



City Cooperation II. ATHU018 projekt az Interreg V-A Ausztria- Magyarország  
Együttműködési Program keretében

I. MUNKARÉSZ: HELYI PIACOK STRATÉGIA ÉS MARKETINGKONCEPCIÓ KIDOLGOZÁSA

## Helyi piacok stratégia koncepciójának kidolgozása

# KÖRMEND



**Készítette:**

MEDIUS Első Győri Közvélemény-és Piackutató Bt. és EFFIX-Marketing Kft. konzorcium

2019.



## Tartalom

Vezetői összefoglaló .....	4
Zusammenfassung.....	6
Közvetlen értékesítés, helyi termelői piac .....	8
A közösség által támogatott mezőgazdaság .....	8
Közvetlen értékesítés fajtái .....	10
A helyi termelői piac jelentősége .....	12
Vas megye mezőgazdasága .....	14
A körmendi termelői piac stratégiai irányvonalának meghatározása.....	15
Tényezők.....	15
Módszertan .....	16
Primer kutatás .....	18
Mélyinterjúk kiértékelése.....	18
Kérdőíves lakossági megkérdezés .....	24
A kutatás összefoglaló eredményei.....	24
Demográfia .....	24
Lakóhellyel való elégedettség: .....	27
Milyen gyakran szokott járni a helyi piacra? .....	31
Ön mit szokott vásárolni a piacon? .....	32
Összességében mennyire elégedett a helyi piaccal? .....	33
Mennyire elégedett a település helyi piacával az alábbi szempontok szerint? .....	34
Ön mit tart a helyi piac erősségének? .....	43
Ön mit tart a helyi piac gyengeségének? .....	43
Mitől különleges az Önök helyi piaca .....	44
Mit ajánlana távolról érkező ismerőseinek, mit próbáljanak ki a helyi piacon? .....	44
Mennyire fontos szerepet játszik a helyi piac településük gazdasági fejlődésében? .....	45
Honnan értesül a helyi piac híreiről?.....	46
Van-e a helyi piacnak kihasználatlan vonzereje, amelyről Ön szerint kevesen tudnak? .....	46
Mit javasolna, hogy a helyi piac vonzóbb legyen? .....	47
Mi a véleménye egy online piacterről, ahol a helyi piac termékei megvásárolhatók lennének a helyi piac webshopjában is? .....	48
Helyi piaccal kapcsolatos osztrák tapasztalatok.....	50
Stratégiai koncepció .....	55
Célcsoport.....	55



Pozicionálás .....	57
Körmendi helyi termelői piac stratégia .....	58
Személyi feltételek fejlesztése .....	58
Együttműködések .....	62
Szolgáltatások .....	65
Infrastrukturális fejlesztés .....	66
Felhasznált irodalom .....	68
Melléklet.....	70
Interjúvázlat.....	70
Kérdőív.....	73
Interjúk .....	77
1.interjú .....	77
2. interjú .....	83
3. interjú .....	87
4. interjú .....	96
5. interjú .....	103
6. interjú .....	111
7. interjú .....	117
8. interjú .....	122
Kvalitatív kutatás résztvevői.....	129

## ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra: A rövid élelmiszerláncok fő típusai a fogyasztói elköteleződés mértéke szerint.....	9
2. ábra: Kereskedői és helyi termelői piac száma Magyarországon.....	13
3. ábra Vasihegyhát-Rábamente .....	63

## TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. táblázat: Rövid vagy közvetlen ellátási láncok típusai.....	10
2. táblázat: A közvetlen értékesítés társadalmi és gazdasági előnyei.....	11
3. táblázat A földterület művelési ágak szerint Vas megyében .....	14
4. táblázat Szántóföldi növények betakarított területének megoszlása Vas megyében %-ban .....	14
5. táblázat: Mélyinterjúk során megkérdezett termelők száma lakóhely szerint .....	18
6. táblázat Mélyinterjúk alapján készített SWOT-elemzés.....	23
7. táblázat: A lakossági kérdőíves felmérés eredményeinek összefoglalása SWOT-elemzés segítségével .....	49



## Vezetői összefoglaló

A körmendi helyi termelői piac stratégiájának kidolgozására a City Cooperation II. ATHU018 projekt az Interreg V-A Ausztria- Magyarország Együttműködési Program keretén belül került sor.

A helyi termelői piacok jelentősége nagyot nőtt az elmúlt években, számuk 2012-2018 között megduplázódott, 236-ra emelkedett. A háttérben olyan törekvések figyelhetők meg, mint a környezettudatos életmód, az egészséges táplálkozás, a helyi értékek védelme és támogatása, s ennek következtében a meglévő helyi termelői piacok megőrzése és fejlesztése elengedhetetlen.

A kép sokszínű, hiszen a termelők a vásárlók száma, a vásárlók a termelők száma és portékái alapján döntenek a helyi termelői piac megbízhatóságáról és létjogosultságáról, amit a piacok infrastrukturális feltételei és program-, valamint szolgáltatáskínálata tovább árnyalnak.

A helyi termelői piacok stratégiai irányvonalainak kidolgozásakor mindenkinek figyelmet kell szentelni. A kisléptékű, konyhakerti mezőgazdasági termelés háttérbe szorulása, az emberek életvitelének változása mind ezen piacok létjogosultságát támasztják alá.

A kvalitatív és kvantitatív módszerek, azaz termelői mélyinterjúk (7 db) és személyesen, kérdezőbiztosok útján folytatott kérdőíves fogyasztói megkérdezés (34 db) tapasztalatai, a termelők és vásárlók által megfogalmazott válaszokból készített SWOT elemzések, illetve a hazai és nemzetközi tapasztalatok, tanulmányozott jó gyakorlatok figyelembe vételével fogalmaztuk meg stratégiai javaslatainkat.

A körmendi piac évszázados múltja tekint vissza, a szokásos hétfői piacnap mellett, a szombati napon is egyre többen látogatnak ki, ami azonban az elérhető célcsoportokhoz képest nem elegendő. A helyi és környékbeli lakosokon túl, külön figyelmet kell fordítani főként a kosárlabda révén ideérkező sportolók megnyerésére és a szállodai szolgáltatásokat több napot át igénybe vevő turisták elérésére. Ha a vásárlói oldal biztosított, akkor a megfelelő termelői oldalt is garantálni szükséges. A korábban megjelenő termelők közül csak 8-10 maradt, akik állandó jelleggel árusítanak a körmendi piacon, heti egyszer biztosan, de inkább mindkét piacnapon. A termelők vegyszer- és tartósítószermentes, saját maguk által is fogyasztott termékeket visznek a piacra, eltérően attól, hogy oda termelték, vagy csak a saját fogyasztáson felül termelt, készült. A termékpaletta széles, a standok mögött álló, portékájukat áruló termelők maguk jelentik a minőségi garanciát és a bizalmon alapuló személyes kapcsolatokat. Ily módon a piac közösségformáló szerepét a mélyinterjúk során megkérdezett hét termelő is megerősítette, ahogy a körmendi piac jó hangulatát, baráti légkörét is kiemelték. A piacfelügyelő hozzáállása szintén nem akadály, mégis kiöregedni látszik a körmendi piaci árusok köre.

A stratégia egyik központi elemeként ezáltal azon módszerek kerültek megfogalmazásra, amik az utánpótlást elősegíthetik, úgy mint mentori programok termelői csoportok szerinti bontásban,



European Union



közösségi kertek vagy a vasvári helyi termelői piaccal való együttműködés és az ennek keretében kialakított közös védjegy, ami a „Hegyháti Érték” nevet is kaphatná. A két helyi termelői piac együttműködésének gondolata jellegük hasonlóságából, a piacnapok eltéréséből és földrajzi közelségéből adódott, amit a helyi TDM szervezet elnökével folytatott megbeszélés tovább erősített. Ez részben már kapcsolódik a kommunikációhoz, ahogy a vendéglátó- és szálláshelyekkel kapcsolatos azon stratégiai elem is, ami a helyi termékek adott kereskedelmi vendéglátó- és szálláshelyeken való használatát, népszerűsítését is magában foglalja.

A termelők forgalmát továbbá a dobozrendszer segítségével is lehetne ösztönözni, ahogy az „utódok kinevelését” is segíthetik az óvodások és iskolások számára szervezett piaclátogatások, illetve a termékekkel, a termelőkkel és az előállítással kapcsolatos ismeretek nyújtása, akár személyes elbeszélgetések vagy előadások révén is.

A programkínálat bővítése és egy állandó, programmal megtöltött időszak kijelölése, ahogy a megfelelő piacvezetés és az áruk helyi és eredeti jellegének ellenőrzése szintén a piac hírnevének öregbítését szolgálhatják.

S habár az infrastrukturális feltételek javultak, ezen a téren is további intézkedések szükségesek. Egy zárt vásártér kialakítása nemcsak a meglévő feltételek korszerűsítésének, de további lehetőségek beiktatásának is teret enged. A piacon belül lehetőség adódik egy olyan sarok kialakítására, ahol a vásárlók leülhetnek, beszélgethetnek egymással, a termelőkkel, s a slow-living életforma jegyében adhatják át magukat a piac különleges, baráti hangulatának. Így megtapasztalhatják, hogy az igazi a helyi, az érték a hegyháti.



## Zusammenfassung

Die Entwicklung der Strategie für den lokalen Produzentenmarkt in Körmending fand im Rahmen des City Cooperation II. ATHU018 Projektes des Kooperationsprogramms Interreg V-A Österreich-Ungarn statt. Die Bedeutung der lokalen Erzeugermärkte hat in den letzten Jahren erheblich zugenommen und sich zwischen 2012 und 2018 auf 236 verdoppelt. Im Hintergrund stehen Bestrebungen wie ein umweltbewusster Lebensstil, gesunde Ernährung, der Schutz und die Förderung lokaler Werte und folglich der Erhalt und die Entwicklung bestehender lokaler Erzeugermärkte.

Das Bild ist vielfältig, da die Hersteller bewerten die Zuverlässigkeit und Legitimität des lokalen Erzeugermarktes aufgrund der Anzahl der Kunden, und die Kunden aufgrund der Anzahl der Hersteller und ihrer Produkte, was durch die Infrastrukturbedingungen der Märkte und das Angebot an Programmen und Dienstleistungen weiter verfeinert wird.

Bei der Entwicklung der strategischen Ausrichtung der lokalen Erzeugermärkte müssen alle diese Faktoren berücksichtigt werden.

Der Rückgang der Produktion von kleinen Gemüsegärten und der veränderte Lebensstil der Menschen unterstreichen die Bedeutung dieser Märkte.

Wir haben unsere strategischen Vorschläge aufgrund der Erfahrungen von qualitativen und quantitativen Methoden, d.h. eingehenden Tiefinterviews (7) und persönlichen Interviews mit Verbraucherinterviewern (34), SWOT-Analysen von Produzenten- und Kundenreaktionen sowie durch die untersuchte nationale und internationale Best Practices formuliert.

Der Markt in Körmending blickt auf eine jahrhundertealte Geschichte zurück. Neben dem üblichen Montagsmarkt besuchen immer mehr Besucher den Markt am Samstag, was aber im Vergleich zu den zu erreichenden Zielgruppen nicht ausreicht. Über die lokalen Einwohner und die der benachbarten Ortschaften hinaus muss besonderes Augenmerk darauf gelegt werden, Sportler, die wegen Basketball hierherkommen, anzulocken und Touristen zu erreichen, die mehrere Tage die Hoteldienstleistungen in Anspruch nehmen.

Ist die Käuferseite gesichert, muss auch die richtige Herstellerseite gewährleistet sein. Von den früher erscheinenden Herstellern sind nur noch 8 bis 10 übriggeblieben, die regelmäßig in Körmending auf dem Markt verkaufen, mindestens einmal pro Woche, aber eher an beiden Markttagen. Die Hersteller bringen Produkte auf den Markt, die sie ohne Chemikalien und Konservierungsmittel produzieren und selbst verbrauchen, unabhängig davon, ob sie sie für den Markt oder nur für den Eigenverbrauch hergestellt haben. Die Produktpalette ist breit, die hinter den Ständen stehenden Verkäufer sind selbst die Garantie für Qualität und sichern persönliche Beziehungen, die auf Vertrauen beruhen. Auf diese Weise wurde die gemeinschaftsbildende Rolle des Marktes von den sieben in den Tiefeninterviews



befragten Produzenten bestätigt, sowie die gute Stimmung und die freundliche Atmosphäre des Körmender Marktes hervorgehoben. Die Haltung des Marktaufsichtsbeamten ist ebenfalls kein Hindernis, aber der Kreis der Marktverkäufer in Körmend scheint veraltet zu sein.

Als zentrales Element der Strategie wurden deshalb Methoden formuliert, die den Nachwuchs fördern, wie zum Beispiel Mentoring-Programme nach Erzeugergemeinschaften, Gemeinschaftsgärten oder die Zusammenarbeit mit dem lokalen Erzeugermarkt in Vasvár und die Einführung der gemeinsamen Marke "Hegyháti Érték" (Hegyhát Gut). Die Idee der Zusammenarbeit zwischen den beiden lokalen Erzeugermärkten ergab sich aus der Ähnlichkeit ihrer Natur, dem Unterschied in den Markttagen und ihrer geografischen Nähe, die durch Gespräche mit dem Präsidenten der lokalen TDM-Organisation weiter gestärkt wurde.

Dies hängt zum Teil bereits mit der Kommunikation zusammen, ebenso wie das strategische Element der Hotellerie und Gastronomie, das auch die Verwendung und Förderung lokaler Produkte in bestimmten kommerziellen Gastgewerbebetrieben umfasst.

Ein Kistensystem könnte den Verkauf der Landwirte, Marktbesuche für Kindergarten- und Schulkinder, die Übergabe von Produkt-, Erzeuger- und Produktionskenntnisse, sei es durch persönliche Interviews oder Vorträge, die Erziehung des Nachwuchses fördern.

Die Ausweitung des Angebots an Programmen und die Einrichtung einer dauerhaften Programmperiode sowie eine ordnungsgemäße Marktverwaltung und Kontrolle der lokalen und ursprünglichen Beschaffenheit der Waren können ebenfalls zur Stärkung des Ansehens des Marktes beitragen.

Obwohl sich die Infrastrukturbedingungen verbessert haben, sind in diesem Bereich weitere Anstrengungen erforderlich. Die Schaffung eines geschlossenen Marktplatzes ermöglicht nicht nur die Modernisierung bestehender Bedingungen, sondern auch die Einführung zusätzlicher Möglichkeiten. Innerhalb des Marktes besteht die Möglichkeit, eine Ecke einzurichten, in der sich Kunden setzen, miteinander und mit den Erzeugern sprechen und der besonderen, freundlichen Atmosphäre des Marktes in einem langsamen Lebensstil nachgeben können. Auf diese Weise können Sie erleben, was echte lokale Produkte sind, was echtes Hegyhát Gut ist.



## Közvetlen értékesítés, helyi termelői piac

A helyi termelői piacok szerepe felértékelődik egyrészt a vidékfejlesztésben, másrészt a gazdaságfejlesztésben, harmadrészt a fenntarthatósági törekvésekben és az egészséges, tudatos életmódban betöltött szerepük miatt. A helyi termelői piacok lehetőséget teremtenek a helyi termelők által előállított, de el nem fogyasztott termékek értékesítésére, így a helyi jellegzetességek lakossággal és turistákkal történő megismertetésére is. Így nemcsak a termelő tudja értékesíteni a termékeit, de a fogyasztó is biztos lehet abban, hogy egészséges, minőségi terméket vásárol, hiszen a piacon kialakult kapcsolatok egyik alapja – mind termelői, mind fogyasztói oldalról alátámasztottan- a bizalom, s az így kialakult rövid ellátási láncok környezetkímélőek, energia- és időtakarékosak is.

## A közösség által támogatott mezőgazdaság

A közösség által támogatott mezőgazdaság (Customer Supported Agriculture) Nyugat-Európában és Észak-Amerikában már egyre jelentősebb szereppel bírnak a helyi élelmiszerrendszerek területén. Megélhetést és az előre tervezés előnyeit kínálják a kisgazdaságoknak, családi gazdaságoknak. A vevő és termelő között kialakuló, személyes kapcsolaton alapuló bizalmi viszony a szemléletformálásban is kardinális szerepet tölt be. A fenntarthatóság, környezettudatosság és az ökológiai szemlélet érvényesül a rövid élelmiszerláncokon és a termelői-fogyasztói közösségek létrehozásán keresztül. Az ökológiai gazdálkodás a vegyszermentes, egészséges élelmiszer előállítására, illetve a mezőgazdasági termelés környezeti terhelésének minimalizálására helyezi a hangsúlyt (Bougherara et. al, 2009).

A közösség által támogatott mezőgazdaság célja a kisléptékű mezőgazdasági termelés és a helyi termékeket támogató fogyasztás fellendítése, szemben a társadalmi egyenlőtlenségeket és így feszültségeket is generáló, a megnövekedett szállítási távolságok és az intenzív gazdálkodás miatt fokozott környezeti terhelést jelentő globális élelmiszerláncokkal szemben. Másik oldalról közelítve a problémát, sokszor a kinézet a domináns, nem a beltartalom, hiszen hosszú utat tesz meg az élelmiszer, mire a fogyasztóig elér, aminek következtében a gazdálkodó haszna is jelentősen csökken és sokszor a termesztés, termelés eredményessége megkérdőjeleződik.

A helyi termékek fogyasztásának és ezáltal a helyi gazdálkodók támogatásának fő ösztönzői az előbb említettek kiküszöbölése lehet.

A kérdés, hogy az előnyök hangsúlyozásán túl, miként nyerhető meg ennek a szemléletnek a hazai társadalom, akár a fogyasztói, akár a termelői oldalt tekintve? Hogy őrizhető meg a globalizáció áldozatának tekinthető helyi jellegzetességek?



A rövid élelmiszerláncok megoldást nyújtanak a fenti problémákra csökkentve a termelő és fogyasztó közti fizikai távolságot és a személyes, bizalmi kapcsolat révén garantálva a sokszor ökológiai módszerrel előállított termékeket, az azokhoz való kényelmes hozzájutást és a minőséget.

A rövid élelmiszerláncok fogyasztói elköteleződés mértéke szerinti típusait a 1. ábra mutatja:



1. ábra: A rövid élelmiszerláncok fő típusai a fogyasztói elköteleződés mértéke szerint

Forrás: ÖMKi (2013), p. 5

A helyi élelmiszerrendszer lényege, hogy a termelés kockázatát a termelő és a fogyasztó közösen viselik és mindkettőjük számára hosszútávú elköteleződést jelent ez a tulajdonképpeni együttműködés. A termelő előnye a folyamatos, előre tervezhető kereslet, míg a fogyasztóé a jó minőségű termék.

A részarányos gazdálkodás vagy zöldségközösség, ami a legszorosabb elköteleződést jelenti lényege, hogy a fogyasztó előre fizeti az éves termés egy részét, amit a gazdálkodó év elején megbecsül (termelés, költségek és jövedelem figyelembevételével). A költségeket a tagok között arányosan felosztja, amiért a vevő rendszeresen megkapja az éppen aktuális termés egy részét. Ez közös kockázatvállalást jelent és a legtöbb esetben a termelőknek nincs szüksége más értékesítési mód alkalmazására.

Az állandó vásárlók rendszere vagy dobozrendszer esetén is állandó szövetséget hoznak létre a gazdálkodók és a vásárlók, de a kapcsolat lazább, nincs előfizetés, sem hosszú távú elköteleződés. Megállapodnak az egy vagy többféle árut tartalmazó doboz árában, nagyságában és a vásárlás gyakoriságában. Bár nem kötelező, de általában állandó a kapcsolat, így a termelő tud előre tervezni



és a fogyasztók is a dobozrendszernek megfelelően alakítják vásárlásaikat. A személyes, közvetítő nélküli kapcsolat ebben a rendszerben is fontos.

A vásárlói közösségek tagjai szabályos időközönként adják le a rendeléseiket, a kiszállítást és az átvételt pedig egy adott napra tervezik. A szállítást háztól-házig vagy egy állandó átvevőpontig oldják meg és a fogyasztók egy kisebb szállítási és elosztórendszert működtetnek a kistermelői, helyben vagy regionálisan előállított termékek számára. A termékek változatosak, az áruválaszték széles, friss és tartós élelmiszert is tartalmaz, több termelő termékei is megjelennek. A vásárlói közösségek itthon jellemzően civil alapon működő, nem profitorientált szerveződések, pl. Szatyor Egyesület.

### Közvetlen értékesítés fajtái

Értékesítés szempontból a termelői piacokat a közvetlen értékesítés csoportba soroljuk, mely azt jelenti, hogy a termelő közvetlenül, személyesen a végső fogyasztónak értékesíti azokat a termékeket, melyeket a termelő saját maga megtermelt és feldolgozott. Ez azt jelenti, hogy a termelő és a végső fogyasztó, vásárló közé nem ékelődik be más közvetítő, valamint a viszonteladók nem értékesíthetik termékeiket a termelői piacon.

**1. táblázat: Rövid vagy közvetlen ellátási láncok típusai**

Közvetlen, helyben történő értékesítés	Közösség marketing alapú, lokális értékesítés	Kiterjesztett ellátási lánc, globális értékesítés
<ul style="list-style-type: none"><li>• termelői piac</li><li>• út menti értékesítés</li><li>• gazdaudvari értékesítés</li><li>• szedd magad</li><li>• vendégasztal</li><li>• házhozszállítás</li><li>• webáruház</li><li>• dobozrendszer</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• termelői szövetkezeti boltok</li><li>• fogyasztói szövetkezeti boltok</li><li>• közösség által támogatott mezőgazdaság</li><li>• értékesítés helyi vendéglátóknak</li><li>• beszállítás helyi közétkeztetésbe</li><li>• értékesítés helyi termék bolton keresztül</li><li>• regionális termékek</li><li>• tematikus utak, termék utak, kamratúrák</li><li>• fesztiválok</li><li>• kivándoroltaknak történő értékesítés</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• védett eredet, specializáció</li><li>• minőségbiztosítási rendszerek</li><li>• tanúsítványok, védjegyek</li></ul>

Forrás: Renting et. al., 2003.



A közvetlen értékesítés előnyei társadalmi és gazdasági szempontból is meghatározható, amit a 2. táblázat foglal össze.

## 2. táblázat: A közvetlen értékesítés társadalmi és gazdasági előnyei

Társadalmi szempontból	Gazdasági szempontból
<ul style="list-style-type: none"><li>• Bizalom alapú személyes kapcsolat</li><li>• A piac, mint közösségi tér jelenik meg, ahol beszélget egymással az eladó és a vevő, tapasztalatot cserélnek, vagy praktikákat osztanak meg egymással</li><li>• Fogyasztói igényekhez igazodó termékkínálat</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Áralakítás viszonylagos szabadsága, azonnali bevételi lehetőség</li><li>• Magasabb áron történő értékesítés a minőség személyes garanciája miatt</li><li>• A helyi termelésbe a család, mint munkaerő bevonható, így ez és a saját területen való gazdálkodás csökkentheti a költségeket</li></ul>

Forrás: Juhasz (2012) alapján saját szerkesztés

Célszerű megkülönböztetni egymástól a hagyományos-, a helyi termelői- és a biopiac meghatározásokat (Benedek, Zs. et.al., 2014):

- **hagyományos piac:** a termelőknek őstermelői igazolvánnyal kell rendelkezniük. A piacon kereskedők, viszonteladók jelennek meg a termékekkel.
- **helyi termelői piac:** fogalmát a 2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről határozza meg, mely „olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében működő gazdaságából származó mezőgazdasági-, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti”. A helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszerbiztonsági feltételeiről szóló 51/2012. (VI. 8.) VM rendelet és A vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól szóló 59/1999. (XI. 26.) EüM rendelet is meghatározza a helyi termelői piacok működését.
- **biopiac:** olyan termékek értékesíthetők, melyeket a tanúsító szervezet a helyszíni szemle során ökológiai gazdálkodásra utaló jelöléssel lát el (HU-ÖKO-01, a Biokontroll Hungária Nonprofit Kft. által végzett tanúsítás, HU-ÖKO-02, a Hungária Öko Garancia Kft. által végzett tanúsítás) (Öko EK rendelet 23. cikk (1) pontja, 889/2008/EK rendelet 62. és 66. cikke)



## A helyi termelői piac jelentősége

A helyi termelői piacok nagy számban való megjelenésének és sikeres működésének okai több szempontból is megközelíthető (Csíkné Mácsai, É. 2014):

- Az élelmiszervásárlásban növekszik az igény arra, hogy biztonságos termékeket vásároljanak a fogyasztók, vagyis az embereket érdekli, hogy a termék honnan származik. A helyi termelői piacon vásárolt termékek, melyeket kisleptékű termelők értékesítenek, garanciát nyújt arra, hogy a termék friss, ízletesebb, természetesebb, mint a globális élelmiszer-láncokban megvásárolt termékek. A fogyasztókban a helyi termelői piacon vásárolt termékekkel kapcsolatban pozitív imázs alakult ki.
- A tudatos vásárlók pedig a vásárlásaik során egyre inkább előtérbe helyezik a termelők által megtermelt és feldolgozott termékeket. A globális láncokkal kapcsolatos élelmiszerbotrányok is kedveznek a helyi a termelői piacon értékesített termékek népszerűségének, mivel ezek a termékek egészséges fejlődésen mennek keresztül.
- A vásárlók döntő többsége tisztában van azzal, hogy például a globális élelmiszerláncban vásárolt eper, több száz-ezer kilométert tett meg, míg eljutott Magyarországra illetve több napon át azért nem penészesedik meg, mert különböző vegyszerrel kezelték. Ezzel szemben a helyi termelői piacon vásárolható eper, aznap került leszedésre a termelő kiskertjében, nem kezelték vegyszerekkel, friss, zamatos, ízletes azonban sokkal gyorsabban romlik.

A helyi termelői piacokra, mint minden közvetlen értékesítési csatornatípusra jellemző a termelő és a vásárló személyes találkozása, a személyes kapcsolat, mely lehetővé teszi, hogy pontos, hiteles információt kapjanak a vásárlók a termékek előállításával, feldolgozásával kapcsolatban. A helyi termelői piacon lehetőség van arra is, hogy olyan termékeket vásároljon a fogyasztó, melyek egyáltalán nem érhetők el a globális élelmiszerüzletekben, hiszen hagyományos, táj jellegű termékek, ízek is megjelennek.

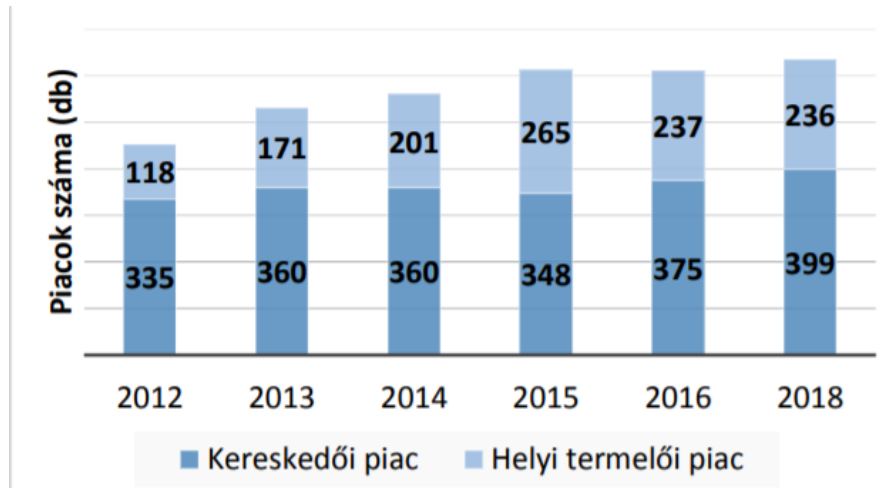
A tudatos vásárlás ténye olyan szempontból is megjelenik a helyi termelői piacon vásárlóknál, hogy ha helyi termelőtől vásárol, akkor erősíti a helyi gazdaságot, támogatja a helyi mezőgazdaságot.

A környezetszennyezés, környezetterhelés is megjelenik a helyi termelői piac választásánál, hiszen a fogyasztók tudatában vannak annak, hogy a hosszú áruszállítás jelentős csökkentésével védik a környezetet.

A fogyasztók hajlandók magasabb árat fizetni a helyi termelői piacon vásárolt termékekért, hiszen tudják, hogy megbízható helyről származik, egészséges, vegyszerektől mentes és friss terméket kapnak a termelőktől.

Spiller et al. (2007) megfogalmazása alapján a helyi termelői piac a kis gazdaságok (kisléptékű terméket előállítók) sikeres stratégiája, ahol hangsúlyos a minőségorientált élelmiszerkultúra.

Magyarországon 2018-ban a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara nyilvántartása alapján 236 darab termelői piacot regisztráltak szemben a 2012-ben regisztrált 118 darabbal (Bertalan, L. et. al., 2019).



**2. ábra: Kereskedői és helyi termelői piac száma Magyarországon**

Forrás: [www.aki.gov.hu](http://www.aki.gov.hu)

A 2. ábrából látható a termelői piacok szerepének növekedése, ami természetesen az ország egyes területein eltérő nagyságrendekben jelentkezik, de szerepük felerősödése vitathatatlan.

A feladat a termelői piacok által biztosított rövid ellátási láncok elterjesztése, a meglévők fenntartása és fejlesztése.



## Vas megye mezőgazdasága

A Központi Statisztikai Hivatal Vas megye számokban 2014-es kiadása alapján van lehetőségünk bemutatni a megye mezőgazdaságát. Jelenleg kimondottan megyei bontásban nem található ennél frissebb statisztikai adatsor.

### 3. táblázat A földterület művelési ágak szerint Vas megyében

Művelési ág	2000	2014	2000=100%
Szántó	154 790	146 280	94,5
Konyhakert	2 552	2 828	110,8
Gyümölcsös	2 534	1 847	72,9
Szőlő	1 297	994	76,6
gyep	22 157	13 113	59,2
<b>Mezőgazdasági terület</b>	<b>183 330</b>	<b>165 062</b>	<b>90,0</b>
Erdő	91 422	94 148	103,0
Nádas	322	348	108,1
Halastó	5	53	10-szeres
<b>Termőterület</b>	<b>275 079</b>	<b>259 611</b>	<b>94,4</b>
Művelés alól kivett terület	53 344	66 210	124,1
<b>Összesen</b>	<b>328 423</b>	<b>325 821</b>	<b>99,2</b>

Forrás: KSH, 2015.

Vas megyében a termőterület 63,5%-a mezőgazdasági terület, melyből a konyhakert csupán 1,71% volt 2014-ben, viszont nagyságát tekintve 2000 és 2014 között növekedés figyelhető meg. A szántóterületek, gyümölcsös és szőlőterületek nagysága viszonyt jelentősen csökkent.

### 4. táblázat Szántóföldi növények betakarított területének megoszlása Vas megyében %-ban

	Kalászosok	Kukorica	Olajos magvak	Egyéb ipari növények	Takarmány-növények	Zöldségfélék és egyéb növények
<b>2006-2010. évek átlaga</b>	45,0	23,0	17,3	2,8	9,1	2,8
<b>2014</b>	47,2	18,5	18,6	3,2	9,2	3,4

Forrás: KSH, 2016.

A 4. táblázat alapján megállapítható, hogy 2014-ben nagy mértékben növekedett a betakarított területek aránya a kalászosoknál, olajos magvaknál, egyéb ipari növényeknél, a zöldségféléknél és egyéb növényeknél Vas megyében. Csökkenés egyedül a kukoricánál figyelhető meg.

A zöldségfélék vetési területének növekedése alapvetően pozitív a helyi termelői piacok szempontjából.



