City Cooperation II
WP T2 innovatív vásárlóerő megtartása

Helyi piacok stratégia

Zalalövő

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. Zalalövő helyi piaca 12
3. A zalalövői 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 16
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 Kerékpáros témaút kialakítása 36
7.2 Helyi piac fejlesztése, üzemeltetési viszonyok rendezése 37
7.2.1 Projektjavaslat – Zalalövői helyi piac fejlesztése 38
7.3 Helyi termelés népszerűsítése 39

7.4 Fiatalok helyben tartása 40
8. Helyi piacok határon átívelő hálózatának kialakítása 42
8.1 Javaslattétel a beszerzendő eszközökre vonatkozóan 43
Melléklet 48
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 kínálathoz 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.

Zalalövő esetében a szelíd, kerékpáros turizmusra épített fejlesztések, illetve nyitott porta rendszer életre keltése adhat lökést a fejlődéshez. A környéken, sajnálatos módon nagyon kevés a termelő, de a közeli Őrségből biztosítható a megfelelő kínálat. A helyi fiatalok megismertetése a helyi termeléssel bővítheti ezt a bázist, illetve elősegítheti az elvándorlás mérséklését. A helyi piac üzemeltetési és infrastrukturális feltételeinek rendezése szükséges.

Összefoglalva tehát a térség alapvetően jó adottságokkal rendelkezik a helyi termékelőállítás tekintetében, de összehangolt fejlesztések nélkül a források elaprózódásától kell tartani, a stratégiai intézkedések lényege tehát a kereslet és a kínálat koncentrálása, 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 Zalalövő könnten die sich auf den Soft- und Fahrradtourismus stützenden Entwicklungen, bzw. das Wiederbeleben des Systems „Offene Höfe“ [nyitott porta] einen Impuls zur Entwicklung geben. In der Umgebung gibt es bedauerlicherweise sehr wenig Erzeuger, aber das Angebot könnte aus der benachbarten Őrség-Region gesichert

werden. Das Bekanntmachen der lokalen jungen Bevölkerung mit der lokalen Erzeugung könnte diese Basis erweitern, bzw. die Abwanderung mildern. Die Sicherstellung der betrieblichen und infrastrukturellen Bedingungen des örtlichen Marktes ist erforderlich.

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 kívánnak 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, amelyre 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 csatornákban való részvétele (Szabó, 2014).

A közvetlen értékesítés legelterjedtebb csatornái 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 termett. 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	***termelői piac***
vásár	fesztivál
háztól értékesítés	közösség által támogatott mezőgazdaság
falusi vendégasztal	online bevásárló közösségek, szatyor-jellegű értékesítés
saját szakbolt	önálló webshop működtetése
Szedd magad!	zöldség-doboz rendszer, heti szatyor
útmenti árusítás	automata
mozgó árusítás	
házhoz szállítás	

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 Zalalövő 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 töltettünk 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. Zalalövő helyi piaca

Jelenleg Zalalövő városában nem működik termelői piac. A városvezetők szerint a korábbi hely nem volt alkalmas arra, hogy egy látogatott piac helyszínéül szolgáljon. Néhány helyi termelő szerda és szombat délelőttönként az egyik élelmiszeráruház parkolóját használja termékei árusítására.

A helyi termékek közül főleg méz és tojás kapható, de az Őrségből is érkezik termelő, aki sajttal és tejtermékekkel látja el a vásárlókat. Hamarosan helyi pékség és húsbolt nyílik a városban, amelyek helyi termékeket fognak árusítani, azonban kérdéses, hogy biztosítanának-e egy-egy polcot a termelők számára. További értékesítési lehetőségként szóba jöhetnek a városi rendezvények is (pl. fogathajtó verseny, Város Napja, Murcifesztivál, Márton nap).

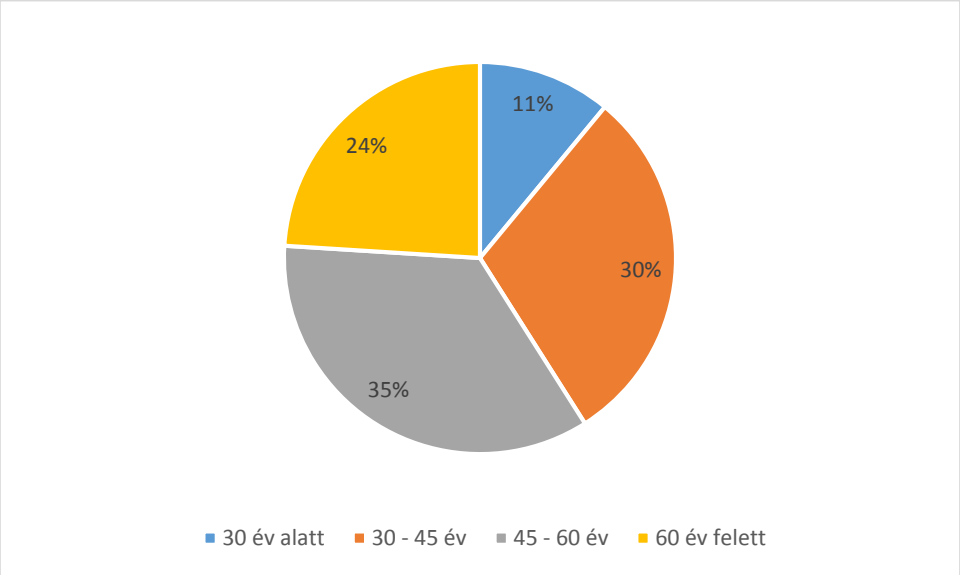
A döntéshozók szerint fontos lenne egy fedett termelői piac, ahol a termelőknek nem kellene helypénzt fizetni. A termelői piac fejlesztése céljából jelen projekt keretében 10 darab pavilont biztosítanak az árusoknak, azonban a termelői piac és a pavilonok helyszínének kijelölése még nem történt meg.

A városvezetés szerint a legnagyobb nehézséget a gyenge vásárlóerő és termelők közötti összefogás hiánya jelenti. A vásártér infrastruktúrájának kialakításán túl biztosítani kell a termelői piac karbantartói, szervezői és marketingfeladatainak folyamatos ellátását.

3. A zalalövői lakosok körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

3. 1. A válaszadók jellemzői

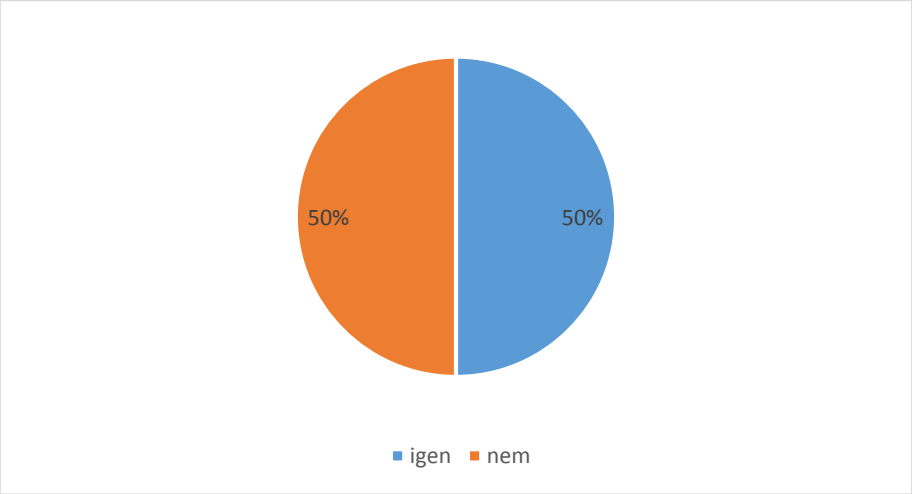
Kérdőívünket összesen 46 válaszadó töltötte ki, akiknek 54 százaléka nő (25 fő) és 46 százaléka férfi (21 fő). Életkor szerinti bontásban a megkérdezettek közel harmada 30 és 45 év közötti, hasonló arányban szerepelnek a 45 és 60 év közöttiek, 11 százalék 30 év alatti és 24 százalékuk 60 év feletti.



