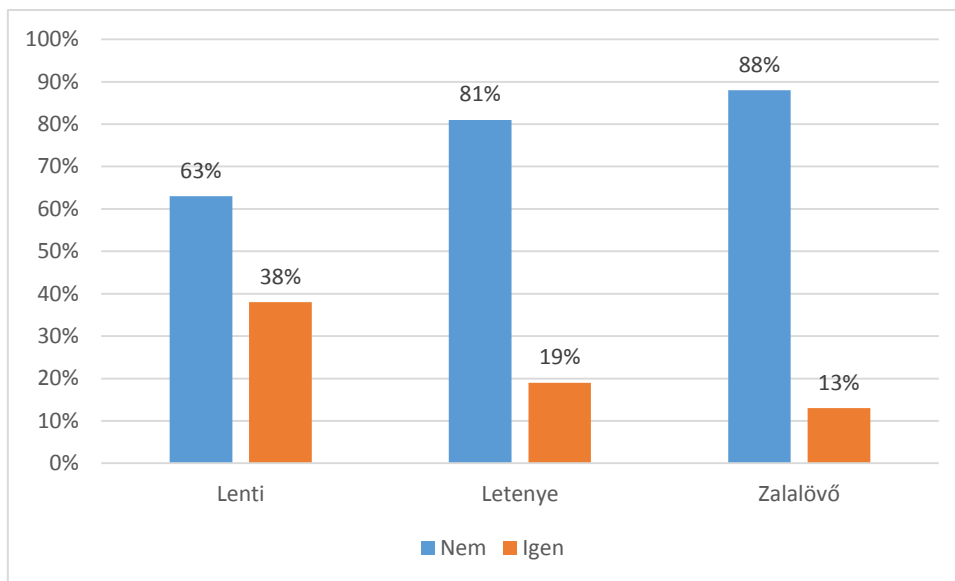


16. ábra: Mely helyi piacokon szokott értékesíteni? (említések száma)



17. ábra: Milyen eszközök és feltételek könnyítenék meg a helyi piacon történő árusítást? (átlagok)

A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések közül a legfontosabbak az árusító helyszín marketingének javítására (termelők idevonzása, a piac hirdetése) és infrastrukturális beruházásokra (parkolóhelyek kialakítása, egységes megjelenésű asztalok, pavilonok, állandó piaci infrastruktúra) vonatkoznak (17. ábra). A termelők által megfogalmazott javaslatok a termelők együttműködésének megteremtését, a vásárlók hatékonyabb tájékoztatását (pl. közösségi média, helyi média) és helyi termék üzletek létrehozását szorgalmazzák.



18. ábra: Értékesítne-e a következő települések helyi piacán? (db)

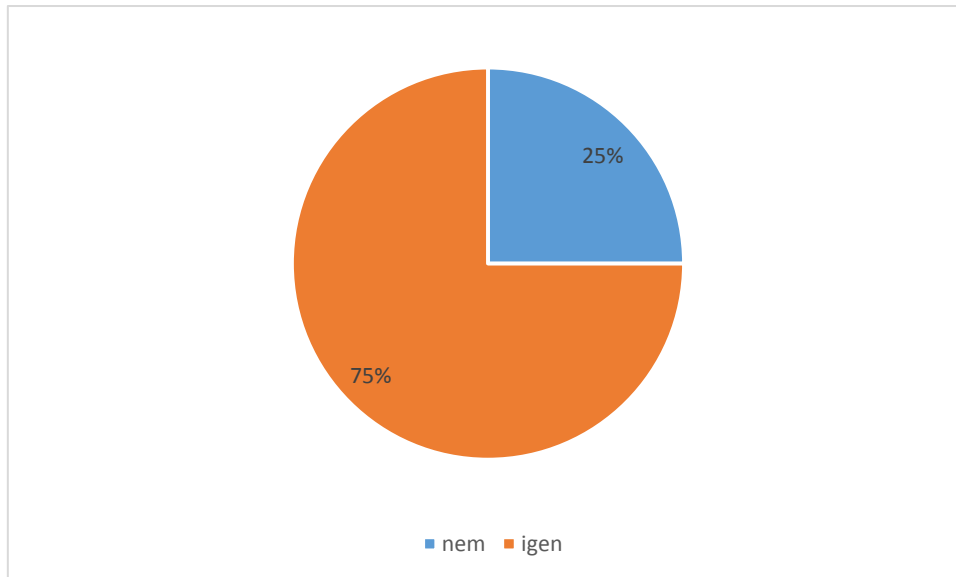
Az általunk kérdezett termelők közül a legtöbben Lenti helyi piacon árusítanák termékeiket, fele ennyi megkérdezett válaszolta, hogy Letenyén árulna a piacon, ha megynílik, ennél kevesebben szeretnék a zalalövői termelői piacra járni (4. táblázat).

		Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
Lenti	de	0	0	0	5	0	7	1
	du	0	0	1	0	0	0	0
Letenye	de	0	0	2	0	0	3	0
	du	0	0	0	0	1	0	0
Zalalövő	de	0	1	1	0	1	0	0
	du	0	0	0	0	0	0	0

4. táblázat: Mely napokon és mely napszakban árusítana a helyi piacon? (db)

4. 4. Online értékesítés

A termelők háromnegyede ugyan értékesítené a termékeit online felületen keresztül, ennek ellenére számos akadályt felsoroltak, amelyek miatt kevésbé preferálják ezt az értékesítési módot. A legfontosabbak ezek közül: a postaköltség megdrágítja a termék árát, a hűtést igénylő termékek esetében nem megoldott a szállítás, a csomagküldés a sérülékenyebb termékek esetében nehezebb, rendszeresen frissíteni kellene a honlapon, hogy mely termékek rendelhetők stb. Mindezek miatt a közvetlen találkozást a vevővel és a személyes átvételt sokkal jobbnak tartják a megkérdezettek, ezért a helyi termék boltok működtetésének örülnének a legjobban.



19. ábra: Értékesítené-e a termékeit online felületen keresztül?

A termelők a következő, virtuális piactéren értékesíthető termékfajtákat említették: élelmiszerek, könyvek, textíliák, gyermekjátékok, művészeti alkotások és díszek (20. ábra).



20. ábra: Virtuális piactéren értékesíthető termékfajták

5. Az empirikus vizsgálat eredményeinek összefoglalása, a fejlesztési potenciálok azonosítása

Az alábbiakban pontokba szedve összefoglaljuk a felmérésünk legfontosabb eredményeit.

A termelői piac jellemzői	
A piac működése	Jelenleg fejlesztés alatt áll. A termelői piac kialakítása fedett, nyitott csarnokban könnyű szerkezettel valósul meg, melynek alapterülete 12 x 15 méter. A 180 négyzetméter alapterületű fedett csarnokban 20 db telepített árusító helyet alakítanak ki.
Egyéb értékesítési helyszínek	Tervként a turisztikai iroda merült fel.
Nehézségek	A termelői piac megnyitását megelőzően aktív marketingtevékenységet kell folytatni a termelők és a potenciális vásárlók körében. A piac működtetésének személyi feltételeit biztosítani kell.
Versenytársak	A nagyobb városok hatása itt is érvényesül (pl. Nagykanizsa),

A helyi lakosság véleménye

A célcsoport	
A keresett helyi termékek	Leggyakrabban zöldséget és méhészeti termékeket, illetve gyümölcsöt, tojást, húsárut, tejterméket vásárolnak helyi termelőktől, ezeknél ritkábban kézműves termékeket. A tartós élelmiszerek és egyéb termékek a legkevésbé keresettek.
A helyi termék értékesítése	A válaszadók többsége háztól vásárol helyi termékeket, 30–25 százalékuk helyi piacon és üzletben, továbbá vásárokon. A webáruházból, vendéglátó egységből, automatából és egyéb helyről történő vásárlás szórványosan jellemző.
Akik nem vásárolnak helyi termékeket	A válaszadók többsége jelenleg nem vásárol helyi termelőktől (egyfelől a hozzáférhetőség hiánya miatt, másfelől pedig vannak, akik megtermelik maguknak, amire szükségük van), ám kevés kivételtől eltekintve szívesen járnának a helyi piacra.
A piac fejlesztésével kapcsolatos vélemények	A válaszadók egy korszerű helyi piac létrehozását, illetve annak hirdetését, a termelők odavonzását tartják a legfontosabb feladatnak, de szerintük az időszakos programok szervezése és a piac működéséért felelős személyzet kinevezése is emelhetné a piac színvonalát.
A piac nyitva tartása	A válaszadók túlnyomó többsége a szombati napot és a délelőtti napszakot jelölte meg, amikor el tudna menni a városi piacra.

