

Termelői piacok létrehozásának és működtetésének néhány gyakorlati vonatkozása

A Magyar Regionális Tudományi Társaság XV. vándorgyűlése

Dualitások a regionális tudományban

Mosonmagyaróvár, 2017. október 19-20.

Helyi termék fogalmi meghatározása

- ▶ A módosított és kiegészített 123/2009. (IX. 17.) FVM rendelet meghatározása szerint:
 - ▶ „helyben előállított,
 - ▶ helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból
 - ▶ hagyományosan, **nem** nagyüzemi vagy gyáripari technológiával, eljárással, illetve
 - ▶ az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült,
 - ▶ mikro- vagy kisvállalkozás által előállított termék”
- ▶ G. Fekete Éva (2009) meghatározása szerint:
 - ▶ „helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból,
 - ▶ helyben kialakult eljárások (receptek) alkalmazásával,
 - ▶ többnyire kisüzemi keretek között előállított, **esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó** - ily módon a hely sajátosságait megjelenítő - termékek”,
 - ▶ a meghatározás kiegészíthető a távolságra vonatkozó kritériummal is. (Kistermelői rendelet - 52/2010. (IV.30.) FVM - alapján adott megye vagy 40 km-es körzet)
- ▶ Kézműves termék?

Helyi termékek kulturális értéke

- ▶ A helyi termékek a közösség életmódjára és a terület adottságaira reflektálnak, és hozzájárulnak értékük azonosításához (társadalmi érték).
- ▶ Megerősítik a közösségi összetartozást (szellemi érték).
- ▶ Kapcsolatban vannak azzal a területtel, ahol előállították őket, magukon hordozzák a táji jellegzetességeket és a természeti környezet adottságait (esztétikai érték).
- ▶ A múltból és hagyományokból táplálkoznak (történelmi érték).
- ▶ Közvetítik, és képviselik a közösségi és területi identitást, elősegítve megértésüket (szimbolikus érték).
- ▶ Visszaadják az előállítás helyének egyediségét (eredetiségi érték) (Throsby 2000).

Közvetlen értékesítés

- ▶ A termelés, a feldolgozás és az értékesítés, valamint a fogyasztó a lehető legközelebb vannak egymáshoz. -> rövid ellátási lánc
- ▶ A helyi termékek forgalma a helyi gazdaságot fejleszti, továbbá környezetileg, társadalmilag is a fenntartható gazdálkodáshoz vezet. (PÓLA, 2014, GONDA, 2014)



Forrás: Vidékfejlesztési Program 2014-2020

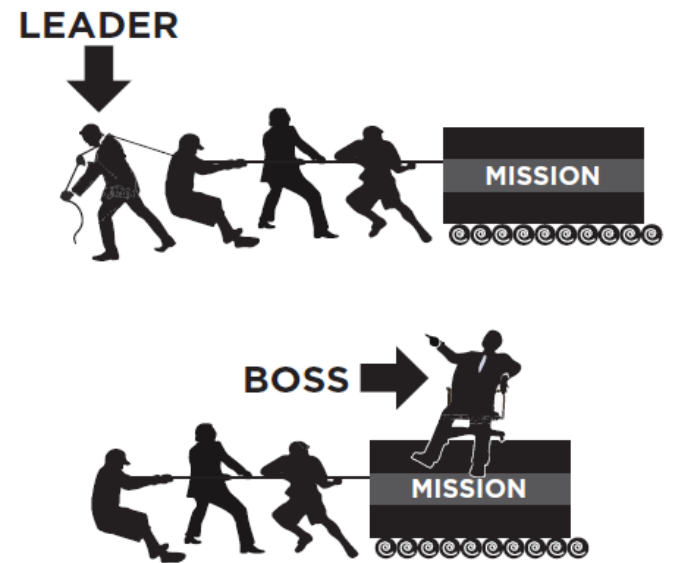
Termelői piacok

- ▶ Termelői piac fogalma A kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény alapján
- ▶ 2016-ban 261 helyen országosan (NAK adatai alapján)
- ▶ Különbségek a hagyományos piac és a termelői piacok között
 - ▶ Kereskedők vs. termelők,
 - ▶ Jogszabályi különbségek
- ▶ A termelői piacok egy megújuló élelmiszertermelési, feldolgozási, értékesítési és fogyasztási rendszer részeként alternatívát kínálhatnak a nagyüzemi típusú termelési móddal szemben (MURDOCH - MARSDEN et al. 2000).
- ▶ Örömpiac, élmények



Termelői piacok elindítása, működtetése

- ▶ REL szervező fontosabb feladatai (Kujáni, 2016):
 - ▶ Az értékesítési lánc teljes átlátása és szervezése
 - ▶ Termelői igények: Bottom-up szemlélet
 - ▶ Helyi adottságok: Felmérések, workshopok (helyszín és időpont)
 - ▶ Többi szereplő: civilek, önkormányzat, stb. **HATÓSÁGOK IS!**
 - ▶ Oktatás, tudásátadás
 - ▶ Promóció
 - ▶ Fogyasztói programok



Szombathely és Bükfürdő termelői piacainak összehasonlítása

Összehasonlítási szempont	Szombathely	Bükfürdő
Helyszín	Városi környezet (közel 80 ezres lakosságszám)	Kiemelt turisztikai desztináció, DE! kisvárosi (falusias) környezet. 2016-ban 3.448 fő lakosságszám.
Nyitva tartás	Csütörtökönként 13.30-17.30-ig, egész évben	Péntekenként 16-20 óráig, tavasztól őszig
Célcsoport	Szinte teljesen magyar vásárlóközönség, visszatérő vevők	Nagy arányban külföldi vásárlók, szállóvendégek - folyamatosan cserélődő vásárlóközönség
Kínálat	Mindennapi fogyasztási cikkek	Különlegességek, ajándékok
Infrastruktúra	Szegényes infrastruktúra, vásárcsarnok fejlesztése a közeljövőben	Modern infrastruktúra, fejlődési perspektívák
Üzemeltetés, fenntartás	Tapasztalt piacszervező, DE! minimális anyagi források az üzemeltetésre Együttműködés a NAK-kal	Kevésbé tapasztalt piacszervező, minimális kezdeti kapcsolat a termelőkkel, DE! kiemelt anyagi források, marketing lehetőségek, arculat kialakítása
Kiegészítő programok	Korlátozott lehetőségek, szegényes programkínálat	Gyakori programok, más programokhoz kapcsolódás lehetősége



Következtetések, tapasztalatok

- ▶ Többféle működtetési mód is sikeres lehet
- ▶ A sok nehézség ellenére elégedett és motivált termelők, viszonylag kiszámítható értékesítési forgalom
- ▶ Nagyüzemi termelési mód alternatívája
- ▶ Alulról jövő kezdeményezés -> hosszú távú működtetés garanciája
- ▶ Élelmiszer önrendelkezés fontossága a jövőben
- ▶ Vásárlói szemléletformálás
- ▶ Fontosak a választások az egyén szintjén



Köszönöm a megtisztelő figyelmet!

Inzsöl Renáta

PhD hallgató, Soproni Egyetem, Széchenyi István Doktori Iskola

Mobil: +36 30 376 9484

E-mail: inzsol.renata.orsolya@phd.uni-sopron.hu