1. ábra: A válaszadók életkori megoszlása

3. 2. A helyi termékek iránti kereslet

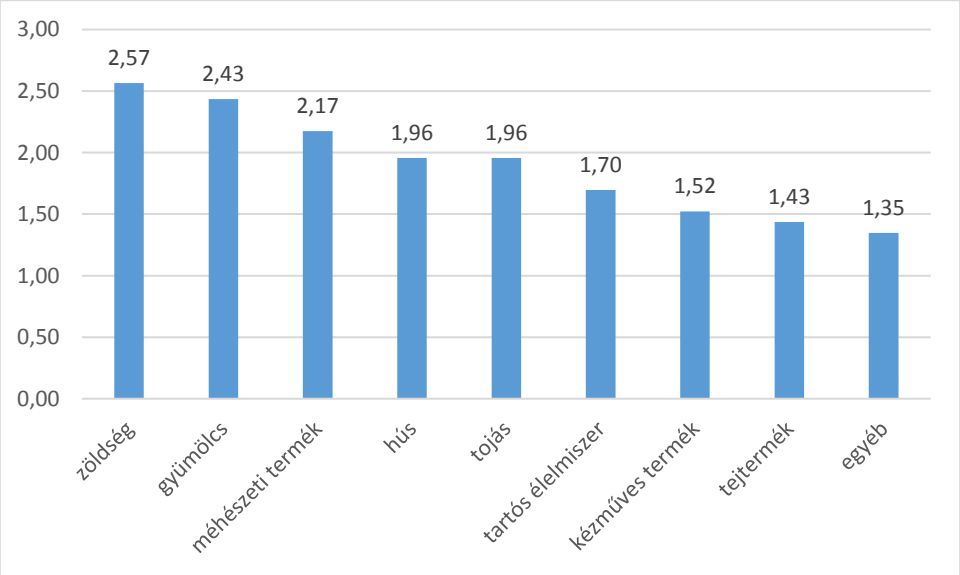
A megkérdezetteknek pontosan a fele szokott helyi termelőktől vásárolni, ugyanakkor tízből nyolc válaszadó szívesen járna helyi piacra.



2. ábra: Szokott-e helyi termelőktől vásárolni?

3. 3. A helyi termékfajták iránti kereslet

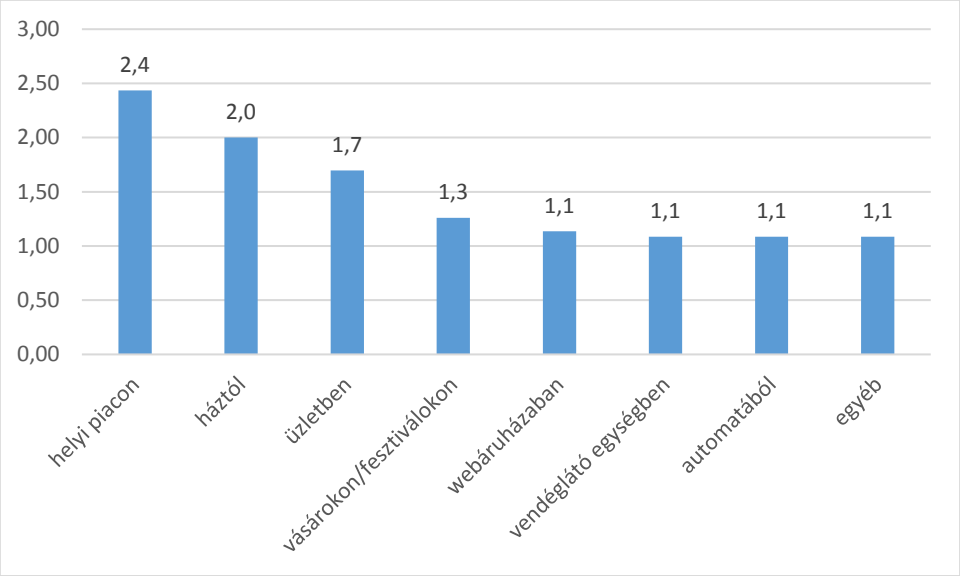
A megkérdezettek leggyakrabban zöldséget, gyümölcsöt és méhészeti termékeket, illetve húsárut és tojást vásárolnak helyi termelőktől, ezeknél ritkábban tartós élelmiszereket (pl. szörp, lekvár). A kézműves, tej- és egyéb termékeket keresik a legkevésbé a zalalövőiek.



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

3. 4. Hol vásárolnak a válaszadók helyi terméket?

Minden második válaszadó valamelyik helyi piacon, 42 százalékuk háztól, egynegyedük üzletben is vásárol helyi termékeket, vásárokon pedig a megkérdezettek 13 százaléka. Webáruházból, vendéglátó egységből tíz válaszadóból mindössze egy vásárol, az automatából és egyéb helyről történő vásárlás még ennél is ritkább.

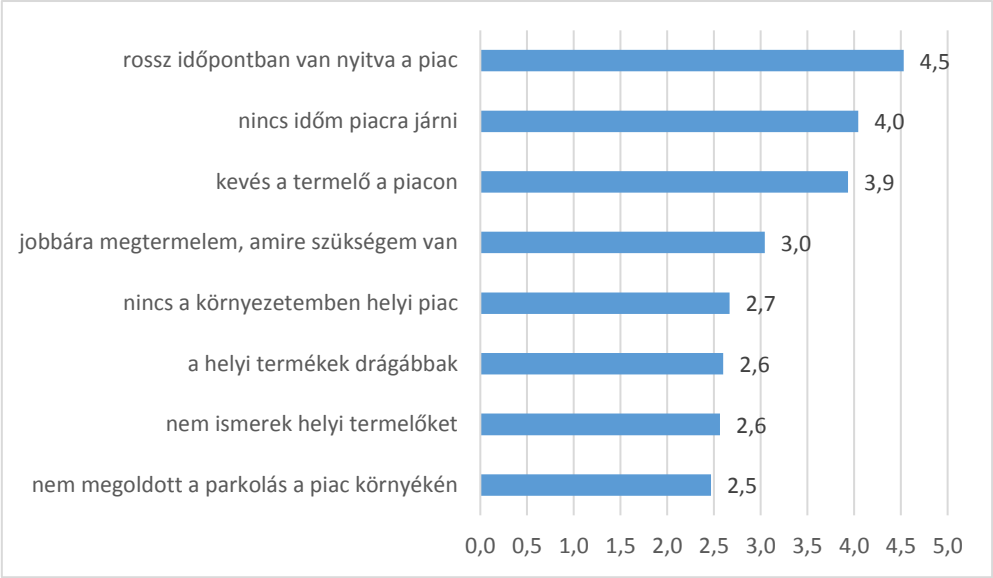


4. ábra: Hol vásárol általában helyi terméket? (1 és 3 közötti átlagok)

A megkérdezettek túlnyomó többsége Zalaegerszegre és Őriszentpéterre, kisebb arányban Körmendre és Lentire, illetve a helyi piacra jár, továbbá a megyeszékhelyen található és a zalalövői zöldségeseknél vásárolnak helyi termékeket. A válaszadók nem neveztek meg vendéglátó egységet vagy egyéb helyet, ahol helyi termékeket vásárolnának, webáruházként a szappany.hu-t említették.

3. 5. Akik nem vásárolnak helyi termelőktől

A megkérdezettek fele nem vásárol helyi termelőktől, ám kevés kivételtől eltekintve szívesen járnának a helyi piacra. Az alábbi ábra alapján egyértelműnek tűnik, hogy a legfőbb okok, amiért valaki nem vásárol a helyi termelőktől egyfelől a hozzáférhetőség hiánya (rossz időpontban van nyitva a piac), másfelől pedig az időhiány. A válaszadók kifogásolják, hogy kevés a termelő a piacon, illetve egy kisebb hányaduk (15%) megtermeli magának, amire szüksége van, ezért nem jár piacra.

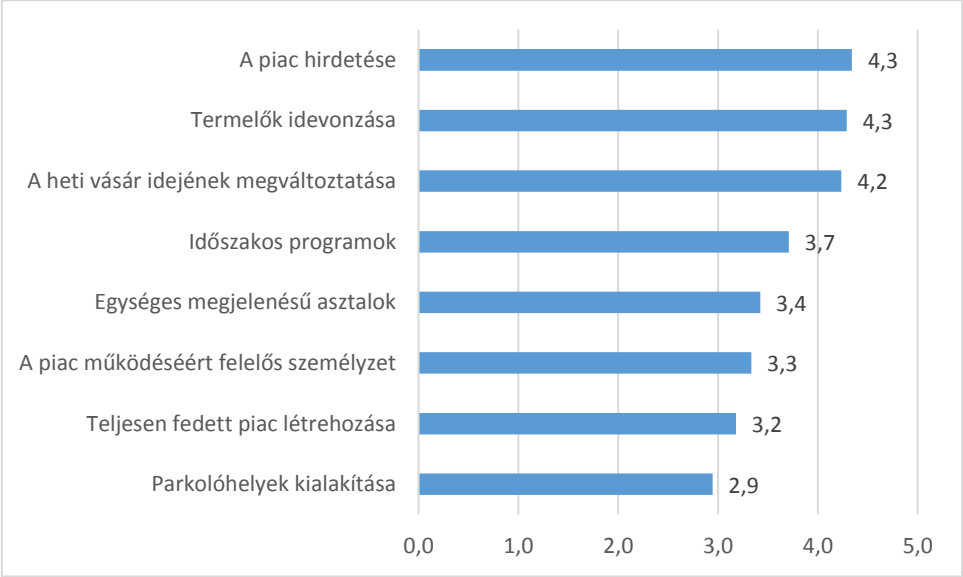


5. ábra: Miért nem vásárol helyi termelőktől? (1 és 5 közötti átlagok)

A 30 év alattiak és a 60 év felettiek között találjuk a legnagyobb arányban azokat, akik nem vásárolnak a helyi terméket, és a jövőben sem szeretnének a helyi piacra járni. Nemi szempontból utóbbi csoportban a férfiak aránya magasabb.