A zalai termelők, helyitermék-előállítók

Területi elhelyezkedés	A felmérésünkben részt vevő termelők többsége Lenti közvetlen térségében folytatja a tevékenységét.
A termelők általános jellemzői	A helyi termékkel foglalkozók tevékenységi köre változatos: a zöldség- és gyümölcsstermesztéstől a textil- és ajándéktárgy-készítésig. Túlnyomó többségük őstermelő vagy egyéni vállalkozó. Többségük legalább 10, egyharmaduk pedig legalább 20 éve indította el a tevékenységét. Sokan értékesítenek háztól, jelentős arányban árulják a termékeiket vásárokon/fesztiválok, üzletekben és vendéglátó egységekben. A termelők több mint fele nem árusít a helyi piacon, ehelyett vásárokon, üzletekben árulják a termékeiket.
Szolgáltatás	Az értékesítéshez többnyire nem kötődik semmilyen szolgáltatás, ahol igen, ott a termelők nyitott műhely/gazdaságot, kézműves foglalkozást és falusi vendégasztalt működtetnek.
Értékesítés külföldre	A termelők nem egészen fele korábban már értékesített külföldre, legtöbbször a szomszédos Európai Unió tagállamokba. A külföldre értékesítők tisztában vannak az értékesítés szabályaival is.
Értékesítés a helyi piacon	A termelők a nagyobb városokban található, illetve az ugyancsak forgalmasabb, jó hírnévnek örvendő piacokat részesítik előnyben, mint a nagykanizsai vagy az őrszentpéteri. A termelők közül a legtöbben Lenti helyi piacán árusítanák termékeiket, fele ennyi megkérdezett válaszolta, hogy Letenyén árulna, még kevesebben szeretnének a zalalövői termelői piacra járni.
A piac fejlesztésével kapcsolatos vélemények	A legszükségesebb a marketing javítása (termelők idevonzása, a piac hirdetése), illetve az infrastrukturális fejlesztés. A termelők által megfogalmazott javaslatok a termelők együttműködésének megteremtését, a vásárlók hatékonyabb tájékoztatását (pl. közösségi média, helyi média) és helyi termék boltok létrehozását szorgalmazzák.
Online értékesítés	A termelők háromnegyede értékesítené a termékeit online felületen keresztül. Nehézségek: a postaköltség, a hűtést igénylő termékek esetében nem megoldott a szállítás, a csomagküldés a sérülékenyebb termékek esetében nehezebb, rendszeresen frissíteni kellene a honlapon a termékek elérhetőségét.
A virtuális piactér termékpalettája	Élelmiszerek, könyvek, textíliák, gyermekjátékok, művészeti alkotások és díszek.

5.1 SWOT-analízis

SWOT-analízis segítségével tárjuk fel Letenye városának helyi piac, helyi termék-előállítás és értékesítés szempontjából fontos adottságait és fejlesztési lehetőségeit. A helyi piacok fejlesztése csak megfelelő helyi termelői háttér rendelkezésre állása mellett képzelhető el. Így a stratégiai irányok kijelölése sem csak kifejezetten a meglévő helyi piacok, hanem az egész helyi/térségi rövid ellátási lánc társadalmi-gazdasági és turisztikai fejlesztésével képzelhető el.

Belső tényezők	<p>Erősségek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Vonzó természeti adottságok (tájkép, domborzat). 2. Védett természeti területek, magas fokú biodiverzitás. 3. Kiemelt forgalmú határátkelő, nagy volumenű átmenő forgalom. 4. Jó közlekedési infrastruktúra (M7 autópálya). 5. Zalai borvidékhez való tartozás, jelentős szőlészeti, borászati hagyományok. 6. A térséget érintő hazai és nemzetközi jelentőségű túraútvonalak (bakancsos, kerékpáros és vízi). 7. Élő határon átnyúló kapcsolatok (Mura-köz, Muravidék). 8. Viszonylag nagyszámú népi építészeti érték. 9. Erősödő Mura Régió (mint határon átnyúló turisztikai brand és EGTC). 10. Jelenleg is zajló helyi piacfejlesztési projektek. 12. Aktív és elkötelezett civil szervezetek. 	<p>Gyengeségek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gyenge gazdasági struktúra (nagy foglalkoztatók hiánya, magas kényszervállalkozások száma, a termékek kis fokú feldolgozottsága, piackutatás hiánya, alacsony bérszínvonal). 2. A vállalkozói, önkormányzati és civil szférát együttesen jellemző nagyfokú tőkehiány. 3. Alacsony vendégéjszaka és vendégszám. 4. A térség ismertsége jelenleg még alacsony fokú, a térségi szemléletű marketing akciók száma kevés. 5. A hagyományos gazdálkodás eltűnőben van - tradicionális tájhasználat felbomlik. 6. Piacképes helyi termékek szűk köre (látens termelők magas száma). 7. Összetett, egyre mélyülő társadalmi problémák (szegénységi kockázat, alacsony iskolázottság, szociális feszültségek stb.). 8. Magas munkanélküliségi ráta. 9. Periférikus földrajzi fekvés (megyei, régiós és országos összehasonlításban).
Külső tényezők	<p>Lehetőségek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Erősödő, bővülő belföldi és külföldi turizmus (elsősorban Horvátország irányába). 2. Fokozódó társadalmi és gazdasági érdeklődés a vidék iránt. 3. Megélnékülő idegenforgalmi és gazdasági kapcsolatok Horvátországgal az EU tagság kapcsán. 4. Jelentős állami infrastrukturális beruházások megvalósulása (utak, hidak, szennyvízhálózatok, stb). 5. A környezettudatos, egészségtudatos és a fenntarthatóságra törekvő szemlélet széles körű elterjedése. 6. Vidékközpontú területfejlesztés érvényesülése kormányzati szinten. <p>Veszélyek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. További erőteljes népességcsökkenés megy végbe, települések szűnnek meg. 2. Fokozódnak az EU-n, illetve Magyarországon belüli fejlettségbeli területi különbségek a térség kárára, ezért folytatódik a fiatalok elvándorlása. 3. A döntően a szolgáltató szektorban működő mikrovállalkozások tömeges megszűnése fokozódó munkanélküliséget generál. 	