A gyümölcsültetvények összeírása, 2017 című dokumentum alapján Vas megyében a fiatal, 40 év alatti gazdálkodók aránya 16,9% volt, a 21%-os országos átlaghoz képest. Az idős, 65 év feletti gazdálkodó aránya Vas megyében 25,3% volt. Ez az arány felhívja a figyelmet arra, hogy a mezőgazdaságban dolgozó réteg Vas megyei szinten is öregedést mutat, ami alátámasztja a fiatalok mezőgazdasági termelésbe történő bevonását. A legkisebb biogazdálkodásba bevont gyümölcssterület az országban 8 megyére jellemző, Vas megyében ez az arány 6,1% volt.

## A körmendi termelői piac stratégiai irányvonalának meghatározása

A körmendi helyi termelői piac esetén a stratégiai irányvonal kidolgozásához az emberi és nem emberi tényezők figyelembe vételére egyaránt szükség van. Az első kérdés, hogy mi jellemzi jelenleg a piacot, mely komponensek erősek, melyek gyengék, illetve milyen hangsúllyal érdemes ezeket figyelembe venni a jövőre vonatkozó koncepció kidolgozásában. A termelői tapasztalatok, a helyi adottságok, a fogyasztói szokások és preferenciarendszer egyaránt befolyásolja a hosszú távú stratégia kidolgozását, amelyre a belső tényezőkön kívül, a külső környezet változása is hatást gyakorol.

### Tényezők

A körmendi termelői piac hatékony stratégiai irányvonalának kidolgozásához tehát szükséges:

- a helyi termelők és értékrendjük, valamint az utánpótlásuk ismerete,
- a fogyasztói csoportok és értékrendjük ismerete,
- a lehetséges célcsoport(ok) definiálása,
- a piac pozícionálása, egyedisége mibenlétének meghatározása,
- az infrastrukturális feltételek biztosítása, a szükséges változtatások elindítása, pénzügyi források felkutatása,
- a helyi termelői piac tervezéséhez, szervezéséhez és vezetéséhez szükséges készségek és képességek definiálása és a megfelelő szakemberek alkalmazása,
- az előzőhöz kapcsolódóan ha igény van rá, akkor egy képzés elindítása, valamint
- a helyi termelői piacon értékesített termékekben megtestesített értékek hatékony kommunikálása.



## Módszertan

Kvalitatív és kvantitatív kutatási módszereket alkalmaztunk annak érdekében, hogy megismerjük a körmendi helyi termelői piac erősségeit, lehetőségeit, gyengeségeit és veszélyeit a helyi termelők illetve a lakosság szemszögéből.

A **helyi termelőkkel személyes mélyinterjú (kvalitatív) megkérdezést** folytattunk. A mélyinterjú megkérdezést azért tartjuk megfelelő kutatási módszernek a témakör szempontjából, mert így lehetséges megismerni részletekbe menően a helyi termelők tapasztalatait, a helyi termelői piac működésével kapcsolatban, valamint ezeket a tapasztalatokat saját szavakkal mondhatja el, közvetítheti a vizsgálat során a termelő. A helyi termelők számára készült mélyinterjú fogatókönyvben négy fő témakörbe csoportosítottuk a kérdéseket. A helyi termelő bemutatkozását (milyen termékekkel foglalkozik, mióta, milyen vállalkozási formában, milyen értékesítési technikát folytat) követően felmértük, hogy melyek a piac választásával kapcsolatos legfontosabb és leginkább befolyásoló szempontok. A szempontok között rákérdeztünk az infrastrukturális körülményekre, megközelíthetőségre, helypénz fizetésre, lakosság életszínvonalára, piac méretére, kommunikációs lehetőségre is. A körmendi helyi piaccal kapcsolatban az előbbi szempontokon kívül megkérdeztük a helyi termelőket, hogy ők mennyire vannak megelégedve a piac működésével, milyen erősségeket, gyengeségeket, különlegességeket tudnának kiemelni, megnevezni. A körmendi helyi termelői piac fejlesztésével kapcsolatban is tettünk fel kérdéseket, hogy a helyi termelők miben látnak lehetőséget valamint hajlandók lennének-e csatlakozni egy virtuális piactérhez. Végül a helyi piac marketingkommunikációs tevékenységének fejlesztésével kapcsolatban kértük ki a véleményüket.

A kutatási mintában szereplő helyi termelőket az alapján választottuk ki, hogy megfeleljenek a törvényi előírásnak, vagyis Körmenről illetve a piac 40 km-es vonzáskörzetéből érkezzenek a piacra.

A **lakosság körében kérdőíves megkérdezést (kvantitatív)** alkalmazunk. A kérdőív kiter a lakosság helyi piacon történő vásárlásának gyakoriságára, a vásárolt termékek körére. Felmértük, hogy mennyire elégedettek a helyi termelői piac infrastrukturális körülményeivel, parkolási lehetőséggel, helyi termelők számával, a termékkínálattal melyet ötfokozatú Likert-skálán kellett értékelniük. Nyitott kérdés formájában kérdeztük meg a lakosságot, hogy véleményük szerint milyen erőssége, gyengesége, különlegessége van a körmendi helyi termelői piacnak. Zárt kérdést alkalmaztunk annak megismerésére, hogy milyen kommunikációs csatornákon keresztül értesül a fogyasztó a helyi termelői piac híreiről, miben lát fejlesztési lehetőséget, valamint szükségesnek tartana-e egy online piactér kialakítását a helyi termelői piac termékeivel kapcsolatosan. A kérdőív tartalmazza a válaszadók demográfiai adatait.





A fogyasztókat személyesen kérdeztük meg kérdezőbiztosok segítségével. A kérdőív kérdéseit a kérdezőbiztosok tették fel a megkérdezetteknek. A mintába kerülő személyek véletlen mintavételi eljárással lettek kiválasztva és a kérdőív elején lévő szűrőkérdés alapján csak azon válaszadók véleménye került az elemzésbe, akik járnak a körmendi helyi termelői piacra vásárolni. A kérdőívek kitöltésénél figyelembe vettük Körmend lakosságának életkor szerinti megoszlását, ezért az 50 év feletti férfiak és nők nagyobb arányban kerültek a mintába.



## Primer kutatás

A primer kutatás két részből tevődött össze, egyrészt hét helyi termelővel készített mélyinterjúból, másrészt fogyasztói kérdőíves megkérdezésből. Ezek kiértékelését és a kapott eredmények összefoglalását tartalmazza a 4. fejezet.

## Mélyinterjúk kiértékelése

A körmendi piacon jelen lévő helyi termelők lakóhelye alapján a mintába a következők szerepelnek (5. táblázat).

### 5. táblázat: Mélyinterjúk során megkérdezett termelők száma lakóhely szerint

Helyszín	Helyi termelő
Körmend	6 fő
Nagyrákos	1 fő
Egyházaskróda	1 fő

A körmendi piac a város múltjának szerves része. A régi hagyományt követve piacnapként megmaradt a hétfő, ami mellé a szombati napot is bevezették. Ennek létjogosultságát támasztja alá a mélyinterjúk azon megállapítás, ami szerint szombaton sokszor nagyobb a kereslet a piac szolgáltatásai iránt, mint a hétfői napon. Jó lehetőség azonban ez a két piacnak azoknak, akik nemcsak egy, hanem több piacon vannak jelen termékeikkel, így elkerülhető az átfedés, s a kézműves, pl. péksüteményekkel lehetőség nyílik a szombati nap után a hétfőre készülni (nagyrákosai kézműves termékeket előállító hölgygel folytatott interjú tanúsága, akinek a tervei között szerepel a szombati őriszentpéteri piac mellett, a hétfői körmendi piacon is árulni a közeljövőben). A körmendi termelői piac szomszédságában üzemel a városi piac, illetve szombatonként bolhapiac is helyet kap, ami 6:00-kor kezdődik. A piac nyitvatartása piacnapokon 7:00-12:00.

A körmendi piacon jelenlevő helyi termelők közül nyolc fővel készült mélyinterjúk alapján, a megkérdezettek zöldségekkel ( pl. paprika, paradicsom, burgonya), gyümölcsökkel, palántával, hagyományos módon készült szörpökkel és lekvárokkal, családi recept szerint készült, majd újdonságokkal tarkított savanyúságokkal, tojással, gombával (nem erdei); tökmagolajjal, tejtermékekkel, mint vaj, sajt, túró, joghurt, tejföl, orda és ordadeszertek; virágokkal, virágpalántával, dísznövényekkel és koszorúval jelennek meg a piacokon, általában hetente kétszer. Vannak szezonálisan megjelenő helyi termelők, akik a friss zöldségeket és gyümölcsöket akkor tudják csak árulni, amikor annak „szezonja” van. Érik, szedik és viszik. A megkérdezettek többsége körmendi lakos, aki vagy a háznál lévő telken, vagy városon kívüli területen gazdálkodik. Az elmondottakból az is



kiderül, hogy átlagosan 10-15 helyi termelő van jelen a piacon, közöttük négy hentessel és két mézessel. Van gyümölcsfa is tavasszal. Jönnek a környékről, pl. Mesterházáról, Szombathelyről is, de sajnos alföldi termékkel jelenlevő kereskedők is a piac közelében árusítanak. Amire a jövőben törekedni kell, az a termelők és kereskedők szétválasztása, hiszen pont a saját termeléssel tűnik ki a piac, amit a kereskedők kínálata megítélésében is ronthat.

A megkérdezettek között vannak, akik a körmendi piac mellett az őriszentpéteri, a kőszegi, a celldömölki, a szombathelyi és a zalaegerszegi piacokon is árulják termékeiket, illetve a legtöbben háztól is árulnak, néhányan pedig ha nem is házhoz, de megbeszélte központi helyekre szállítanak ki rendelésre.

Többségében őstermelők, akik vagy egyedül, vagy segítő családtag bevonásával folytatják ezt a tevékenységet, eltérően akár húsz, de minimum 2 éve.

Kiemelt hangsúlyt kapott minden esetben a magas minőségre való törekvés, annak hangsúlyozása, hogy eladni csak olyan termékeket, terményeket visznek, amit adott esetben maguk és a családjuk is szívesen elfogyaszt, s ez, mint kulcselem jelenik meg a helyi termelői piacok tekintetében. „Arra törekszem, hogy csak a jó minőségű árut vigyem oda...Büszke vagyok arra, hogy olyan árut tehetek oda akár az Ön asztalára, amit szívesen elfogyaszt és én is elfogyasztok.” –nyilatkozta egyikük. A megszokott termelőket várják a vásárlók is, így a kölcsönös tisztelet miatt, ha tudnak mennek, hiszen ez egy bizalmon alapuló viszony.

A városra vonatkozóan a megkérdezettek egy részének olyan pozitív asszociációk jutottak eszébe, mint egy olyan város, ahova jó menni vagy ahol jó élni, vagy a család, a szép lányok, a Batthyány kastély, a szép főtér, a Rába, s emiatt a fürdés és nyaralás, de akadt olyan is, aki nem szívesen megy oda, mert a leépülést látja, a kihaltságot.

A helyi termelői piaccal kapcsolatban a hasonlóan megoszlának a vélemények. Az árusok és az áruk tiszteletnek és elismertségnek örvendenek, a piac pedig olyan helynek számít, ahol az ember megtalálhatja azt, amit keres. Természetesen az adott napi kereslet befolyásolja a megítélést, ahogy negatívumként merült fel a szelessége, egy gazdálkodónál az asztalért fizetett összeg nagysága, illetve a kevés hely, minek folytán a virágárusok többnyire kiszorulnak a piacról.



## **A piacválasztási szempontok, a körmendi piac jellemzése**

A kitelepülési díj nem döntő szempont a piacválasztás során a termelők többségénél. A lakosság életszínvonala igen, s Körmenten ez megfelelő; illetve a jelenlévő termelők a baráti kapcsolatok és a tapasztalatok megvitatása okán kerültek említésre és kiemelésre. Azt is vonzó tényezőnek értékelik, ha sok termelő van a piacon, mert az több vásárlót vonz. A közbiztonsággal teljes mértékben elégedettek Körmenten a helyi termelők, míg az infrastrukturális feltételekkel részben. Bár fedett a hely, de huzatos és a tető szigetletlensége némi kényelmetlenséget jelent. Víz és villany rendelkezésre áll, de a mosdó átépítésre, felújításra szorul.

Megközelíhetősége jó, de sajnos a parkolási lehetőségek szűkek, mivel a parkolót elfoglalják az árusok - akik kiszorulnak a piacról-, illetve a szemközti – saját parkolóval nem rendelkező ház – lakói, s így nincs hely megállni.

A termelők véleményét az asztalok elhelyezésével kapcsolatban, új intézkedések bevezetésekor, termelőknek szervezett fórumokon lehetne kikérni, vagy ugyanott panaszait meghallgatni.

A termelőket odavonzani összetett feladat. Nem elég, hogy van piac, kell termelő is, őstermelő és olyan termékkel kell előállnia, ami iránt kereslet mutatkozik.

Összességében a termelők elégedettek a piaccal, ahogy a vevők is, hiszen a jó hangulat visszavonzza őket.

A piac erősségének többen a jó hangulatot, a széles és minőségi termékválasztékot, az árusok magas számát, infrastruktúrában a beton talapzatot és a piacfelügyelő hozzáállását nevezték meg a megkérdezett termelők. Jónak ítélik a termékeként jelenlévő 3-4 termelőt, ami az egészséges versenyt és a megfelelő kínálatot tudja biztosítani. Ennél több már túlkínálatot okozna és úgy érzik, hogy a termékek nagy részét akkor már nem tudnák eladni a termelők.

A gyengeség között szinte mindenki a szociális helység állapotát, a zártság hiányát és a nem megfelelő tetőt említette meg. Ha lehűl a lemez, rácsapódik a pára és amikor felkel a nap, bent esik az eső. Ez sem az árusnak, sem a vevőnek, sem az árunak nem előnyös. Huzatosság szintén elriasztó lehet, főként télen, amikor az asztalok között is hordja a havat a szél. Ez a fajta kényelmetlenség riasztóan is hathat a vevőkre, főként a Spar szomszédságában, ahol fedett, meleg helyen, kényelmesen a sorok között sétálva vehetnek meg hasonló célú termékeket.



Kifogásolták még a takarítás hiányát és azt, hogy az asztalok még a kipakolás idejére sem közelíthetők meg autóval, mert az utat minden oldalról elzárták, így sok árusnak 30-40-50 méterről kell odahordani az áruját.

Ezeket a főként infrastrukturális hiányosságokat könnyebb eszközölni, főként a termelők kiöregedésének problémájához képest. Társadalom szintű jelenség, hogy a helyi termelői piacon jelenlevő eladók utánpótlása gondot okozhat. Kevés a fiatal, kicsi a hely.

Különlegességként a haveriság és a közvetlenség került elő, hogy az árusok nemcsak a vevőkkel, de egymással is szívesen beszélgetnek. Különleges az eladók összetétele és a hétfői nyitva tartás is, aminek történelme van.

### **Fejlesztési lehetőség**

A legfontosabb fejlesztésként szinte mindenki a vásárcsarnok kialakítását nevezte meg újmosdókkal, ahol külön lehetne árulni a zöldséget, gyümölcsöt és az ezekből készült termékeket, külön a virágot és külön a ruhákat illetve a többi használati cikket.

A szél- és esővédett vásárcsarnokba jöhetne a lángosos mellé kürtöskalácsos és ki lehetne alakítani egy olyan sarkot, ahol az emberek leülhetnek, megehetnek, amit vettek és beszélgethetnek nemcsak az árusokkal, de egymással is. Hasznos lenne egy külön hely is, ami alkalmas a nyers hús árusítására. A megközelíthetőség biztosítására és parkolók kialakítására is feltétlenül gondolni kell.

Programok között említették a pünkösdi hétfőn már hagyományá vált néptánc bemutatót és a farsangi műsort. További gyerekprogramokra jó lehetőségként tekintenek, de akár az óvodások és az iskolások műsora is odavonzhatja az embereket. Az ovis és iskolás csoportokat a hétfői piacnapokon az árusok is szívesen látnák, hogy ismerkedjenek a termékekkel, terményekkel és talán néhányan érdeklődnének az előállításuk iránt is.

Újdonság bármi lehet, új termelő vagy egy program is, ami odavonzza az embereket. Lehetne egy állandó időszavat kijelölni, amikor az önkormányzat, pl. szombatonként 10-11 között, fixen szervezne valamilyen műsort, előadást. A vásárcsarnokba ehhez egy kis színpadrészt is lehetne tervezni.

**A virtuális piactér** megítélése összességében pozitív, de a részvételi hajlandóság eltérő. Hosszú távon és több termelő mellett találják ezt potenciális és életképes értékesítési formának. Jó lehetőség a szezonális, de a hosszan eltartható termények eladásra vagy a nehezen szállítható, mint pl. a cefre termékek értékesítésére. Főként a rendelések összegyűjtésében gondolkodnak ezzel a lehetőséggel. Eladóként csak a regisztrált piaci értékesítőket engednék be függetlenül attól, hogy évente hányszor



jön a piacra, a fő, hogy termékeiben megbízható legyen. A termelők közti véleménycsere, az árak felmérése szempontjából is jó lehet, de a reklamációk azonnali kezelése, a vevő-vásárló közti bizalom kialakítása a piaci körülmények között biztosított igazán.

**Kommunikációban** fontos lenne hangsúlyozni, hogy házi dolgok vannak a piacon, hogy az a termék, ami mögött az árus áll, az az övé és felelősséget vállal érte. Ezt interneten, akár védjegy alatt; a helyi újságban, a körmendi rádióban vagy televízióban, illetve szórólapokon lehetne kommunikálni. Hogy milyen információ fontos? A megbízhatóság hangsúlyozás és az, hogy melyik termelő mikor van jelen a piacon, a vásárlók szempontjából ez a termelők ismerete a fontos. Emlékeztetni a vásárlókat arra, hogy az áru, amik mögött a termelő áll, az annak a sajátja és igazi. Nem a másét árulja.

Lehetne bemutatót szervezni a Várudvaron, ahol a helyi termelőket ismertetik meg a lakosokkal és a turistákkal. 1982-ben és 1985-ben volt ilyen, azóta nincs. Ott nemcsak magukat, de a termékeiket is be tudták mutatni a termelők. A személyes kommunikáció a legjobb és idővel a piac közösségformáló ereje is érvényesülhet.

Hatékony kommunikációs eszköznek a piacról készülő nyomtatott kiadványt, piaci weboldalt nevezték meg.

Az üzenet pedig? „Azért jöjjön, mert itt helyi újdonságokat talál, pl. őshonos körte, alma, frissen szedett eper”, és „nem mindegy, hogy mit eszik”. Az árusok a következő héten is ott lesznek és a vásárlók szemébe kell, hogy nézzenek így azt árulják, amit otthon ők maguk is szívesen fogyasztanak. Más a hozzáállása a termelőnek. Itt lehet kérni szívességet, pl. a húsos tegye egy kicsit a hűtőbe amit vettem, hadd nézzek körül nyáron is nyugodtan. nyíljanak ki az emberek, beszélgessenek és ismerjék meg egymást.

Többen említették és a pozitív példák között kitértek arra, hogy sok országban nem terheli a számlaadás kötelezettsége a helyi termelőket. Thaiföldön például éves szinten behívják a termelőket és megegyeznek, hogy mennyit fizet az államnak az adott évi termése után. Vagy említésre kerültek az alföldi piacok, ahol hatalmas a nyüzsgés. Sok eladó, rengeteg vevő. Az alföldi ember nyitott, mindig nyitva a kapu, a tenyere.



## 6. táblázat Mélyinterjúk alapján készített SWOT-elemzés

ERŐSSÉG	GYENGESÉG
<ul style="list-style-type: none"><li>• nagy termékválaszték</li><li>• minőségi, helyi készítésű termékek</li><li>• fedett hely</li><li>• víz- és villanyvételi lehetőség</li><li>• baráti légkör a termelők között</li><li>• személyes kapcsolat és bizalom az eladók és vevők között</li><li>• segítőkész piacfelügyelő</li><li>• meglévő programok</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• kis terület az eladók számához és az árukhoz képest</li><li>• nem megfelelő tisztaság</li><li>• oldalról nem zárt a piac, átfúj rajta a szél</li><li>• a tető szigetetlen, a lecsapódó a pára az árusokra, az árura és a vevőkre esik</li><li>• a vizesblokk, a mosdó régi, felújításra szorul</li><li>• a parkolót elfoglalják az árusok, akik kiszorultak a piacról, így nincs hely megállni kevés parkoló</li><li>• kirakodási lehetőség hiányzik</li><li>• vannak kinti árusok, javarészt kereskedők</li></ul>
LEHETŐSÉG	VESZÉLY
<ul style="list-style-type: none"><li>• zárt vásárcsarnok kialakítása, benne a helyi termelők szeparáltan, illetve külön leülős rész</li><li>• új szociális blokk kiépítése</li><li>• programok szervezése a szombat délelőtti piaci napokra</li><li>• óvodai, iskolai csoportok látogatása</li><li>• fiatalok ösztönzése, termelésbe történő bevonása, utódok kinevelése</li><li>• helyi termelők külön rendezvény keretében történő bemutatása</li><li>• virtuális piactér, weboldal a piacnak</li><li>• idős termelők árulhassanak akkor is, ha nem tud megírni egy nyugtát</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• termelők kiöregedése</li><li>• fiatal termelői réteg kimaradása, elmaradása</li><li>• az infrastruktúra adta kényelmetlenségek miatt a vásárlók elmaradása, számának csökkenése</li><li>• mezőgazdasági tevékenység csökkenése</li></ul>



## Kérdőíves lakossági megkérdezés

### A kutatás összefoglaló eredményei Demográfia

A kutatásban összesen 34 körmendi lakos vett részt. A nemek szerinti megoszlás alapján a kérdezettek 47,1%-a, 16 fő nő, és 52,9 %-a, 18 fő férfi.

		A válaszadó neme			
		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	férfi	18	52,9	52,9	52,9
	nő	16	47,1	47,1	100,0
Összesen		34	100,0	100,0	

A kérdezettek életkor szerinti megoszlása szerint a 60-74 év közötti korosztály képviseltette magát legnagyobb számban, ők a válaszadók 26,5%-át, több, mint negyedét tették ki. 39 év alatti a válaszadók 32,4%-a.

		Életkor			
		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	20-29 év	5	14,7	14,7	14,7
	30-39 év	6	17,6	17,6	32,4
	40-49 év	8	23,5	23,5	55,9
	50-59 év	6	17,6	17,6	73,5
	60-74 év	9	26,5	26,5	100,0
	Összesen		34	100,0	100,0





Az iskolai végzettség vizsgálatakor kiderült, hogy a kérdezettek közül 8 fő, azaz 23,5 % szakközépiskolai, gimnáziumi végzettséggel rendelkezik. Főiskolát vagy egyetemet végzett a válaszadók 41,2%-a, FSZ képzést pedig 5,9%-a. Szakközépiskolánál alacsonyabb végzettségűek aránya a mintában 26,5%.

### Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?

		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	általános iskola	5	14,7	14,7	14,7
	szakmunkásképző	4	11,8	11,8	26,5
	szakközépiskola, gimnázium	8	23,5	23,5	50,0
	felsőoktatási szakképzés	2	5,9	5,9	55,9
	főiskola	10	29,4	29,4	85,3
	egyetem	4	11,8	11,8	97,1
	technikum	1	2,9	2,9	100,0
	Összesen	34	100,0	100,0	

Arról is kérdeztük a válaszadókat, hogyan ítélik meg családjuk életszínvonalát más magyar családokhoz képest. A megkérdezettek közül 27 fő, összesen 79,4%-uk úgy véli, hogy átlagos életszínvonalon él. 11,8% úgy gondolta, hogy kicsit magasabb életszínvonalat képviselnek más magyar családokhoz képest. 5,9% kicsit alacsonyabb életszínvonalon él, mint az átlag. 2,9% azt a választ adta, hogy sokkal alacsonyabb életszínvonalra, mint az átlag magyar családoknak.

### Hogyan ítéli meg a családja életszínvonalát más magyar családokhoz viszonyítva?

		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	sokkal alacsonyabb, mint az átlag	1	2,9	2,9	2,9
	kicsit alacsonyabb, mint az átlag	2	5,9	5,9	8,8
	átlagos	27	79,4	79,4	88,2
	kicsit magasabb, mint az átlag	4	11,8	11,8	100,0
	Összesen	34	100,0	100,0	

A felmérés során vizsgáltuk, hogy a kérdezettek dolgoznak-e. A válaszadók közül 25 fő, 75,8 % az igen válasz lehetőséget választotta. A válaszadók 24,2% nyugdíjas.

### Ön dolgozik?

		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)
Érv.	igen	25	73,5	75,8
	nyugdíjas	8	23,5	24,2
	Összesen	33	97,1	100,0
NV/NA		1	2,9	
Összesen		34	100,0	

Figyelembe vettük a kutatás során azt is, hogy a válaszadók milyen beosztásban, mivel foglalkoznak. Összesen 34 fő adott érvényes választ a kérdésre. A legtöbben beosztott szellemi dolgozók (41,2%), amit a betanított munkás (20,6%) és a szakmunkás (17,6%) követett. Alsósztintű vezető a válaszadók 8,8%-a. 2,9%-kal szerepel: segédmunkás, fizikai kisiparos, kiskereskedő, mezőgazdasági egyéni vállalkozó, szellemi szabadfoglalkozású és vállalkozás tulajdonosa.

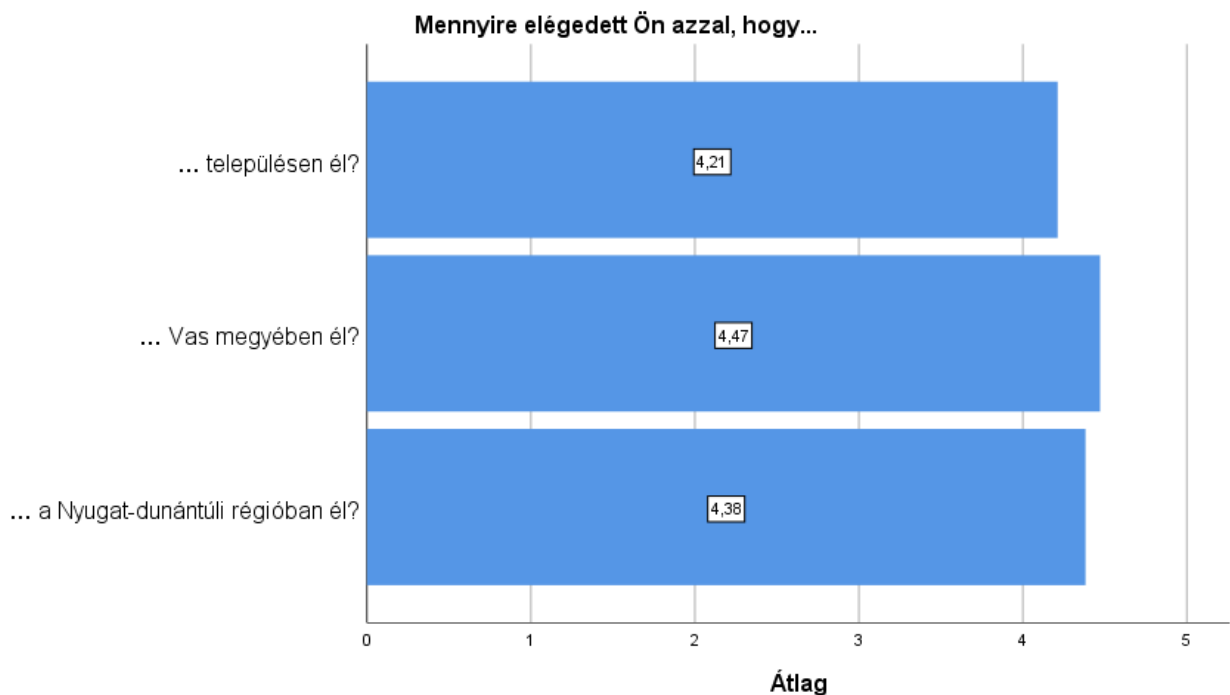
### Mi/(volt) az Ön/(legutolsó) fő foglalkozása, beosztása?