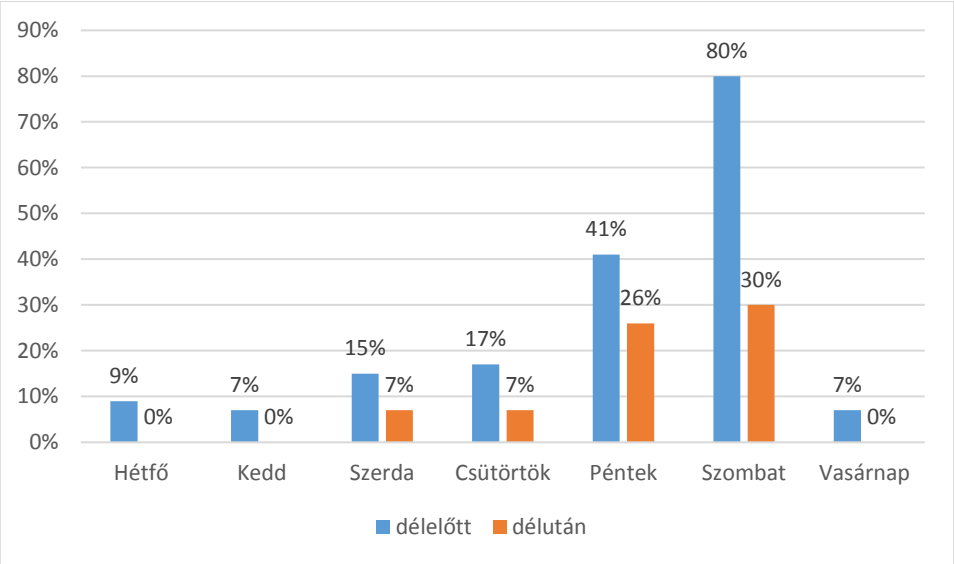
3. 6. A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések

A helyi piac jövőbeli fejlesztésére vonatkozóan a válaszadók egy korszerű helyi piac kialakítását, hirdetését, a termelők odavonzását, illetve a heti vásár idejének megváltoztatását sorolták a prioritások közé, de fontosnak tartják az időszakos programok (pl. termékkóstolók, kulturális programok) szervezését és a piac működési feltételeinek (egységes megjelenésű asztalok, felelős személyzet kinevezése) javítását 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, 40 százalékuk szívesen menne péntek délelőtt is. A délutáni árusítás a megkérdezettek nagyjából egynegyedének lenne vonzó lehetőség, ugyancsak pénteken és szombaton.



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

4. A helyitermék-ellőállítók körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

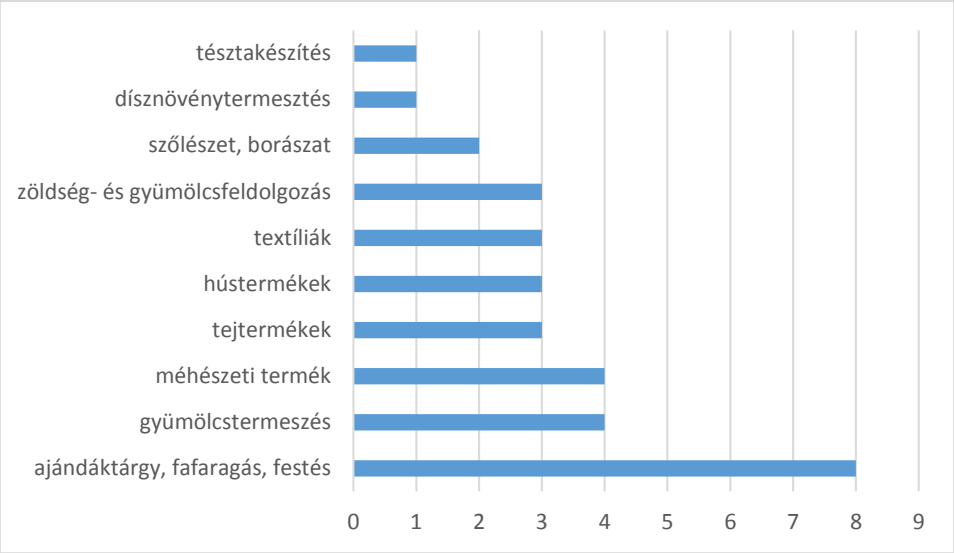
4. 1. A termelők általános jellemzői

A felmérésünkben részt vevő termelők többsége Lenti közvetlen térségében folytatja a tevékenységét (lásd 2. táblázat, ill. Melléklet: 22. ábra). A másik két zalai város körénykén jóval kevesebben foglalkoznak helyi termék előállítással, illetve közülük néhányan nem kívántak együttműködni a projektben.

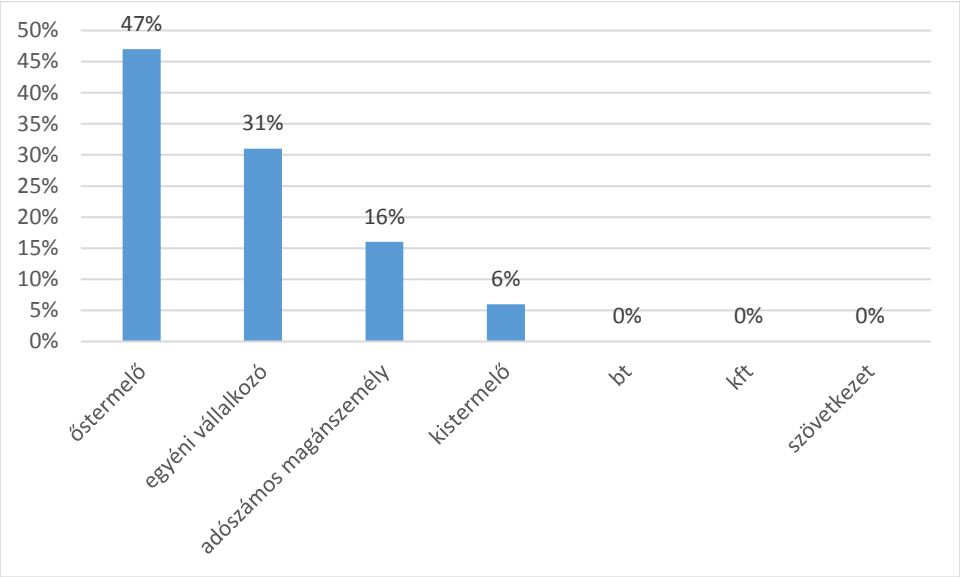
	Elemszám	Százalék
Becsehely	3	9%
Csesztreg	3	9%
Csörnyeföld	1	3%
Eszteregnye	1	3%
Iklódbördőce	1	3%
Kozmadombja	1	3%
Lenti	13	40%
Letenye	4	13%
Pórszombat	2	6%
Szécsisziget	1	3%
Tormafölde	1	3%
Zalalövő	1	3%
Összesen	32	100%

2. táblázat: A felmérésben résztvevő termelők székhelye

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

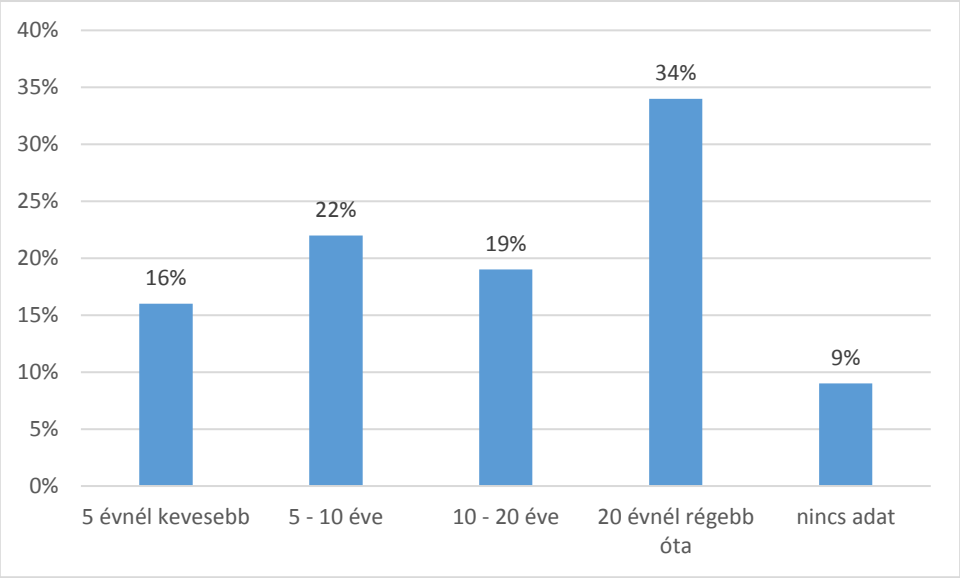


8. ábra: A termelők tevékenységi köre (db)



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.