7. Az éghajlatváltozás hatására mediterrán növények (füge, kiwi) megjelenése a térségben.

Forrás: Zala Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája és a kérdőíves, interjúval felmérés alapján saját szerkesztés

5. táblázat: SWOT-analízis Letenye városára

	BELSŐ ERŐSSÉGEK	BELSŐ GYENGESÉGEK
KÜLSŐ LEHETŐSÉGEK	Offenzív stratégiák: AZ ÁTMENŐ FORGALOM MEGÁLLÍTÁSA A VÁROSBAN	Fejlesztő stratégiák: MEDITERRÁN NÖVÉNYEKRE ALAPOZOTT TURIZMUSFEJLESZTÉS
KÜLSŐ VESZÉLYEK	Védekező stratégiák: SZŐLŐHEGYI FEJLESZTÉSEK	Elkerülő stratégiák: FIATALOK HELYBEN TARTÁSA

6. táblázat: SWOT-mátrix Letenye városára

6. Hálózatosodás

6.1 Helyi piacok a határtérségben

Település	Helyi piac bemutatása
Magyarország	
Körmend	Piacfejlesztési projekt: Címe: VÁSÁR-TÉR, helyi piac létesítése Körmenden Projektszám: TOP-1.1.3-15-VS1-2016-00007 A projekt keretében Körmend város területén, a Bástya utcában kerül kialakításra a termelői piacként és vásárcsarnokként is funkcionáló helyi piac épülete, a hozzá tartozó infrastruktúrával, rendezvényterrel, parkolókkal, szociális helyiségekkel. Nyitva tartás: hétfő és szombat ³
Óriszentpéter	2012-ben nyílt a piac, a sportpálya mellett. Az elejétől kezdve, sikertörténetnek számít, hiszen a helyiek és a turisták is nagyon megszerették. 10-12 állandó termelővel üzemel, de a növekvő látogatottságnak köszönhetően, az árusok száma folyamatosan bővül. A piac évente két nagy rendezvényt is szervez, ilyen az Őrségi Vásár, és a közkedvelt Őrségi Tökfesztivál. Nyitva tartás: Szombatonként egész évben nyitva tart 7-12 óra között, a nyári időszakban (júniustól, szeptemberig) pedig kiegészül egy szerdai nappal is. ⁴
Szentgottárd	A helyi termelői piac a rendes piac mellett kapott helyet, 2016-ban kezdte meg működését, de a kezdeti lelkesedés után lényegében megszűnt. Szerdai napokon árusították termékeiket a helyi gazdák, de mára már integrálódott az általános piacba.
Vasvár	Vasváron 2018 augusztusában adták át a termelői piacot egy TOP projekt eredményeként. A projekt címe: Helyi termelői piactér fejlesztése Vasváron A projekt azonosító száma: TOP - 1.1.3.-15.-VS1-2016-00003 A terület térburkolattal fedett, kiszolgáló helyiséggel ellátott, a termelők fedett árusító bódékban kapnak helyet. A helyi termelők elkülönülnek az egyéb árusoktól ⁵ .
Ausztria	
Bad Radkersburg	Bad Radkersburg-ban két helyi piac is megtalálható. A város főterén minden pénteken délután 13 és 16 óra között. A másik, kisebb piac

³ http://www.kormend.hu/oNKORMaNYZAT/Projektek/VaSaRTeR_helyi_piac_letesitese_Kormenden.html

⁴ <https://egyunkhelyit.hu/termeloi-piacok/oriszentpeter-helyi-termeloi-piac/>

⁵ <http://www.vasvar.hu/hu/s/3779/helyi-termeloi-piacter-fejlesztese-vasvaron>

	<p>a Parktherme Bad Radkersburg hotel előtti téren található, keddenként, csütörtökönként és szombatonként délután 14:30 és 17 óra között⁶.</p> <p>A piacok más-más napokon vannak nyitva. Mindkét piacon friss, helyi árut, mint például friss gyümölcsöt, zöldséget, húskészítményt és halat vásárolhatunk, közvetlenül a termelőktől. Egész héten beszerezhetőek ezek a termékek, mivel különböző napokon vannak nyitva a piacok.</p>
Feldbach	<p>A városháza előtt 2017. március 18 óta minden hétvégén vásárolhatnak a vevők a legjobb helyi specialitásokból. A piac egész évben nyitva van, szombatonként. A legjobb termelőktől, évszaknak megfelelően kaphatóak kézműves termékek, élelmiszerek. Minden hónap első szombatján vendégül látnak egy helyi gasztronómiában érdekelt vállalkozást, mely bemutatja szezonális különlegességét⁷.</p>
Fehring	<p>A piac minden szombaton, reggel 8 és 12 óra között van nyitva. A többnyire bio minősítéssel bíró termékekre a frissesség, ropogóság, regionalitás jellemző. Vásárolhatunk tökmagolajat, fűszeres hússokat, kolbászokat, sajtokat, kenyeret, süteményt, tojást, mézet, lekvárt, gyümölcsleveket, ecetet, borokat és persze olyan szezonális termékeket, mint a spárga vagy az eper⁸.</p>
Fürstenfeld	<p>1991 óta működik a helyi piac, leginkább bio minősítésű termékeket árusítanak. 2019 szeptember közepétől megváltozik a nyitvatartási idő. A pénteki nap helyett szerda délután, 16 és 19 óra között lesz nyitva a piac. A szombati nyitva tartás 8 és 12 között marad a megszokottak szerint⁹.</p>
Friedberg	<p>Friedbergben péntekenként tartják a termelői piacot¹⁰.</p>
Gleisdorf	<p>Nyitva tartás: szerdán: 11-16 óra között, szombaton: 7 és 11 óra között. Mindez azonban évszak, időjárás, látogatók számának függvényében eltérhet¹¹.</p>
Hartberg	<p>A piac keddenként és péntekenként 12 és 17:30 között a Kernstockplatz-on, a kapucinus kolostor előtt került megrendezésre¹².</p>
Weiz	<p>Minden szerdán és szombaton, 7 és 11:30 között a város főterén illetve minden második pénteken, 15 és 18 óra között Krottendorf városrész központjában, a „Garten der Generationen”-nél található</p>

⁶ <https://www.badradersburg.at/entdecken/essen-trinken/>

⁷ <https://www.feldbach.gv.at/buerger-a-z/bauernmarkt/>

⁸ <http://www.fehring.at/aktuelles/61>

⁹ https://www.meinbezirk.at/hartberg-fuerstenfeld/c-lokales/neue-oeffnungszeiten-am-fuerstenfelder-bauernmarkt_a3583980

¹⁰ <https://www.friedberg.gv.at/wirtschaft/bauernmaerkte-und-kirtage/>

¹¹ <https://www.wissenswertes.at/bauernmarkt-gleisdorf>

¹² http://www.hartbergerland.at/bauernmarkt-in-hartberg_59_805.htm

	a helyi termelői piac (2017 októbere óta). A fő téri piac már lassan 70 éves múltra tekint vissza ¹³ .
Szlovénia	
Gornja Radgona	Minden pénteken, 8 és 12 között a város könyvtárával szemben tartják a helyi piacot ¹⁴ .
Ptuj	A városi piac fejlesztése 2019 nyarán fejeződött be. A komplex beruházás infrastrukturális fejlesztést, közösségi terek kialakítását, a programkínálat szélesítését és a szolgáltatások fejlesztését foglalja magában ¹⁵ .
Lendva	Lendva településen minden hónap utolsó szombatján, 9 és 13 óra között, a Főutcán, a „gesztenyefák” alatt kerül megrendezésre a termelői piac ¹⁶ .
Ormož	Nyitva tartás: minden pénteken 8.00 és 12.00 között, és minden szerdán 15.00 és 18.00 között. A jeles ünnepekhez különleges piacnapokat, kínálatot társítanak ¹⁷ .