		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)
Érv.	segédmunkás	1	2,9	2,9
	betanított munkás	7	20,6	20,6
	szakmunkás	6	17,6	17,6
	fizikai kisiparos, kiskereskedő, mg. egyéni	1	2,9	2,9
	alsósztintű vezető, művezető, technikus	3	8,8	8,8
	beosztott szellemi dolgozó	14	41,2	41,2
	szellemi szabadfoglalkozású, vállalkozás tulajdonosa,	1	2,9	2,9
	Összesen	34	100,0	100,0

### Lakóhellyel való elégedettség:

A válaszadók összességében elégedettek voltak lakóhelyükkel. Az egytől ötig terjedő elégedettségi skálán (ahol 5 jelentése nagyon elégedett) történő értékelés átlagai a következők:

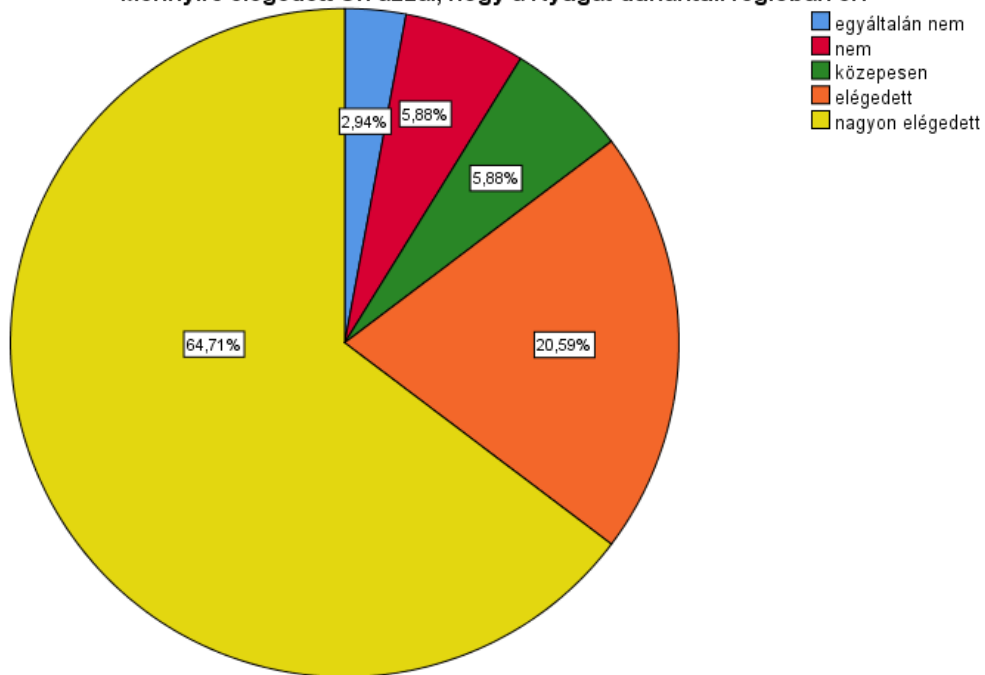
- Nyugat- Dunántúllal való elégedettség: 4,38
- Vas megyével való elégedettség: 4,47
- településsel való elégedettség: 4,21



Körmend

		... a Nyugat-dunántúli régióban él?	... Vas megyében él?	... településen él?
N	Érv.	34	34	33
	NV/NA	0	0	1
Átlag		4,38	4,47	4,21
Szórás		1,045	,992	,992
Variansia		1,092	,984	,985
Minimum		1	1	1
Maximum		5	5	5

**Mennyire elégedett Ön azzal, hogy a Nyugat-dunántúli régióban él?**

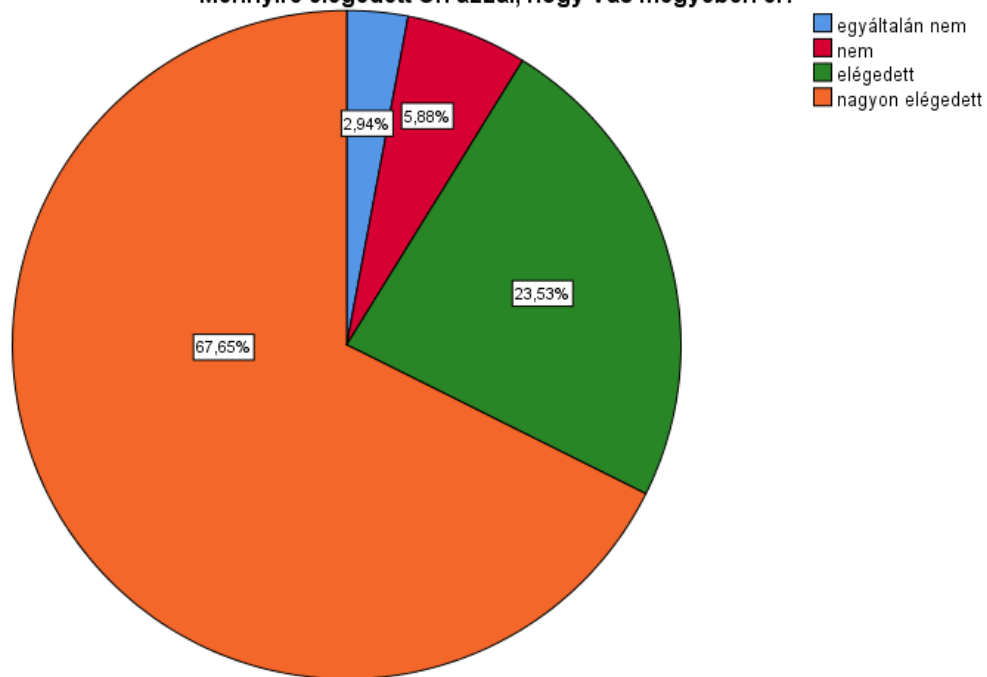


Körmend

**... a Nyugat-dunántúli régióban él?**

Érv.	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
egyáltalán nem	1	2,9	2,9	2,9
nem	2	5,9	5,9	8,8
közepesen	2	5,9	5,9	14,7
elégedett	7	20,6	20,6	35,3
nagyon elégedett	22	64,7	64,7	100,0
Összesen	34	100,0	100,0	

**Mennyire elégedett Ön azzal, hogy Vas megyében él?**

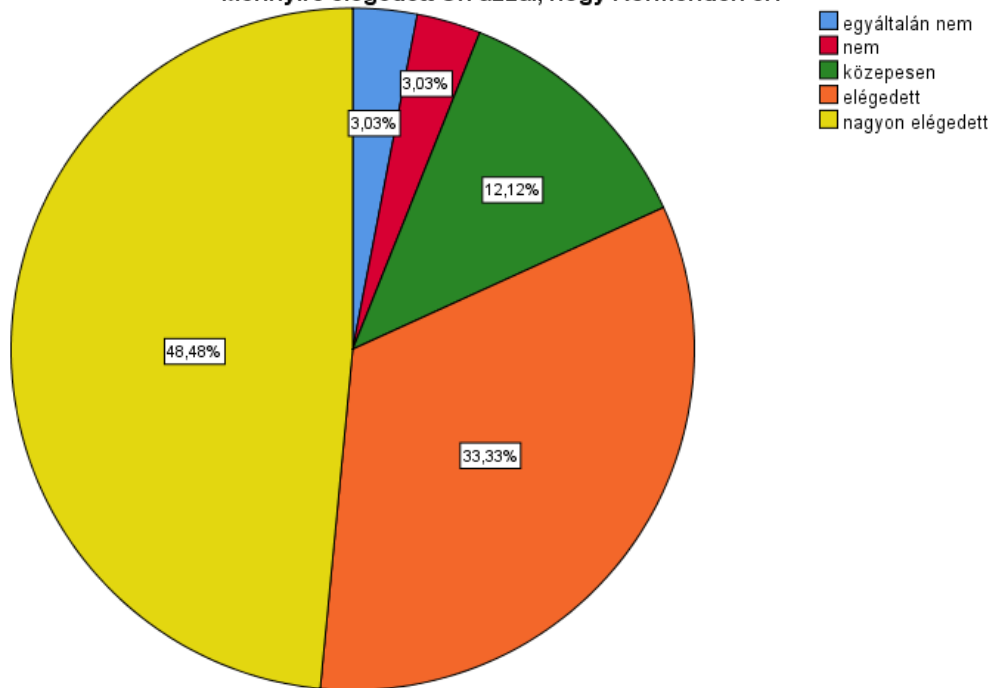


Körmend

**... Vas megyében él?**

Érv.	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
egyáltalán nem	1	2,9	2,9	2,9
nem	2	5,9	5,9	8,8
elégedett	8	23,5	23,5	32,4
nagyon elégedett	23	67,6	67,6	100,0
Összesen	34	100,0	100,0	

**Mennyire elégedett Ön azzal, hogy Kőrmenden él?**



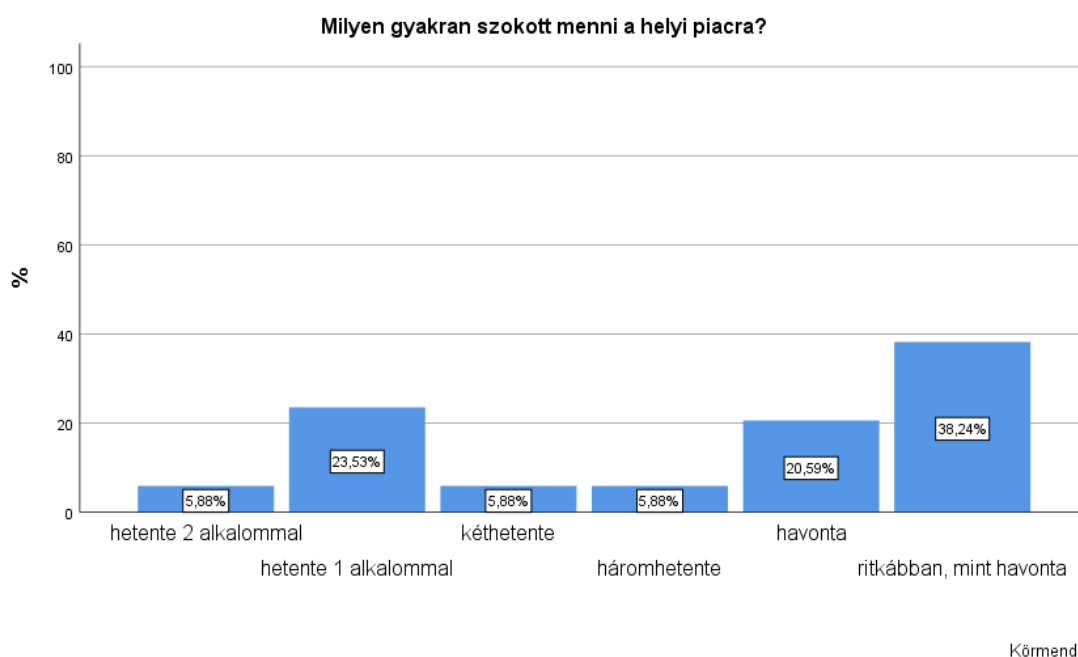
**Kőrmend településen él?**

Érv.	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
egyáltalán nem	1	2,9	3,0	3,0
nem	1	2,9	3,0	6,1
közepesen	4	11,8	12,1	18,2
elégedett	11	32,4	33,3	51,5
nagyon elégedett	16	47,1	48,5	100,0
Összesen	33	97,1	100,0	
NV/NA	1	2,9		
Összesen	34	100,0		

### Milyen gyakran szokott járni a helyi piacra?

A településen élőket arról kérdeztük, hogy milyen gyakorisággal járnak a helyi piacra. A válaszadók 6 válaszlehetőség közül választhattak. Összesen 34-en válaszoltak a kérdésre. A válaszokból kitűnik, hogy a lakosság nagy része igénybe veszi a helyi piac nyújtotta lehetőségeket, az viszont megoszlik, ki milyen gyakorisággal. A válaszadók 61,8%-a legalább havonta látogatja a helyi piacot.

A megkérdezettek legnagyobb része 38,24%-a ritkábban, mint havonta, 23,53%-a hetente legalább 1 alkalommal, 20,59%-a havonta látogatja a helyi piacot. A hetente 2 alkalommal válaszlehetőséget 5,88%-a választotta. A kéthetente 5,88%-os, ahogyan a háromhetente is 5,88%-os gyakorisággal szerepel.



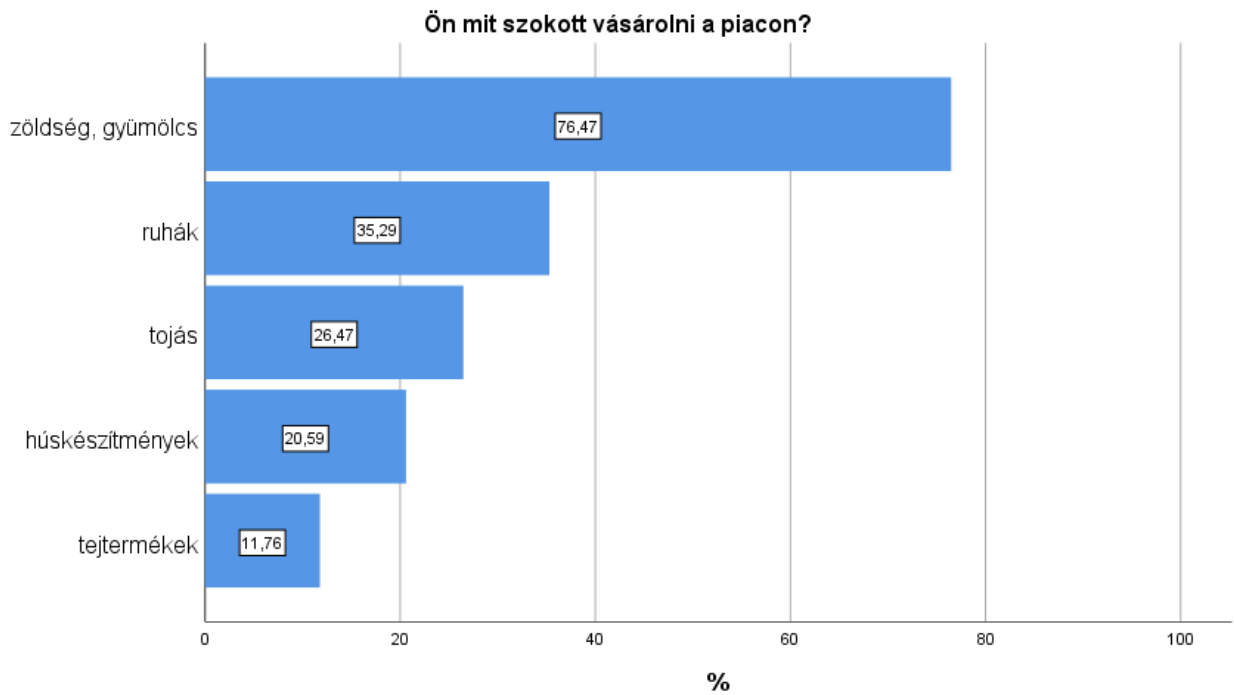
### Milyen gyakran szokott menni a helyi piacra?

	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	hetente 2 alkalommal	2	5,9	5,9
	hetente 1 alkalommal	8	23,5	29,4
	kéthetente	2	5,9	35,3
	háromhetente	2	5,9	41,2
	havonta	7	20,6	61,8
	ritkábban, mint havonta	13	38,2	100,0
	Összesen	34	100,0	100,0



### Ön mit szokott vásárolni a piacon?

A felmérés során megkérdeztük a válaszadókat, mit szoktak vásárolni a helyi piacon. 5 válaszlehetőség közül a legtöbben, a megkérdezettek több mint háromnegyede, 76,47%-a zöldséget és gyümölcsöt vásárol, 32,29%-a ruhát, 26,47% tojást, 20,59%-a pedig húskészítményeket. A legkevésbé (11,76%) tejterméket vásárolnak a piacon.

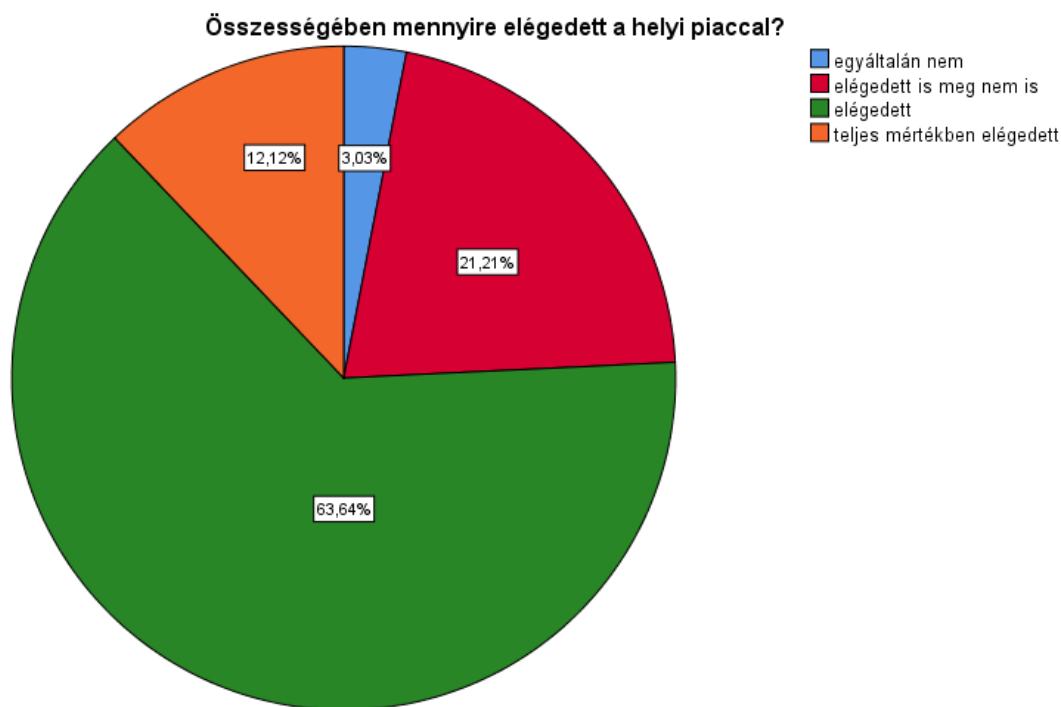


Körmend



### Össességében mennyire elégedett a helyi piaccal?

A válaszadók 75,7%-a, tehát több, mint fele teljes mértékben elégedett, vagy elégedett a helyi piac nyújtotta lehetőségekkel. Szembetűnő azonban, hogy a kérdezettek egy jelentős része 21,2%-a elégedett is meg nem is a helyi piaccal. A válaszadók 3%-a egyáltalán nem elégedett a helyi piaccal. Az egytől ötig terjedő fontossági skálán tett értékelések átlaga 3,82 (ahol 5 jelentése nagyon elégedett). A szórás 0,769, a variancia pedig 0,591.



Körmend

### Össességében mennyire elégedett a helyi piaccal?

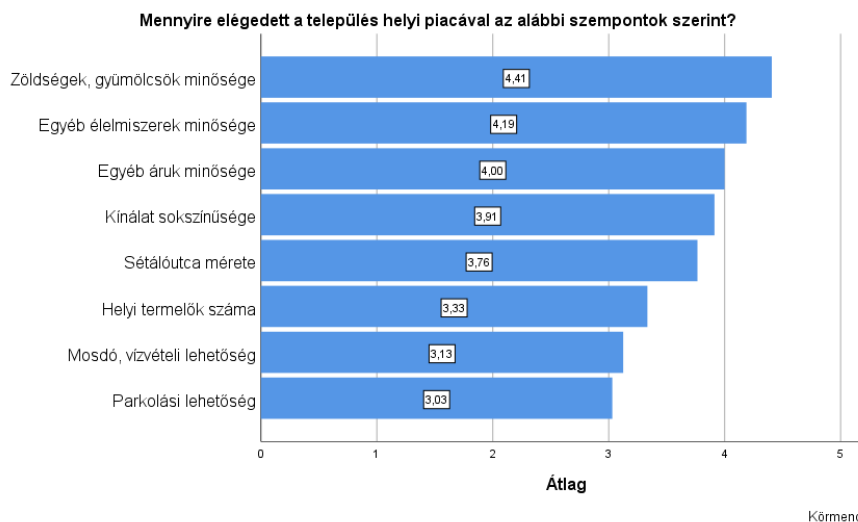
Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	egyáltalán nem	1	2,9	3,0	3,0
	elégedett is meg nem is	7	20,6	21,2	24,2
	elégedett	21	61,8	63,6	87,9
	teljes mértékben elégedett	4	11,8	12,1	100,0
	Összesen	33	97,1	100,0	
	NV/NA	1	2,9		
	Összesen	34	100,0		

### Mennyire elégedett a település helyi piacával az alábbi szempontok szerint?

A válaszadókat arról is megkérdeztük, hogy az alábbi szempontrendszer alapján mennyire elégedett a település helyi piacával. A vizsgált tényezőket, egytől - ötig terjedő fontossági skálán értékelték a válaszadók (ahol 1 jelentése egyáltalán nem, 5 jelentése teljes mértékben) volt. A szempontok az alábbiak voltak:

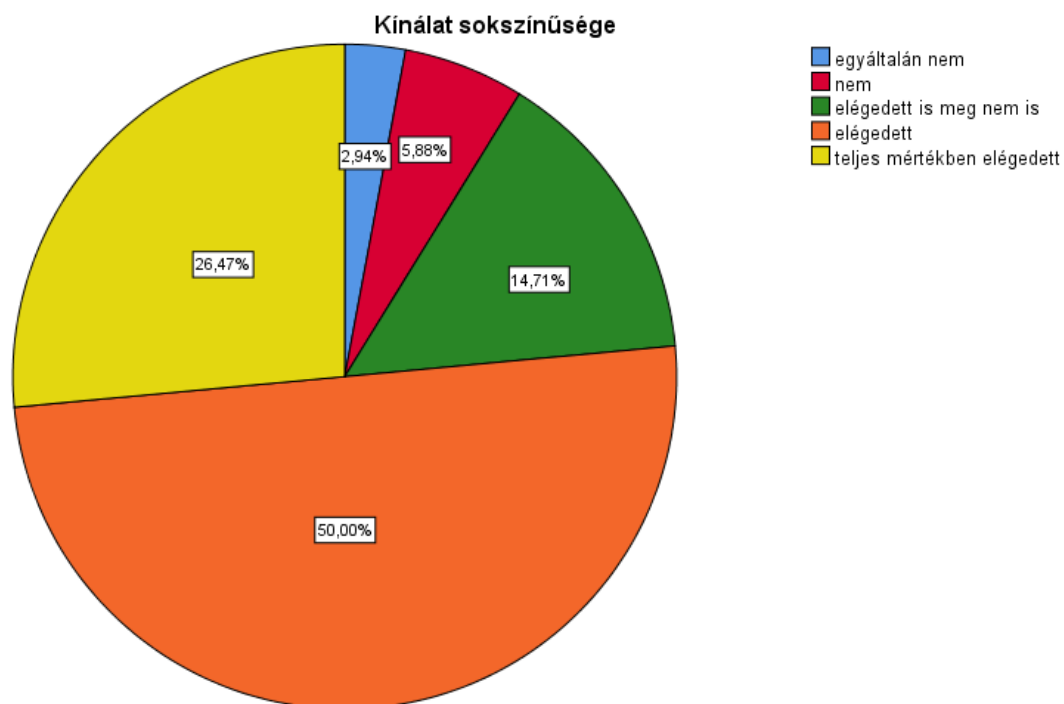
- kínálat sokszínűsége,
- helyi termelők száma,
- mosdó, vízvételi lehetőség,
- sétálóutca mérete (elég széles-e?),
- parkolási lehetőség,
- zöldségek, gyümölcsök minősége,
- egyéb élelmiszerek minősége,
- egyéb áruk minősége.

A kérdezettek a zöldségek, gyümölcsök minőségével (4,41 átlag), valamint az egyéb élelmiszerek (4,19) és egyéb áruk (4,00) minőségével voltak a legelégedettebbek. Elégedettek még a kínálat sokszínűségével (3,91), a sétáló utca méretével (3,76). Közepesen elégedettek a parkolási lehetőséggel (3,03, mosdókkal (3,13) és a helyi termelők számával (3,33).



	N	Minimum	Maximum	Átlag	Szórás	Variancia
Zöldségek, gyümölcsök minősége	32	2	5	4,41	,837	,701
Egyéb élelmiszerek minősége	32	3	5	4,19	,693	,480
Egyéb áruk minősége	32	2	5	4,00	,950	,903
Kínálat sokszínűsége	34	1	5	3,91	,965	,931
Sétálóutca mérete	34	1	5	3,76	1,281	1,640
Helyi termelők száma	33	1	5	3,33	1,109	1,229
Mosdó, vízvételi lehetőség	32	1	5	3,13	1,408	1,984
Parkolási lehetőség	32	1	5	3,03	1,402	1,967

Nézzük az elégedettségi átlagok részleteit a következő ábrák és táblázatok segítségével!

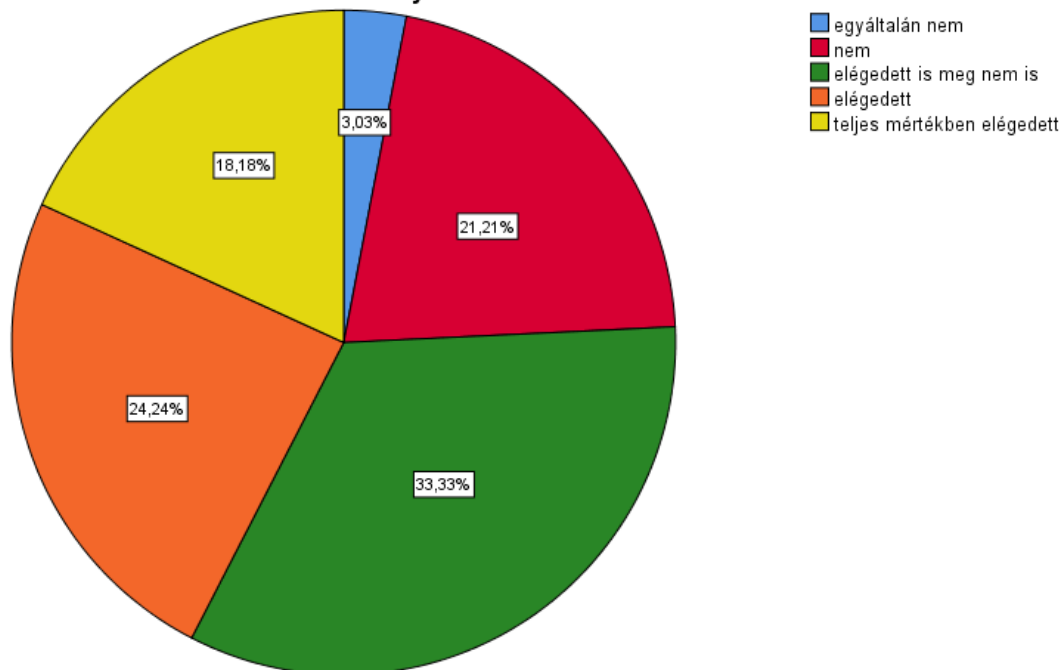


Körmend

**Kínálat sokszínűsége**

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
	egyáltalán nem	1	2,9	2,9	2,9
	nem	2	5,9	5,9	8,8
	elégedett is meg nem is	5	14,7	14,7	23,5
	elégedett	17	50,0	50,0	73,5
	teljes mértékben elégedett	9	26,5	26,5	100,0
	Összesen	34	100,0	100,0	

Helyi termelők száma

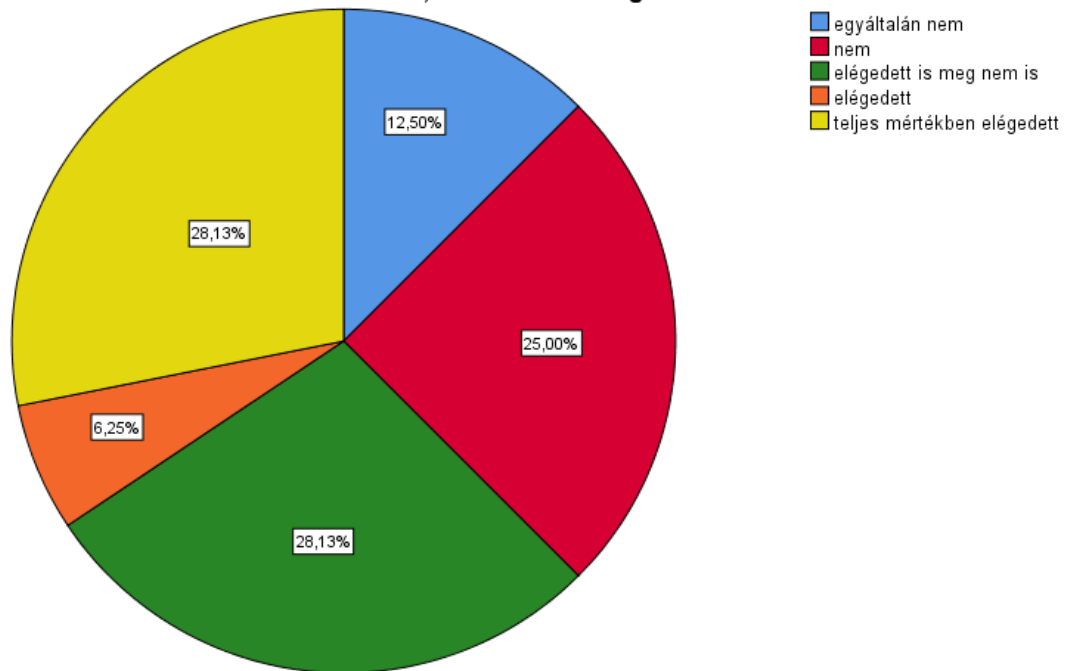


Körmend

Helyi termelők száma

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	egyáltalán nem	1	2,9	3,0	3,0
	nem	7	20,6	21,2	24,2
	elégedett is meg nem is	11	32,4	33,3	57,6
	elégedett	8	23,5	24,2	81,8
	teljes mértékben elégedett	6	17,6	18,2	100,0
	Összesen	33	97,1	100,0	
NV/NA		1	2,9		
Összesen		34	100,0		

**Mosdó, vízvételi lehetőség**

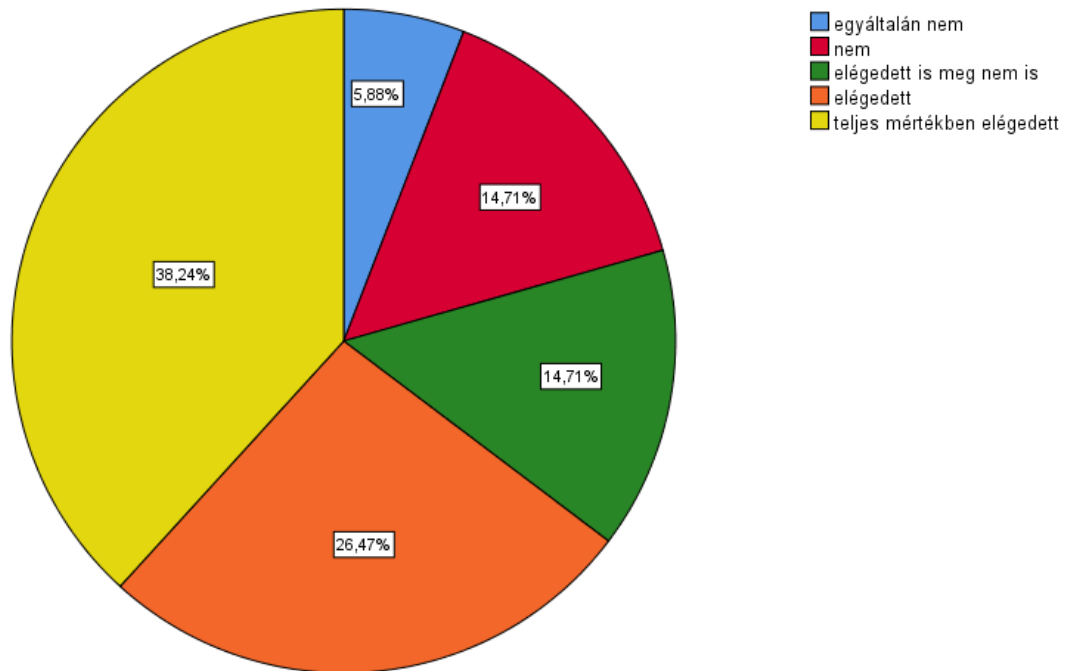


Körmend

**Mosdó, vízvételi lehetőség**

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
	egyáltalán nem	4	11,8	12,5	12,5
	nem	8	23,5	25,0	37,5
	elégedett is meg nem is	9	26,5	28,1	65,6
	elégedett	2	5,9	6,3	71,9
	teljes mértékben elégedett	9	26,5	28,1	100,0
	Összesen	32	94,1	100,0	
NV/NA		2	5,9		
Összesen		34	100,0		

Sétálóutca mérete

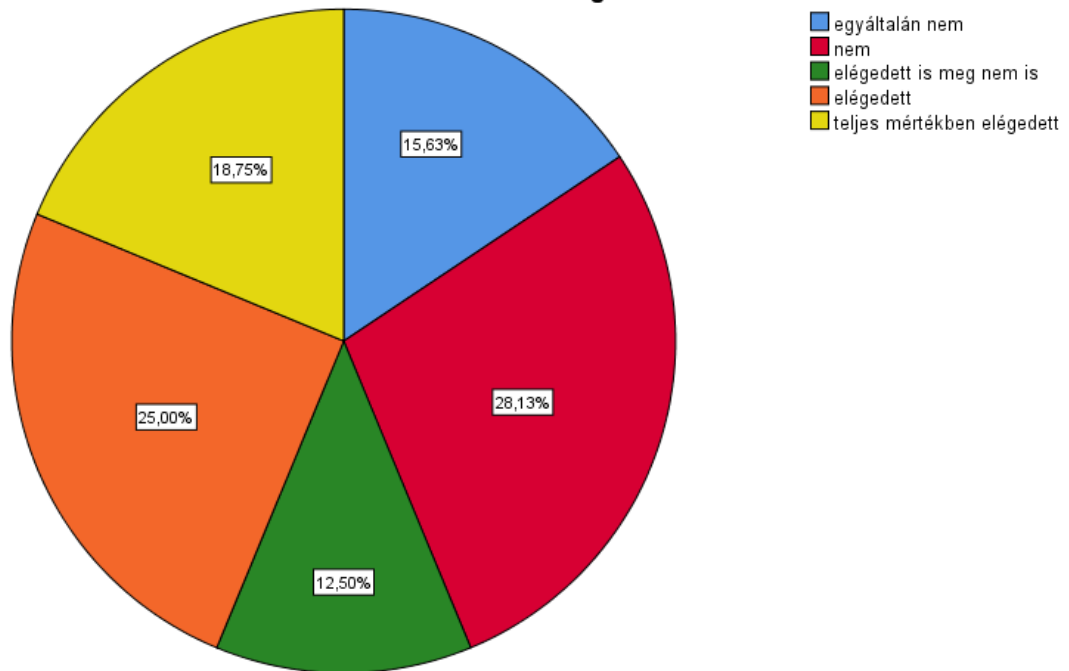


Körmend

Sétálóutca mérete

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	egyáltalán nem	2	5,9	5,9	5,9
	nem	5	14,7	14,7	20,6
	elégedett is meg nem is	5	14,7	14,7	35,3
	elégedett	9	26,5	26,5	61,8
	teljes mértékben elégedett	13	38,2	38,2	100,0
	Összesen	34	100,0	100,0	