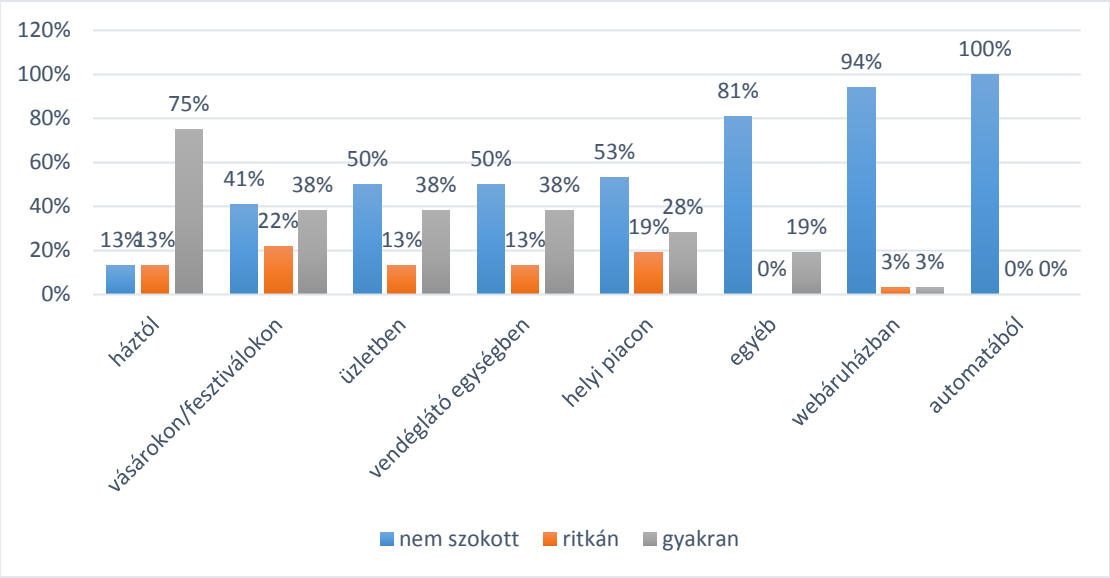


10. ábra: Mikor indította el a tevékenységét?

A termelők több mint fele legalább 10, egyharmaduk pedig legalább 20 éve indította a tevékenységét, ugyanekkora hányaduk 10 évnél kevesebb ideje foglalkozik helyi terméke előállítással. 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.

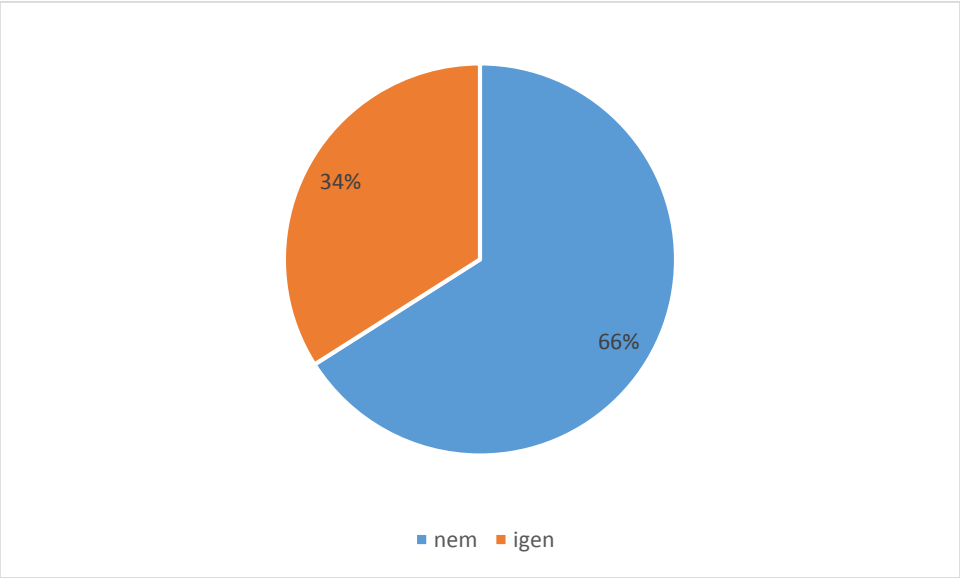
4. 2. Az értékesítés általános jellemzői

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.

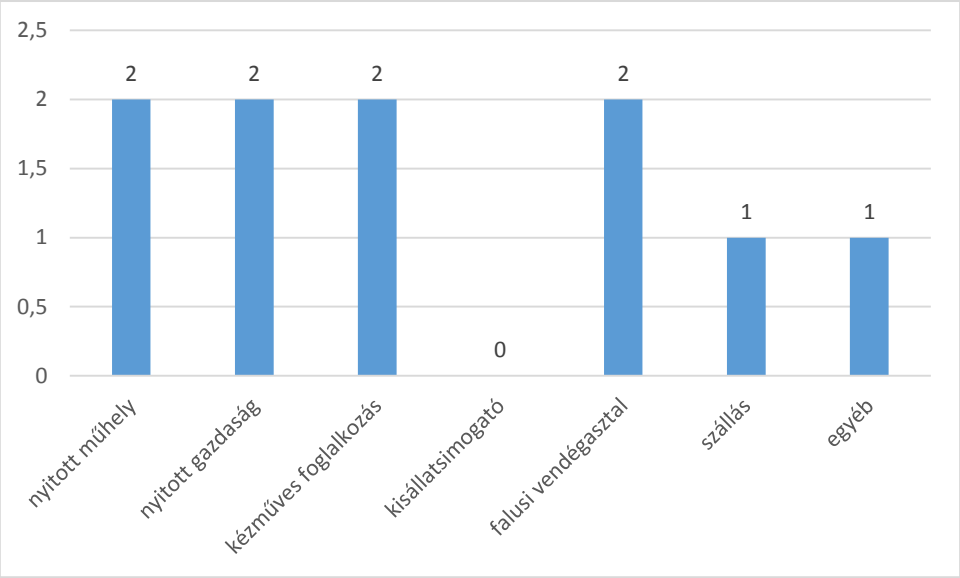


11. ábra: Hol értékesíti a termékeit? Milyen gyakorisággal?

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 vendégasztalt említették (12. ábra).

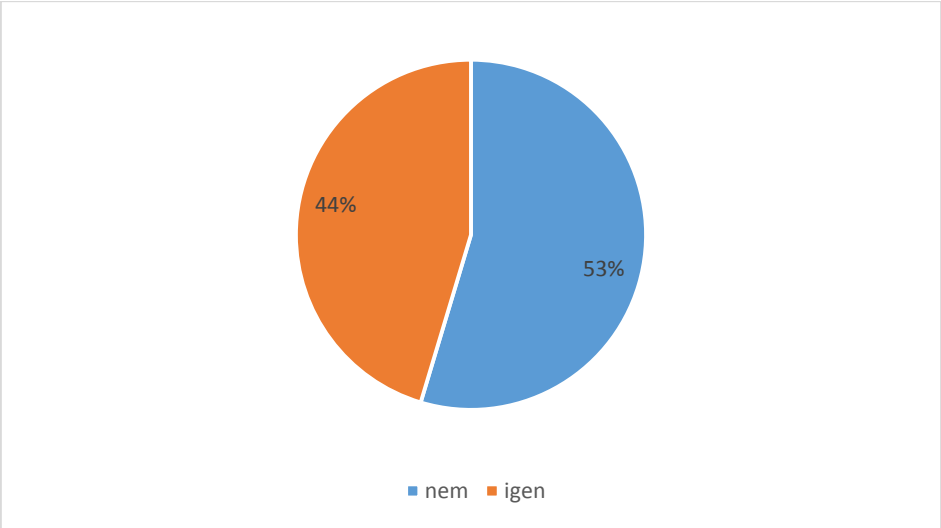


12. ábra: Kötődik-e valamilyen szolgáltatás a termékéhez?



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

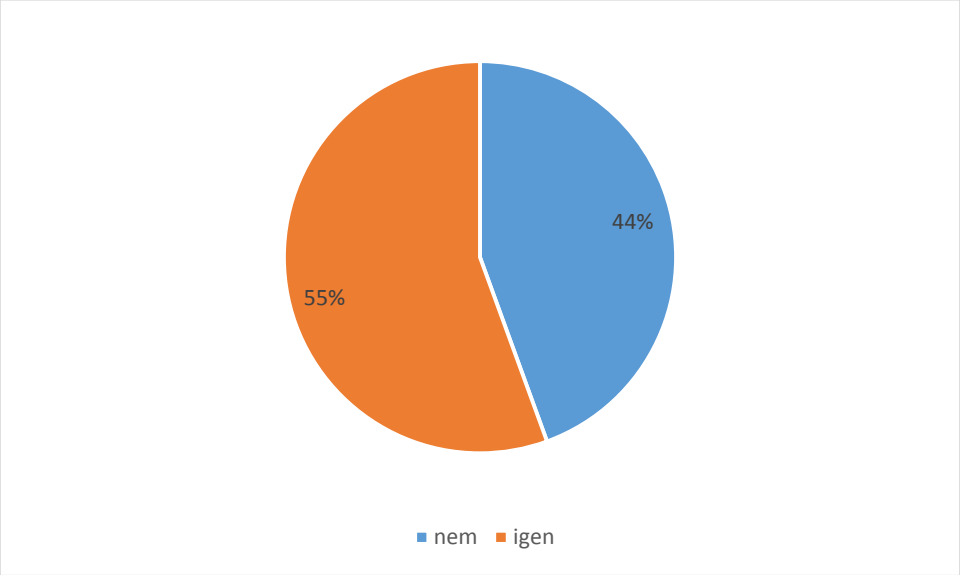
A termelők nem egészen fele korábban már értékesített külföldre, legtöbbször a szomszédos Európai Uniós tagállamokba, Ausztriába és Szlovéniába, esetenként távolabbi országokba is. A külföldre értékesítők tisztában vannak az értékesítés szabályaival is (15. ábra).