7. táblázat: Magyar, osztrák és szlovén határtérség helyi piacai és rövid jellemzésük

6.2 Piacok közötti határon átnyúló együttműködés

6.2.1 Az együttműködésben rejlő előnyök

A közvetlen határtérség bővelkedik helyi piacokban, ahogy azt a 6.1 pontban található táblázat is mutatja. A táblázat alapján szembeötlő, hogy Ausztriában számos piacon a bio termékek hódítanak. Magyarországon viszont rendkívül alacsony a biotermelők száma. A Biokontroll Hungária Nonprofit Kft. – HU-ÖKO-01 – és Hungária ÖkoGarancia Kft. – HU-ÖKO-02 nyilvántartása szerint 2019 májusában 37 biotermelő működött Zala megyében, ezzel a 13. helyen áll a megyék rangsorában. Jellemző, hogy a biogazdálkodók hazánkban nem értékesítenek helyi piacokon, hanem nagy tételben adják el termékeiket a felvásárlóknak, vagy dolgozzák fel saját alapanyagait. Tehát a térségi piacokon szélesíthető lenne a termékkínálat, ha itt is megjelenének a határmenti biotermelők.

A térségi fürdők környéke kiváló helyszíne a helyi piacoknak, ezt mutatják a hazai (Bükkfürdő) és külföldi (Bad Radkersburg) jó példák is. A fürdők előtti téren árusítanak a termelők, általában a késő délutáni órákban, amikor a vendégek mennek hazafelé a fürdőből. Így megállnak vásárolni, hiszen valószínűleg csak a parkoló autóig, vagy a közelben lévő szállodáig kell magukkal vinni a vásárfiát. A széles választék, a helyi

¹³ https://www.meinbezirk.at/weiz/c-lokales/neue-kleider-fuer-die-bauernmaerkte-in-weiz_a3592182

¹⁴ <https://www.expano.si/de/events/bauernmarkt>

¹⁵ <http://www.ptuj.si/projekti?id=000072101>

¹⁶ <http://www.visitpomurje.eu/de/erlebe/veranstaltungen/bauernmarkt-in-lendava>

¹⁷ <https://www.ormoz.si/objava/170591>

ízek, kézműves termékek vonzzák a vásárlókat. A külföldi, vagy távolabbról érkező hazai vendégek is örülnek, hogy hozzájuthatnak különlegességekhez. A termelők is szeretnek fürdőpiacokra járni, mert itt általában fizetőképes kereslet fogadja őket, illetve a vásárlók fogékonyabbak a különleges, szűk piaccal rendelkező, esetleg magasabb árkategóriájú termékekre (pl.: szóttések, mézeskalács, egyedi ékszerek, stb.).

A határmenti együttműködést segítheti elő egy közös (magyar, osztrák, szlovén) gazdaságbolt/ajándékbolt létrehozása is. A vásárlók így szélesebb termékkínálattal találkozhatnak. Az állandó nyitva tartás szélesebb közönséghez juttatja el a termékeket, hiszen azok is hozzájuthatnak, akik időbeosztásuk vagy egyéb okok miatt nem járnak piacra. A termelők számára is pozitív, hiszen nem kell az értékesítéssel bajlódni, a bolt személyzete vállalja ezt a feladatot.

6.2.2 Az együttműködést gátló tényezők

A piacok és egyben a helyi termelők közötti együttműködést és az egymás piacain történő kölcsönös értékesítést gátolják a hazai jogszabályok. A kistermelői értékesítés földrajzi keretek közé szorított, a konkrét szabályozást az 52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet a kistermelői élelmiszer-termelés, -előállítás és -értékesítés feltételeiről tartalmazza. Kistermelői termékek értékesítési határa a rendelet definíciója szerint a régió belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolság. A rendelet a régió belüli meghatározás alatt az alábbi fogalmat érti: a kistermelő gazdaságának helye, illetve a termék-előállítás helye szerinti megyében lévő, valamint budapesti értékesítési helyszín. A legtöbb helyi termék kistermelői terméknek minősül. *Ezen szabályozás azonban nem vonatkozik a vállalkozások által kisüzemi keretek között előállított termékekre, illetve a kézműipari termékekre sem. Első lépésként tehát ezen termékek határon átnyúló értékesítését javasoljuk.*

A termelők sajnos nemcsak a jogszabályi keretek, hanem a nyelvi nehézségek, az egyéb adminisztratív szabályok (külföldi adószám kiváltása, stb.) támasztotta nehézségek miatt sem szívesen lépik át a határt.

A kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény alapján a helyi termelői piac 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 értékesítheti. Tehát ezen meghatározás alapján helyi termelői piacon kizárólag kistermelők értékesíthetik termékeiket. A tapasztalat azonban azt mutatja, hogy a piacszervezők a kínálat szélesítése érdekében általában engedik kézművesek, kisiparosok, kisüzemi élelmiszer-előállítók értékesítését is a piacokon. Ez nem számít szabálytalanságnak abban az esetben, ha a helyi termelői piac mellett (területileg elkülönítve) egy másik engedélyt is kérnek vásár megszervezésére. A vásárokon történő árusítás feltételeit a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről szóló 210/2009. (IX.29.) Korm.

rendelet, továbbá A vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról szóló 55/2009. (III.13.) Korm. rendelet szabályozza.

A közös gazdaboltok hazai szabályozása már régóta terítéken van szakmai körökben. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara és több munkacsoport már 2014 óta dolgozik a jogszabályi keretek kialakításán. Jelenleg a legnagyobb problémát az okozza, hogy az ÁFA alól mentesülő kistermelői termékekre ráakódik az ÁFA, amit bekerülnek a kis-kereskedelmi forgalomba, így lehetetlenítve el az értékesítésüket. A megoldást a francia példára kialakítandó GIE, vagyis termelői érdekegyesülés jelentené, ami egy olyan non-profit szerveződés, mely a termelői termékek értékesítését végzi. Célja, hogy köztes szereplő nélkül, termelői összefogással a kisméretű gazdák által megtermelt nyers és feldolgozott élelmiszereket és kézműves termékeket piacra juttassa. Átfutó számlarendszer keretében az egyes termelők a saját ÁFA alanyiségük szerint adóznak, így nem drágítva meg indokolatlanul a terméket. Az EU-s higiéniai szabályok vonatkoznak rá, de minden esetben a beszállító termelő felelős a terméke minőségéért, megjelenéséért. A GIE közgyűlés keretében dönt a működtetés befolyásoló tényezőkről pl.: tagfelvétel, bérleti díj, tagdíj, eladó alkalmazása, beruházások, marketing stb. A termelői egyesülés egyik nagy hátránya, hogy mivel nincs felelős vezető személy, ezért nehezen hoz döntéseket, ugyanakkor az egyenlőség lehetővé teszi a kisebb termelők becsatlakozását is¹⁸. Sajnos a jogszabály a közös gazdaboltokra még nem született meg. *A jogszabályi gátak és a szélesebb fizetőképes kereslet miatt javasoljuk a gazdabolt Ausztriában történő megnyitását.*

¹⁸ https://www.kisleptek.hu/gie_termeloi_erdekegyesules

7. Stratégiaalkotás

Az Európában és hazánkban tapasztalható tendenciák, az általunk készített helyzetfeltárás és interjúk alapján a három vizsgált városra (Lenti, Letenye, Zalalövő) külön-külön fogalmazzuk meg a követendő stratégiai irányvonalat, melyet - ismét hangsúlyozva - nem kizárólagosan a helyi piacok fejlesztésére korlátozunk, hanem az egész helyi termelői háttér értékesítési lehetőségeit kívánjuk előmozdítani. Mindhárom város esetében elmondható, hogy nem biztos a termelői bázis, kevés az értékesítési lehetőség. Ezen hiányosságok orvoslására fogalmazzuk meg stratégiai javaslatunkat az 5. fejezetben ismertetett SWOT-analízis alapján.