### Parkolási lehetőség

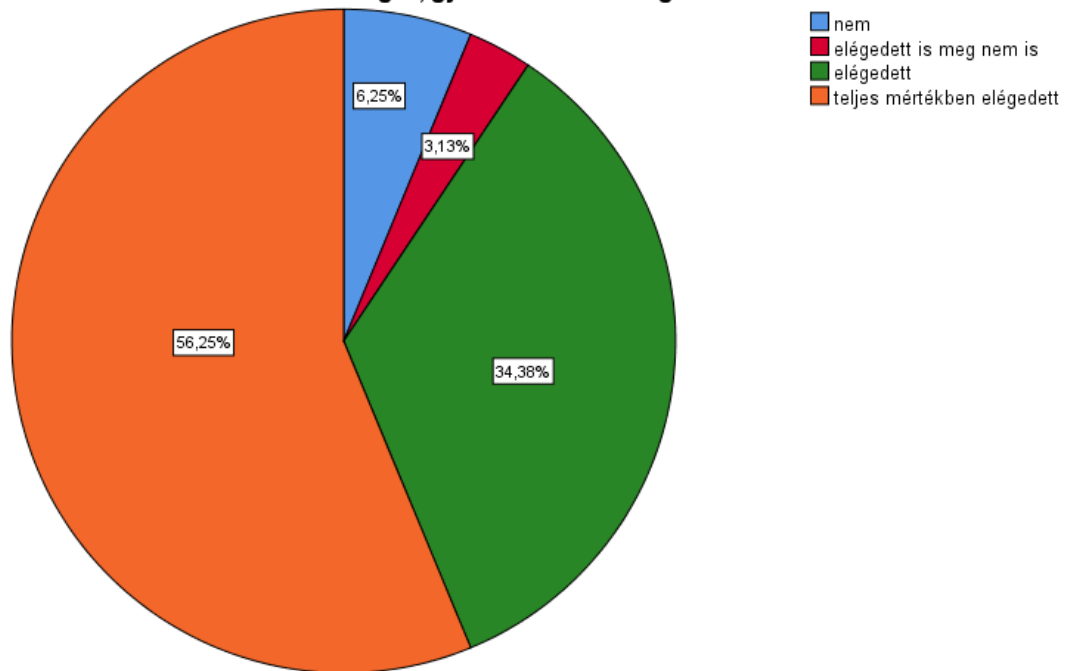


Körmend

### Parkolási lehetőség

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
	egyáltalán nem	5	14,7	15,6	15,6
	nem	9	26,5	28,1	43,8
	elégedett is meg nem is	4	11,8	12,5	56,3
	elégedett	8	23,5	25,0	81,3
	teljes mértékben elégedett	6	17,6	18,8	100,0
	Összesen	32	94,1	100,0	
NV/NA		2	5,9		
Összesen		34	100,0		

### Zöldségek, gyümölcsök minősége



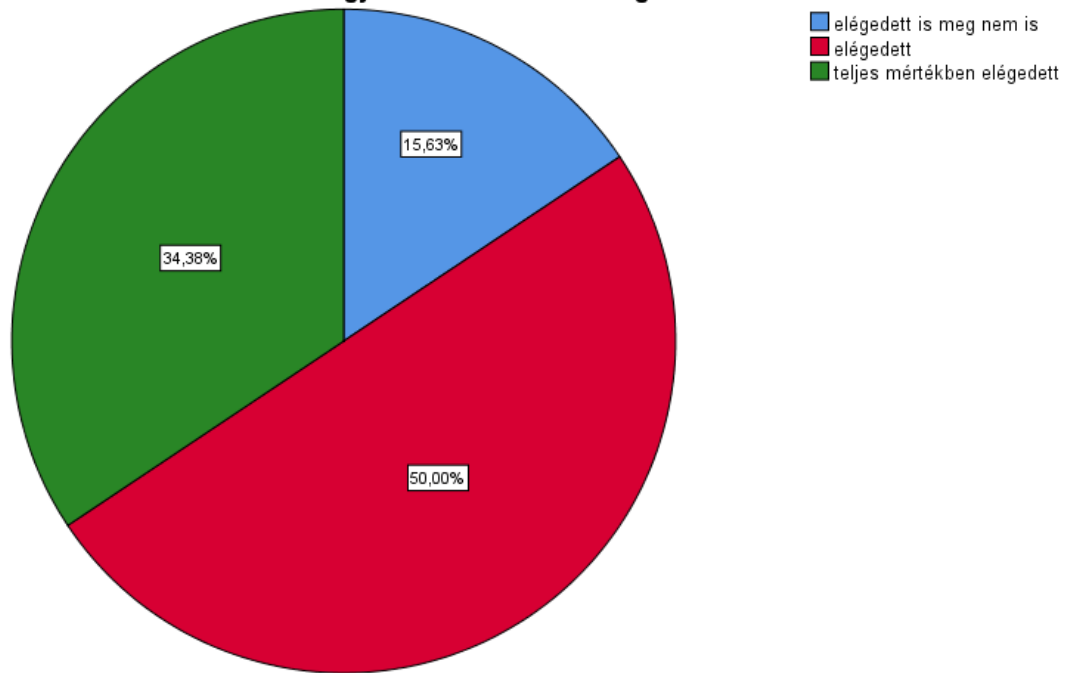
Körmend

### Zöldségek, gyümölcsök minősége

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	nem	2	5,9	6,3	6,3
	elégedett is meg nem is	1	2,9	3,1	9,4
	elégedett	11	32,4	34,4	43,8
	teljes mértékben elégedett	18	52,9	56,3	100,0
	Összesen	32	94,1	100,0	
NV/NA		2	5,9		
Összesen		34	100,0		



### Egyéb élelmiszerek minősége

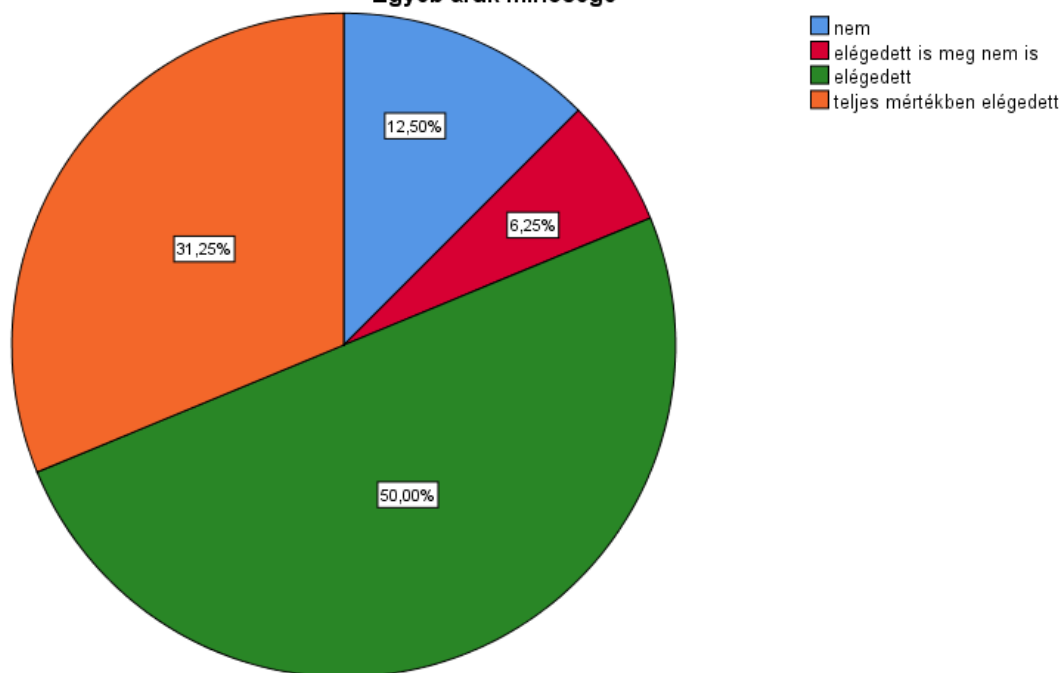


Körmend

### Egyéb élelmiszerek minősége

		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
Érv.	elégedett is meg nem is	5	14,7	15,6	15,6
	elégedett	16	47,1	50,0	65,6
	teljes mértékben elégedett	11	32,4	34,4	100,0
	Összesen	32	94,1	100,0	
NV/NA		2	5,9		
Összesen		34	100,0		

**Egyéb áruk minősége**



Körmend

**Egyéb áruk minősége**

Érv.	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)	Kumulált gyakoriság (%)
nem	4	11,8	12,5	12,5
elégedett is meg nem is	2	5,9	6,3	18,8
elégedett	16	47,1	50,0	68,8
teljes mértékben elégedett	10	29,4	31,3	100,0
Összesen	32	94,1	100,0	
NV/NA	2	5,9		
Összesen	34	100,0		



### Ön mit tart a helyi piac erősségének?

A helyi piac erősségeként említették:

- sokszínű/változatos/megfelelő választék (22,86%)
- zöldségek, gyümölcsök (22,86%)
- lángos (11,43%)
- helyi termékek (8,57%).

Nem tudtak erősséget említeni az összes említés 22,86%-ában.

Ön mit tart a helyi piac erősségének?	Említések száma	Gyakoriság
ruhából elég a választék	1	2,86%
sok az idős termelő	1	2,86%
jó helyen/központ közel van	2	5,71%
helyi termelők/ termékek	3	8,57%
lángos	4	11,43%
nincs ilyen	8	22,86%
sokszínű/változatos/megfelelő választék	8	22,86%
zöldségek, gyümölcsök	8	22,86%
<b>Összesen</b>	<b>35</b>	<b>100,00%</b>

### Ön mit tart a helyi piac gyengeségének?

A piac gyengeségeinek tartják:

- infrastruktúra (11,8%)
- parkolás nem megoldott (11,8%)
- kevés helyi termelő/áru (8,8%)
- kicsi a hely (8,8%)

Ön mit tart a helyi piac gyengeségének?	Említések száma	Gyakoriság
nincs ilyen	12	35,3%
kevés áru van/ kis kínálat	1	2,9%
nincs árnyék, fedett rész hiányzik	2	5,9%
kevés helyi termelő/áru	3	8,8%
kicsi a hely	3	8,8%
zsúfoltság van	1	2,9%
infrastruktúra	4	11,8%
parkolás nem megoldott	4	11,8%
<b>Összesen</b>	<b>30</b>	<b>88,2%</b>



### Mitől különleges az Önök helyi piaca?

A válaszok 55,88%-ában nem tudtak különlegességet említeni a válaszadók. Ha mégis akkor a szép környezetet, rendezettséget, helyi termékeket emelték ki, és azt, hogy a piac a helyi lakosoknak is vonzó.

Mitől különleges az Önök helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg!	Említések száma	Gyakoriság
nincs ilyen	19	55,88%
szép környezetben van	2	5,88%
lángos	1	2,94%
helyi termékek/termelők	2	5,88%
rendezett	2	5,88%
piac jellegű	1	2,94%
helyi zöldség, gyümölcs	1	2,94%
sokszínű, változatos	3	8,82%
jó a közösség	1	2,94%
helyieknek is vonzó	1	2,94%
fejlődött	1	2,94%
Összesen	34	100,00%

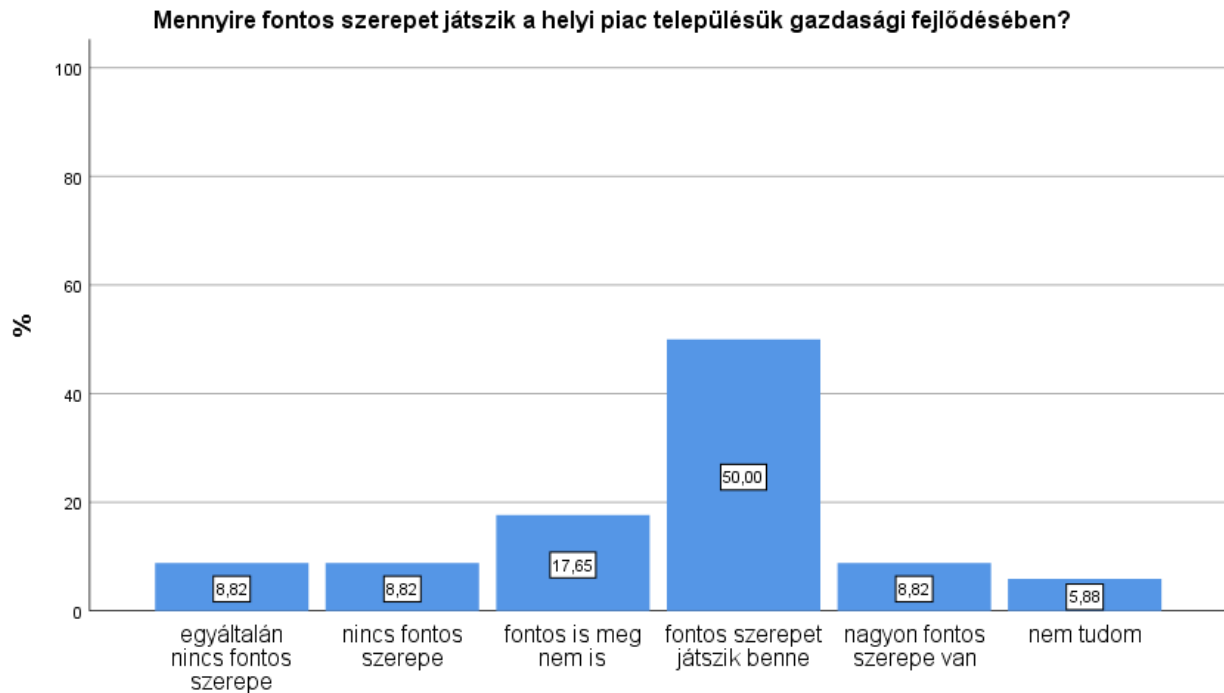
### Mit ajánlana távolról érkező ismerőseinek, mit próbáljanak ki a helyi piacon?

A válaszok 36,7%-ában nem ajánlanának semmit ismerőseiknek a helyi piacon. Említették a következőket: lángos (16,7%), zöldségek, gyümölcsök (16,7%), továbbá sajtok, hús, helyi termékek/termelők, péksütemények, ruha, cipő.

Mit ajánlana távolról érkező ismerőseinek, mit próbáljanak ki a helyi piacon?	Említések száma	Gyakoriság
nincs ilyen	11	36,7%
lángos	5	16,7%
zöldségek, gyümölcsök	5	16,7%
sajtok	2	6,7%
hús	2	6,7%
helyi termékek/termelők	2	6,7%
péksütemények	1	3,3%
mindent	1	3,3%
ruha, cipő	1	3,3%
Összesen	30	100,0%

### Mennyire fontos szerepet játszik a helyi piac településük gazdasági fejlődésében?

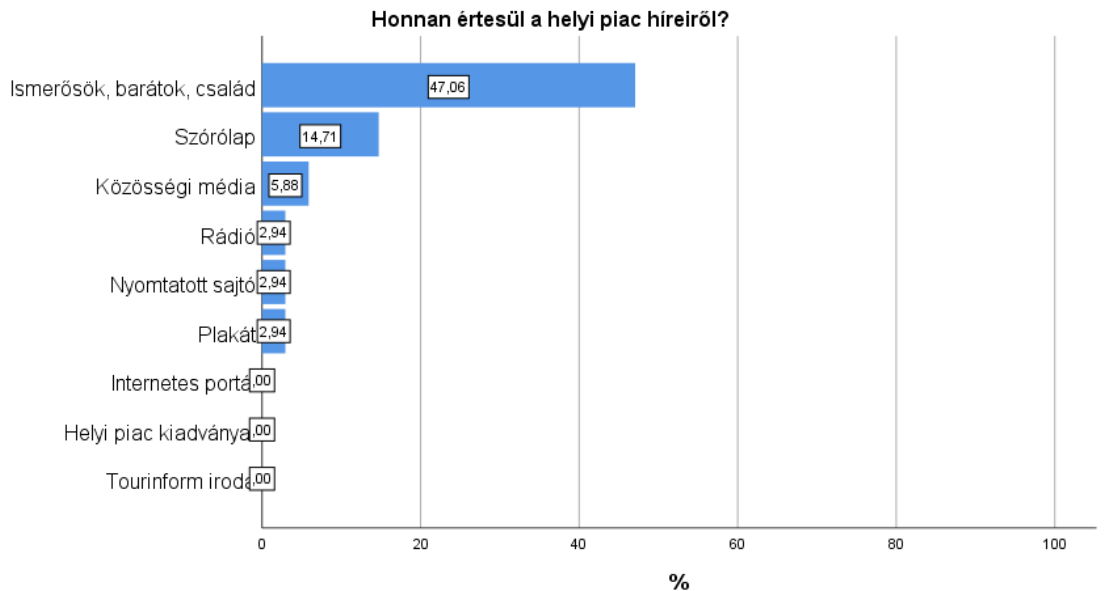
A válaszadók többsége szerint fontos szerepet játszik a helyi piac településük gazdasági fejlődésében. A kérdezettek fele gondolja fontosnak a helyi piac szerepét. 17,85% fontosnak is tartja, meg nem is a piac szerepét. „Nincs fontos és egyáltalán nincs fontos szerepe” a helyi piacnak a gazdasági fejlődésben válaszlehetőséget a válaszadók összesen 17,64%-a jelölte meg. A válaszadók csupán 8,82%-a véli úgy, hogy nagyon fontos szerepet játszik a piac működése a gazdasági fejlődésben. Voltak olyanok is, akik nem tudtak választ adni a kérdésre, ők a kérdezettek 5,88%-át tették ki.



Körmend

### Honnan értesül a helyi piac híreiről?

A következő kérdés úgy hangzott, hogy „honnan értesül a helyi piac híreiről”? A kérdésre összesen 139 fő adott választ. A legtöbben ismerősök, barátok, és család, tehát a helyiek révén jutnak információhoz a piacot illetően. Ők a megkérdezettek 47,06%-át teszik ki. Második helyen szerepel a szórólap, 14,71%-kal. A harmadik helyet a közösségi média érte el 5,88%-kal. Alacsony említési gyakorisággal szerepelnek: rádió (2,94%), nyomtatott sajtó (2,94%), plakát (2,94%).



Körmend

### Van-e a helyi piacnak kihasználatlan vonzereje, amelyről Ön szerint kevesen tudnak?

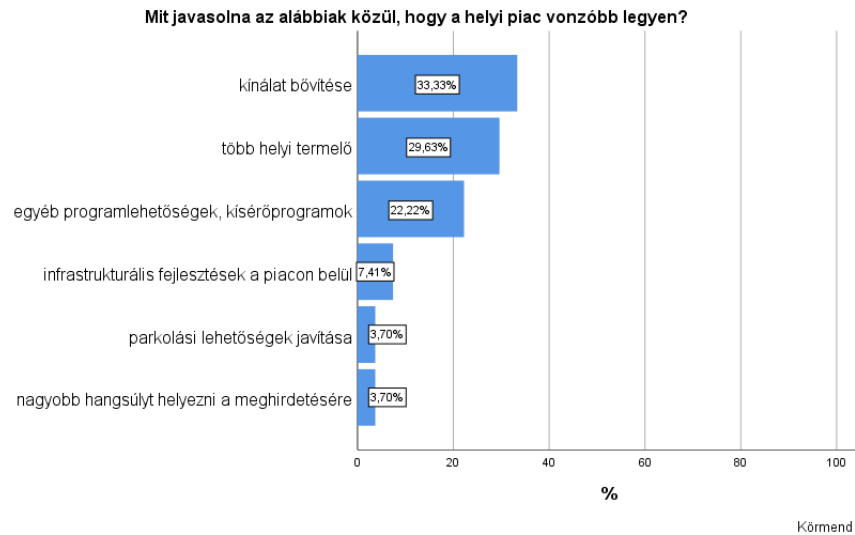
Erre a kérdésre a válaszadók 73,53%-a a nincs választ adta, és csupán 5,88%-uk gondolta úgy, hogy van a piacnak kihasználatlan vonzereje.



Körmend

### Mit javasolna, hogy a helyi piac vonzóbb legyen?

Arra a kérdésre, hogy mitől lenne a helyi piac vonzóbb, a válaszadók közül 8 fő, összesen 29,63% azt a választ adta, hogy több helyi termelőt látna szívesen a piacon. 33,33%-nyi válaszadó szerint a kínálat bővítése is nagyon fontos lenne. Harmadik helyen 22,22%-kal az egyéb programok, kísérőrendezvények álltak. A parkolási lehetőségeken még van mit javítani a piac környékén (3,7%), és a kérdezettek 7,41%-a gondolja úgy, hogy infrastrukturális fejlesztésekre is szükség van. 3,7%-nyi válaszadó szerint lehetne nagyobb hangsúlyt fektetni a hirdetésekre.



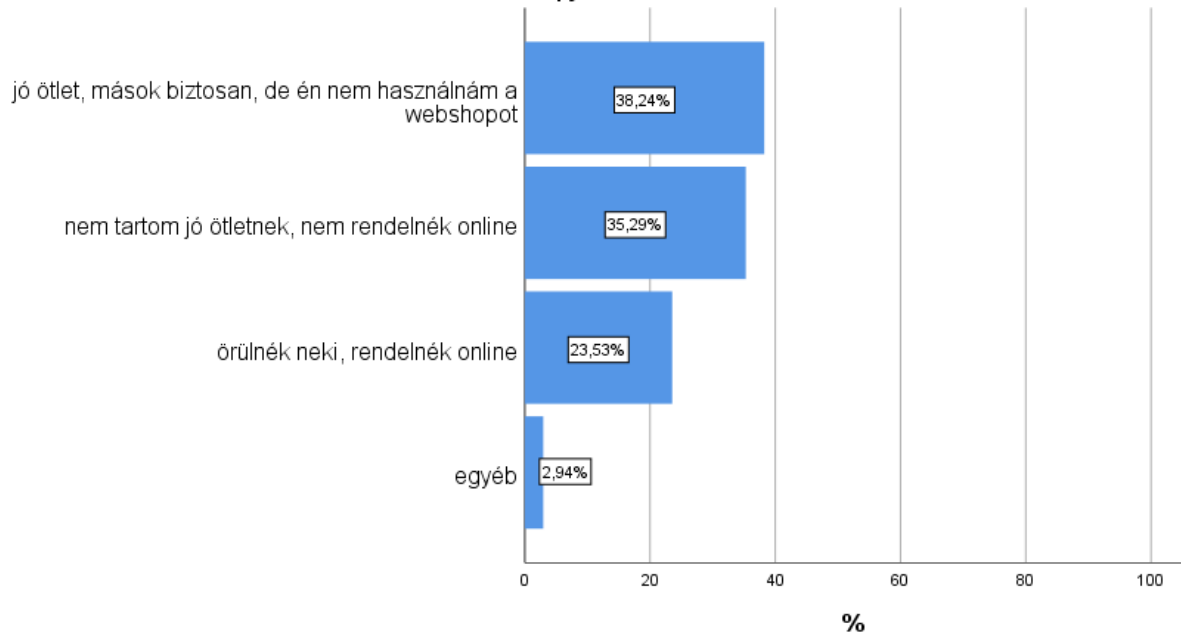
### Mit javasolna az alábbiak közül, hogy a helyi piac vonzóbb legyen?

Érv.		Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)
	kínálat bővítése	9	26,5	33,3
	több helyi termelő	8	23,5	29,6
	egyéb programlehetőségek, kísérőprogramok pl. játékok, versenyek gyerekeknek	6	17,6	22,2
	nagyobb hangsúlyt helyezni a meghirdetésére	1	2,9	3,7
	infrastrukturális fejlesztések a piacon belül (mosdó, asztalok, járda stb.)	2	5,9	7,4
	parkolási lehetőségek javítása	1	2,9	3,7
	Összesen	27	79,4	100,0
NV/NA		7	20,6	
Összesen		34	100,0	

Mi a véleménye egy online piacterről, ahol a helyi piac termékei megvásárolhatók lennének a helyi piac webshopjában is?

A kérdésre a felmérésben résztvevők 35,29%-a nem tartja jó ötletnek a piacról online történő rendelés lehetőségét. A kérdezettek 38,24%-a szerint jó ötlet, de nem élne lehetőséggel. Harmadik leggyakrabban említett helyen az „örülnék neki, rendelnék online” válasz szerepel 23,53%-kal.

**Mi a véleménye egy online piacterről, ahol a helyi piac termékei megvásárolhatók lennének a helyi piac webshopjában is?**



Körmend

**Mi a véleménye egy online piacterről, ahol a helyi piac termékei megvásárolhatók lennének a helyi piac webshopjában is?**

Érv.	Említések száma	Gyakoriság (%)	Érv. gyakoriság (%)
örülnék neki, rendelnék online	8	23,5	23,5
jó ötlet, mások biztosan, de én nem használnám a webshopot	13	38,2	38,2
nem tartom jó ötletnek, nem rendelnék online	12	35,3	35,3
egyéb	1	2,9	2,9
Összesen	34	100,0	100,0

A kérdezés során feltettük azt a kérdést is milyen terméket rendelnék szívesen online az arra nyitott kérdezettek. Az eredmények:

- zöldség gyümölcs 1 fő említésével
- ruhák 1 fő említésével
- húskészítmények 1 fő említésével



**7. táblázat: A lakossági kérdőíves felmérés eredményeinek összefoglalása SWOT-elemzés segítségével**

ERŐSSÉG	GYENGESÉG
<ul style="list-style-type: none"> <li>• a város megítélése pozitív, fejlődő, ami a termelői piac létjogosultságát is erősíti</li> <li>• a vásárlók elégedettek a helyi termelői piac termékeivel, a kínálat sokszínűségével és az áruk minőségével is (külön említették a zöldségeket, gyümölcsöket, a húst, a péksüteményeket és a sajtokat)</li> <li>• a kínálatot színesíti a lángosos, péksütemények</li> <li>• mindent egy helyen meg lehet vásárolni</li> <li>• a piaci infrastruktúra fejlődik, a piac rendezett és szép környezetben van</li> <li>• helyi termelők jelenléte</li> <li>• hangulatos piaci légkör</li> <li>• barátságos helyi termelők</li> <li>• személyes kapcsolatok</li> <li>• a város gazdasági fejlődéséhez való hozzájárulás</li> <li>• helyi termelők jelenléte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• a fogyasztók csak negyede látogatja heti rendszerességgel a piacot</li> <li>• a helyi termelők száma alacsony, 8-10 termelő van jelen a helyi piacon</li> <li>• mosdó használata és vízvételi lehetőség a vásárlók számára elavult</li> <li>• korlátozott parkolási lehetőség</li> <li>• kicsi hely az árusok és a vásárlók számára is, zsúfoltság van</li> </ul>
LEHETŐSÉG	VESZÉLY
<ul style="list-style-type: none"> <li>• helyi termelők szélesebb körének megszólítása és megjelenése a piacon</li> <li>• a kínálat bővítése</li> <li>• programok szervezése, a programkínálat bővítése (játékok, versenyek)</li> <li>• az infrastruktúra fejlesztése (mosdó, zárt hely, terület)</li> <li>• parkolási lehetőségek javítása</li> <li>• marketingkommunikációs eszközök szélesebb körű alkalmazása (rádió, TV, internetes portál, közösségi média, szórólap, helyi újság, helyi piac kiadványa)</li> <li>• online piactér megszervezése</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• az infrastrukturális fejlesztések elmaradása esetén eladó- és vevővesztés</li> <li>• a termelői réteg utánpótlásának elmaradása</li> <li>• Marketingkommunikációs eszközök nem megfelelő hatékonysága</li> </ul>



## Helyi piaccal kapcsolatos osztrák tapasztalatok

### Fürstenfeld

A helyi termelői piacok, mint a rövid élelmiszerláncok egyik formája, illetve közvetlen értékesítési lehetőség jelenik meg, aminek kiemelkedő szerepe van a társadalom és a gazdaság környezettudatosságának növelésében, az egészséges életmód egyik alapköveként definiált egészséges táplálkozás támogatásában, de ugyanúgy a helyi értékek védelmében és a helyi közösségek építésében, erősítésében is. A termékek származási helye, előállítási módjuk ismert, a kérdésekre azonnali választ kaphatnak a vásárlók és a termékek minőségéért a mögötte álló termelő vállalja a felelősséget.

Az Európai Unió termelői piacai a JRC (2013) felmérése alapján kiemelkedő jelentőségűek abban a tekintetben, hogy – mint a rövid ellátási láncok általában - minőségi, friss termékeket kínálnak a vásárlók számára, de a tradicionális és a kézműves termékek is megjelennek alaptermékeként. A termelők szerepe kétoldalról is fontos, hiszen egyrészt tovább viszik a hagyományokat (köztük a kézműves hagyományokat is), másrészt értékesítik a helyi tradíciókat, ami iránt egyre növekvő kereslet mutatkozik. A felmérés alátámasztotta azt is, hogy a rövid ellátási láncok kapcsolata a helyi értékesítéssel és az organikus termékekkel rendkívül szoros. A kutatás eredményei alapján az EU országait tekintve megállapítható, hogy a termékek 42%-a a rövid ellátási láncok esetében ökológiai gazdálkodásból származik.

Egy másik kutatásban, amit a TrueFood végzett 2009-ben az élelmiszerminőség és –biztonság témakörökben, a választ adók kiemelték a hagyományos termékek helyi kötődésének fontosságát, ami a fogyasztók számára is elsődleges szempont, előnyben részesítve az előállítás helyén, vagy termelői piacokon történő értékesítést.

Az osztrák szakértői vélemény is azt hangsúlyozza, hogy a termelői piac egyre fontosabb lesz, a fogyasztók tudatosabban vásárolnak, szeretik tudni, honnan származik az élelmiszer. Fontos szempont, hogy a régióból jönnek a termékek és kiváló minőségűek.

A változtatási javaslatok többnyire az infrastruktúrához köthetők. Ezen feltételek szem előtt tartása azért is fontos, mert Szabó (2017) felmérése alapján a termelők a szolgáltatásminőség értékelésekor a megközelíthetőséget, a rendezett és tiszta árusítóhelyeket emelték ki a megbízható termékek garanciája mellett. A körülményeket tekintve kitértek még a tiszta mellékhelyiség meglétére, a



fedettségre, a vonzó hangulatra és bár kisebb hangsúllyal, de a piac környékén elérhető egyéb szolgáltatások fontosságára is. A fogyasztók számára a termékek a meghatározók a piacválasztásban, de a kényelmi szempontok (mint könnyű megközelíthetőség, parkolási lehetőség, megfelelő nyitvatartási idő) és a körülmények (kiemelve a jó elrendezésű, tiszta piacot és a mellékhelyiség meglétét) is hangsúlyosan szerepelnek.

A szakértői vélemény arról számol be, hogy nehézségként tekintenek Fürstenfeldben – a heti két piaci nap miatt- a standok felépítésére és lebontására. A cél az lenne, hogy jó minőségű, tartós sátrakkal dolgozzanak és rövidebb időt vegyen igénybe a piac felépítése.

A fejlesztési javaslatok között a fenti infrastruktúra modernizálásán túl a piaci kínálat bővítését fogalmazta meg az osztrák szakértő. A konkrét javaslatok között a halpiac nyitása merült fel, illetve egy 'second-hand', használtáru, használtruha piac üzemeltetése.