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

Ország	Értékesí-tés
Ausztria	7
Szlovénia	7
Németország	2
Horvátország	2
Amerikai Egyesült Államok	1
Franciaország	1
Hollandia	1

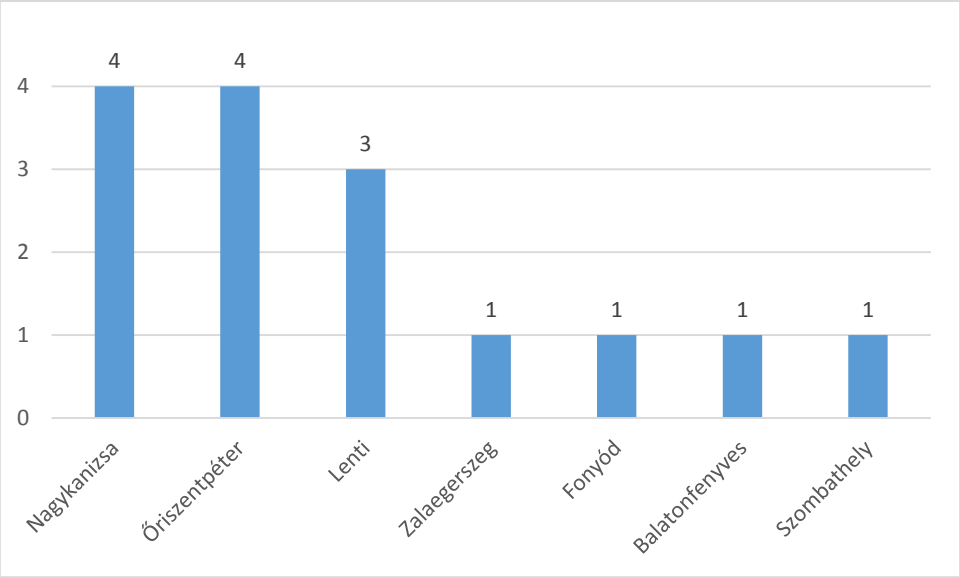
3. táblázat: Mely országokban értékesített már a válaszadó?



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

4. 3. Értékesítés a helyi piacokon

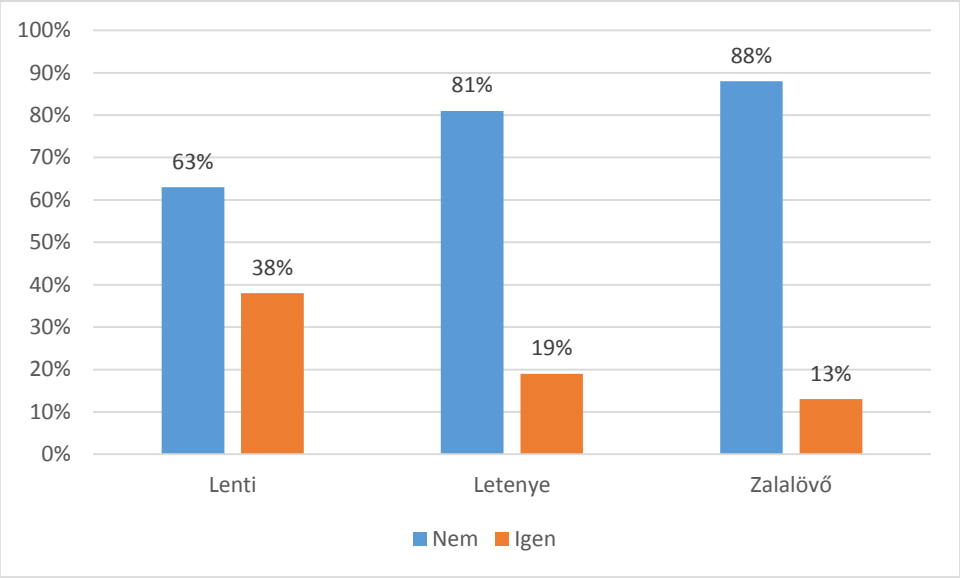
A helyi piacokon árusító termelők a nagyobb városokban található (Nagykanizsa), illetve az ugyancsak forgalmasabb jó hírnévnek örvendő (Őriszentpéter) piacokat részesítik előnyben (16. ábra). Az árusítóhely választásakor lényeges szempont az is, ha egy piacon van már azonos termékcsoportban értékesítő termelő (pl. sajtkészítő, méhész, mangalicás), akkor az általunk kérdezett 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)

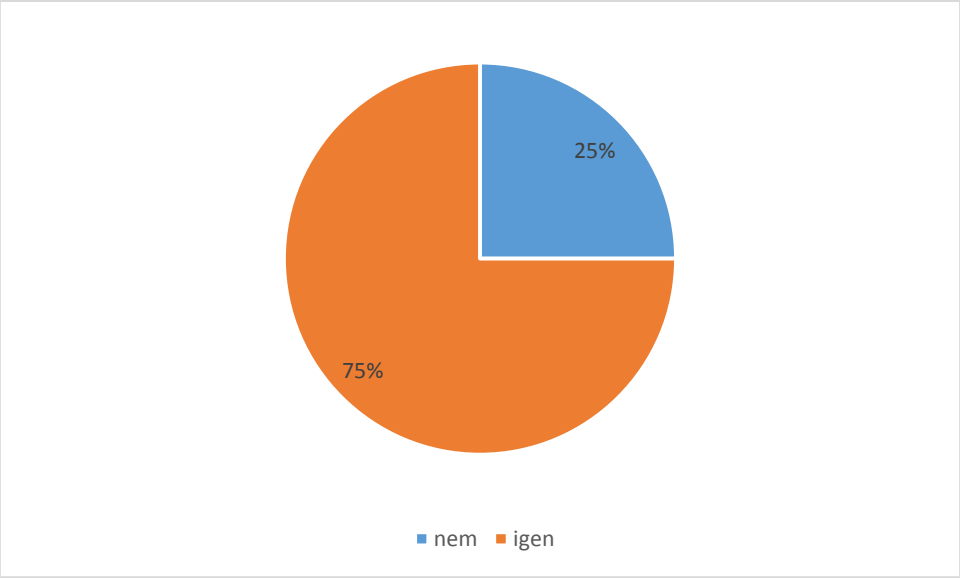
Az általunk kérdezett termelők közül a legtöbben Lenti helyi piacán árusítanák termékeiket, fele ennyi megkérdezett válaszolta, hogy Letenyén árulna a piacon, ha megnyílik, ennél kevesebben szeretnének a zalalövői termelői piacra járni (4. táblázat).

		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 nehézkesebb, 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: Értékesítné-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 nem működik a városban termelői piac.
Egyéb értékesítési helyszínek	Ideiglenes jelleggel az egyik élelmiszer-áruház előtt árul néhány helyi termelő, városi rendezvényeken ugyancsak van lehetőség az értékesítésre.
Nehézségek	A termelői piac elhelyezése, infrastruktúrájának és felelősének a biztosítása, népszerűsítése a termelők és a vásárlók körében.
Versenytársak	Elsősorban Zalaegerszeg és Őriszentpéter, kisebb mértékben Körmend és Lenti.

A helyi lakosság véleménye

A célcsoport	Elsősorban a helyi és a környékben élő lakosság.
A keresett helyi termékek	A leggyakrabban zöldséget, gyümölcsöt és méhészeti termékeket, illetve húsárut és tojást vásárolnak helyi termelőktől, ritkábban tartós élelmiszereket (pl. szörp, lekvár). A kézműves, tej- és egyéb termékek a legkevésbé keresettek.
A helyi termék értékesítése	Minden második válaszadó valamelyik helyi piacon, kétötödük háztól, egynegyedük üzletben is vásárol helyi termékeket. A webáruházból, vendéglátó egységből, automatából és egyéb helyről történő vásárlás nem jellemző.
Akik nem vásárolnak helyi termékeket	A megkérdezettek fele nem vásárol helyi termelőktől, viszont szívesen járnának a helyi piacra, amennyiben. A válaszadók kifogásolják, hogy kevés a termelő a piacon, illetve egy kisebb hányaduk megtermeli magának, amire szüksége van.
A piac fejlesztésével kapcsolatos vélemények	A helyi piac fejlesztésére vonatkozóan a válaszadók egy korszerű helyi piac kialakítását, hirdetését, a termelők odavonzását, illetve a heti vásár idejének megváltoztatását tartják a legfontosabbnak, mindemellett az időszakos programok szervezésére és a piac működési feltételeinek (egységes megjelenésű asztalok, felelős személyzet kinevezése) javításának is több figyelmet fordítanának.
A piac nyitva tartása	A válaszadók túlnyomó többsége a szombati napot és a délelőtti napszakot jelölte meg, amikor el tud menni a városi piacra, jelentős hányaduk szívesen menne péntek délelőtt is.