7.1 Az átmenő forgalom megállítása a városban

Letenye hazánk egyik legfontosabb közúti határátkelőhelye Horvátország, Olaszország és a Földközi-tenger irányába. 2018. nyári hónapjaiban 3,5 millióan lépték itt át a határt (KSH). Ezt a hatalmas számú turistát, átutazót érdemes lenne megállítani a városban. A külföldi minták alapján (Landzeit, Autogrill, stb.) egy vendéglátó-bevásárló-pihenő övezet kialakításával néhány órára megállíthatóak itt a vendégek. Az ide érkezőket benzinkút, parkoló és egy fogadóépület várja.

A fogadóépület javasolt felépítése:

- étterem: helyi alapanyagokat felhasználó, térségi hagyományos ételeket kínáló (önkiszolgáló) étterem.
- helyi termék bolt: térségi ajándéktárgyak, friss és tartós élelmiszerek, könyvek, DVD-k, stb.
- játéksarok gyerekeknek (népi játékokkal kiegészülve, pl.: gólyaláb, karika, hordó libikóka, kosárhinta, stb.)
- mellék helyiségek
- stb.

A központ állandó megjelenési lehetőséget biztosíthatna a termelők termékeinek. Nagyban megkönnyítené az értékesítést, hiszen nem kellene a termelőnek személyesen ott lennie, hanem közben tudná végezni a termelést. Kistermelők esetében legnagyobb kihívás, hogy a termelési, értékesítési, logisztikai és marketing feladatokat egy személyben kell végezniük.

7.2 Mediterrán növényekre alapozott turizmusfejlesztés

Az éghajlat változásával egyre több helyen mediterrán növények jelennek meg a térségben. A kiskertekben már átvészeli a telet a füge, az éghajlat lassan alkalmassá válik kivi termesztésére is. Tormaföldén található fügeliget Európa legnagyobb fügeültetvénye, ahol 6 hektáron húszféle fügét termesztene. Kísérleti jelleggel már kivit is ültettek. A fügét helyben „Szedd magad!” akcióban értékesítik, illetve szállítanak már

előrendelésre Budapestre is. A termést egyelőre nem dolgozzák fel kapacitás- és technológiai hiány miatt.

Az ültetvény Európában is egyedülálló, így gazdasági és turisztikai jellegű fejlesztése egyaránt indokolt. A tihanyi Levendula Ház Látogatóközpont mintájára létrehozható egy „fügeház”, ahol a növény bemutatása, feldolgozása egyaránt megvalósul. A növény sokféleképpen hasznosítható: készíthető belőle lekvár, aszalvány, gyümölcsajt, likőr, fűgés csokoládé, stb.

Javasolt programok, felépítés:

- interaktív kiállítás a füge eredetéről, termesztéséről
- 4D mozi
- fűgés ajándéktárgyak boltja
- teaház/kávézó/cukrászda
- kézműves foglalkoztató
- bemutató élménykert

7.3 Szőlőhegyi fejlesztések

A szőlőhegyek a települések életében kiemelkedő szerepet játszottak, szerepük a történelmi, gazdasági folyamatok változásához igazodva folyamatosan változott. Létük, létjogosultságuk azonban minden korban igazolódott: elsősorban az önellátó gazdálkodás alapjainak tekinthető, hiszen szinte bármilyen életforma mellett a megélhetés kiegészítéseként funkcionált és funkcionál ma is.

Szerepük mára, elsősorban a gazdasági szerkezet változásai miatt jelentős változáson ment keresztül, de a több évszázados hagyományok, az ott őrzött tudás nem vesztett el csak azért, mert a jelenlegi gazdasági körülmények között nem könnyű új szerepet találni a szőlőhegyeknek.

A Letenye környéki szőlőhegyek fejlesztését a Zala Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület is támogatja, helyi fejlesztési stratégiájában kiemelt szerepet szán neki (Dombhádi Gazdaságfejlesztési Program).

A város északi határánál található a szőlőhegyek, így az Öreg-hegy, a Béci-hegy, a Kurta-hegy és Kecsehát. A szőlőhegyen található egy fa borona pince, amely a túrázók egyik kedvenc állomása. Az Öreg-hegyen lévő pincemúzeum fontos értéke a városnak¹⁹.

¹⁹ <http://www.pincefalvak.hu/pincehegy/74-letenye>

A stratégiai tevékenység elsődleges célja az elhanyagolt, „gazdátlan” területek közösségi használatba vonása Letenye térségében. Ennek révén fenntartható megoldásokat kívánunk teremteni az itt élő, akár hátrányos helyzetű emberek számára a helyben való boldogulás, megélhetés segítségével.

A területek tradicionálisan komplex területhasználatra alakultak olyan formában, ahogyan jelenleg is láthatóak. Az intenzív mezőgazdasági területek jelentősége mellett egyre inkább figyelembe kell venni a többfunkciós, több generációt foglalkoztató mezőgazdasági területek megőrzését is, hiszen mind a tájértéket növelő helyi termék fejlesztés egyik kiemelkedő színtere ez, de jelentős szerepet kaphat a helyi, sok esetben belső perifériaként definiálható vidéki területek foglalkoztatottsági arányának növelésében.

A területek használatának alapfeltétele a jövedelmezőség. A jövedelmezőség feltételeinek javítására léteznek lehetőségek, leginkább a szőlő- és gyümölcsstelepítési támogatások igénybevétele, melynek párosulnia kell az előállított szőlő és gyümölcs értékesítésével, feldolgozásával (Hegypásztor Kör, 2014).

A szőlőhegyi gazdák elsősorban saját használatra termelnek szőlőt, készítenek bort. A piacra jutás saját erőforrásból nem, vagy csak nagyon nehezen megvalósítható. Így kiemelt cél lehet egy közös feldolgozó, csomagoló, raktározó, elosztó központ kialakítása. Így hatékonyabbá válhatna a termelés és az értékesítés. A termékek nagyobb volumenben készülnének, így könnyebben juthatnának be a kiskereskedelmi láncokba, éttermekbe, szállodákba.

7.3.1 Projektjavaslat – Szőlőhegyi fejlesztések

1. A projekt célja:

Az elhanyagolt, „gazdátlan” területek közösségi használatba vonása Letenye környékén. Fenntartható megoldások a hátrányos helyzetű emberek számára a helyben való boldogulás, megélhetés segítségével.

A projekt alapvetően egy integrált, szociális gazdaság típusú vidékfejlesztési eszközrendszer kialakítását célozza, mely hasonló mértékben alapoz a turisztikai, illetve a mezőgazdasági fejlesztésekre.

2. A projekt rövid leírása:

Az elhanyagolt szőlőhegyi területeken a hagyományos, zártkerti, szőlőhegyi gazdálkodás mozaikosan ugyan, de megtalálható, e területek újbóli használatba vonásával a településeken olyan komplex, egységes területek jönnek létre, melyek újból számot tarthatnak a mezőgazdasági jellegű jövedelemszerzésre, illetve mindezt kiegészítve a

turisztikai attrakciófejlesztésből eredő kereslet növekedésnek. Egyben a turisztikai kínálat bővül is ezeken a területeken.