Halpiac volt Fürstenfeldben korábban, de nehéz volt üzemeltetni, mert sem tengerhez, sem tóhoz nem fekszik elég közel a város, pedig az árunak frissnek kell lennie.

A halfogyasztási szokások vizsgálata során megállapították, hogy az EU teljes lakosságának 42%-a eszik hetente legalább egyszer halételt otthon. A halételek fogyasztásának elősegítésére javasolt halpiac nyitását Fürstenfeldben, a halételek kedvező tulajdonságai miatt is számításba kell venni. A halételek egészségesek, alacsony a koleszterintartalmuk, de jelentős forrását képezik az omega-3 zsírsavaknak, melyek csökkentik a szív- és érrendszeri megbetegedések kialakulásának kockázatát. Emellett a hal sok ásványi anyagot (kálium, kalcium, szelén, jód, foszfor, flour) és vitaminokat (A, D, B2, B6, B12, E) is tartalmaz. A halpiac megnyitása esetén a marketingkommunikáció az egészséges táplálkozást középpontba állítva tervezheti meg a használni kívánt eszközök körét.

A halfogyasztás függ az adott ország, település földrajzi helyzetétől, így a tengerparttal rendelkező országok esetén nagyobb hagyománya van. Az egészséges táplálkozás és a minőségi termékek elérése érdekében azonban megfontolandó az újranyitás, amivel – több hasonló kezdeményezés és a megfelelő források esetén -az Ausztriában élők halfogyasztási szokásai javíthatók lehetnek.

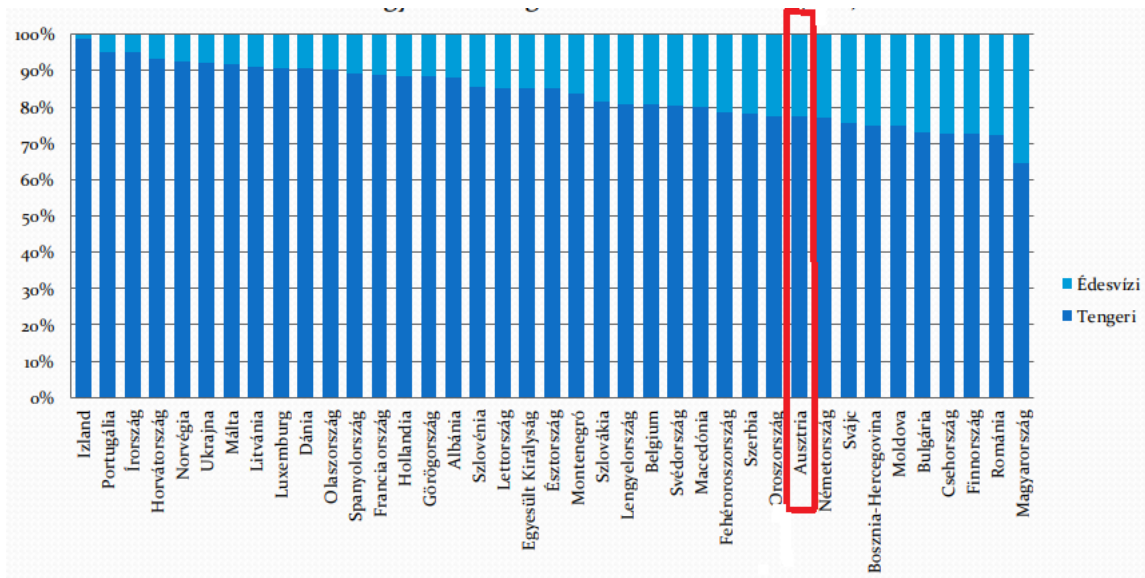
Az EU-országok halfogyasztását mutatja a következő ábra.



1. ábra: Halfogyasztás az EU-ban (kg/fő)  
Forrás: EUMOFA, 2017

Az ábra azt mutatja, hogy a legnagyobb halfogyasztó Portugáliához képest Ausztriában egy főre alig több, mint harmadannyi elfogyasztott halétel jut.

2011-es adatok alapján összehasonlítható az egyes országok (2. ábra) édesvízi és tengeri hal fogyasztása, ami a halpiac megvalósítása esetén a kínálat diverzifikálását segítheti.



2. ábra: Halfogyasztás megoszlása eredet szerint (2011)

Forrás: Lengyel-Udvardi (2015)

A 'second hand', azaz használtáru, használtruhapiaccal kapcsolatban elsősorban annak nem termelői piac volta emelendő ki.

A hagyományos és a termelői piacok főbb eltéréseit mutatja a következő táblázat.

#### Hagyományos és termelői piacok összehasonlítása

	Helyi termelői piac	Piac, vásárcsarnok
<b>Piac működése</b>	Bejelentést követően megkezdheti működését.	Engedélyhez kötött.
<b>Értékesítést végzők köre</b>	Kistermelők	Kistermelők, termelők, élelmiszer- és nem élelmiszer-előállító vállalkozások, kereskedők
<b>Regisztráció, bejelentés</b>	Illetékes jegyző fele. Üzemeltető napi nyilvántartást vezet.	Az illetékes jegyző fele. Külön engedélyeket a megfelelő szervezetek állítanak ki.
<b>Értékesítés területi korlátozása</b>	Értékesíteni lehet: - kistermelő gazdasága szerinti megyében, - 40 km-es körzetében - vagy budapesti piac esetén az ország bármely pontjáról van	Országosan, valamennyi piacon értékesíthet a kistermelő (kivéve az állati eredetű termékeket), míg a nem kistermelő területi korlátozás nélkül.
<b>Értékesíthető termékek köre</b>	Kistermelő a gazdaságból származó mezőgazdasági terméket és az általa előállított kistermelői élelmiszer értékesítheti.	Bármely termék értékesíthető a megfelelő engedélyek/feltételek megléte esetén.

Forrás: nak.hu (2018)



Bár osztrák feltételekben lehet eltérés a magyarországihoz képest, az mindenképpen fontos, hogy kategóriájában más termékekkel együtt szerepel a piacon a használt árucikk.

Amennyiben ilyen jellegű piac nyitására sor kerül, szintén előtérbe helyezhetők a környezetvédelmi szempontok, mint például a hulladék mennyiségének csökkentése vagy az újrahasznosítás preferálása a túltermeléssel szemben. A használtcikk kereskedelme egyre elterjedtebb online elérhető piacokon is.

A fürstenfeldi helyi termelői piac kommunikációjában a városi applikációnak van eredményes szerepe, illetve online és offline hirdetés is megjelenik a különböző felületeken, a piac logójával és a kóstolási lehetőség reklámozásával.

A körmendi helyi piac stratégiájában szintén szerepet kaptak az osztrák szakértő által említett marketingkommunikációs eszközök, bár az eszköztár a városi applikáció bevonásával tovább bővíthető.

Mivel az okostelefonokon keresztül az applikációk letölthetők és ezek a telefonok uralják a mobilpiacot, ezért nem csoda, hogy a vállalatok, de a városok, stb. is komoly hangsúlyt fektetnek a mobil stratégiájuk kialakítására. Az app-ok ugyanis erősítik a márka és az ügyfél kapcsolatát; kényelmesebbé teszik az információk elérését és a vásárlásokat; gyarapíthatják az ügyfélkört azáltal, hogy a felhasználók megoszthatják a mobil tartalmat és beszélnek a márkáról; illetve nem utolsósorban csökkenhetők általuk a kiadások és jelentős megtakarítások érhetőek el (Saracut, 2013). Így tehát fejlesztésük nagy körültekintést igényel, de a városmarketingben és hozzá kapcsolódóan a helyi termelői piacok marketingkommunikációjában is kiemelkedő szerepet tölthet be.

A 21. századi irányzatok, azaz az erőforrások szűkösségének felismerése, a pazarlások elkerülésének hangsúlyozása, a vegyszermentes és egészséges élelmiszerek iránti igény növekedése, a személytelen emberi kapcsolatok újra személyessé tételének fontossága, a fenntarthatóság mind azt támasztják alá, hogy az egyszerű, tradicionális piacnak – friss élelmiszerkínálattal és biztos háttérrel – igenis van létjogosultsága.



## Stratégiai koncepció

### Célcsoport

Körmeny helyi termelői piacának stratégiai koncepciójához szükséges megvizsgálni a jelenlegi és a jövőbeni vásárlók összetételét. A helyi termelői piac vonatkozásában szegmentációs ismervek alapján homogén csoportokat szükséges kialakítani, vagyis ismerni kell, hogy kik vásárolnak a piacon, mert ez a folyamat, lehetővé teszi a helyi termelői piacon való vásárlói igények magasabb színvonalú kielégítését, hozzájárul az értékesítés növeléséhez, lehetővé teszi a kommunikációs tevékenység hatékonyabb működését (Kenesei-Kolos, 2014).

A szegmentációs ismerveket 4 fő csoportba lehet sorolni:

- Demográfiai ismervek: nem, életkor, családi életciklus, nemzetiség, kultúra, vallás.
- Területi ismervek: országok közötti és országon belüli gazdasági, kulturális, fogyasztási, vásárlási különbségek.
- Társadalmi és gazdasági alapú ismervek foglalkozás, iskolai végzettség, társadalmi státusz, jövedelem.
- Magatartási ismervek: termékhasználat, termékélmény, márkahűség, életstílus, motiváció.

A fent felsorolt szegmentációs ismervek is alkalmazhatók a helyi termelői piac esetében. Számos nemzetközi kutatás foglalkozik a piacon vásárló fogyasztók szegmentációjával. Kimondottan helyi termelői piacra vonatkozó hazai reprezentatív mintán történő szegmentációs vizsgálat nem történt.

Vannak azonban olyan nemzetközi kutatások, melyek kimondottan a helyi termelői piacok vásárlóit klaszterekre osztják fel. Az Egyesült Államokban a városi és elővárosi termelői piacok vásárlóit 5 csoportba sorolták a szerzők (Elepua, G., Mazzocco, M. A., 2010, Szabó, D., Juhász, A. szerk. 2013):

- piaci-rajongók: a kiemelkedő minőségű terméket részesítenek előnyben, ugyanakkor fontos számukra a környezet, a rendezett és tiszta piaci feltételek megléte. Idősebb korú női vásárlók, akik magas iskolai végzettséggel rendelkeznek. A termelői piacon több időt is hajlandók eltölteni és gyakran keresik fel a termelői piacokat.
- szórakozás-kedvelők: számukra a termelői piac nem a vásárlásról szól, hanem a programokról, eseményekről. Inkább családos emberek, akik a programok miatt sok időt töltenek el a termelői piacon. Fiatalabb családok, alacsonyabb iskolai végzettséggel és alacsonyabb jövedelemmel.
- komoly vásárlók: a piaci-rajongók csoportja mellett ők is gyakran látogatják a termelői piacokat, de kevesebb időt töltenek el. Fontos számukra is a megvásárolt termék minősége. Középkorú női vásárlók, akik közepes jövedelemmel és közepes iskolai végzettséggel rendelkeznek.



- kevésbé motivált vásárlók: ennél a csoportnál sem az életkor, sem a nem alapján nem lehet éles határokat húzni. Szinte minden korosztályból sorolható ide férfi és nő. Nem szeretnek termelői piacra járni, de ugyanakkor elég tudatosak ahhoz, hogy bizonyos termékeket itt vásároljanak meg.
- alapvásárlók: a termékek frissessége a legfontosabb vásárlási szempont. Közép- és időskorú női vásárlók, átlagos vagy magas jövedelemmel és magas iskolai végzettséggel.

A körmendi termelői piac vásárlói körét a jelenben, a mélyinterjúk és a kérdőíves megkérdezés tapasztalataira alapozva a közepes jövedelemmel rendelkezők, a családok és az idősebb korosztály alkotja, akik vagy megszokásból évtizedek óta, vagy családi beállítódás okán, vagy a tudatosság jegyében választják a személyes kapcsolaton alapuló, helyi termelők által előállított, csomagolásmentesen is vásárolható termékeket.

A hétfői piacnap mellé bekapcsolódó szombati piac egyaránt látogatott, de a munkaképes korú, piacra járó lakosság számának növekedése látszik a szombati piac látogatottságának emelkedéséből.

A feladat az, hogy olyan további célcsoportokat szólítsanak meg, akik eddig nem, vagy kevésbé vették igénybe a helyi termelői piac szolgáltatásait.

A körmendi helyi termelői piac jövőbeni célcsoportjai a következők:

- a helyi lakosság és a környező települések azon lakosai, akik eddig nem jártak a termelői piacra. Az ő megcélzásuk hatékony kommunikációs eszközökkel, hangsúlyozva a közösség által támogatott mezőgazdaság és a rövid ellátási láncokban rejlő kölcsönös előnyöket, a környezettudatosságot, amivel a fiatalok és a fiatal családok is elérhetők.
- Ha Körmend, akkor kosárlabda, nyilatkozták többen is. A sportrendezvényekre érkező csapatok és rajongóik az egészséges életmód és annak nélkülözhetetlen összetevője, az egészséges táplálkozás révén szólíthatók meg. A kommunikációban a sportcsarnok hirdetőfelületei; odaszervezett termékbemutatók, illetve kóstolók, valamint a szálláshelyen elhelyezett kiadványok játszhatják a főszerepet.
- A városban található szállásadóhelyekkel, vendéglátóegységekkel való együttműködés is fontos a célpiac bővítéséhez, aminek eredményeképpen még több turista látogathat el, mintegy programként a helyi termelői piacra. Ennek egyik központja a MJUS, ahonnan a turistákat a szervezett programok segítségével még inkább a helyi piacra lehetne irányítani. A programokon kívül (gyerekműsorok, néptáncbemutató, stb.) ebben a helyi jellegzetességek bemutatása, ajándéktárgyak értékesítése is kiemelkedő szerephez juthat.





## Pozicionálás

A stratégia kidolgozásának nélkülözhetetlen eleme a célcsoport meghatározásán túl az adott termelői piac megfelelő pozicionálása is. Mivel Magyarországon, mint ahogy a közvetlen értékesítés elméleti feldolgozás részben is írtuk, 236 db helyi termelői piacot tartottak nyilván 2018-ban, fontos az egyes helyi termelői piacok egyediségének hangsúlyozása. Lényegében a helyi termelői piac kínálatát, egyedi márkáját és imázsát határozzuk meg a pozicionálás segítségével.

Olyan megkülönböztetésre van szükség, amivel a piac azonosulni tud, vagy amit magával hozott, s ennek tudatosítása a termelőkben és a vásárlókban egyaránt fontos. Az előzőekben meghatározott célcsoportok a környezettudatosság, az egészséges életmód és a helyi kultúrát, szokásokat ismerő, helyi ízeket megteremtő embereken keresztül, azaz a helyi termelők és a helyi termelői piac bevonásával szólíthatók meg.

A körmendi piac hosszú múltra tekint vissza és fejlesztése központi kérdés. A vásárcsarnok megvalósításával az infrastrukturális feltételek jelentős javulása várható, amit a most is különlegességként említett jó hangulat, széles, de bővítendő termékkínálat tesz teljessé. A körmendi piacra a termelők szívesen mennek és az eladáson túl egymás és a vásárlók személyes ismeretét, a kölcsönös megbecsülést és bizalmat is hangsúlyozták. Személyi feltételeit tekintve többen megnevezték a piacfelügyelőt, aki ott valóban ismeri, informálja és összefogja a termelőket, azaz koordinálja a piac működését.

A vegyszermentesen termelt zöldségekre és gyümölcsökre, a hagyományos módon és régi családi recept alapján, tartósítószermentesen készített lekvárookra, szörpökre és savanyúságokra méltán büszkék a termelők.

Tehát a pozicionálás során hangsúlyozni kell, hogy a helyi termelői piacon a vásárlók közvetlenül a helyi termelőktől, egészséges, megbízható, természetes, a hagyományos termelési eljárásokkal készült, egyedi termékeket vásárolnak.

A környezettudatosság, az egészséges életmód és a slow living filozófia egyaránt érvényesül a helyi termelői piacok szupermarketekkel szembeni térnyerésében. Csomagolás-, vegyszer- és tartósítószermentesen vásárolhatnak nemcsak kül-, de beltartalomban is értékes termékeket, amire a mögötte álló termelő a garancia.

A slow turizmus és slow living jegyében pedig, egy adott helyről nem feltétlenül a nevezetességek meglátogatása, hanem sokkal inkább az ott élők mindennapjainak megismerésével nyerhetnek



valóság-hű képet az oda látogatók, amihez a termelői piac, a helyi termékek ismerete szervesen kapcsolódik.

### Körmenyi helyi termelői piac stratégia

A kvalitatív és kvantitatív kutatási eredményekre támaszkodva fogalmazzuk meg Körmenyi helyi termelői piacának fejlesztésére vonatkozó javaslatunkat. A helyi termelői piacok stratégiai irányvonalának meghatározása előtt érdemes mérlegelni, hogy melyek a koncepciót leginkább befolyásoló olyan tényezők, amire ráhatása van a stratégiának, és ami nem, mint külső környezeti hatás érvényesül. A külső környezet elemzésére használt PESTEL elemzés sorra veszi a politikai, gazdasági, társadalmi, technológia, természeti és jogi körülményeket, amelyekre a helyi termelői piac hatást nem tud gyakorolni, amelyek változásaihoz alkalmazkodnia kell.

Bár például a termelők közül többen kifogásolták a nyugtadási kötelezettséget, aminek kiiktatásával nem az adófizetés elkerülését szeretnék elérni, hanem a vásárlás gyorsítását, a kiszolgálás rugalmasságának, idejének csökkentését; ez mégsem a helyi piac stratégiai hatásköre.

A belső tényezők a következő csoportokba sorolhatók:

- személyi feltételek (termelők, piactulajdonos és piacfelügyelő)
- együttműködések (termelői piacok között, szállás- és vendéglátóhelyekkel)
- szolgáltatások (szakértők, programok, ülőhely, stb.)
- technikai, infrastrukturális feltételek (vásártér, víz- és villanyvételi lehetőség, kikapcsolási és parkolási lehetőség, korszerű és elegendő szociális blokk, megfelelő tér, stb.),

### Személyi feltételek fejlesztése

#### **Mentori program meglévő termelők megtartására, új termelők bevonására**

A helyi termelők, őstermelők, kistermelők egy személyben látják el a termelés, esetleges feldolgozás, szállítás, értékesítés, számlázás, marketing tevékenységet. A legtöbb helyi termelő nem rendelkezik az előbb felsorolt tevékenységekhez kapcsolódó szükséges szakmai ismeretekkel, inkább a több éves tapasztalat alapján végzi tevékenységét. Fontosnak tartjuk, hogy megfelelő szakmai ismeretek birtokában tudják végezni a helyi termelők a tevékenységüket, melyhez úgynevezett mentori program kidolgozása szükséges a következő csoportosításban:

- jelenlegi helyi termelők mentori programja, akik több éves tapasztalattal rendelkeznek, azonban a változásokról, újdonságokról időben szeretnének értesülni és ezekhez alkalmazkodni,



- új, fiatal, kezdő helyi termelők mentori programja,
- olyan termelők, akik otthon termelnek saját felhasználásra és a túltermelésből származó felesleggel nem mennek ki a helyi piacra, hanem elsősorban elajándékozzák a szomszédoknak, ismerősöknek.

A mentori program segítségével lehetőség nyílik arra, hogy a helyi termelők interaktív módon vegyenek részt a programban, szakmai tanácsadó segítségével gyakorlati tudást, aktuális információkat szerezhessenek a helyi termelői piacokkal kapcsolatos jogszabályi változásokról. A program igénybevételéhez a helyi termelőknek nem kell elutazniuk, helyben történne a mentorálás, a programban részt vevő termelő termékeihez kapcsolódóan nyújtanának szakmai segítséget a tevékenységben, az értékesítésben és a kommunikációban.

A kezdő helyi termelők általában hiányos vállalkozó ismeretekkel rendelkeznek. Többségüket vagy a lelkesedés vagy a megélhetés biztosítása „kényszeríti” a kisléptékű mezőgazdasági termelésre. Az ő részükre a mentorálási program szintén interaktív módon történne szakmai tanácsadó bevonásával. Segítséget kapnának a saját termékükre vonatkozóan, hogy hogyan lehet megteremteni a termelés és értékesítés közötti egyensúlyt. Hiányos vállalkozói ismereteiket szakmai segítséggel fejleszthetik főként gazdasági, gazdálkodói, értékesítési és marketing szakspecifikus témakörökben saját termékeikre vonatkozóan. A szakmai tanácsadók jó gyakorlatokkal és tanulságos példákkal is segítenék a kezdő helyi termelők tevékenységét.

A piacon nem értékesítő termelőknek is szükségük van szakmai mentorálásra. Számukra fontosnak tartjuk, hogy megismertessük őket a piacra lépés alapvető feltételeivel, milyen előírásoknak, jogszabályoknak kell megfelelni, és az előállított termék típusa alapján ez hogyan valósítható meg a gyakorlatban, milyen engedélyekre van szükség az üzemeltetéshez. Természetesen a piaci feltételekhez szükséges információk átadásán kívül, amennyiben a termelő igényli, bekapcsolódhat a kezdő helyi termelőknek szóló mentorprogramba.

### **Új termelők bevonása közösségi kertek útján**

A közösségi kert abban tér el a hagyományos kerttől, hogy több ember közösségben műveli, azaz a földtulajdonosok lehetővé teszik a kertészek, gazdálkodni vágyók számára, hogy földterülethez jussanak, ami lehet akár az első vagy hátsóudvarukon, egy kis földdarabon is. Ez egy, a földtulajdonosok és a termelők közti megállapodáson alapszik és az emelkedő élelmiszerárak következtében indult el, a



bevásárlásra költött összegek csökkentése érdekében. Lehetőség nyílik a tapasztalatok, a tudás és az eszközök megosztására és cseréjére és szociális kapcsolatok is kialakulhatnak (Harrison, 2011). Az eredeti felfogásban pénz nem cserél gazdát, hanem a földtulajdonos, aki vagy a kora vagy idő hiányában nem tudja a földjét művelni elkerüli, hogy az veszendőbe menjen, s ellentételezéseként a megtermelt zöldségekből és gyümölcsökből részesül.

Az ötlet első kivitelezése nem vidéki hatalmas területeken, hanem nagyvárosi kertekben történt, ahol az emberek nem akartak mérföldeket utazni ahhoz, hogy napi szinten gazdálkodhassanak egy kisebb földterületen, hanem a közeli utcákban kerestek „kiadó” kerteket, például az Egyesült Királyságban (Dore, 2009). Szeptemberben a legjobb kezdeni, mert akkor az ásással és tervezéssel elő lehet készíteni a következő évi ültetést.

Magyarországon az elmúlt 10 évben egyfajta „mozgalomszerűséggé” vált a közösségi kertek létrehozása, ami Budapest utána a vidéki nagyvárosokban is terjed, főként önkormányzati és privát területeken. A városi kert kerítéssel körbevett, egy közösség által művelt, zárt terület.

Előnye, hogy ízletes termés kerül a kertészkedők asztalára, csökkennek a kiadások és egyfajta közösségformáló ereje is van. Az első lépés az egészségesebb, ökotudatos életvezetés felé. Mindemellet a városi térhasználatban is nagyon jó ökotudatos alternatíva, amire a kortársépítészet és a városfejlesztés is alapoz.

„A városi kertművelés hasznos, értékteremtő, életminőség javító tevékenység, erős szociális, mentálhigiénés, oktatási, városszépítő hasznai vannak, komoly kommunikációs értékkel bír, ráadásul az is kiderült, hogy nagy lakossági igény van rá. A kerttagok számára legfőképp nem forintosítható hasznokkal jár (externáliák), például életminőség javulás, egészségügyi javulás, közösséghez tartozás élménye, programok-elfoglaltság, gyarapodásélmény, büszkeség, minőségérzék, emberi kapcsolatok. A városi kertek alapítása nagyon jelentős kommunikációs és szemléletformáló tevékenység: minőségre, takarékosagra, ökotudatosságra tanít.” (Rosta, [www.varosikertek.hu](http://www.varosikertek.hu))

Hátránya: nagyobb befektetést igényel, hiszen általában kerítéskészítés, földcsere, ágyásépítés és vízrendszer-telepítés is szükségeltetik ([storeinsider.hu](http://storeinsider.hu), 2015).

A városi kertek fajtái:

- parcellára osztott közösségi kertek
- közösségi parkok



- iskolakert
- szociális kertek

A közösségi kertek megvalósíthatók a városban olyan földterületeken, melyek jelenleg kihasználatlanok, nem műveli senki sem, melyre az önkormányzat tartós vagy ideiglenes területhasználati engedélyt adhatna ki. A közösségi kertekben nemcsak gyümölcsöket és zöldségeket lehet termesztetni, hanem alkalmasak lehetnek más növények termesztésére. A közösségi kertek művelésével a korábban említett mezőgazdasági termelők előregedésének problémájára is nyújthatna megoldást. A szemléletformálás által fiatal termelők nevelhetők ki ily módon, akik majd megjelenhetnek a helyi termelői piacon saját termékeikkel, amennyiben hosszú távú stratégiában gondolkodunk.

### **Szakmaiság a vezetésben, valamint a látogatottság mérése**

Az üzemeltető és a piacfelügyelő szakmai felkészültsége, feladatainak pontos meghatározása is szükséges a helyi termelői piac eredményes, sikeres működése szempontjából.

A piac üzemeltetőjét a NÉHIB a következőképpen határozza meg: „a fenntartó vagy a fenntartó által kijelölt, a piac vezetését, illetve annak működtetésével kapcsolatos feladatokat ellátó személy, aki a fenntartó nevében eljárni jogosult.” A helyi termelői piac üzemeltetője a piacon árusító termelők napi nyilvántartásért felelős, az értékesített termékek élelmiszer biztonságáért, minőségéért, a nyomon követhetőségért és a dokumentálásért azonban a kistermelő (nebih.gov.hu). Az üzemeltető, piacfelügyelő feladata között stratégiai szempontból szükségesnek tartjuk, hogy a körmendi termelői piacon megjelenő helyi termelőkről és az értékesített termékekről folyamatos digitális alapú adatbázis készüljön, mely a kommunikációs stratégia (honlap) szempontjából is fontos. Annak érdekében, hogy megismerjük a helyi termelői piac látogatottságát, hatékonyságát forgalomszámlálást javaslunk a helyi termelői piacon negyedévente vagy félévente, mert aki „mérni tudja, az menedzselni is” (Blanchard-Hutson-Willis, 2012).

### **Ellenőrzés**

Helyi termelői piac hitelességének erősítése kiemelt stratégiai feladat. Az üzemeltető hatáskörébe kell, hogy tartozzon a helyi termelők ellenőrzése helyszíni ellenőrzéssel, melyek a fogyasztók és a termelők számára is bizalmat közvetítenek. Az ellenőrzés alatt olyan támogató tevékenységet értünk, mely alapján megállapítható, hogy a helyi termelő hol, milyen körülmények között termeli a termékét, végzi



a tevékenységét, milyen mennyiségben és minőségben képes kiszolgálni a vevőkört. Az ellenőrzést évente legalább egyszer el kell végezni a termelő által végzett tevékenység függvényében. Ezáltal biztosítható, hogy a helyi termelői piac kínálata illeszkedjen a célcsoport igényeihez, közvetítse a lokális, hagyományos előállítási módokat. Olyan élelmiszer és mezőgazdasági termelők jelenjenek meg, akik egész évben azon dolgoznak, hogy az egészséges, megbízható, organikus termékekkel tudjanak megjelenni.

Ide tartozik továbbá olyan speciális termékek értékesítése esetén szükséges személyi jelenlét is, mint pl. a gombák árusítása esetére kirendelt gombaszakértő. Ez utóbbi a körmendi piacon biztosított.

### Együttműködések

#### **Az együttműködés védjegye – Vasihegyhát-Rábamente**

A helyi termelői piac gazdasági fejlesztésében erőteljes szerepet játszik egy egységes márkánév/védjegy bevezetése. A közös védjegy alkalmazása a körmendi és vasvári helyi termelői piacon a következő szempontok miatt szükséges:

- lehetőséget teremt más helyi termelői piacoktól való megkülönböztetésre,
- lehetővé válik a termelők azonosítása,
- meghatározza a termék származását, minőségét,
- a fogyasztó a védjeggyel ellátott termékekkel kapcsolatban bizalmi kapcsolatot alakít ki, hiszen ehhez társítja a termék minőségét, előállítási módját, vásárlás helyszínét,
- alkalmazható a marketingkommunikációs eszközökben, a vásárlók ösztönzésében.

A helyi termelői piac egységes márkájának bevezetése lehetőséget teremt a helyi termelők termékeinek összefogására, melyhez egységes marketingkommunikációs tevékenység is társul, ezzel is megkönnyítve a termelők értékesítési folyamatát. A védjegyet azon helyi termelők használhatnák, akiknek a termékei helyi alapanyagokból készülnek, követik a hagyományos, tradicionális eljárásokat, nem tartalmaznak különböző adalékanyagokat, organikusak, egészségesek. A védjegy bevezetéséhez szükséges egy szakmai bizottság felállítása, akik döntenek, hogy melyik termelő, milyen termékével vagy termékeivel jogosult a védjegy használatára. A helyi termelőknek egy védjegyhasználati kérelmet kell benyújtaniuk termékmintával együtt, melyet a szakmai bizottság különböző feltételek alapján elbírál. Feltétel lehet a helyi termelő földrajzi elhelyezkedése, a termék csomagolása, összetétele, elkészítésének módja, különlegessége. A védjegy megszerzése és használata anyagilag nem terhelne a helyi termelőket. A helyi termelőnek a szakmai bizottsággal védjegyhasználati szerződést kell kötnie.

A javasolt védjegy két helyi termelői piacot kötne össze, a vasvári és a körmendi piacokat. A védjegyre vonatkozó javaslat alapja a helyi TDM szervezet elnökével folytatott interjú alapszik.

„2011-ben hoztuk létre a TDM szervezetet, akkor már Körmend és Vasvár térségének vonatkozásában. Az volt akkor az elképzelés, hogy a Hegyhát önmagában kicsi ahhoz, hogy piacra lehessen vinni és Körmend térségében is hasonló problémák voltak, ezért próbáltuk a kettőt összevonni és egy desztinációként érvényesíteni. Ezt nevezzük Vasi Hegyhát Rábamentének, ami lényegében Körmend-Vasvár térsége. Most már nemcsak turizmus, hanem vidékfejlesztés területén is próbáljuk összefogni.”- nyilatkozta Zágorhidi Czigány Ákos, a helyi TDM szervezet elnöke 2019-ben. Az általa említett honlapon a desztinációt a következőképpen határolták le, amit a továbbiakban ebben a stratégiai irányvonalban is alapul vehetünk.



**3. ábra Vasihegyhát-Rábamente**

Forrás: <http://vasihegyhat-rabamente.hu/wp-content/uploads/2019/02/Bemutakoz%C3%A1s-1.jpg>

A védjegy elnevezése a desztináció alapján „Vasihegyhát-Rábamente termelői piacok minősített helyi terméke”, röviden „Hegyháti Érték” lehetne.

A védjegy célja, hogy a körmendi és vasvári termékek, szolgáltatások, alkotások ismertsége növekedjen, továbbá hozzájáruljon a helyi gazdaság fellendítéséhez, új munkahelyek létrehozásához. Az embléma mindkét oldalról, legyen fogyasztói, vagy termelői, a minőség garanciája.



A „Hegyháti Érték” címet olyan termelők által megtermelt feldolgozatlan vagy feldolgozott élelmiszer, mezőgazdasági termék, élő állat, kézműves termék vagy helyi termelő által előállított termék viselheti, ami a két város helyi termelői piacán árusítási engedélyt kap és a korábban említett feltételeknek megfelel.

Fontos a védjeggyel ellátott termékek körének időszakos ellenőrzése.