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 gyümölcstermesztéstől 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/fesztiválokon, 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 műhelyt/gazdaságot, kézműves foglalkozást és falusi vendégasztalt működtetnek.
Értékesítés külföldre	A termelők nem egészen fele korábban már értékesített külföldre, legtöbbször a szomszédos Európai Uniós 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 őriszentpéteri. 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 nehézkesebb, 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 Zalalövő 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	**Erősségek**: 1. A hagyományok felélesztése és továbbéltetése (fogathajtó versenyek, szüreti mulatságok, farsangi mulatságok, néphagyományokhoz, jeles napokhoz köthető rendezvények). 2. Borostyán-tó, mint turisztikai vonzerő 3. Aktív civil szervezetek 4. Nyitottság a helyi termékek vásárlására, pl.: intézményi dolgozók részéről 5. Meglévő kerékpárutak (Zalaegerszeg-Zalalövő)	**Gyengeségek**: 1. Nagyon kevés helyi termelő, kézműves 2. Az együttműködési hajlandóság alacsony szintje a térségi szereplők, különösen a helyi termék-előállítók között 3. Nincs megfelelő, központi hellyel rendelkező helyi piac. Az árusítás sokszor ad-hoc módon történik. 4. Nagyfoglalkoztatók hiánya 5. Nagyfokú ingázás jellemző Zalaegerszeg irányában.
Külső tényezők	**Lehetőségek**: 1. Kerékpáros turizmus újra népszerűvé válása 2. Témautak felértékelődése 3. Jelentős kormányzati támogatottság a helyi termékek, kézműves termékek piacra jutásának elősegítésében, rövid ellátási láncok kialakításában. 4. Helyi termék piacok növekvő jelentősége 5. Élő népi kismesterségek felértékelődése 6. Belföldi turizmus növekedése 7. Zalalövőn újonnan nyíló helyi üzletek	**Veszélyek**: 1. Fiatalok elvándorlása, népességcsökkenés. 2. Fokozódó szegénység, munkanélküliség.

Forrás: Göcsej-Zala mente LEADER Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája és a kérdőíves, interjús felmérés alapján saját szerkesztés

5. táblázat: SWOT-analízis Zalalövő városára

	BELSŐ ERŐSSÉGEK	BELSŐ GYENGESÉGEK
KÜLSŐ LEHETŐSÉGEK	**Offenzív stratégiák:** KERÉKPÁROS TÉMAÚT KIALAKÍTÁSA	**Fejlesztő stratégiák:** HELYI PIAC FEJLESZTÉSE, ÜZEMELTETÉSI VISZONYOK RENDEZÉSE
KÜLSŐ VESZÉLYEK	**Védekező stratégiák:** ALTERNATÍV JÖVEDELEMSZERZÉSI LEHETŐSÉGKÉNT A HELYI TERMELÉS NÉPSZERŰSÍTÉSE	**Elkerülő stratégiák:** A FIATALOK HELYBEN TARTÁSA, AZ ELVÁNDORLÁS CSÖKKENTÉSE KLUBOK, RENDEZVÉNYEK ÁLTAL

6. táblázat: SWOT-mátrix Zalalövő 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, rendezvénytérrel, parkolókkal, szociális helyiségekkel. Nyitva tartás: hétfő és szombat[1]
Őriszentpéter	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.[2]
Szentgotthárd	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[3].
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

[1] http://www.kormend.hu/oNKORMaNYZAT/Projektek/VaSaRTeR_helyi_piac_letesitese_Kormenden.html
[2] https://egyunkhelyit.hu/termeloi-piacok/oriszentpeter-helyi-termeloi-piac/
[3] http://www.vasvar.hu/hu/s/3779/helyi-termeloi-piacter-fejlesztese-vasvaron

	a Parktherme Bad Radkersburg hotel előtti téren található, keddenként, csütörtökönként és szombatonként délután 14:30 és 17 óra között[4]. 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.
Feldbach	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 különlegességét[5].
Fehring	A piac minden szombaton, reggel 8 és 12 óra között van nyitva. A többnyire bio minősítéssel bíró termékekre a frissesség, ropogósság, regionalitás jellemző. Vásárolhatunk tökmagolajat, fűszeres húsokat, kolbászokat, sajtokat, kenyeret, süteményt, tojást, mézet, lekvárt, gyümölcsleveket, ecetet, borokat és persze olyan szezonális termékeket, mint a spárga vagy az eper[6].
Fürstenfeld	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 szerint[7].
Friedberg	Friedbergben péntekenként tartják a termelői piacot[8].
Gleisdorf	Nyitva tartás: szerdán: 11-16 óra között, szombaton: 7 és 11 óra között. Mindez azonban évszak, időjárás, látogatók számának függvényében eltérhet[9].
Hartberg	A piac keddenként és péntekenként 12 és 17:30 között a Kernstockplatz-on, a kapucinus kolostor előtt került megrendezésre[10].
Weiz	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

[4] https://www.badradkersburg.at/entdecken/essen-trinken/
[5] https://www.feldbach.gv.at/buerger-a-z/bauernmarkt/
[6] http://www.fehring.at/_aktuelles/61
[7] https://www.meinbezirk.at/hartberg-fuerstenfeld/c-lokales/neue-oeffnungszeiten-am-fuerstenfelder-bauernmarkt_a3583980
[8] https://www.friedberg.gv.at/wirtschaft/bauernmaerkte-und-kirtage/
[9] https://www.wissenswertes.at/bauernmarkt-gleisdorf
[10] 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[11].
Szlovénia	
Gornja Radgona	Minden pénteken, 8 és 12 között a város könyvtárával szemben tartják a helyi piacot[12].
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[13].
Lendva	Lendva településen minden hónap utolsó szombatján, 9 és 13 óra között, a Főutcán, a „gesztenyefák" alatt kerül megrendezésre a termelői piac[14].
Ormož	Nyitva tartás: minden pénteken 8.00 és 12.00 között, és minden szerdán 15.00 és 18.00 között. A jeles ünnepnapokhoz különleges piacnapokat, kínálatot társítanak[15].

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 alacsonya 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 alapanyagaikat. Tehát a térségi piacokon szélesíthető lenne a termékkínálat, ha itt is megjelennének a határmenti biotermelők.

A térségi fürdők környéke kiváló helyszíne a helyi piacoknak, ezt mutatják a hazai (Bükfürdő) 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

[11] https://www.meinbezirk.at/weiz/c-lokales/neue-kleider-fuer-die-bauernmaerkte-in-weiz_a3592182
[12] https://www.expano.si/de/events/bauernmarkt
[13] http://www.ptuj.si/projekti?id=000072101
[14] http://www.visitpomurje.eu/de/erlebe/veranstaltungen/bauernmarkt-in-lendava
[15] 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.: szőttesek, mézeskalács, egyedi ékszerek, stb.).

A határmenti együttműködést segítheti elő egy közös (magyar, osztrák, szlovén) gazdabolt/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 régión belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva Magyarország területén legfeljebb 40 km távolság. A rendelet a régión 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 rárakódik az ÁFA, amit bekerülnek a kiskereskedelmi 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 alanyiságuk 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 is[16]. 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.*

[16] 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) különkülön fogalmazzuk meg a követendő stratégiai irányvonalat, melyet - ismét hangsúlyozva - nem kizárólagosan a hely 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 javaslatainkat az 5. fejezetben ismertetett SWOT-analízis alapján.

7.1 Kerékpáros témaút kialakítása

A Zala-völgyi kerékpárút a helyi termékek és termelők bemutatására jó lehetőséget kínál a helyi döntéshozókkal készített interjú alapján. A Zalalövőtől Bagodig vezető 12 kilométeres szakasz alapkövét 2006. április 5-én tették le, az elkészült utat 2006. júliusában adták át. A kerékpárnyomvonal szerves részét alkotja a Felsőőr–Kis-Balaton kerékpárútnak, amelynek köszönhetően zavartalan a két keréken való közlekedés a környező települések között. A kerékpárút építését a Zalalövő–Bagod vasútvonal korszerűsítése tette lehetővé, aminek során a vasúti pályát új nyomvonalon fektették le. A Bagod és Teskánd közötti 4,1 kilométeres szakaszt konzorciumban valósították meg a települések. Az első ütemben 2014-ben a régi bagodi vasútállomástól épült meg az 1,5 kilométeres szakasz. A második ütemben elkészült a Teskándra vezető 2,6 kilométeres szakasz, amit 2015. szeptemberében adtak át[17]. A kerékpárút a kiskertek mögött halad végig, a terep lankás, oda-vissza hozzávetőlegesen 50 km. Kevésbé edzett kerékpárosoknak, kisgyermekes családoknak is ideális lehet.