Projekt tevékenységei	Részletek	Becsült költségek (Ft)
Közösségi öngondoskodó rendszerek kialakítása, gyümölcsfeldolgozó üzem és élelmiszeripari üzem kialakítása, valamint működtetése	Az üzem(ek) kialakítása és működtetése lehetőséget teremt arra, hogy az előállított alapanyagokból nagy mennyiségben jó minőségű helyi termékeket lehessen előállítani. A minél magasabb feldolgozottsággal bíró termékek eladhatósága kiemelkedő, mely alapot adhat a helyi mezőgazdasági potenciál jobb kihasználásának.	40 – 200 millió
A szőlőhegyek revitalizációja, általános tevékenységek, koordináció	Infrastruktúra-fejlesztés, birtokszerkezeti anomáliák minimálisra csökkentése, tulajdonosok megszólítása, közösségbe integrálása, talajvédelmi intézkedések.	80-150 millió
Turisztikai attrakciófejlesztés	Turisztikai kínálatcsomagok kialakítása, a szomszédos térségekkel összhangban, szükséges eszközök beszerzése, ellátás, kiszolgáló infrastruktúra fejlesztése, kialakítása.	30-80 millió
Mezőgazdasági alapanyagok termesztésének ösztönzése	Az elhanyagolt területek elsősorban szőlő- és gyümölcsstelepítésre alkalmasak, de számos olyan tradicionális mezőgazdasági termény van, melynek kereslete magas: hajdina, olajtök, rozsszalma. Fórumok szervezése, információnyújtás (árak, lehetőségek, eladhatóság, termesztéstechnológia), szemléletformálás.	50 millió
Helyi termékek fejlesztése	A jelenleg fellelhető helyi termék paletta meglehetősen széles, a termékek eladhatósága elsősorban a termelők közötti összefogáson múlik, melynek erősítése szükséges.	10-30 millió

Hálózat kialakítása	A kialakítandó feldolgozó üzemek működtetéséhez marketing és logisztikai terv készítése, mely hálózatba foglalja a jelenlegi és a leendő mezőgazdasági termény-előállítással foglalkozókat.	20 millió
Hálózat megvalósításához szükséges infrastruktúra kialakítása		20 millió
Szervezetfejlesztés – közösségi gazdálkodásra alkalmas szervezetrendszer létrehozása.	Az önkormányzatok és a helyi gazdálkodók, civil szervezetek, esetlegesen hátrányos helyzetű munkavállalók közvetlen bevonását lehetővé tevő szervezet létrehozása, amely ötvözi a szociális szövetkezetek és a termelési/foglalkoztatási célú nonprofit gazdasági társaságok előnyös tulajdonosságait. A megalapítás mellett fontos a működés első néhány évéhez kapcsolódó költségek megfinanszírozása.	120 millió (az első 3 évben)

8. táblázat: Szőlőhegyi fejlesztések projektjavaslat tevékenységei
 Forrás: Hegypásztor Kör, 2014.

7.4 Fiatalok helyben tartása

A helyi fiatalok esetében általános tendencia, hogy elköltöznek a közeli vagy távolabbi városba, nem a kistelepüléseken képzelik el további életüket. A szülőfalu, a vidék vonzóvá tételét már kisgyermek korban el kell kezdeni. Erre kiváló eszköz a környezeti nevelés, a közvetlen környezet, táj megismertetése.

A mai nehéz és bizonytalan időkben vannak olyanok, akik a vidéki élet békéjében, elsősorban önellátásra koncentrálnak új életet akarnak kezdeni. Az ilyen hatalmas életmód változtatás rengeteg ismeretlen nehézséget hordoz magában. A vidéken - tanyán, falun - az újrakezdők egy része rendelkezik minimális mezőgazdasági ismeretekkel, mások teljesen vakon ugranak a mélyvízbe²⁰. A beilleszkedést segíthetik rendszeres klubfoglalkozások, közös programok, kirándulások a hasonló érdeklődéssel rendelkező fiatalok számára.

²⁰ <https://www.facebook.com/groups/169229386510349/about/>

A fiatalok helyben tartását segítő néhány jó gyakorlat:

- tájséták a hazai natúrparkok szervezésében, melyek bemutatják a térség/település természeti és kulturális értékeit, látnivalóit;
- vetélkedők szervezése iskolásoknak;
- erdei iskolai foglalkozások például az állatok, növények megismerésére, ismerkedés a népi építészettel (boronafalu pincék, zalalövői tájház lásd. 5.3.4), hagyományos kismesterségekkel, stb.;
- tanórai keretek között a település és térségének megismertetése, színes munkafüzetrel, programokkal, interaktív eszközökkel;
- ökoanyu klub: fenntartható gyermekgondozási praktikák, ötletek a tudatos gyermekneveléshez (műhelyek - varrás, horgolás, természetes tisztítószerkészítése, natúrkozmetikumok, hulladékmentes háztartás);
- vidéken újrakezdők klubja;
- fecskeház program: A fecskeház olyan lakóingatlan (lakóház, lakás), amely elsősorban felsőfokú végzettségű fiatalok letelepedésének elősegítését szolgálja. Ezekben a házakban a fiatalok általában 5 évig élhetnek. Az itt eltöltött évek alatt a fiataloknak nem kell bérleti díjat fizetni, viszont kötelező lakáselőtakarékosságot (a jelenlegi jogszabályok alapján 20 000 Ft/hó a maximális állami támogatás igénybevételével) és rezsiköltség megfizetését vállalni.

8. Helyi piacok határon átívelő hálózatának kialakítása

A hazai gyakorlatban még csak elvétve találunk együttműködések a helyi piacok országhatárokon átívelő hálózatának elősegítésére. Ezért mindenképp példaértékűnek tartanánk egy ilyen jellegű együttműködést, melyre pilot program kidolgozását javasoljuk. Pilot program felépítése az alábbi:

I. Felmérés és tapasztalatcsere, az érintettek bevonása:

1. Jogszabályi és szabályozási háttér vizsgálata (hatóságok bevonásával)
2. Országos és nemzetközi jó gyakorlatok vizsgálata (országos hatókörű szervezetekkel, pl. CESC, Kisléptékű Termékelőállítók Országos Egyesülete)
3. A cél elérését támogató szolgáltatások és eseti kezdeményezések jelenlegi helyzetének megismerése a fejlesztő és érdekképviselői szervezetek munkájában, a kapcsolt ágazatokban (vállalkozásfejlesztés, turizmus, kereskedelem), konzultáció illetékes szervezetekkel (pl. kamarák)
4. Termelői igényfelmérés a határ két oldalán, meglévő adatbázisokra alapozva az együttműködés iránt fogékony termelők bevonása, emellett a közösségi feldolgozásba bevonható műhelyek, üzemek felmérése.

II. Támogató platform létrehozása, intézményi keretek fejlesztése:

1. Eljárási, jogszabályi és módszertani javaslatok kidolgozása határtérségre vonatkozóan, a helyi termékek átjárhatósága érdekében.
2. Együttműködési keretrendszer fejlesztése (szakmai találkozók, műhelymegbeszélések, konferenciák keretében tudásmegosztás és a szerepek tisztázása), keretmegállapodás kialakítása, aláírása az érintettek részéről, amely tartalmazza a közösen elfogadott akciótervet).
3. Támogató szolgáltatások fejlesztése a pilot projektben részt vevő partnereknél, a kapcsolódó szervezet- és kompetenciafejlesztéssel (cél, hogy ezek a szolgáltatások a projektet követően is folyamatosan elérhetőek legyenek.)