A Körmentdi termelők termékei közül, mint „Körmentdiákumok”, bizonyos termékek egy, a korábbinál szigorúbb rendszer alapján, mint igazi helyi specialitások a „Batthyány Örökségközpont minősített terméke” védjegyet kaphatják. Ennek minősítési rendszerét az Örökségközpont határozza meg.

### **Vásárlók számának növelése vendéglátó- és szálláshelyekkel való együttműködés útján**

A helyi termékek népszerűsítése szempontjából a stratégiánkban fontos szerepet tölt be a Körmentden működő szálláshelyekkel és vendéglátóegységekkel való közös együttműködés.

Az együttműködés egyik alapja, a helyi termelői piac, mint nevezetesség, látnivaló propagálása a vendégek körében, amihez a szállást vagy vendéglátást igénybe vevőknek akár kóstolást lehetne biztosítani vagy olyan vitrineket elhelyezni a bejáratnál, étkezőben vagy a fogadótérben, ami a helyi termelői piacon vásárolható termékeket sorakoztatja fel. Tehát a szálláshelyek és a vendéglátóipari egységek, mintegy „bemutatóteremként” is funkcionálhatnak, ha például a kézműves termékekkel dekorálnak.

Továbbá kiemelésre kerülhet, hogy a szállásadók és vendéglátóegységek helyi termelők termékeit használják alapanyagként az ételek elkészítéséhez, vagy tálalják fel reggelihez, vacsorához (pl. mézeket és lekvárokat). A szálláshelyeken programként ajánlható lenne az őstermelőktől vásárolt alapanyagokból a vendégek által elkészíthető saját reggeli vagy vacsora, Rábamenti menüként. A program a helyi termelők megismertetésére kiválóan alkalmas, valamint autentikus élményt is nyújt a vendégeknek.





## **Dobozrendszer (termelő-vásárló-piacvezetés együttműködésében)**

A dobozrendszer bevezetésével Körmend helyi termelői piacán lehetővé válik, hogy a vásárló előre megrendelje a helyi termelőtől a terméket, ami a piacnapon csak átvesz és kifizet. A termelő az aktuális termékínálata alapján állítja össze a doboz tartalmát. A „doboz” méretei a háztartások igénye szerint alakítható: a kis doboz az egyszemélyes, a közepes a két-, illetve háromszemélyes, míg a nagydoboz a négy-hat fős háztartások igényeinek felelnek meg. A dobozrendszer bevezetését szükséges a vásárlók irányába intenzíven kommunikálni. A kommunikáció elsődlegesen a helyi piac üzemeltetőjének a feladata, illetve a termelői piacon a termelőknek is lehetőségük van kommunikálni közvetlenül a vásárlóknak. A dobozrendszer bevezetésének kezdeti szakaszában szükségesnek tartjuk, hogy egy koordináló személy, például a piacfelügyelő fogja össze a vásárlók rendeléseit, melyeket továbbít a helyi termelők felé. A későbbiekben, mikor már kialakult weboldallal rendelkezik a helyi termelői piac, akkor a dobozrendszerben történő rendelés megvalósítható Interneten keresztül is.

## Szolgáltatások

### **Oktató piac**

Az iskolai családi napok illetve a városban lévő nagyobb családi rendezvények kiválóan alkalmasak arra, hogy megismertessük a helyi lakosságot a helyben készült termékekkel. Ezekon a rendezvényeken egy-egy helyi termelő bemutathatja, hogy mivel foglalkozik, milyen eredményeket ért el, miért is jó helyi termelőnek lenni.

Emellett az óvodai és iskolai csoportok ösztönözhetőek lehetnek arra, hogy egy-egy délelőtt során kilátogassanak a termelői piacra, ahol a gyerekek nemcsak a termelőkkel, azok portékáival, de előállításuk fortélyáival, szépségeivel is megismerkedhetnek. Hasonló látogatások szervezhetőek a gazdálkodási területekre is, ami a gyakorlatban is megismerteti a gyerekeket a korábban hallottakkal.

### **Programok**

A kommunikációban részletesen kifejtésre kerül annak a lehetősége, amit az egyik piacon árusító helyi termelő is felvetett, miszerint a szombati piacnapra a helyi lakosság mozgósítása érdekében 10-11 közöttre lehetne különböző programokat szervezni. Ezek alapvetően:

- gyerekprogramok: bábelőadás, gyerek koncert, bohóc stb.,
- kulturális programok: néptánc-bemutató, beszélgetés helyi hírességekkel



- vagy az egészséges táplálkozást, a közvetlen értékesítést és a tudatos vásárlást támogató programok lehetnek.

Ezek részletes kifejtését a kommunikációs stratégia tartalmazza.

### Infrastrukturális fejlesztés

A mélyinterjúk tanúsága szerint a bár fedett, de nem kellően nagy és nem megfelelően kialakított árusítótér okozta problémára a vásárcsarnok jelenthet megoldást, új szociális blokkal, ami nem ennek a stratégiai tervnek a része.

Amit viszont ki kell emelni az infrastruktúra kapcsán, hogy fontosnak tartják a termelők a családi légkör fokozását egy „leülős-beszélgetős” sarok kialakításával, ahol az emberek a piacon vásárolt pl. lángost elfogyaszthatják, miközben beszélgetnek és új kapcsolatokat alakítanak ki és mint a slow living egyik eleme, „megélik a piac hangulatát”, s egy kicsit visszahozzák a piacnak a korábbi „találkozási helyként” megvalósuló közösségformáló szerepét.

Az ehhez és az információk megfelelő biztosításához szükséges, az alábbiakban javasolt eszközbeszerzés figyelembe veszi a projektbe erre fordítható költségvetési keretösszeget.

- **Tábla - 2 db**

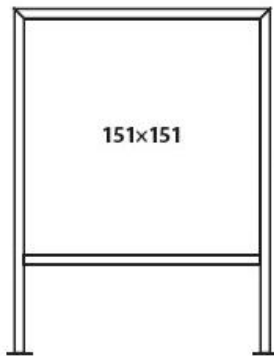
Javasoljuk két információs tábla beszerzését. Az egyik táblán közérdekű információkat lehetne elhelyezni, a másik táblán helyi termékek, termelők bemutatását a kialakított arculatnak megfelelően. A tábla tartalmát, a szerkezet színét a helyi piac arculatának megfelelően kell elkészíteni.

**Specifikáció:** Tábla javasolt magassága 2200 mm, táblakeret belső mérete: 1514×1514 mm, tapl: 200×110×8 mm. A tábla anyaga 60×60×2 mm-es zártszelvény, a tábla belsejében körbe 30×3 mm-es laposvas kerül, melyre rögzítésre kerül egy habosított pvc tábla. A habosított pvc tábla fehér, 5 mm vastag. A habosított pvc egyik oldala nyomtatva az arculat szerinti egyedi tartalommal. A tábla fém szerkezete RAL9006 színű, vagy azzal egyenértékű.

- **Pad - 4 db**

A megalkotott helyi piac arculatához illeszkedő padok beszerzését javasoljuk, amely színeiben illeszkedik az egységes arculathoz, és szolgálja a helyi piacra érkezők kényelmét.

**Specifikáció:** A pad mérete kb. 2070×420×470 mm, a pad anyaga 60×60 mm-es zártszelvény, valamint szükséges biztosítani a pad alján és a padlécek alatt a megfelelő stabilitást fém összekötő elemekkel. A fém részek színe RAL3003 vagy azzal egyenértékű. A pad ülőfelülete 3 db 28 mm vastag wpc lécből készül, melyek mérete kb. 110-150-110 mm szélesek, a két szélső lekerekített forma, színe UPM Profi Deck 150 Pearl Grey vagy azzal egyenértékű. A pad mindkét oldalára 4 mm vastag lemez kerül, melyből lézervágással kerüljön kivágásra a településnév, az arculatban megadott betűtípussal, megteremtve az egységes arculatot.



javasolt tábla méret



RAL 9006



RAL 3003



## Felhasznált irodalom

Benedek, Zs., Fertő, I., Baráth, L., Tóth, J. (2014): Termelői heterogenitás a rövid ellátási láncokban: a piacokon értékesítő gazdák jellemző különbségei. *Gazdálkodás*, 58. évfolyam, 4. szám

Bertalan, L., Inzsöl, R., Hegedüs, J., & Jankó, F. (2019). Quo vadis Farmer Sales? The Experience of a Survey in Hungary. *Naše gospodarstvo/Our Economy*, 65(1), 30-39. DOI: 10.2478/ngoe-2019-0003

Blanchard, K.-Hutson, D.-Willis, E. (2012): *Az egyperces vállalkozó*. Pongor Publishing Kft., Budapest

Bougherara, D., Grolleau, G., Mzoughi, N., (2009): Buy local, pollute less: What drives households to join a community supported farm? *Ecological Economics* 68, 148-149

Csíkné Mácsai, É. (2014): *Közvetlen értékesítés a mezőgazdasági termékek piacán*, Doktori értekezés, Gödöllő

Elepua, G., Mazzocco, M. A. (2010): Consumer Segments in Urban and Suburban Farmers Markets *International Food and Agribusiness Management Review*, Volume 13, Issue 2

Juhász, A. szerk (2012): *A közvetlen értékesítés szerepe és lehetőségei a hazai élelmiszerek piacrajutásában. Élet a modern kiskereskedelmi csatornákon kívül?* Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest

Kenesei, Zs., Kolos, K. (2014): *Szolgáltatásmarketing- és menedzsment*. Alinea Kiadó, Budapest

Renting H., Marsden T.K., Banks J. (2003): Understanding alternative food net-works: exploring the role of short food supply chains in rural development, *Envi-ronment and Planning*, volume 35, p. 393-411

Spiller, A., Anke-Mellin, M. (2007): Farmer-to-Consumer Direct Marketing: The Role of Consumer Satisfaction Measurement for Service Innovations, 1st International European Forum on Innovation and System Dynamics in Food Networks, Innsbruck-Igls, Austria, February 15-17, <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/6607/2/sp08sp01.pdf> Letöltés ideje: 2013. november 2.



Szabó, D., Juhász A. szerk. (2013): A piacok jellemzői fogyasztói és termelői szemmel. Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest

### ***Jogi dokumentumok***

2005. évi CLXIV. törvény a kereskedelemről

51/2012. (VI. 8.) VM rendelet: A helyi termelői piacokon történő árusítás élelmiszerbiztonsági feltételeiről

59/1999. (XI. 26.) EüM rendelet: A vásári, piaci és vásárcsarnoki árusítás közegészségügyi szabályairól

Öko EK rendelet 23. cikk (1) pontja

889/2008/EK rendelet 62. és 66. cikke

### ***Internetes hivatkozások***

[www.aki.gov.hu](http://www.aki.gov.hu)

[www.ksh.hu](http://www.ksh.hu)

<https://portal.nebih.gov.hu/>

Dore, J. (2009): No Space to Grow Food? Why not Try Sharing a Garden?

(<https://www.growveg.com/guides/no-space-to-grow-food-why-not-try-sharing-a-garden/>)

Harrison, L. (2011): Saving money. Garden Sharing: growing your own vegetables on someone else's patch. The Guardian. (<https://www.theguardian.com/money/2011/sep/02/garden-sharing-growing-vegetables>)

Így működnek a közösségi kertek. (2015)

([http://storeinsider.hu/gazdasag/cikk/igy\\_mukodnek\\_a\\_kozossegi\\_kertek](http://storeinsider.hu/gazdasag/cikk/igy_mukodnek_a_kozossegi_kertek))

Rosta, G. (2014): Községi kertek. <http://www.varosikertek.hu/varosi-kert-mozgalom>



## Melléklet

### Interjúvázlat



#### INTERJÚVÁZLAT

Helyi termelők részére, aki megjelenik **KÖRMEND, ŐRISZENTPÉTER, SZENTGOTTHÁRD, VASVÁR helyi piacok legalább egyikén**

KÖSZÖND MEG A LEHETŐSÉGET. RÖVIDEN FOGLALD ÖSSZE, HOGY MI FOG TÖRTÉNNI, HANGSÚLYOZD AZ ŐSZINTE VÁLASZOK FONTOSSÁGÁT. RÖVIDEN MUTATKOZZ BE! ÁLLAPODJATOK MEG, HOGY TEGEZŐDNI VAGY MAGÁZÓDNI FOGTOK! ISMERTESD A PROJEKTET: **CITY COOPERATION II-ATHU018 projektben a helyi piacok stratégiájának kidolgozása folyik a következő települések tekintetében: KÖRMEND, ŐRISZENTPÉTER, SZENTGOTTHÁRD, VASVÁR. Az ehhez szükséges helyzetfeltáráshoz járul hozzá megtisztelő véleményével.**

„... TELEPÜLÉS” RÉSZNÉL, MINDIG AZ ADOTT TELEPÜLÉST OLVASD FEL:  
KÖRMEND vagy ŐRISZENTPÉTER vagy SZENTGOTTHÁRD vagy VASVÁR

#### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTAKOZÁSA

KÉRJÜK MEG AZ INTERJÚALANYT, HOGY MUTATKOZZON BE! SZEMPONTOK LEGYENEK:

- Milyen termékekkel foglalkozik?
- Mióta?
- Mekkora a vállalkozás?
- Milyen helyi piacokon szokott megjeleni, milyen gyakran?
- Milyen az értékesítési gyakorlata?

#### 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Kulcskérdés: első gondolatok**

- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: ... település?
- Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: ... település helyi piaca?

#### 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Kulcskérdés: Helyi piac választási szempontok**

- Ön említette, hogy mely helyi piacokon szokott megjelenni. Most **általánosságban** kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?  
VÁRD MEG A VÁLASZT, MAJD AZTÁN KÉRDEZZ TOVÁBB AZOKAT A SZEMPONTOKAT, AMIT NEM EMLÍTETT:
- Szempont például...
  - ... a kitelepülési díj?
  - ... a helyi lakosság életszínvonala?
  - ... hogy milyen más termelők vannak jelen?
  - ... hogy mekkora a piac (más árusok, kínálati oldal)?
  - ... milyenek a piacon az infrastrukturális körülmények?
  - ... milyen a közbiztonság?
  - ... milyen a megközelíthetősége (autó, kerékpár, gyalogos)?
- Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?  
pl.: vízvételi lehetőség, milyen eszközöket biztosítson, áruszállítással kapcsolatos igények, kikapcsolás körülményei, kommunikáció a lakosság felé, kommunikáció a termelők felé stb.)
- Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?
- Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?
- Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?



#### **Kulcskérdés: A vizsgált település piaca**

- *Most a ... település piacáról kérdezem.*

**HA TÖBB HELYI PIACON IS MEGJELENIK A SZÓBAN FORGÓ TELEPÜLÉSEK KÖZÜL:** Kérem, válassza ki melyik település helyi piacát értékeli a következőkben:

1) KÖRMEND      2) ÓRISZENTPÉTER      3) SZENTGOTTHÁRD      4) VASVÁR

**(HA CSAK EGY SZÓBAN FORGÓ TELEPÜLÉS PIACÁN JELENIK MEG, AKKOR IS KARIKÁZD BE, MELYIKRŐL BESZÉL A MEGKÉRDEZETT.)**

- Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg a ... település helyi piaca?
- Összességében elégedett Ön .... település helyi piacával? Miért?
- A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban?
- Összegezve mit tart a ... település helyi piacának erősségének?
- Összegezve mit tart a ... település helyi piacának gyengeségének?
- Mitől különleges .... település helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!

#### **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

##### **Kulcskérdés: A vizsgált település piacának fejlesztése**

- Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené a .... helyi piacot? Mi az, amin változtatna?
- Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében?
  - Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac?
  - Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek?
  - Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?

##### **Kulcskérdés: Virtuális piactér**

- Mit gondol arról a lehetőségről, hogy a ... település helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?
- Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései?
  - Miért?
- Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)?
  - Miért?
  - **Ha részt venne**, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon?
  - **Ha részt venne**, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?
- Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren?
  - Ha igen, mihez?
- Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé?
  - Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel?
  - Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről?
  - Vevői-termelői közösségek építése?
  - Piackutatási funkció?
- Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?

#### **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

##### **Kulcskérdés: Kommunikációs eszközök**

- Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon a ... település helyi piacára?
- Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna?
- Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?



AMIT A KÖVETKEZŐK KÖZÜL NEM EMLÍTETT RÁKÉRDEZNI:

Tervezne nyomtatott kiadványt a helyi piacról?

Informatív, vagy inkább „sok kép kevés szöveg”, érzelmekre ható tartalom? Milyen információkkal?

Online kommunikáció? Milyen felületeken? Mi legyen az üzenet?

- Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?

#### 6. LEZÁRÁS

KÖSZÖNJÜK MEG A RÉSZVÉTELT, HANGSÚLYOZZUK, HOGY MENNYIRE HASZNOS VOLT SZÁMUNKRA A BESZÉLGETÉS.

Moderátor monogramja: \_\_\_\_\_





## Kérdőív



*Kedves itt élő, helyi lakos!*

*Kérjük, a csatolt kérdőív kitöltésével segítse települése fejlesztése kapcsán készülő felmérésünk eredményes lebonyolítását. Segítségével a városát az Ön véleményének figyelembe vételével fejleszthetjük. A kérdőív kitöltése önkéntes. Az adatok név nélkül kerülnek összesítésre. Jelen adatfelvétel és eredménye kizárólag a városa marketing koncepciójának elkészítése során kerül felhasználásra.*

### Szűrőkérdések :

**Sz.1. Az Ön lakóhelye: 1) KÖRMEND 2) ÓRISZENTPÉTER 3) SZENTGOTTHÁRD 4) VASVÁR**

**HA NEM A FENT FELSOROLT VÁROSOKBAN LAKIK a megkérdezett, nem folytathatja a kérdőív kitöltését. KÖSZÖNÖM, MOST OLYAN VÁLASZADÓKAT KERESÜNK, AKIK NÉGY VÁROS VALAMELYIKÉBEN ÉLNEK.**

*Ha a négy város valamelyikében él a megkérdezett, akkor karikázza be a megfelelőt.*

**Sz.2. Járt már települése helyi piacán?**

- 1) igen
- 2) nem

**HA A VÁLASZ: NEM, akkor a megkérdezett nem folytathatja a kérdőív kitöltését. KÖSZÖNÖM, MOST OLYAN VÁLASZADÓKAT KERESÜNK, AKIK JÁRTAK MÁR A HELYI PIACON!**

**1. Mióta él itt?**

\_\_\_\_\_ óta (évszám)

**2. Mennyire elégedett Ön azzal, hogy...?**

**Kérem, értékelje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1: egyáltalán nem; 5: teljes mértékben. (X nincs adat, nincs válasz)**

... a Nyugat-dunántúli régióban él?	1	2	3	4	5	X
... Vas megyében él?	1	2	3	4	5	X
... településen él?	1	2	3	4	5	X

**3. Milyen gyakran szokott menni a helyi piacra?**

- 1) hetente 2 alkalommal
- 2) hetente 1 alkalommal
- 3) kéthetente
- 4) háromhetente
- 5) havonta
- 6) ritkábban, mint havonta
- X) nincs válasz / nincs adat

**4. Ön mit szokott vásárolni a piacon? (Több válsz lehetséges)**

- 1) zöldség, gyümölcs
- 2) tojás
- 3) tejtermékek
- 4) húskészítmények
- 5) ruhák
- 6) egyéb áruk, éspedig: \_\_\_\_\_

X) nincs válasz / nincs adat

**5. Összességében mennyire elégedett a helyi piaccal?**

- 1) egyáltalán nem vagyok elégedett
- 2) nem vagyok elégedett
- 3) elégedett is vagyok meg nem is
- 4) elégedett vagyok
- 5) teljes mértékben elégedett vagyok
- X) nincs válasz / nincs adat



**6. Mennyire elégedett a település helyi piacával az alábbi szempontok szerint!**

*Kérem, értékelje 1-5-ig terjedő skálán, ahol 1: egyáltalán nem; 5: teljes mértékben. (NV/NA= nincs adat, nincs válasz)*

	Egyáltalán nem		Közepesen		Teljes mértékben	Nincs válasz/ Nincs adat
Kínálat sokszínűsége	1	2	3	4	5	X
Helyi termelők száma	1	2	3	4	5	X
Mosdó, vízvételi lehetőség	1	2	3	4	5	X
Sétálóutca mérete (elég széles-e?)	1	2	3	4	5	X
Parkolási lehetőség	1	2	3	4	5	X
Zöldségek, gyümölcsök minősége	1	2	3	4	5	X
Egyéb élelmiszerek minősége	1	2	3	4	5	X
Egyéb áruk minősége	1	2	3	4	5	X

**7. Ön mit tart a helyi piac erősségének?**

1) nincs ilyen X) nincs válasz / nincs adat

**8. Ön mit tart a helyi piac gyengeségének?**

1) nincs ilyen X) nincs válasz / nincs adat

**9. Mitől különleges az Önök helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg!**

1) nincs ilyen X) nincs válasz / nincs adat

**10. Mit ajánlana távolról érkező ismerőseinek, mit próbáljanak ki a helyi piacon?**

1) nincs ilyen X) nincs válasz / nincs adat

**11. Véleménye szerint mennyire fontos szerepet játszik a helyi piac településük gazdasági fejlődésében?**

- 1) egyáltalán nincs fontos szerepe
- 2) nincs fontos szerepe
- 3) fontos is meg nem is
- 4) fontos szerepet játszik benne
- 5) nagyon fontos szerepe van
- 9) nem tudom
- X) nincs válasz / nincs adat



**12. Honnan értesül a helyi piac híreiről? (több válasz adható)**

- 1) Tourinform iroda
- 2) nyomtatott eszközök:
  - 2.1 plakát
  - 2.2 szórólap
  - 2.3 helyi piac kiadványai
- 3) internetes portál, ha igen melyik: \_\_\_\_\_
- 4) közösségi média, ha igen melyik: \_\_\_\_\_
- 5) nyomtatott sajtó, ha igen melyik: \_\_\_\_\_
- 6) televízió, ha igen melyik: \_\_\_\_\_
- 7) rádió, ha igen melyik: \_\_\_\_\_
- 8) ismerősök, barátok, család
- 9) egyéb helyről: \_\_\_\_\_
- X) nincs válasz / nincs adat

**13. Van-e a helyi piacnak kihasználatlan vonzereje, amelyről Ön szerint kevesen tudnak?**

- 1) igen van, és peddig: \_\_\_\_\_
- 2) nincs
- X) nincs válasz / nincs adat

**14. Mit javasolna az alábbiak közül, hogy a helyi piac vonzóbb legyen?**

Válassza ki a **3 legfontosabbat** az alábbiak közül.

- 1) kínálat bővítése
- 2) több helyi termék
- 3) egyéb programlehetőségek, kísérőprogramok pl. játékok, versenyek gyerekeknek
- 4) nagyobb hangsúlyt helyezni a meghirdetésére
- 5) infrastrukturális fejlesztések a piacon belül (mosdó, asztalok, járda stb.)
- 6) parkolási lehetőségek javítása
- 7) kerékpáros közlekedés lehetőségeinek javítása
- 8) javítaná a közbiztonságot
- 9) egyéb, és peddig: \_\_\_\_\_
- X) nincs válasz / nincs adat

**15. Mi a véleménye egy online piactérről, ahol a helyi piac termékei megvásárolhatóak lennének a helyi piac webshopjában is?**

- 1) örülnék neki, rendelnék online
- 2) jó ötlet, mások biztosan, de én nem használnám a webshopot
- 3) nem tartom jó ötletnek, nem rendelnék online
- 4) egyéb: \_\_\_\_\_
- 5) nem tudom
- X) nincs válasz / nincs adat

**15.b. HA A VÁLASZ 1: Milyen termékeket rendelne online?**

- 1) zöldség, gyümölcs
- 2) tojás
- 3) tejtermékek
- 4) húskészítmények
- 5) ruhák
- 6) egyéb áruk, és peddig: \_\_\_\_\_
- X-NV/NA

Végül, kérem, engedjen meg néhány személyes kérdést!

**Demográfia:**

**1. A válaszadó neme:**

- 1) férfi
- 2) nő



2. Születési éve: \_\_\_\_\_ (évszám)

**3. Hányan élnek közös háztartásban**

Összesen: \_\_\_\_\_ fő, ebből

az eltartott gyermekek száma: \_\_\_\_\_ fő

a már nem eltartott gyermekek száma: \_\_\_\_\_ fő

A legfiatalabb gyermek életkora: \_\_\_\_\_ éves

A legidősebb gyermek életkora: \_\_\_\_\_ éves

X) *nincs válasz / nincs adat*

**4. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?**

1) általános iskola

2) szakmunkásképző

3) szakközépiskola, gimnázium

4) felsőoktatási szakképzés

5) főiskola

6) egyetem

7) egyéb, és pedigrig:.....

X) *nincs válasz / nincs adat*

**5. Hogyan ítéli meg a családjá életszínvonalát más magyar családokhoz viszonyítva?**

5) jóval magasabb, mint az átlag

4) kicsit magasabb, mint az átlag

3) átlagos

2) kicsit alacsonyabb, mint az átlag

1) sokkal alacsonyabb, mint az átlag

X) *nincs válasz / nincs adat*

**6. Ön dolgozik?**

1 – Igen, dolgozik

Nem dolgozik, ha nem: 2 – GYES-en, GYED-en van, főállású anya

3 – nyugdíjas (rokkant, vagy öregségi)

4 – munkanélküli

5 – egyéb inaktív: .....

6 – háztartásbeli

7 – tanuló

0 – Nem tudom

X – Nincs válasz

**7. Mi/(volt) az Ön/(legutolsó) fő foglalkozása, beosztása? Írja be a választ pontosan a vonalra, majd a válasz alapján kódolja a megkérdezett (utolsó vagy jelenlegi) foglalkozását!**

1 – segédmunkás

2 – betanított munkás

3 – szakmunkás

4 – fizikai kisiparos, kiskereskedő, mg. egyéni gazdálkodó

5 – alsósintű vezető, művezető, technikus

6 – beosztott szellemi dolgozó

7 – szellemi szabadfoglalkozású, szellemi

8 – felső- vagy középvezető (osztályvezető)

9 – vállalkozás tulajdonosa, résztulajdonosa

10 – egyéb válasz

11 – nem volt még foglalkozása

0 – Nem tudom

X – Nincs válasz

**Köszönjük, hogy válaszaival segítette munkánkat!**

Kérdező monogramja: \_\_\_\_\_



## Interjúk

### 1.interjú

#### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTATKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Saját termelésű termékeim vannak: gyümölcs. szörp, lekvár. Ha tudok annyit gyártani, akkor egész éven át. Ketten az asszonnal evezünk régóta.

Eperszörp megy, de a lekvárra nincs igény.

Gyümölcs, cukor és ami a főzőkanálról lemegy, az van benne. Katlanban főzzük. Málnát, epret, feketeszédret nem csinállok, mert én a magot is kilötyökültem belőle.

Szilvát nem, a barackot hámozom.

Hagyományos módszerrel teszünk el mindent, csak ezt nem értékelik. A nagykörmű kilányok nem főznek, nem gyúrnak, nem kennek a gyerekeknek egy szelet lekvároskenyeret, hanem bemennek a boltba és megveszik a dzsemes valamit. Egyre több piacra jövő fiatal viszont cukormentes és házi dolgokat keres.

Nagy gyümölcsösöm van Nagyköldekeden, körülbelül 300 fa van. Amit nem dolgozok fel, azt vagy gyümölcsként adom el, vagy hordóba kerül. A pálinkát nem szabad árusítani. Pálinkafőzdet vettem, amikor megengedték, 5-6 éve.

Végzettségem is van, mert nem elég, hogy van terület, gyümölcsfa, gyümölcs, meg pálinkafőző üst, ahhoz tudás is kell. Van néhány foglalkozásom.

10 éve foglalkozunk ezzel.

*A vállalkozás mérete:*

Ketten az asszonnal, volt menyasszanyommal.:-)

Gyerekek sokat segítenek: fűnyírás, stb.

*Értékesítési gyakorlat:*

Csak Körmenten, hetente 2 nap árulok. Újabban háztól nem árulok, de van aki a gyárba összegyűjti a rendelést és beviszi.



## 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend?**

Szép lányok.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Hullámszó nagyon. Egyszerűen az ember azt hiszi, hogy jól megy, akkor jó kedve van, de ha csak egy üveg lekvárt adok el, az letör. Barack és szilva megy, de a többi azt feladom. Nem csinálom készletet, mert nem érdemes ki és bepakolni az autóból. két-három termékre koncentrálok. A jó gyümölcs mellett sok munka kell ahhoz, hogy jó termék legyen. Azzal kell foglalkozni, ami megy.

Itt a helypénz 5600 Ft/negyedév. Hétfő és szombatra ez egy asztal ára, ami kb. 1 m<sup>2</sup>.

Gondolkodtam, hogy elmegyek Vasvárra, de ha van olyan, aki ilyenekkel foglalkozik....

Kisgyerek kis gond, nagy gyerek nagy gond. Az unokákra is vigyázunk, meg én burkolom a gyerekek házáat, így nem tudok bővíteni. 10 éve rendszerint járok a piacra, mi már letetük az asztalra, amit akartunk. Most már fagyaltot akarunk nyalogatni, de nem hagyják az unokák. Tolom őket talicskába. Ha a 6 unoka megjelenik, akkor csak velük kell foglalkozni.

## 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

Mindentől idegenkedik az ember, de nekem a körmendi piac elég.

A lakosság életszínvonala fontos.

A többi termelővel szeretek beszélgetni, tanácsot adunk egymásnak.

Itt a piac kicsi, bár ami van hely, az mindig fullon van. 80-100 asztal az őstermelői piac és majdnem mindig tele van. Aki kimondottan helyi termelő, az 9,5, de jönnek megszebbről.

*Infrastrukturális körülmények:*

Jónak mondható és a közbiztonság is. Mindig van – látni rendőröket is -, akik vigyázzák a piacot.

Áramszolgáltatás van, vizesblokk kicsi.

*Megközelíthetőség:*

Azzal baj van. A piac a sarkon van, a szemben lévő háznak nincs parkolója, az ott lakók beállnak a parkolóba és így nemigen lehet helyet találni, mert a piacnak készült parkolót a szemben lakók elfoglalják. Ezen gondolkodni kell, meg egy nagyobb helyen is, meg nagyobb és fedett piacot



kialakítani. Olyan tető van most, ami télen-nyáron folyik. A lemeztetőről csöpög a pára, így esernyőt kell tartani télen.

### **Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

Áramszolgáltatás van, de a vizesblokk kicsi. Az egész kicsi. Amikor odaérünk, sorban állunk, kipakolunk és onnan járunk és jön a következő.

### **Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Lehetne jobb is, lehetne jobban híresztelni, hogy ott mit lehet találni. Interneten, vagy máshol. De bonyolult, mert hiába udvarolok akárkinek, amíg a boltban a dzsem 300 Ft, nálam 700, addig nehéz, s bár tudják, hogy ez gyümölcsből van, mégis az emberek keresete dominál. Talán egyre jobban változik ez.

Meglepődnek, amikor látnak valamilyen terméket az ember előtt. Nagyobb hírt: hogy házi dolgok vannak, de inkább a nagyobb bizalom kellen, hogy aki a pult mögül árul, az az övé és azért felelősséget vállal. Ellenőriznek hol csinálom, mennyit csinállok, mikor permeteztem. De aki messziről hozta, Tőle senki sem kérdezi meg. Akinek sok van és sokat árul, azt nem nagyon ellenőrzik. A kisebbeket végignézik.

### **Hogyan és mit kommunikáljanak a termelővel? Milyen információkat vár?**

Nagyobb hírt kellene verni annak, hogy a helyi dolgok milyen jók, meg az a becsületes ember, aki maga árulja a saját portékáját, mert arra én vagyok a garancia. Abba az van, amit én leírok vagy mondok. A szupermarketben lehet válogatni és dobálódni, itt viszont rászólok, hogy nem ott van és nem is tűzépen, mert akkor mit mondok a következőnek, hogy miért ilyen. Az emberekben is van ez, rászórtak a marketekben, ott nem szól rájuk senki.