A kerékpárútra és a mellette található helyi termelőkre, boros gazdákra építve kialakíthatónak tartunk egy nyitott porta hálózatot. Ehhez szükséges a stakeholderek felmérése, bevonása, mentorálása és aktivizálása. A nyitott porták szempontjából fontos, hogy olyanokat vonjunk be, akik vállalják a meghatározott időben történő nyitva tartást, megfelelő körülményeket tudnak teremteni csoportok fogadásához, stb.

Jó példaként szolgálhat erre a Zala-völgyi nyitott porták kezdeményezés[18] Zalaszentgróton és környékén. Itt sorra látogathatók a kézművesek, gazdaságok. Például a húsvéti ünnepkörhöz kapcsolódóan az alábbi program szerveződött:

- 10.00-től 16.00 óráig - Póni lovaglás - Szentmihálypusztai Lovastanya, Zalaszentlászló - 20 perces póni lovaglás gyerekeknek 10 éves korig.

[17] https://hu.wikipedia.org/wiki/Zala-v%C3%B6lgyi_ker%C3%A9kp%C3%A1r%C3%BAt
[18] http://nyitottportak.hu/

- 10.00-től 17.00 óráig - Tavaszi nyitás a Görbői Gyümölcskertben - Görbői Gyümölcskert, Kisgörbő - Séta a gyümölcsösben, gyümölcsös sütemény kóstolás, vásárlási lehetőség.
- 14.00-től 15.00 óráig - Lovaskocsikázás - Szentmihálypusztai Lovastanya, Zalaszentlászló - 1 órás lovaskocsikázás a Zala-völgyében.
- 14.00-től 18.00 óráig - Séta az állatsimogatóban - Hagyományos Kert és Kacika Állatsimogató, Ligetfalva - A gazdaság állatainak megismerése, kilátó, lombház bemutatása.
- 15.00-től 17.00 óráig - Pálinkakóstoló - Kisgörbői hegyi porta, Kisgörbő - Kisgörbői prémium pálinkák kóstolása, vásárlási lehetőség.
- Étkezési lehetőség a következő Nyitott Portákon: 10.00-től 21.00 óráig Vendéglő a Vándorlóhoz, 12.00-től 20.00 óráig Farm Inn Fogadó.

7.2 Helyi piac fejlesztése, üzemeltetési viszonyok rendezése

A helyi piac esetében legnagyobb probléma, hogy nem rendelkezik állandó, könnyen megközelíthető, központi hellyel a városban. Jelenleg a helyi élelmiszerüzlet (FEZO) parkolójában tartják a piacot. Az önkormányzatnak a működtetéshez engedélyt kell kérnie a vállalkozótól a helyhasználatra. A piacfejlesztés megkezdése előtt szükséges a tulajdonviszonyok rendezése, az esetleges bérleti vagy egyéb konstrukciók tisztázása. A városban már több helye is volt a piacnak (a templom mögött, vagy a művelődési ház parkolójában), de végleges helyet sehol sem tudott kivívni magának (nem volt központi helyen, vagy az átalakítások miatt kellett elköltöznie).

A termelők odavonzásához szükségesnek tartjuk az egységes árusító pavilonok/sátrak meglétét, melyek – mivel nem fedett a piac - zord időjárási körülmények között is biztosíthatják a komfortos árusítást.

A hatékony működtetéshez ki kell jelölni egy piacfelügyelőt, akihez a termelők ügyes-bajos kérdéseikkel fordulhatnak. Több példa (Káptalantóti, Esztergom, Szombathely, stb.) is mutatja, hogy nem elsősorban a minden igényt kielégítő, akár többmilliós infrastruktúra miatt működik egy helyi piac, hanem az üzemeltető személye, rátermettsége, elkötelezettsége adja a legnagyobb lökést a sikerhez.

A sikeres működés feltétele, hogy a fogyasztók is megszeressék a piacot. Ehhez a minőségi árukon túl intenzív marketing és aktivizációs tevékenység szükséges. Ennek részleteit a kommunikációs tervben szerepeltetjük.

7.2.1 Projektjavaslat – Zalalövői helyi piac fejlesztése

1. A projekt célrendszere:

A projekt átfogó vagy hosszú távú célja:
- a település népességmegtartó erejének növelése és
- a helyi szereplők jövedelemtermelő képességének javítása.

A projekt specifikus vagy rövid távú céljai:
- a helyi mezőgazdasági termelési feltételek javítása,
- a vállalkozások működési környezetének javítása.

A közvetlen célok közé soroljuk az alábbiakat:
- a helyi termelők és mezőgazdasági vállalkozók vagy vállalkozni vágyók támogatása érdekében az értékesítés körülményeinek javítása,
- a helyi lakosok, illetve turisták körében a helyi piac népszerűsítése.

A projekt a következő közvetett célok elérését tartja szem előtt:
- a közétkeztetés, az éttermek és szálláshelyek, továbbá a fogyasztók helyi termékekkel való ellátásának biztosítása,
- a munkanélküliségi ráta csökkentésének és az aktivitási ráta növelésének ösztönzése.

2. A projekt rövid ismertetése:

A helyi piac működéséhez elsősorban a megfelelő helyszín megtalálása szükséges. A területet ezután közművesíteni szükséges, amennyiben ez még nem áll rendelkezésre. Az árusítóhelyeket térburkolattal kell ellátni. Fedett csarnok vagy árusító faházak kialakítását javasoljuk, mely ellenáll az időjárás viszontagságainak. Az ideiglenes árusok részére elegendő ún. „kecskelábas” árusító asztalok beszerzése. Az épületben kapjon helyet a termelők részére szükséges illemhely és vízvételi lehetőség, a vendégek részére férfi-, női- és mozgáskorlátozott vizesblokk, illetve a takarításhoz szükséges eszközöknek egy tároló helyiség. A termelők részére biztosítani kell az áramvételi lehetőséget is. Pályázati forrásból megvalósítandó fejlesztés esetén a legtöbbször előírás mozgáskorlátozottak részére parkolóhely kialakítása.
A fejlesztés célcsoportját kínálati oldalon a térségi helyi termék-előállítók jelentik. Keresleti oldalon megjelennek a helyi és térségi lakosok, az ide érkező turisták, a közétkeztetéssel foglalkozó intézmények vezetői, az élelmezésvezetők, a térségi éttermek és szálláshelyek tulajdonosai.

Működtetés:
A piac kiszolgáló létesítményének működtetését, valamint a piactér karbantartását, javítását közmunkásokkal is kivitelezhetőnek tartjuk. A termelők összefogásához, a népszerűsítéshez szükséges azonban egy felelősen kinevezett piacüzemeltető.

Tervezett költségvetés: kb. 50 millió forint.

7.3 Helyi termelés népszerűsítése

Mivel kevés a helyi termelő, kézműves, ezért ösztönözni kell a lakosságot, hogy indítsanak vállalkozást. Sokan készítenek jelenleg is otthon termékeket saját felhasználásra, illetve ismerősök számára. Őket kell megismertetni azzal, hogyan tehetik tevékenységüket hivatalossá. Ennek legjobb módja közös workshopok, klubok, képzések indítása. A térségben a Pannon Helyi Termék Klaszter már tartott induló termelőknek szóló képzést, melynek tematikája az alábbi felépítést követte:

Alkalom	**Tematika**	**Óraszám**
1.	Helyi termék fogalma, meghatározása A rövid ellátási lánc fogalma, fajtái	10
2.	Az egyéni vállalkozó működése és jellemzői A kistermelői lét jogi szabályozása, háttere Az őstermelővé válás feltételei, folyamata Jogi szabályozás, jogi környezet	10
3.	Jó gyakorlatok bemutatása a térségből Vásározás a gyakorlatban	10
4.	Piaci ismeretek Jó gyakorlat bemutatása	7
5.	Marketing Csomagolástechnika	10
6.	Értékesítési ismeretek Vállalkozási ismeretek	10
7.	Arculat Internetes megjelelés Kommunikáció	10
8.	Tanulmányút Jó gyakorlatok megismerése a térségben	13

Forrás: Pannon Helyi Termék Nonprofit Kft. helyi termelői képzés tematika, 2014.
8. táblázat: Helyi termelőknek szóló képzési tematika

A képzés a termelők igényei alapján kiegészíthető még az alábbi modulokkal:

- talajművelés,
- öntözés,

- növényvédelem, fajtaismeret, áruismeret,
- támogatások, kötelezettségek, nyilvántartások.

A helyi termelést vonzóbbá teheti a biztos felvevőpiac. Ennek érdekében fel kell venni a kapcsolatot a helyi, vagy még inkább térségi éttermekkel, szálláshelyekkel, akik felvásárolhatják a megtermelt terményeket alapanyagként, vagy helyi ajándéktárgyként.