III. Intézményesíteni kívánt szolgáltatások tesztelése, pilot akciók:

1. Termelői piacokon, vásárokon való közvetlen megjelenés alkalmasszerűen más-más piacon, bevonva az érintett hatóságokat, amennyiben szükséges eseti megállapodások kötésével. A nagyközönség figyelmének ráirányítása a problémára és a lehetőségekre (4-5 alkalom),

2. 10 szlovén, 10 osztrák és 10 magyar termelő esetében folyamat-tanácsadás, amelynek eredményeként rendszerszerűen is meg tudnak jelenni a szomszédos területek piacain, tesztelve a kialakított szolgáltatási rendszer elemeit.
3. A határtérségben min. 3-3 feldolgozó műhely/üzem bevonásával kidolgozni és tesztelni a közösségi feldolgozás keretrendszerét, amelynek révén az őstermelők/kistermelők számára biztosítani lehet a tágabb piacra lépéshez szükséges feltételeket.
4. Közös képzési program kidolgozása a helyi termelői piacok üzemeltetőinek és fenntartóinak. Közös tanulmányutak, műhelymunkák keretében az aktivisták megismerkedhetnek a szomszédos piacok jó gyakorlataival, így egymástól és külső szakértőktől tanulhatnak. Javasolt modulok:
 - piacüzemeltetés jogszabályi háttere
 - piacüzemeltetés a gyakorlatban
 - kommunikációs gyakorlatok (vásárlók és termelők felé)
 - konfliktuskezelési tréning
 - forrásszerzés
 - pályázatírás
 - alapvető marketing technikák, pl.: közösségi oldalak használata, fotószerkesztők, kiadványszerkesztők megismerése a gyakorlatban

8.1 Javaslat a beszerzendő eszközökre vonatkozóan

Letenyén jelenleg zajlik a piacfejlesztési projekt, melynek köszönhetően modern külsőt ölt a helyi piac. Az infrastrukturális háttér tehát itt már adott. Így csak az alábbi eszközök beszerzését javasoljuk:

Egyedi gyártású raklap bútorok:

- vásárlók pihenésére szolgál vásárlás közben
- piaci termékek friss elfogyasztására, vagy beszélgető helyként szolgál

Forrás: pinterest.com



Termékkínálatot bemutató natúr tábla:

Forrás:

<https://sacramento.downtowngrid.com/listings/local-farmers-markets/>



Grillkocsi piaci látványfőzésekhez:

Forrás: <https://www.primanet.hu/termek/grill/faszenes-grillek/PWS-017234-01/landmann-dorado-faszenes-grillkocsi-31401.html>



Indukciós főzőlap szintén piaci látványfőzésekhez:

Forrás: <https://www.arukereso.hu/fozolap-c4172/tarrington-house/dic3400-p232671099/>



Asztali krétatáblák termelőknek az akciók feltüntetésére:

- egyedi logózással is rendelhető
- fa kerettel

Forrás: <http://www.antra-mark.hu/kretatabla>



Asztalterítők:

- impregnált
- natúr vászon

Forrás:

<https://rofosbolt.hu/shop/categories/impregnalt-asztalteritok>



A piac egészét hirdető, változó tartalmak feltüntetésére alkalmas krétatábla:

- egyedi logózással is rendelhető
- fa kerettel
- krétafilccel írható

Forrás: <https://www.emag.hu/securitr-sandwich-kretatabla-lakkozott-fekete-bevonattal-70x125cm-sec70x125/pd/DB338QBBM/>



Vesszőfonott bevásárló kosarak:

- kaució ellenében a piacon használhatóak a bevásárlásra, hazavihetők, majd a következő alkalommal visszahozhatók, és ekkor a kaució visszajár

Forrás:

<http://www.bondikosar.com/?page=termekek&szulo=1>



Népi játékok gyerekeknek:

- amíg a szülők vásárolnak, a gyerekek hasznosan tölthetik el az időt
- natúr anyagok felhasználásával
- hagyományőrző, természetközeli filozófiával megalkotott játékok