Most szoktatom őket, hogy hozzanak táskát. Én megveszem a nejlonzacskót, de ahova süllyed ez a nejlonos világ, nem kellene. Varrjon magának egy ruhatáskát, hozza magával, tegye bele.

### **Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés.**

### **Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

Nem nagyon. Két dolog, mert nem elég, hogy az ember akar, de termék is kell és hely is, ahol megtermeli. Kimondottan ne a kereskedő, hanem az őstermelő. Jöjjenek minél többen. Olyan



termékkel kell megjelenni, ami érdekli az embereket. Függyöny nem kell, vargányából most 5 mázsát is el lehetne adni. Aki belefog a vállalkozásba az felméri hol tudja eladni, hogyan. Több százan jönnek. Szombaton bolhapiac is van, főleg akkor. 6-kor kezdődik. 7-ig el kell foglalni a helyeket, a bérleteket, mert utána más is elfoglalhatja. Egyre többen vannak. Mindig meglátni, hogy mikor mi a sláger. Tavasszal a palánta, meg a virág a temetőbe, meg ide-oda. Ilyenkor az eper-málna, alma, barack, ott állnak sorba. Olyan sorok vannak, hogy eszméletlen mit eladnak. És azok nem őstermelők. Az Alföldről hozzák és azzal kereskednek. Én nem haragszom rájuk, honnan hozzák, engem nem érdekel.

### **Körmend piaca**

#### **Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca?**

Teljesen.

#### **Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért?**

Igen.

#### **A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban?**

Igen, visszatérnek. Egyre többen vannak, akik arra jönnek. Sokan és egyre többen.

#### **Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének?**

Hiába van stabil anyagom, ha nem üti meg azt a szintet, aki a másik oldalán áll, nem jönnek vissza. Lekvárral egyedül vagyok. Illetve ketten, a harmadik vagy jön, vagy nem. Mézes kettő van, meg tökmag, vidéki őstermelők. Húsos 5 van, a szomszédom is az, ők Mesterházáról jönnek. Ebből állandó 3.

#### **Összegezve mit tart Körmend helyi piacának gyengeségének?**

Kicsi és ha hideg van, csöpög. Amikor csinálták nem kérdezték meg az eladókat. Még egy sort nyugodtan be lehetett volna iktatni. Odahozza az ember az árut, amit az asztalra rak, meg fölé és van 2-2,5 méter, ahol beszélgetünk, meg sétálunk. Gondolom, nem volt kommunikáció, nem néztek meg másik piacot, hogy mennyire lehetne összevinni sorokat.

#### **Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Haveriság, közvetlenség. Ha több lekváros lenne, én beszélgetnék velük, hogyan csinálja, miért csinálja, meddig csinálja. A haveriság.





#### **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

##### **Körmend piacának fejlesztése**

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Nagyobbat és szigetelt földemet csinálnék, hogy ne csöpögjön tavasszal-ősszel.

**Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac?**

Ez itt az embereken múlik. Ha valaki valamibe lát valamit, az hozza. De van akinek hamar elmegy a kedve. Ha nincs kellő marketing, akkor elmegy a kedve ha nincs vásárló és ha nem megy neki, holnap nem jön, elmegy máshova. Valamilyen fórumon jó lenne híresztelni, hogy mik vannak néha a piacon. De ez mindenképpen válogató.

Ilyen az őstermelő, ez a műhely ez ázik, fázik, hullámszik.

**Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Mindig az az újdonság, ami van, termékek.

Népi táncosok szoktak lenni Pünkösdkor is, meg kisebb összejövetelek, amiket a város rendez, az jó ötlet. Akkor többen jönnek. A Pünkösöd hétfői néptánc bevált dolog. Mindenképpen jó lenne, ha több lenne ebből, mert az az embereket is vonzaná. A fiatalok is többen jönnének.

##### **Virtuális piactér**

**Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Működik ez valamerre már. Bizalom kérdése és hosszú távon lehet erről nyilatkozni.

**Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Pozitívak.

**Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Nem.



**Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

Saját termékkel jöjjön.

**Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.)**

-Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?

-

## **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmend helyi piacára?**

A Városi televízióban kellene. Újság is volt közben, de a helyi TV-ben jó lenne, vagy a közösségi médiában. A helyi mindenképpen jó termék kell, hogy legyen. Azt kellene bemutatni, hogy mit árulnak. Sokan ott lepődnek meg, hogy „Jé, ilyen is van?”. De sokan elfordulnak, mert a boltban olcsóbb. Arra kellene emlékeztetni az embereket, hogy aki ott áll mögötte, az a sajátját és az igazit árulja, nem a másét. A hagyományos szörpnek van alja, azért zavaros. Meg kell fordítani. A bolti nem, az adalékos.

**Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna?**

Nyomatott kiadványt a helyi piacról. Inkább a terméket jeleníteném meg, annak a minőségét reklámoznom. De én csak a saját termékemért teszem tűzbe a kezemet, hogy az nem permetes, nem adalékos, az az igazi. Az enyémekek hagyományos módon készített termékek.

**Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

*Lásd fentebb.*

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Nagyon le vagyok kötve. A televízió elé nem kerülök. Volt amikor elmentem tanulmányútra, mert árat is tanulmányozok, meg hogy mit hogyan kellene.



## 2. interjú

### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTAKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Tejtermékekkel foglalkozunk: sajt, túró, vaj, ordák, ordadesszertek, stb.

Én őstermelő vagyok, sajtkészítő; a testvérem fiatal gazda.

A sajtkészítést 2 éve kezdtem, előtte tejjel foglalkoztunk.

Édesanyám segít az árusításban.

Hetenként – hétfőnként- járok Körmendre, szombatonként Őriszentpéterre és házakhoz is viszünk, meg háztól is értékesítünk.

### 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend?**

Ez egy város, ahova jó menni.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Körmendre nagyon jó menni, nagyon jók a piacon árusított termékek. Tisztelnek ott minket, egyedül vagyok sajtos. Várnak a vevők és az árustársak is.

### 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

Ahol van, oda megyünk. Szerettünk volna Zalalövőre is menni, de ott nincs kereslet a piaci áruk iránt.

*Kitelepülési díj?*

Nem számít, mert nagyon alacsony.

*Életszínvonal?*

Hónap elején nagyobb a kereslet, mint a végén.

*Más termelők?*

Nem befolyásolnak, de jobb oda menni, ahol egyedül vagyunk sajtosok.

*Mekkora a piac?*



Nem, 40 km-es körzeten belül, ahova könnyű eljutni, elmegyünk. Ezért járunk Óriszentpéterre és Körmendre.

*Infrastrukturális körülmények:*

Körmeden van villany, ami azért fontos, mert én hűtőszekrényvel járok

*Megközelíthetőség:*

Fontos, s ezért nem járunk Zalaegerszegre, mert oda korán reggelre nehéz lenne eljutni.

### **Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

Villany fontos, mert hűtőszekrényt is viszünk magunkkal. Mosdó is fontos, legyen és tiszta legyen. Meg lehessen állni a kipakolás miatt a piac közelében, illetve a fedett piactér, ami Körmeden megvan, de Óriben nincs.

### **Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Megjelenik egy-két helyen a piac, fontos az internetes kommunikáció.

Normális, házi készítésű árut kapnak, s saját termékből készül, egészségesek az állatok. Ott a védjegy és a NÉBIH-es ellenőrzés, ami garancia lehet.

### **Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

Megfelelő a kommunikáció, fontos tudni, hogy ha változik valami a piaci árusítás körül.

### **Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

Nehéz ezt elérni, mert amit termelni kell, azzal sok munka van. Nehéz eladókat helyi piacokra csalogatni.

### **Körmend piaca**

#### **Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca?**

Megfelel. 2 méterre tőlem van a csap.



**Összességében elégedett Ön Körmenđ helyi piacával? Miért?**

Persze.

**A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban?**

Nagyon jó hangulatú piac van, visszajárnak az emberek.

**Összegezve mit tart Körmenđ helyi piacának erısségének?**

Nagyon jó hangulatú a piac, mindenki ismer minket. Édesanyámat is, s mi vagyunk az egyedüli sajtosok.

**Összegezve mit Körmenđ helyi piacának gyengeségének?**

Huzatos, nem teljesen zárt.

**Mitıl különleges Körmenđ helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Nem tartom különlegesnek.

**4. FEJLESZTÉSI LEHETİSÉGEK**

**Körmenđ piacának fejlesztése**

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmenđ helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Zártabb legyen. A tetıvel az a helyzet, hogy bederesedik és csöpög le mindenre és mindenkire. Nem győzzük takargatni. Fel van címkézve az árum. Ha rácsöpög a víz, elmosódik a címke, tönkremegy az áru.

**Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac?**

Nem kell semmi, csak a biztonságos ottlét.

**Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Ők is szenvednek attól, hogy a nyakukba folyik a víz a tetırıl. Egy-két hiba is volt, például a múltkor valaki épp az én standom elıtt esett el. Akkor szóltunk a piacfelügyelınek is és megcsináltatták.

Nincs játszótér a közelben, de mellette ott van a nagy piac is. Más szerintem nem kell.



## **Virtuális piactér**

**Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

A mi termékeinket nem lehet.

**Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Negatívak.

**Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren? Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez? Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.)**

-

**Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

-

## **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmend helyi piacára?**

Körmenden ez szokásjog. Annyira tudják az emberek.

**Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna?**

**Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Vannak ott olyan áruk, amik biztonságos termelőktől származnak. Ne csapjuk be a vevőinket. Mindenki saját terméket árul, ez nem egy bolt.

*Nyomtatott kiadványba mit tenne?*

Igen, jó lenne a termelőket bemutatni.

*Online kommunikációban?*

A közösségi oldalakon érdekes lehet.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Nem sajnós. Mi állattartással foglalkozunk, ami elég nagy térbeli kötöttséget jelent.



### 3. interjú

#### 1. RÉSZTVEŐK BEMUTAKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Tojás, gomba, krumpli, savanyúság, ez a négy fő. Közben van még kis tökmagolaj, ha sikerül éppen, meg zöldbéle, tök, paradicsom, paprika.

A gombát lekezdtük valamikor 22 éve, aztán közben volt egy lyuk, mert eltűnt az összes beszállítási hely: iskolák, óvodák, közétkeztetések. Akkor kezdődött a központosított beszállítás, az agglomerációba beleértett helyiek nem kellettek. A közbeszerzés rendszere alakult ki. Én nem tudom megmondani mennyit termelek, mikor tudok szállítani, így a versenybe nem tudok beszállni.

Gombából – először komposzttal kezdtünk-, ami most van alattunk 1,5 tonna, fele a korábbinak. Kisebb a forgalom gombaügyben.

A tojás 5-6 éve jött, véletlenül. Először megkértek, hogy segítsünk eladni. Ebből fejlődött ki. Kezdttem egy letojít állománnyal, azzal kezdtem, most egy gyenge 800-as állomány van. Nekünk gond volt a hely. Próbáltunk pályázni az ifjú gazdára, de abból mindig kifutottunk. Tavaly előtt, 2 éve sikerült egy tanyát vettünk, akkor jött a savanyúság, mert kicsit túltermeltük. Savanyút azt raktunk el a családban örök életbe, nagyjából 150 l elfogy a családban. Azóta kértem rá engedélyt, megkértem, azóta árusítjuk. 15 féle savanyúság: paprikafélék, simán csípőset is, káposztaféléket, variált foghagymás káposztám van, csalamádé, ami káposzta alapú. Ebből van sima és csípős is. Tavaly kreáltam meg a vitaminsalátát, ami megint egy káposzta-alapú salátaféle. Az inkább már egy saláta, mert sárgarépa, fehérrépa, zeller, karalábé van összerakva. Cékla, mind hagyományos recept alapján. Indult ez a gyökérrel, a nagymama receptjével és onnan próbáltam igazítani a közízléshez, a savasságot, az édességet és a sósságot. Nem értük el az osztrák édességet, de édesebb lesz. Itt jobban érvényesült a német hatás. Enyhébb a savanyúsága, de van egy kellemes savanyúsága, édessége, sóssága és az egésznek a zamatát a belerakott zöldbéle adják. Ehhez mennek különböző fűszerek, van olyan, amelyik 8-10-féle összetevőből áll savanyúság, van amelyik kicsit egyszerűbb.

Én mindig csináltam. Ez kb. 10-12 éve kezdődött, amikor felmentek a savanyúságárok, akkor visszatértünk a gyökerekhez: rakjunk el és nem kell megvenni. Ahogy nézegetem 1200-1300 FT egy üveg uborka. Ha veszem is az uborkát a családomnak, szerencsére az sem kell, mert tavaly is szépen termett egy kis területen, kilója 4-500 Ft, ergo, ha elrakom, kevesebb mint féláron van és családi ízlés szerint elfogy. Azért keletkezett a savanyúság, mert túl sok lett. A piacon a zöldbéle nehéz eladni, ha



nem a tankönyvekben szerepel szép, hibátlan, egyenes, tökéletes. paprikában, paradicsomban. Ha foltos, elrakjuk. Lett egy jónagy mennyiség. Megcsináltuk, kivittük és elkezdtek csipegetni. Hála Istennek tavaly odáig eljutottunk ezzel, hogy elfogy, ízlik és teljesen háziasan van eltéve, ahogy a Nagymama szokta. Meg az újdonságokat is elfogadták úgy látszik. Ha még jut az embernek eszébe valami, próbál variálni. Én ilyen mániákus vagyok, minél bonyolultabb valami, annál jobb alapon, de most erre van igény.

Ha üzleteknek szállítunk legyen így csomagolva, úgy címkézve, ezzel nem tudok foglalkozni., Ha a gomba megmarad, mert akkor a forgalma nincs, akkor leszárítjuk, külön a kalapot, külön a tönköt. Vettem csak erre egy ilyen spéci kávédarálót, szemcseméret szabályozható rajta és akkor gombaporként próbálom eladni a tönköt, a kalapot pedig szárított gombaként. Ez a sok engedély megöli mindent, mindenre engedély kell, mibe rakd...Én nem hiszem el, hogy embereknek lenne az a célja, hogy megmérgezzenek tömegeket. Tisztában van vele, hogy a műanyag lakat rárohad. A piacnak az a legnagyobb varázsa és csodája, hogy ott nem ad senki sem szart. Egyszerű oka van. Vagy pontosabb azt mondja, hogy ez ilyen-ilyen-ilyen, ennek fényében veszed, vagy nem veszed. Mert oda nem megy vissza senki. Elterjed, hogy szart árusít, le is húzhatja a rolót. Ez nem multi, hogy aki az egyikben ráfarag, átmegy a másikba. A vevőkör lehet, hogy cserélődik, de létszámailag nem változik. Mindegy hogy jót vagy rosszat ad. A gomba fekete, pofám nem lenne kivinni a piacra.

Újságot is hordunk ki közbe, mert valamiből kell pénzt gyűjteni és a szórólapok miatt gyakran szólnak, hogy miért csak most megyünk, mert nem tudják megnézni és átbeszélni az akciós kínálatot.

#### *A vállalkozás mérete:*

Ketten vagyunk benne papíron, főállásban csak én csinálom és a nejem besegít. Családi őstermelőnk van.

Zalaegerszegre és Körmendre járok. Egerszegre egy alkalommal, Körmendre kettő. Szeretném, ha csak ide jöhetnék.

#### *Értékesítési gyakorlat:*

Házhoz jönnek, ritkán kiszállítunk magán embereknek (ők telefonálnak). Épp holnap viszek ki 40 tojást. Azt dédelgetem, hogy ételkiszállítás jelleggel megoldanám.





## 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend?**

A családom.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Akkor is a családom. Egyszerű oka van. A családom mézeskaláccsal vásároztak, a 900-as évek elejétől. Ma már nem lehet eladni. Abból nem lehet megélni, nem kell a kutyának sem. Egyrészt ügyesség kell. Nem tudom, hogy nekem van-e olyan kezűességem, hogy azt a családi hagyományos díszítést képes lennék megcsinálni. Másrészt olyan magas lenne az önköltsége egy mézesbáb előállításának, hogy azt nem biztos, hogy megfizetnék. Harmadik a csokoládé miatt ment tönkre ez az iparág az országban, mert azzal nem versenyképes. Az, hogy valaki néhanapján megvesz a fiának egy huszárt, vagy a barátnőjének egy mézeskalács szívet, abból nem lehet megélni. Minden be lett adva a múzeumba, meg lehet nézni.

## 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

Ahol van forgalom a piacon. Kitelepülési díj, ha van forgalom nem befolyásol, de ha nincs, akkor az 1500 Ft-os helypénz is sok. Negyedéves bérlet itt Körmenden 5000 FT. Zalaegerszegen éves bérlet az asztalra 36000 FT, illetve az aktuális helypénzt is elszedik. Zalaegerszeg negatívuma, hogy pénzért tudok parkolni, a WC-használat is pénzes. Kénytelen vagyok menni, mert van néhány vásárló, aki hűségesebb, nem hagyom őket cserben. Ott visszaesett a forgalom, valami baj van a piaccal. Azok jönnek ki, akik az olcsót keresik. Én nem fogok versenyezni a mélyalmos állományommal, egy Szlovéniából behozott táppal etetett állománnyal. Kukorica, szója drága.

Lakosság életszínvonala befolyásol, más termelők nem annyira. A termék minősége, ára és az eladó iránti szimpátia, bizalom a fontos. A piac nem bolt, itt beszélgetünk a vevőkkel, milyen negatív vagy pozitív dolog érte. Én igyekszem emlékezni rá és visszakérdezni, hogy na és jó volt-e, stb. Itt kapcsolat van ember és ember között, eladó és vásárló között. Hála a Jó Istennek, valamennyien ezt igénylik, szükség van rá. A bizalom a legfontosabb.

A piac, ha túl kicsi az negatívum, a túl nagygal nincs tapasztalatom. A zalaegerszegi nagyobb a körmendinél, de az sem olyan nagy. Kis piac nem tud működni, 4-5 árus nem vonzó. Jó ha sokan vagyunk, mert valaki ezt az ízvilágot kedveli, valaki a másikat.



Engem nem zavar, ha sokan vagyunk. Van két kollega szombaton, akik tojást árulnak, de nem tudom azt sem, hogy mennyiért adják.

Körmenden a tojás 40-45-50 Ft, de ezt Zalaegerszegen 5 Ft-tal olcsóbban kell adnom, mert ott jelen vannak a nagyüzemi termelők, tömegtermelők is. Van egy tojásos 10000-es állománnyal.

Az általam termelt tojás elfogy.

#### *Infrastrukturális körülmények:*

Körmend, Zalaegerszeg, Szombathely rendben van. El tudok menni WC-re, van mosdó, vannak asztalok, világítás.

A közbiztonság: javult Zalaegerszegen is, Körmenden meg sohasem volt ezzel gond, mióta én járok. Zalaegerszegen javult, eltűntek azok az emberek, csoportok, kik innen-onnan csencsültek.

#### *Megközelíthetőség:*

Zalaegerszegen autóval nem, sokan panaszkodnak, hogy messze tudnak megállni. Körmenden szintén a zsúfoltsággal van gond, nincs megfelelő számú parkolóhely. Rollerrel, kerékpárral, gyalog nincs gond. Az autós probléma ott jelentkezik, ha nálunk vásárolnak egy zsák krumplit, akkor csak gyorsan megáll és bedobjuk, de olyan lehetőség nincs, ahova odajár lepakol. Hallottam azt a panaszt, hogy Körmenden messze tudnak megállni, de szerencsére ez azt is jelenti, hogy nagy a forgalom.

#### **Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

Vízvételi lehetőség kell és van is. Asztalon kívül, a kialakult formán kívül nem kell más. Tökéletes.

Egy vásárcsarnok nem lenne rossz, mert itt főleg a hideggel van gond, de azért nem említettem, mert tudna azzal tenni, hogy hideg van kint. Vannak olyan termékek, aminek télen egy fedett, szélvédett hely nem lenne rossz.

#### **Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Mondhatnám, hogy hogyan, igen. DE azt s tudni kell, hogy ennek anyagi vonzata is van. ha egy városnak ez belefér a büdzséjébe, persze, örömmel veszi az ember, de ha nem, akkor nem fog ezen senki megsértődni.

Ha kap egy kis reklámot a piac, az nagyon jó, az nem lenne rossz. Ez is kétoldalú dolog, mert ehhez is kell egy jól kialakult kínálat a piacon, ahhoz hogy lehessen kommunikálni. Ha ez viszont megvan, akkor



örülne neki az ember, hiszen kormányzati szinten ez lenne a cél. Az, hogy ezt helyileg hogy tudják megvalósítani, ahhoz egy önkormányzatit kell megkérdezni, de ahhoz kell egy stabil kínálat.

Amit itt helyben működik és forgatják, az a helyi újság, ebbe lehetne berakni dolgokat a piacról: melyik termelő mit hoz. Vagy egy írás, hogy jövő héttől tudja hozni az eprét, vagy almáját. Újságban blokk arról, hogy pl. előző héten mi mennyibe került. Megjelenjen az olvasó előtt, hogy létezik piac, ahol van áru is.

Vagy a Körmendi Rádió, ugyanúgy.

### **Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

Nem szoktak lenni váratlan események. Helypénz emelést is tudjuk előre.

### **Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

Legyen hely, ahol árusít. Szezonban – késő tavasztól késő őszig – Körmenden is kezd kevéske lenni a hely. Nem tud megfelelően kipakolni a virágot, palántát, vagy gyümölcsfákat árusító. Így egy kicsit érdemes lenne bővíteni. Téli szezonban, karácsony után bőven van hely. Azért is, mert a hidegben az áru megromlik, megfagy, tönkremegy. Egy csarnoknak én is nagyon örülnék.

### **Körmend piaca**

#### **Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca?**

Teljesen.

#### **Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért?**

Persze.

#### **A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban?**

Visszajárnak, így biztosan.

#### **Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének?**

Jó helyen is van, nincs túlkínálat semmiből és hiány sincs. Van választék. Ugyanabból a termékből nem csak egy árus van. Itt van 3 vagy 4 tojásos, van 3 virágos. A túlkínálat sem jó, ha 8-10 hasonló árus van, mert az a ló túloldala, egyre lejjebb viszik az árakat és megy a köpködés.



### **Összegezve mit Körmend helyi piacának gyengeségének?**

A csarnok hiányát. Én nem vagyok fedett részen, kiszorultam, nem zavar. A csarnokot nem mondanám igénynek, mert elég horribilis összeg és azt utána még működtetni is kell, fenntartani. De így, hogy a városban szóba került, hogy pályázat van és úgy tudom nyert a város, annak nagyon örülnék, ha megoldódna ez a nagyon hideg van, meg az esik az eső, hó és csúszik probléma. Egy szép csarnok biztosan jól jönne a városnak, talán vevőt is vonzana plusszban.

### **Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Nem tudom megmondani. Küllemében hasonlít az összes többire, itt is árusítanak, de itt Körmeden szerencsére megmaradt, hogy kimegyünk a piacra és ott vásárolunk.

## **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

### **Körmend piacának fejlesztése**

#### **Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Vásárcsarnok.

#### **Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac?**

Szerintem ebbe a csarnokba sok minden beleférne. Ugye van nálunk kürtöskalács, egy hölgy jön kis autóval, van lángosos, van fornetti, ahol sült kolbász is kapható. Minden itt-ott, de megvan. A csarnokba ezt szépen össze lehetne hozni. A csarnokba egy olyan sarkot, ahol a vevők le is tudnak ülni. Nem kávézóra gondolok, hanem egy kialakított helyre, hogy amit az egyik árusnál megvásárolt sült kolbász, vagy lángos, azt ott megeszi, vagy leül mellé a gyerek és megeteti. Olyannak tudom elképzelni, ami a piac része és nem egy üzlet része. Idősek akár le tudnak ülni. Sokan mennek ki, akik nem konkrétan vásárolni mennek, hanem ott jönnek össze a 8 utcával lejjebb lakó barátnővel. Ez egy jó dolog lenne. Ez egy szélvédett, esővédett hely, nem zavarja haza a rossz idő az embereket. Nem kell mindenképpen fűtöttnek lenni.

#### **Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Egyéb programok vannak, a pünkösdőlős néptáncgyűttes most volt fellépni, csináltak egy programot, ez majdhogynem hagyomány. Ez vonzza az embereket, sokan mennek ki, az árusok is jönnek. Én is



megyek ki általában. Jóval többen is mennek. Aki délelőttös is otthon van Püskösöd hétfőn és kijön. Pozitívum lehetne, hogy nem 2, hanem 3 alkalommal is lehetne piac, vagy hosszabb nyitvatartással, így azoknak is lenne lehetőség, aki a másik két napon nem tudott. Ezt is egy hozzáértő ember tudná megmondani, hogy milyen anyagi vonzata van.

Jobb dolog lenne, hogy amikor lehetősége van az embereknek kimenni, azok kimennek. 20 %-kal több ilyenkor a piac látogatottsága.

Gyerekekprogramok: nem hiszem, hogy idevaló lenne. De óvodák hozzák ki a gyerekek és megmutatnak nekik minden zöldséget, de ezt nem tekintem gyerekekprogramnak.

### **Virtuális piactér**

#### **Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Érdemes lenne. Jó dolog lenne, mert sok termelőnek velem együtt szezonális a terméke. A gomba, amit én tartok kevés, ezért amikor érik, viszem. ha nem érik, hiába keresi a vásárló, nem tudok adni neki.

A tojás az más, a tyúk az naponta tojik, vagy fogjuk rá, azt lehet. Ugyanílyen szezonálisak a zöldségfélék, gyümölcsök, tehát most van, meg tudom mondani, hogy holnap tudok hozni, de azt nem, hogy pár nap múlva igen.

Így a webshop biztosan jó dolog lenne. Oda felírnák, ki mivel foglalkozik és mit visz a piacra. Savanyúság van.

Ha azon keresztül rendelést is lehetne leadni, az szuper lenne. Én ezen már gondolkodtam, de egymagamnak nagyon nagy az anyagi vonzata.

#### **Össességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Igen.

#### **Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Igen, természetesen, minden termékkel megjelennék, amivel tudok.



### **Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

Biztos érdemes lenne kötni, mondjuk csak azt engedném, aki **regisztrált piaci értékesítő**, függetlenül attól, hogy csak néha jön, mondjuk évi 15 alkalommal, vagy mindig. Aki nem jár piacra, de úgy érzi, hogy ez egy jó, olcsó lehetőség, őket nem engedném be.

### **Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.)**

A véleménycsere megvan a személyes kontaktusban. Igazából az fog rendelni, aki tudja mit rendel. Vagy szólt neki olyan, aki tudja, hogy én innen vásároltam a paprikát, nagyon finom, akkor Ő is azt veszi. Nem fog kérdezősködni.

A termékek és termelők értékelése ugyanaz a kategória. Én ott teszem rendbe. Elmondja a problémát ott helyben a vevő a piacon és akkor tudok segíteni. Vagy elmondom, mi áll módunkban és mi nem.

### **Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

Igen egy reális összeget.

## **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

### **Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmenđ helyi piacára?**

Újság, rádió, lásd fentebb.

### **Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna?**

Csak a fentieket.

### **Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Célcsoportokat talán úgy lehetne kialakítani, hogy occsó meg nem occsó:

A jó felosztás az lehet: akik otthon háztartást visznek, meg akik nem.

Az nem fog piacra járni, aki hétköznap szinte nem főz. Ott nem alakul ki az aza igény, hogy mindig legyen otthon zöldség, mert holnap főzni kell. Megy dolgozni, azok elvannak a pizzával, meg a bolti kész kisütőmmel, vagy valamelyik étteremből hozatnak.

Így azok a relevánsak, akik háztartást visznek, meg akik hétvégén főznek.



Aki háztartást visz, az kimegy. A másiknak az üzenet arról lehetne, hogy ***nem mindegy, hogy mit eszik.***

De ott a nagy ellenfél a multi.

Nekem jövő héten is ki kell mennem és a vevő szemébe néznem, ez a garancia és a feltétlen bizalom az, ami a legfontosabb. Itt jön a legfontosabb, hogy a vevőim elhiszik, hogy mi is azt esszük, amit nekik eladunk. Mind egyforma.

*Nyomtatott kiadványba mit tennének:*

Ha az újság jól kommunikál, az ugyanolyan hatékony. Mászt csak kidobott pénznek tartanék.

*Online kommunikációban:*

Nem igazán.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Csak az említett piacokon jártam, mászt nem ismerek.



## 4. interjú

### 1. RÉSZTVEŐK BEMUTATKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Mi építettük meg azt a sok bódét, ami van. De sajnos le van épülve a környék. Le van épülve a környék. Valamikor volt vagy 50 eladó. Most megépítették az új piacot, meg a változások miatt, őstermelő van vagy 8-10 ember. Ezenkívül van egy kereskedő, meg vidékről járnak, Kanizsától Szombathelyig őstermelők, kereskedők, húsosok, zöldségesek, meg virágosok. Ők Zalaszentmihály, Kanizsa, Egerszeg, Szombathely, ők mindenhol jönnék és a szabadban árulnak.

Ez egy nemsikerült piac lett. Lemez a teteje, csak az alját nem szigetelték. Ha lehűl a lemez, rácsapódik a pára, s mikor feljön a Nap, bent esik az eső. A lécekhez ha odaér a víz, lecsöppenik.

Meg télen is. Nyitott körbe, ha innen fúj a szél, a legszélső asztalnál is viszi a havat. Olyan piac kell, ami versenyképes itt a Lidl-vel. Nem kell, hogy klíma legyen, de legyen zárt, hogy az eladó és a vevő is jól érezze magát. Ezért nem jön a vevő, inkább a Lidl-be megy, akkor is ha 100 Ft-tal drágább az árú, de végigsétál szépen, de itt....

A koszról nem is beszélve. Olyan kosz van, három hétig senki egy söprést nem csinált. A piac az önkormányzaté.

Meg drága is. Jártak ilyen idősebb nők, akik hoztak be táskákban mákot, diót, tojást, ezt-azt. Ha negyedévre befizet 10.000 Ft-ot, amikor meg bejön a piacra még helypénzt kell fizetni, mert a másikkal csak foglalja a helyet, azaz ha bejön a piacra, lesz helye. A helypénz plusszban azt hiszem 200 Ft, nem tudom pontosan, mert ezeket az asszony rendezzi.

Hétfői nap van igazi piaci nap, de van hogy szombaton jobb a piac. Mindkét nap megyünk, ha van áru.

*Termékek?*

Valamikor én faiskolai dolgokkal foglalkoztam, rózsafákkal, meg ilyenekkel, több ezret szoktam csinálni, Celltől Keszthelyig mindenfelé eljártam. Most gyümölcsfák vannak, júniustól végig szedjük, mindig érik valami. Ilyenkor meg van a téli alma. Foglalkozunk még palántával is, zöldségpalántával. Ha sok marad, kiültetem. Mit csináljak? Eldobni nem akarom. Így lesz paprika, paradicsom, amit tudunk vinni. Valamikor volt 600nm fóliám, amikor a virágüzletek megvoltak, azt fokozatosan aztán felszámoltuk, volt rózsaház, szegfűház. Legutóbb volt egy 22 m hosszú, de a vihar széttépte, elvitte. Most egy 10\*6 méterest építettem, de gondolkodom azon is, hogy abbahagyom. Nekem kint van fél hektárnyi





területem. Van fenyőültetvény is, amit most a gátépítés miatt nagyban elvettek. Zöldet termeltünk a koszorúkhöz, a virágboltnak.