7.4 Fiatalok helyben tartása

A fiatalok helyben tartásának eszköze lehet az előző (7.3) pontban ismertetett helyi termelés népszerűsítése. Ezen túlmenően azonban számos jó példát láthatunk, melyek a helyben maradást, a vidéken újrakezdést célozzák meg. Letenye és Zalalövő esetében ugyanazon stratégiai lépések relevánsak ezen a területen.

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 koncentrálva 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 mélyvízbe[19]. A beilleszkedést segíthetik rendszeres klubfoglalkozások, közös programok, kirándulások a hasonló érdeklődéssel rendelkező fiatalok számára.

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), hagyományos kismesterségekkel, stb.;
- tanórai keretek között a település és térségének megismertetése, színes munkafüzettel, programokkal, interaktív eszközökkel;
- ökoanyu klub: fenntartható gyermekgondozási praktikák, ötletek a tudatos gyermekneveléshez (műhelyek - varrás, horgolás, természetes tisztítószerek készítése, natúrkozmetikumok, hulladékmentes háztartás);
- vidéken újrakezdők klubja;

[19] https://www.facebook.com/groups/169229386510349/about/

- 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 maximális állami támogatás igénybevételével) és rezsiköltség megfizetését vállalni.

8. Helyi piacok határon átívelő hálózatának kialakítása

A hazai gyakorlatban még csak elvétve találunk együttműködéseket a helyi piacok országhatárokon átívelő hálózatainak 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. CESCI, Kisléptékű Termékelőállítók Országos Egyesülete)
3. A cél elérését támogató szolgáltatások és eseti kezdeményezések jelenlegi helyzetének megismerése a fejlesztő és érdekképviseleti 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 más-más piacokon, bevonva az érintett hatóságokat, amennyiben szükséges eseti megállapodások kötésével. A nagyközönség figyelmének ráirányítása a problémára és a lehetőségekre (4-5 alkalom),

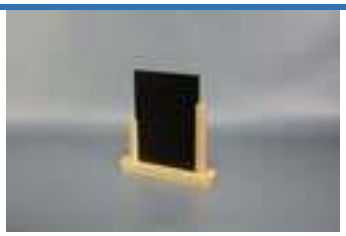
2. 10 szlovén, 10 osztrák és 10 magyar termelő esetében folyamat-tanácsadás, amelynek eredményeként rendszerszerűen is meg tudnak jelenni a szomszédos területek piacain, tesztelve a kialakított szolgáltatási rendszer elemeit.
3. A határtérségben min. 3-3 feldolgozó műhely/üzem bevonásával kidolgozni 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 Javaslattétel a beszerzendő eszközökre vonatkozóan

Zalalövő nem rendelkezik állandó infrastruktúrával, helyszíne is változhat még a jövőben, így itt szükséges a legtöbb eszköz beszerzése. A város tervezi 10 db árusító pavilon beszerzését, melyet az árusok rendelkezésére bocsát. Ezen túlmenően az alábbi eszközök beszerzését javasoljuk:

10 db helyi termékek árusítására alkalmas árusító sátor asztalokkal, padokkal (10 db sörpad garnitúra, 1 garnitúra= 1 db asztal és 2 db pad): • A felállított sátor külső mérete: 293x293 cm • Egycsúcsos kivitel, T rúd hossza 98 cm • Csúcsmagasság: 300 cm • A sátor belmagasság állítható méretei erősített váznál: 178, 188, 198, 208 cm • Szélállóság erősített váznál: kb.45-50 km/óra • Konstrukció: Fém harmonika kalapácslakk színezésű váz,	

a lábak **40x40 mm**–es négyzet alakú zártszelvényből készültek. A lábak furatokkal vannak ellátva a földbe történő rögzítéshez. A konstrukció illesztései: Csavarkötéssel. • A tető anyaga: Vízhatlan poliészter szövet vászon, belseje PVC-vel bevont (330 gr/m2) • Oldalfalak anyaga: 400 g/m2 szövet+ PVC belső borítás • 1 db teli oldal, • 2 db bevarrt szúnyoghálós ablakos 3x2m -es oldal (ablak méret 135x95 cm, • 1 db ajtós oldal: két cipzár középen. • A tetőponyva szoknya részén + az oldalak egymáshoz végig tépőzárasan kapcsolódnak. • Minőségi sörpad, felcsukható acél lábakkal - garnitúránként 1 db 220 x 70 cm széles,74 cm magas asztallal, natúr színben, UV lakkozással - garnitúránként 2 db, 220x25 cm felületű,47 cm magas paddal Az asztallap és pad ülő felülete tömbösített lucfenyőből, I osztályú minőségben. A kép csak illusztráció! Forrás: https://www.expodom.hu/products/gyorsan-osszecsukhato-sator-3x3-m-aluminium	
Egyedi gyártású raklap bútorok: - vásárlók pihenésére szolgál vásárlás közben - piaci termékek friss elfogyasztására, vagy beszélgető helyként szolgál Forrás: pinterest.com	

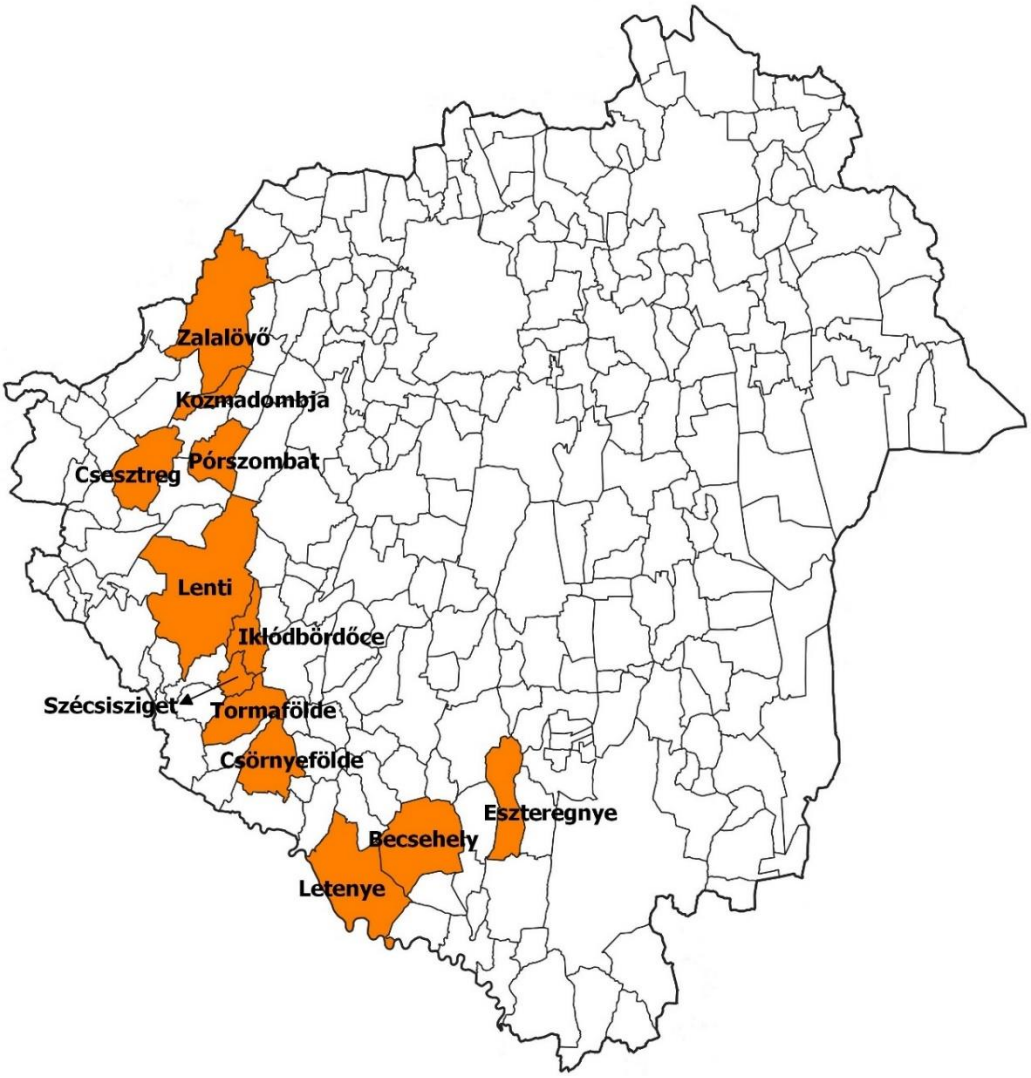
Termékkínálatot bemutató natúr tábla: Forrás: https://sacramento.downtowngrid.com/listings/local-farmers-markets/	
Grillkocsi piaci látványfőzésekhez: Forrás: https://www.primanet.hu/termekek/grill/faszenes-grillek/PWS-017234-01/landmann-dorado-faszenes-grillkocsi-31401.html	
Indukciós főzőlap szintén 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 Zalalövő helyi piacára

Melléklet



21. 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 csatornákban 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 Englisch 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 evaulation of the rural activities trough 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.