Forrás: <http://szigetitanya.hu/nepi-jatekok-udvara>



9. táblázat: Eszközjavaslatok Letenye helyi piacára

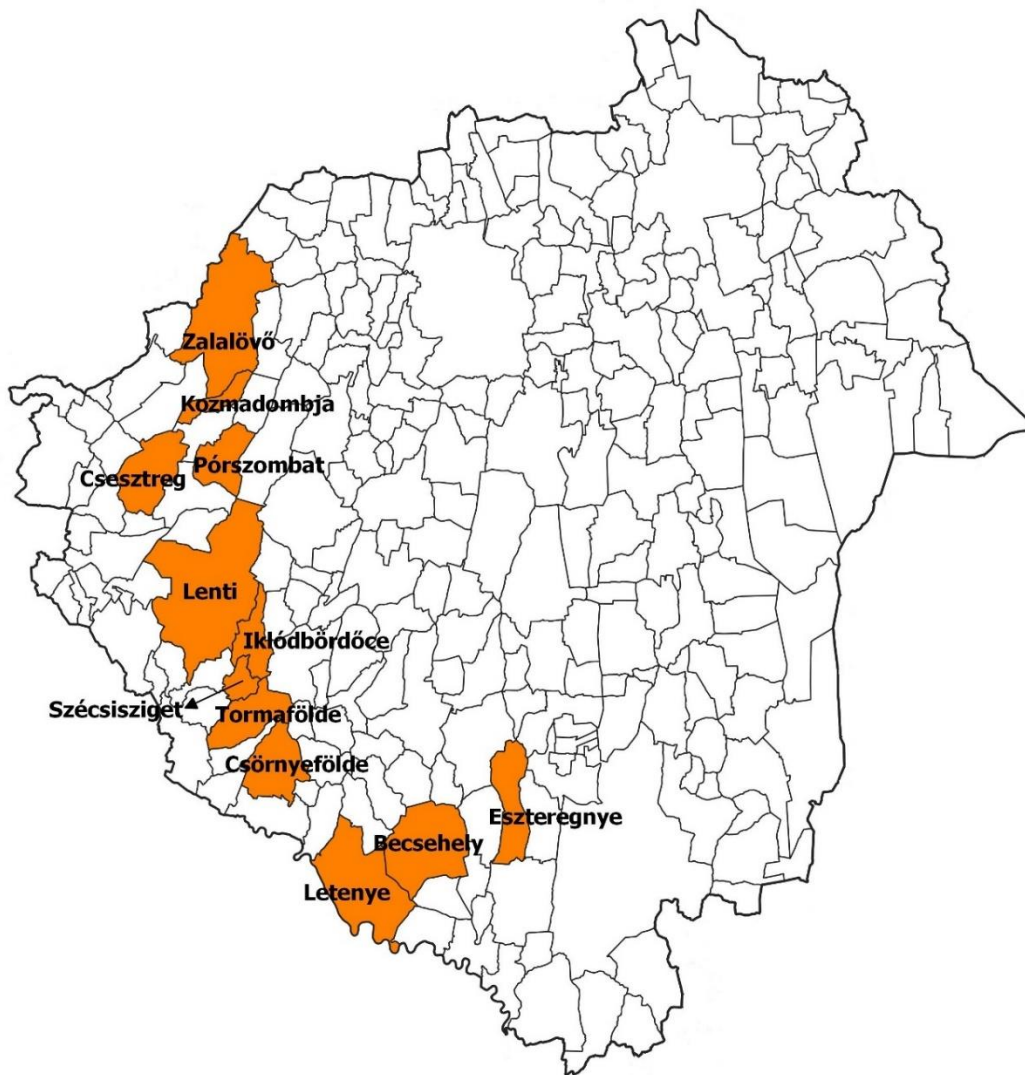
Mellékletek



M1. ábra: A tervezett termelői piac elhelyezkedése

Kategóriák	Adatok
A projekt címe	Termelői piac kialakítása és a helyi agrárlogisztikai fejlesztések Letenyén (A projekt azonosító száma: TOP-1.1.2.-15-ZA1-2016-00009)
A projekt céljai	A helyi gazdaság üzleti infrastruktúrális háttérének biztosítása.
A piacon elérhető termékek	Zöldségek és gyümölcsök, méhészeti termékek, kézműves termékek (pl. fonott kosarak)
Árusítóhelyek száma	180 m ² alapterületű fedett csarnokban 20 db telepített árusítóhely
Nyitva tartás	Szerda és szombat
Infrastrukturális adottságok	A telken a piac és hűtőház üzemeltetéséhez szükséges közmű vezetéseket, csatlakozási pontokat építenek ki. A csarnoktér két részre van osztva: a mezőgazdasági szolgáltató tér, termelői piac a benne foglalt hűtőkamrákkal, amely a kistermelők termékeinek tárolását szolgálja, egyszerű temperált tér, míg az aula a szolgáltatótér egyszerre oldhatja meg időben különválasztva a közösségi és szolgáltató funkciókat, alkalmas mezőgazdasági termelői és kereskedelmi képzések tapasztalat- és árucserék lebonyolítására.
Weboldal	Még nincs

M1. táblázat: Összefoglaló táblázat a helyi piac fejlesztéséről
(az adatok forrása: http://www.letenye.hu/ONKORMANYZAT/Projektek/Termeloi_piac_Weboldal/index.htm)



M2. ábra: A kutatásba bevont termelők földrajzi elhelyezkedése

Felhasznált irodalom

Balázs, B. (2012): Rövid élelmiszerláncok és helyi termék rendszerek - Az európai kutatások tanulságai. Előadás, „Konferencia a közvetlen értékesítésről és a rövid értékesítési láncról” VM-MNVH-Francia Intézet, 2012.10.04. Budapest.

Benedek, Zs. (2014): A rövid ellátási láncok hatásai. Összefoglaló a nemzetközi szakirodalom és a hazai tapasztalatok alapján. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet. Műhelytanulmányok, MT-DP – 2014/8, Budapest.

Benedek, Zs. – Bálint, B. (2016): Current status and future prospect of local food production in Hungary: a spatial analysis, *European Planning Studies*, 24:3, 607-624.

Bertalan, L., Inzsöl, R. (2018): Helyi termelők jelenléte a közvetlen értékesítő csatornáknak és a városi élelmiszerellátásban. *A Falu*. 33. évf. 2. sz. 13-27.

Berti, G., & Mulligan, C. (2016): Competitiveness of small farms and innovative food supply chains: The role of food hubs in creating sustainable regional and local food systems. *Sustainability (Switzerland)*, 8 (7).

Chambers, S.; Lobb, A., Butler, L., Harvey, K., & Traill, W.B. (2007): Local, national and imported foods: a qualitative study. *Appetite* 49. pp. 208-213.

Csíkné Mácsai, É. (2014): Közvetlen értékesítés a mezőgazdasági termékek piacán, Doktori (Ph.D.) értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola

European Parliamentary Research Service (EPRS) Briefing (2016): Short supply chains and local food systems in the EU.

Galli, F., & Brunori, G. (2013): Short Food Supply Chains as drivers of sustainable development. Evidence Document.

GfK Hungária Piackutató Intézet (2016): Kereskedelmi analízisek. http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/country_one_pager/HU/documents/20161010_GfK_Kiskereskedelem_piac_i.pdf

Gonda, T. (2014): A helyi termék turisztikai hasznosítása – a vidékfejlesztés új lehetősége. *A falu* 29 (1) pp. 17-23.

Göcsej-Zala mente LEADER Egyesület (2018): Helyi fejlesztési stratégia 2014-2020. http://www.gocsejzalamente.hu/hirek/UserFiles/Dokumentumok/GZMLE_HFS_IH_ALTAL_JOVAHAGYOTT.pdf

Gulyás, E. (2017): Tudatos Vásárló Piaci Jelentés 2014-2016. Tudatos Vásárlók Egyesülete. https://issuu.com/tudatosvasarlok/docs/tudatos_vasarlo_piaci_jelentes (letöltés: 2018. április 3.)

Hegypásztor Kör (2014): Vasi Hegyhát Szőlőhegyi Mintaprogram. A magyarországi szőlőhegyek, zártkertek revitalizációjának lehetőségei.

Ilbery, B., Watts, D., Simpson, S., Gilg, A., & Little, J. (2006): Mapping local foods: evidence from two English regions. *British Food Journal*, 108 (3), pp. 213-225.

Kneafsey, M. - Venn, L. - Schmutz, U. - Balázs B. - Trenchard, L. - Eyden-Wood, T. - Bos, E. - Sutton, G. - Blackett, M. (2013): Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics, JRC Scientific and Policy Reports, Publications Office of the European Union, Luxemburg, (2013): p. 128, <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC80420.pdf>

Kujáni, K. O. (2014): Fenntarthatósági és rövid ellátási lánc modellek alkalmazásának hazai vizsgálata – Adaptációs lehetőségek a homokháti tanyavilág esetében. Doktori (Ph.D.) értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Gazdálkodás és Szervezéstudományok Doktori Iskola

Low, Sarah A., Aaron Adalja, Elizabeth Beaulieu, Nigel Key, Steve Martinez, Alex Melton, Agnes Perez, Katherine Ralston, Hayden Stewart, Shellye Suttles, Stephen Vogel, and Becca B.R. Jablonski (2015): Trends in U.S. Local and Regional Food Systems, AP-068, U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service. Juhász, A. szerk. (2012): A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában, *Agrárgazdasági Tanulmányok*. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. p. 121

Juhász, A. szerk. (2012): A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában, *Agrárgazdasági Tanulmányok*. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest. p. 121

Marsden, T. (2000): Food matters and the matter of food: towards a new food governance? *Sociol. Rural.* 40 (1) pp. 20-29.

Murdoch, J., Marsden, T., Banks, J. (2000): Quality, nature, and embeddedness: some theoretical considerations in the context of the food sector. *Economic Geography* 76, 107-125.

Nihous, F. (2008): The diversification and the evaluation of the rural activities through services involved in the rural development. Rapport de mission. French Minister of Food, Agriculture and Fishery.

O'Hara, J., & Pirog, R. (2013): "Economic Impacts of Local Food Systems: Future Research Priorities." *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development* 3 (4) pp. 35–42.

Póla, P. (2014): Rövid élelmiszerláncokkal a vidék fejlesztéséért. *Súgó Szemle* 2. pp. 81-91.

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 A* 35, 393-412.

RégiófókusZ Közhasznú Nonprofit Kft. (2019): Termék- és szolgáltatásfejlesztési stratégia. Dél-Vas megye.

Szabó, D. (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon. *Acta Carolus Robertus* 4 (2) pp. 109-118.

Szabó, D. (2017): A termelői piacok piacszervezői, termelői és fogyasztói szempontú vizsgálata, Doktori (Ph. D.) értekezés, Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Regionális Gazdaságtani és Vidékfejlesztési Intézet, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, Gödöllő

Whatmore, S., & Thorne, L. (2008): Nourishing Networks: Alternative Geographies of Food. In. Barnes, T.J.; Peck, J.; Sheppard, E.; Tickell, A. (eds.) *Reading Economic Geography*. Wiley-Blackwell pp. 235–247.

Zala Zöld Szíve Helyi Akciócsoport (2019): Helyi Fejlesztési Stratégia 2014-2020. http://www.zzsz.eu/upload/dokumentumok/HFS_2014_2020.pdf