A piacnál az a probléma, hogy valamikor volt 20 üzlet, 1992-ben, akkor úgy volt, hogy az üzleteknél autóval be lehetett menni, árut kirakni. Most ezt megszüntették, a Taverna beépítette kerthelyiség-szerűséggel, elzárták az utat, a másik felén is. Van olyan ember, aki 30-40-50 méterről hordja kézben az árut.

### *Mióta jár ki a piacra?*

Én mellette mindig dolgoztam, tűzoltótiszt voltam, iskolába is jártam Pestre, meg a főiskolánál voltam növénytermesztési oktató. 1970-ben nősültem, akkor kezdtem csinálni. A terület valamikor a hercegé volt. Elkezdtem, magam jártam az utat.

Ketten vagyunk a vállalkozásban az asszonnyal, őstermelők vagyunk. Vállalkozás volt, de 2012-13-ban abba lett hagyva, kiadtuk a virágboltot, meg a másik üzletet is.

Most csak erre a piacra járok, de nincs sok árunk. Először csak magunknak termeltünk, meg a gyerekeknek, hogy legyen. Vitték is, de közben egyik erre ment, a másik arra, s itt maradt a sok áru. Kiváltottam az őstermelőit és elkezdtünk kijárni a piacra, kb. 2012-13 óta. Korábban a rózsafákat is próbáltam az őstermelőivel eladni.

Csak a piacon értékesítünk, de nincs túl sok áru. Van, hogy csak 2-3 kg paradicsom van pluszban, vagy paprika egy rekesszel. Gyümölcsfa is fajtánként csak 2-3 van. Ez az áru is van amikor elmegy, van amikor nem.

## **2. ASSZOCIÁCIÓK**

### **Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend?**

Leépülés.

### **Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Valamivel jobb, mint ami régebben volt, két sor asztal és azon bádogtető, s a vevő ázott, ha kint is volt láda. Jött egy vihar és széttépte a tetejét, szeles időben csattogott, életveszélyes volt.



### 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

#### Helyi piac választási szempontok

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

#### *Kitelepülési díj?*

Ha jó a piac, akkor nem, mert nagy díjakat nem kérnek, de azért fontos.

#### *Életszínvonal?*

Fontos, csak az a baj, hogy inkább a szegényebb réteg jár a piacra, de ők mindig. Jól ismerem egész Körmentet, van olyan réteg, ami a piacra oda se néz, megtalálja amit keres a Lidl-ben, meg ilyen helyeken, mert ott tömkelegével van minden.

#### *Más termelők?*

Jó lenne, ha több lenne a termelő, az őstermelő és többféle áruval jelennének meg. Akkor szerintem jobban vonzaná a vevőkört.

#### *Mekkora a piac?*

Igen

#### *Infrastrukturális körülmények:*

Igen. Most már van villany, de sokszor az eladó húzogatja a vezetékeket, elosztókat keresgélnek. Vizesblokk jó ha van. Van ott két falikút, WC is, de az az 1990-es évek elején épült és azóta olyan állapotban van, amilyenben van.

#### *Közbiztonság?*

A közbiztonság elég jó a piacon.

#### *Megközelíthetőség?*

Nem túl jó. Szanaszéjjel van mindenki.

#### **Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

Víz, villany, mosdó és parkolási lehetőség. Van egy nagy parkoló, de ha tavasszal jönnek a virágosok, lezárják, mert csak ott tudnak árulni. Kicsi a piac.



### **Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Van a városi TV, de nem tudom, hogy azon informálják-e a népet a piacról. Ez fontos lenne. Szoktak szórólapokat is dobálni, de csak a kereskedők, pl. ha hoznak egy teherautónyi burgonyát. A kiskereskedők is szoktak beszórni.

### **Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

A piacfelügyelő végig szokott menni, beszedi a pénzeket, szól Ó, rendben van. Megmondja, hogy mi a helyzet.

### **Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

Én nem vagyok elégedett a számlaírással. Mindenki azon remeg, azért nem jön el a piacra, mert számlát kell írni. Én voltam Thaiföldön, voltunk egy olyan területen, ahol rengeteg termelő van. Náluk ez másképp van. Nincs számla, hanem minden évben behívják őket elbeszélgetésre és ott megegyeznek egy árban, hogy mennyi adót fizet, Nincs olyan, hogy nem fizet. Itt is meg lehetne egyezni, hogy fizessek be 50 vagy 100.000 ft-ot. Az idősebb asszony, aki táskában hozza az árut, ők bujkálva árulnak. Neki nincs számla, semmi.

Az is megoldás lenne, hogy olyan piacfelügyelet lenne, amelyik kikapcsoláskor azt mondja, hogy ennyi és ennyi egy asztal az áruddal együtt. Itt nem olyan nagy árusok vannak, csak talán a zöldséges, de neki digitális pénztárgépe van, meg a húsosoknak is.

### **Körmend piaca**

#### **Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca?**

Megfelel.

#### **Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért?**

A körülményekkel nem. Nincs tisztaság. Mindenki otthagyja a szemetét és sokszor egy hét múlva még mindig ott van. Tartok ott seprűt és reggel, mielőtt jön a vevő, elsöprök.

#### **A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban?**

Van mikor mérgelődnek, amikor olyan idő van. Mérgelődik mindenki.



### **Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének?**

Talán az, hogy bizonyos rétegnek jó, mert vannak olcsóbb áruk, ami jó is.

### **Összegezve mit Körmend helyi piacának gyengeségének?**

Maga az épület, a padok, amik a 1990-es években a templom melletti piacon is voltak, most azok vannak itt.

Volt egy rendelkezés, hogy aki húsárut árul, annak más asztal kell, erre tettek rájuk CK lapokat és azt mondták, hogy új asztal.

### **Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Az a szerencsése, hogy van ott egy nagy terület, ahol hétfőnként sátoros árusítás van, az vonzza a népet. Árulnak ott motorfűrészről kezdve, a ruhaneműkön, edényen, szőnyegen át, mindenfélét. Ha tele van a piac, szokott lenni 40-50 sátor.

## **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

### **Körmend piacának fejlesztése**

#### **Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Zártterű piac kellene, ahol elsősorban az élelmiszerek árusítása történik. A nyitott részt is lehetne tavasztól-őszig használni, pl. virágoknak.

#### **Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac?**

Jól megközelíthető legyen, de az az út, ami a piac mellett elmegy, az Körmend elkerülőútja, a régi hídig visz. Piackor ott olyan forgalom van, hogy kétoldalt állnak az autók. Ahol parkolók lehetnek volna, azt a részt eladták.

#### **Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Egy évben egyszer van táncprogram, de szerintem nemigen igénylik. Néha gyerekekkel jönnek tanárok megnézni a piacot, de inkább ez is régebben. Gyerekprogram nem hiszem, hogy több embert vonzana.



### **Virtuális piactér**

**Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Lehet, hogy részt vennék.

**Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Pozitív.

**Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Nehéz megjelenni olyan áruval a piacon, mint cefre pálinkának, ha olyan minőségű az áru. PL. az őszibarack, ha jön rá egy meleg, lepotyog, annyit eladni nem tudunk, berakjuk hordóba, de azt nehéz eladni kint a piacon.

Ennek például jó lenne.

**Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

Jöhetne nem csak idevalósi. Lehet én lennék az első vevő. Például, ha meghirdetnek egy gépet. Van ilyen árus több is a neten.

**Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.)**

Chatelnék, de fiatal nemigen van, ők nem árulnak, csak idősebbek. Akik teljesen kiöregedtek, ők eltűntek a piacról. Beszélünk fajtákról, permetezésről.

Jó lenne chatelni, vevő-termelő kapcsolatot építeni is és piackutatásra is.

**Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

Igen, mert ha szolgáltatás, fizetni kell érte egy reális összeget.



## 5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmenđ helyi piacára?**

Városi TV-n keresztül, de itt legtöbbet a kosárral foglalkoznak. Meg van helyi lap, abban szokott lenni riport a piacról.

**Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna?**

Nyomatott: olyasmi, mint az Arany oldalak, lehetne. A facebook-on lehet olvasni eladó dolgokat, az is jó.

**Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Amióta a nagykereskedelmi egységek ide betértek: Lidl, Tesco, nagy visszaesés volt. Azt a színvonalat nem tudjuk felérni. Arról veszek példát, hogy itt voltak a szövetkezetek is, de azok is visszafejlődtek gyakorlatilag élelmiszer területén, mert nem tudtak a nagy cégekkel lépést tartani.

Azért jöjjön, mert itt helyi újdonságokat talál, pl. őshonos körte, alma, frissen szedett eper, ami a nagy üzletláncban nincs meg.

*Nyomatott kiadványba mit tennének:*

Körmenđiek tudják, hogy kik vannak a piacon, meg van ott egy hirdetőtábla az önkormányzat épületének oldalán, oda kiírnak mindent. Oda ki is lehet tenni hirdetéseket, ha valaki valamit el akar adni. Szabályok is ott vannak.

*Online kommunikációban:*

Facebook-on.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Thaiföld jó példa, de más piacokon is, mert közben bejártam az egész világot, Afrikától, amíg a Kertész TSZ-ben voltam tanuló. 1965-ig ott voltam, tanultam és dolgoztam is. Sokféle egész másképpen vannak a piaci rendszerek, nem igen lehet látni, hogy az árusítás mellett külön könyvelést csinálnának.



## 5. interjú

### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTAKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Igazából én ilyen kényszer mezőgazdasági termelő lettem. Az én végzettségem gépészmérnök, körülbelül 25 évet dolgoztam külföldön, mikor visszakérültem ide Körmentre, akkor elmentem nyugdíjba. Körmenten a piactól kb. 50 méterre van egy lakásom, felújítottuk, bezártuk. Kijöttünk ide a nyugalomba, de itt 3 méteres gaz volt, és úgy gondoltam, hogy ez nem felel meg az én igényeimnek. Hozzájutottam területekhez, és gondoltam, hogy valami olyat megpróbálok, ami a mindennapi életvitelhez, a konyhába szükséges. Majd megpróbálok eladni. Így lett belőlem őstermelő, kistermelő. Betelepítettem a terület egy részét gyümölcsfákkal, van 250 db gyümölcsfám, amiből lekvárokat, szörpöket készítünk. A földem nagyobb részét azt gabonával, tökmaggal és van egy nagyobb terület ahol burgonyával foglalkozunk. Ezekkel próbálkoztam a piacon, először kevesebb sikerrel. Mivel nem vagyok kereskedő, még nem tudtam akkor, hogy hogyan kell ehhez hozzáállni. Végül sikerült egy olyan terméket előállítanom, ami oda vonzotta az embereket, először egy, majd még egy stb. Így elfogadtak és arra törekszem, hogy csak a jó minőségű árut vigyem oda. És néha egy kicsit büszke is vagyok arra, hogy olyan árut tehetek oda akár az Ön asztalára, amit szívesen elfogyaszt és én is elfogyasztok. Nekem ez a hozzáállásom. Megszoktam a korábbi munkámmal kapcsolatban, építésvezetőként, hogy nem lehetett tévedni. Ez átrakódott bennem a mezőgazdaságban is. Most már 5. éve vagyok itt a piacon, csak a Körmenti piacra járok. Egész évben járok, heti kétszer van piac, hétfőn és szombaton. Csak akkor nem megyek, ha valami természeti katasztrófa nem adódik, vagy, ha nagyon-nagyon hideg van. Akkor itt vagyok, mert várnak a vásárlók. Nem szabad őket becsapni, mert tovább állnak. A bizalom megszakad, az szakad meg a legkönnyebben.

Csak a piacon értékesítem a termékeimet, akkora mennyiséggel nem rendelkezem, hogy máshol is meghirdessem. Nagyon sok mindennel foglalkozom még ezen kívül. Ezen a területen én valósítottam meg, én ruháztam be, hogy legyen itt ivóvíz.

### 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körment**

Nem tudom, párhuzamot kell vonnom. Én nagyon nem ismerem Körmentet. Az Alföldet ismerem, ahol laktam, meg azokat a külföldi városokat, ahol laktam és dolgoztam. Körmentről, ha néha- néha



bemegyek a városba, nem találkozok emberekkel, lehet, hogy rengeteg feladatuk van azért nem találkozok velük.

Lehetne talán több élet benne, lehet hogy meg van, csak én nem tapasztalom.

Nem sokat megyek be Körmendre.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Vasvár helyi piaca?**

Elavult, idejét múlt.

### **3. KORÁBBI TAPASZTALATOK**

#### **Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

**Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

**Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

**Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

**Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

**AZ INTERJÚALANY CSAK A KÖRMENDI PIACON ÁRUL, EZÉRT ÁLTALÁNOSÁGBAN NEM BESZÉLT A PIACRÓL, CSAK A KÖRMENDI PIACRÓL.**

#### **Körmend piaca**

**Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca?**

**Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért? A piac vevői mennyire elégedettek?**

**Mit tapasztal ezzel kapcsolatban? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének?**

**Összegezve mit Körmend helyi piacának gyengeségének? Mitől különleges Körmend helyi piaca!**

**Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Ezt a piacot, ami van teljes egészében, gyökeresen meg kellene változtatni. Mert ugyan pár évvel ezelőtt átalakították, fedetté tették a piacot. De csak ennyi változtatás van, de semmi féle modernizáció nem valósult meg. Nem beszélve arról, hogy egy szigeteletlen tetőlemez rakták rá, és a





téli időszakban, amikor lejegesedik, arról megkapja a párát, akkor a kereskedők, és a vásárlók nyakába csorog a pára, gyakorlatilag olyan, mintha esne.

Megközelíthetősége jó, nagyon jó helyen van, ott a Sparnál van. Valójában a város egyik szélén, ami egyik előnye. Hátránya, hogy mivel kis területen van, parkolással probléma van, zsúfolt ilyen szempontból.

Infrastruktúra hiányos, annyi hogy van világítás. Olyan mellékhelyiség van, amit már réges-régen le kellett volna dózerolni, mondhatnám azt is, hogy egészségügyi, higiéniai szempontból erősen kifogásolható.

A közbiztonság jó, azzal nincs probléma.

Szerintem annyira nem befolyásol, mert a helyi termelők, az őstermelők, azok nem termelnek akkor amennyiségben, hogy egymásnak konkurenciája lennének. Ami ebbe beleszól, azt én most nem tudom megmondani, meg nem az én tisztem. Azok az árusok, akik nem belül a piac területén, hanem az egyik, másik, harmadik sarokban kijönnek egy-egy nagyobb kisteherautóval és ládaszám pakolnak, hogy azok most éppen őstermelők, vagy kistermelők vagy éppen egyik sem. És mindig amikor szezonális áru van, akkor ládaszámra hozzák, akkor megkérdőjelezhető, hogy valóban magyar, valóban az övék. És ami kicsi problémát okoz az őstermelők, a régiek között, már nem is nagyon járnak ki, mert a vásárlók megállnak ott a sarkon és megveszik az árut ott. És ezeknek az idős embereknek az egy kis kosár meggye megmarad, mert nem tudja eladni, mert nem jön be a vásárló belülré. De ha ott a sarkon lepakolt kereskedő is bejönne oda az asztalokra, akkor előfordulhatna, hogy annak az idősebb bácsinak vagy néninek is van esélye arra, hogy el tudja adni a borsóját stb.

Ezt csak úgy lehet, ha tényleg ilyen modern piac épül, ahol mindenkinek helye van. A piac szerintem olyan, mint egy kocsmá, ahol mindenről tabuk nélkül lehet beszélgetni. Így lehet tovább lépni, lehet hogy rosszul gondolkodom, én nem vagyok kereskedő. De bízom benne, hogy eljön az az idő, hogy fog így működni.

A lakosság életszínvonala nem nagyon befolyásoló tényező.

Helypénzt kell fizetni vagy pedig bérletet. Az őstermelők, akik egész évben ott vannak, mint én is, negyedévenként fizetünk bérleti díjat. Akik alkalmanként jönnek, ők helypénzt fizetnek. A bérleti díj elfogadható. (Tavaly karácsony előtti időszakban, van egy barátom, aki túlrendelte magát szaloncukorból, és Vasvárra szeretett volna elmenni, ott nincsenek asztalok, engem kért meg, hogy segítsek nekik, ott nem kértek helypénzt. Azt a magyarázatot kaptuk, hogy uniós pénzből lett kialakítva, 5-6 éves időtartamban, lehet, hogy nem jól tudom, nem kérnek helypénzt a helyi termelőktől, mert hogy helyi piac. A vasvári piac kulturált, független attól hogy nem fedett, időjárásnak ki van téve. A mosdó a mai követelményeknek megfelel.) Ha ilyen lesz a körmendi, az jó lenne, remélem lesz ilyen.



Abban az esetben, ha továbbra is a helypénzt fizetjük, egyértelmű, hogy nemcsak egy asztalt szeretnénk. Maga a mellékhelyiség sarkalatos pontja a piacnak, ahol tömegek jelennek meg. Ez nem igazán helyi piac, sok helyről árulnak árusok. Ahhoz, hogy 6 órakor ki tudjanak pakolni, ahhoz 5 órakor elindulnak, és 12-ig itt szoronganak, mert nincs mellékhelyiség. Villany van. Esteleg annyival lehetne bővíteni, hogy nincsenek plusz konnektorok. Munkavédelmi problémák adódnak belőle, mert erre húzunk egy kábelt, arra húzunk egy kábelt, ha fölül megy, azzal nincs probléma, de az kevés, hogy mi tudjuk, hogy ott van, de a vásárló nem. Erre szükség van, nem is minden asztalnál, de elosztva, hogy több árus hozzá jusson. Azokkal a mérleggel, amivel mi mérünk, abban az akkumulátor lemerül és tölteni kell. Ahhoz megint egy jó kapcsolat kell, hogy kisegítsük egymást. Pl. ha megkérdezi valaki, hogy lemérhetem István, akkor persze gyere. De ha van egy olyan árus, aki egész évben megkérdezi, hogy lemérhetem István, ott már problémás a dolog. Ezek apró dolgok, amiket egymás között meg lehet oldani.

Én úgy gondolom, hogy nem egy akkora lélekszámú település Körmend, hogy le kellene kommunikálni azt az árut amit, kivisznek. Én azt tapasztaltam, hogy azok az emberek járnak a piacra vásárolni, akik valójában tényleg a termelők által megtermelt árut szeretnék vásárolni. Mert a konkurencia nagy a piacon. 10 méterrel arrébb van a Spar, ugyanazt a zöldségfélét árulják ami a piacon van, csak az nagyüzemi. 200 méteres körzetben van a Spar, a Lidl, a Penny. Én úgy gondolom, hogy valójában a vásárlói döntés, a kényelem dönti el, hogy a zord időjárás ellenére kimegy-e és az Istvántól megveszem azt a burgonyát, amit kedvelek, mert tudom, hogy az az a burgonya, amit mindig megveszek, vagy bemegyek a boltba, nem esik rám az eső, gyorsan bepakolok ezt is azt is. Ez vásárlói szokás. Viszont azokat az embereket, akik ott vásárolnak, azokat nem lehet eltántorítani, azok jönnek, reggel fél 6- kor 6 órakor ott várják, hogy jöjjön a tojásos. Ha még nem érkezett oda az eladó, késik, ezek az emberek türelemmel megvárják. Szerintem külön kommunikációra nem igazán van szükség.

A többi árustól, tudom, aki olvassa az újságot, hogy x napon olcsóbb áron meghirdették a burgonyát, nem piaci napon, tehát lekommunikálják.

Szerintem szükséges a termelők felé irányuló kommunikáció. Hogy létezi-e ilyen, én ezt nem tapasztaltam, lehet hogy létezik csak én ebből kimaradok.

A helyi termelőket nem tudom mivel lehetne ösztönözni, mert aki kijár a piacra, ők nem látják, nem tapasztalják, lehet hogy nem figyelik, de mi árusok látjuk, hogy őstermelő. Alig-alig van őstermelő. Semmi mást nem kell megnézni, mint hogy milyen életkorú termelők árulnak. Olyanok, mint év, 70 évesek. Mennyi sanszuk van még, és ha mi abba hagyjuk kérdéses, hogy kik fognak utánunk jönni. Lehet, hogy mi lecserélődünk termelőkre. Ez már érződik, mert az aki, árul 3 mázsa sárgabarackot, az nem őstermelő. Most már ebből van a többi. Generáció nincs, generációs probléma ez a mi általunk



okozott probléma. Mi nem kényszerítettük rá a fiainkat, hogy tovább vigyék. Akik tovább viszik, valahol meg ennek van helye a világban, hogy nagyban. Elaprozni már nem nagyon lehet.

A visszajelzések a vevőktől nagyon jók. Én 3 féle dologra koncentrálok, az egyik a burgonya, arra valóban törekszem, hogy minőségi legyen. Én minden évben új vetőmagot vásárolok, nem ültetek vissza, és ez a garancia, hogy valóban jó a minőség. A másik a tökmagolaj, az első palack dönti el, hogy nyerni lehet vele vagy nem. Ebben is szerencsém van, illetve így alakítom, tényleg annyi van, amennyit el tudok adni. Rendszeresen visznek ki belőle Angliába, Svájcba, Németországba, most legutóbb Romániába. Most már nemzetközi hírű. Én nagyon meg vagyok vele elégedve. Van például olyan vásárlóm, hogy burgonyát csak az Istvántól, más vásárlóm, tökmagolajat csak az Istvántól. Igazából engem ez visz tovább, ezért csinálom tovább, egyenlőre. A tökmagolajat azt préseltetem, az összes többi munkafolyamatot én csinálom, a szárításon múlik a tökmagolaj sorsa.

A harmadik a gyümölcs termék, a lekvárok. Gyümölcsöt nem árulok a piacon. A 250 gyümölcsfa vegyes, legnagyobb része szilva, van benne alma, körte, cseresznye, meggy, málna, áfonya, ezekből készül lekvár. Teljesen egyedül csinálom, a lekvárok főzésébe a párom segít. Ő is dolgozik és mellette segít nekem.

4 évvel ezelőtt megpróbálkoztam szabadföldi paradicsommal, lúgos paradicsommal, abban az évben termett 15 mázsa. Hajnal 4-kor fel kellett kelnem, gondozni, sőt itt állandóan fúj a szél, és ki kellett kötözni mindig. Sikerült eladnom és 300-400 üveggel ki is főztünk paradicsom levet. Vittem folyamatosan a piacra eladni. Ebben szerencsém volt, mert abban az évben a kis konyhakertekben nem nagyon volt paradicsom. Következő évben is megpróbálta, akkor mindenkinek lett paradicsoma, akkor a nyakamon maradt. Akkor úgy döntöttem, hogy befejezem.

Az erőssége igazából az eladók, a termelők, mert, én megmondom őszintén, hogy nagyítóval kellene keresni a hibát a piacon, tényleg a minőség kerül ki. És én úgy gondolom, hogy ez az erőssége a piacnak. Még azt is megkockáztatom, hogy ár-értékben sem rossz.

Különlegesség az eladók összetétele.

Összességében, én azért járok ki erre a piacra, mert bizakodó vagyok és hiszek abban, hogy lesz benne változás. Ez a piac már annyira elavult, ebből csak fejlődni, építkezni tud. Biztos eljön ennek az ideje, nem tudom, hogy ennek részese leszek még, de tudom, hogy fejlődik a világ, és hogy fennmaradjon változás kell, fejleszteni kell.



#### 4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK

##### Körmend piacának fejlesztése

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna? Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac? Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Maga az építészetbe én nem akarok bele szólni, milyen lesz a látványa, külseje, belseje. Ha rajtam múlna, akkor én egy olyan dolgot szeretnék megvalósítani benne, hogy rendszereznék. Még pedig úgy, hogy lenne benne a zöldség-gyümölcs, elkülöníteném, nem félre tenném a virágot. Én furcsának találok, hogy az élelmiszerekkel együtt áruljuk a virágot. Én biztos, hogy leválasztanám, nem keverném össze. A harmadik pedig a ruhások lennének. Szerintem ez lenne a legegyszerűbb dolog, hogy átlátható legyen. Összhangja lenne a piacnak.

A gyökeres változás a modernizáció, mindenben.

Nem tudom mi a város elképzelése, ahhoz hogy ebben nekem bármiféle ötletem legyen, tudnom kellene az elképzeléseket, ötleteket. Mekkora az a terület, ahol meg akarom valósítani azt a „modern” piacot. Hátról el vannak különítve a műszaki áruk, elől a zöldség és virág, ezen a kis piacon. Össze lesz vonva, nem lesz, csak a kicsit, csak a nagyot modernizáljuk. Éppen ezért nem is tudok véleményt mondani.

Szolgáltatásokban megint nehéz véleményt alkotni. A tavaszi és az őszi időszak, az teszi igazán zsúfolttá a piacot, mert olyankor jelennek meg a palánta és a virágárusok. Mivel szűk a terület, így igénybe veszik a parkolót is. Így felborul a parkolás. Nekünk, árusoknak igazából két célunk van, hogy időben be tudjuk pakolni és el tudjuk adni az árunkat, és sokan nem foglalkoznak azzal, hogy ezt hogyan oldják meg.

Ha ebből olyan igazi piac lesz, azért mondtam ezt, mert én láttam igazi piacot az Alföldön, mert ott nyüzsgés van, és piac feeling van. Erre szükségük van az embereknek, mert zárkóztak vagyunk. És ha sokan kijönnek akkor nyitottak leszünk.

Nem tudom, szerintem nincs szükség programokra. Körmendi piac hétfőn és szombat délelőtt van. A piacra vagy a hölgyek járnak ki vagy házaspárként, közösen vásárolnak. Szabadidő program esetleg szombat délután, de akkor már nincs piac. Szombaton vidékről úgy tudom, hogy nincs busz. Hétfőn viszont van és mi úgy szoktuk hívni, hogy az a vidéki piac. Vidékről bejönnek azok az idős emberek, akik már nyugdíjasok és bevásárolnak a fiataloknak.



### **Virtuális piactér**

#### **Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Vasvár helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Úgy gondolom, hogy a virtuális piachoz nagyobb mennyiségű áru kell. Ami már nem termelői piac akkor, a kistermelő, őstermelő nem tud ekkora mennyiséget előállítani.

Ha nagyon nagy mennyiségben termelném a tökmagolajat, akkor lenne rá lehetőség.

#### **Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Pozitív az érzésem.

#### **Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Megjelennék a virtuális piactéren.

Nem kötném feltételhez a megjelenést.

Olyan termékkel jelennek meg, melynek a szavatossági ideje egy kicsit hosszabb. Zöldség félékkel nem igazán. Akár milyen gyors is ez a szolgáltatás, nem biztos, hogy olyan minőségben érne a vásárlóhoz, amilyenben én szeretném.

#### **Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

Legyenek megbízhatók a termelők.

#### **Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.) Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

A piackutatás feltétlen fontos, meg a vélemény is.

Igen hajlandó lennék fizetni, ha olyan mennyiségű árum lenne.



## 5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezen Körmenđ helyi piacára? Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna? Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Nem nagyon tudok rá mit mondani. Nálam az a kommunikáció folyik, amit az előbb említettem, hogy burgonyát, tökmagolajat az Istvántól. Nekem ez elegendő, a szájról-szájra. Ez a megbízhatóság. Ha Ön kap egy jó árut, akkor a környezetében, munkahelyén azt mondja, hogy tőle vásárolj. Fontos az én személyem is. Ezt alá is támasztom, én féltém ettől a piactól, a piacnak nagyon fontos szerepe az, hogy a vásárlót ne csak kiszolgáljuk, hanem beszéljünk is velük, de ne toladóóan. Olyan, mint a sarki hentes, ha így működik, akkor jó, ha nem, akkor nem jó.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatóak tart?**

Párhuzamot vonok, nagyon sok helyen dolgoztam, mondhatnám azt is, hogy nagyon jól ismerem az emberi tulajdonságokat, de a körmenđiek zárkózóttak, nem elég nyitottak, nehéz barátságot kötni. Az alföldi ember, nyitott, mindig nyitva a kapu, a tenyere. A piac is működhetne úgy, hogy szánjunk egymásra egy kis időt, és akkor jövő héten már nem csak a 20 db tojást veszi meg, hanem megnézi, hogy még mi van. És akkor beszűkül a multi vásárlóereje is. Lehetne beszélgetni arról, hogy paradicsomból és paprikából nemcsak lecsót lehetne készíteni. A miliót lehetne változtatni.



## 6. interjú

### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTATKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Én csak Körmenden, most már tejhaszonnal nem dolgozom, mert eladtuk az utolsó tehenet is, túró, tejföl, tej, tejtermék. Most csak tojás, zöldségféle meg virág. 20 éve biztos kijárok a piacra, még dolgoztam, akkor is ki szoktam menni. A piacon értékesítem, ha jön valaki jóbarát, akkor itthon is, de nem jellemző. Van két fiatalember, akik jönnek tojásért, ha megyek a temetőbe, akkor szólnak, hogy Irma néni legyen szíves szedjen egy kis virágot. Őstermelőként csinálom, a fiam gazdálkodó, én a gazdaságban vagyok bent.

### 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend**

Én szeretek itt élni, lenni. Mindenkivel jó a kapcsolatom. Szinte várjuk már a napot, hogy ugye hétfőn meg szombaton van a piac, hogy mehessünk egy kis társaságba. És akkor jól esik, hogy jön egy vezető ember, és megkérdezni, hogy vannak, jól vannak vagy vesznek valamit. Jó a kapcsolatunk mindenkivel, de ott mindenkinek. Meg egymással is, nincs irigység. Mindenki nem egyforma, de úgy segítünk egymásnak a piacon is.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Ez jó, ez a piac, de jó lenne, ha jobb lenne. Ha télen egy kis meleg lenne. Hiszen nem rég újítták fel, de ez a mai világban már nem felel meg. Nem úgy sikerült ez sem gondolom, ahogy szerették volna. Tervben van, hogy egy új piacot csinálnak, gondolom, hogy fűtött lesz, mert azért télen itt cudar idő van. Én is jártam sokfelé, kirándul az ember, piacra megyünk, bizony azért, más piacok vannak.

### 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

**Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

*Mivel csak a körmendi piacra jár ki, ezért az összes kérdést a körmendi piacra kérdeztem.*



Helypénzt kell fizetni a Körmendi piacon. A megközelíthetősége az jó. Tisztaság szempontjából, illemhely szempontjából lehetne jobb, higiénikusabb. Nem elfogadható ekkorra piacon, hogy két WC van. Az állapotok nem olyanok, mint amit láttam már máshol, hogy milyen. Én elhiszem, hogy az emberek sem egyformák, mert rendetlenek, de gondolom, hogyha majd átépítik, akkor a mosdót is átfogják építeni. Nem fog így maradni, biztos, hogy nem.

Fontos, hogy milyen termelők vannak. Rengeteg a virág felhozatal, akkor jönnek most már a gombások Somogy megyéből. Fontos, hogy legyen mozgás, de azért már nincs az, mint ezelőtt pár évvel volt. Nincs az a nagy vásárlás. Szerintem a nagyboltok leveszik, ha bemennek oda, akkor megveszik ott, ami kell. Lényegében mindenkinek meg van a vásárlója, ha már én nem vagyok ott, engem keresnek. Vagy már előre megmondom a vásárlónak, hogy most szombaton nem leszek, csak hétfőn leszek, úgy vigyél ezt vagy amazt. Vagy reggel mikor jönnek ezek a férfiak, akik vásárolnak be, szerbuszok, jó reggelt, az olyan jó dolog, olyan szeretet van az emberekben. Na mit hoztál, mi van, mondom néz körül aztán ami kell vigyél. Nem is azért megyek, hogy most mennyit árulok, hanem a társaságért is, hogy jó társaságunk van. Nem az motivál, hogy én most mennyi ezret keresek, hanem az ember eltársalog, beszélget.

A lakosság életszínvonala jó, az 150 százalékos. Ilyen jól a nép soha nem élt, mint most. Nézze, kert nem kell senkinek, az öregek dolgoznak. Az a baj, hogy a piac ki van öregedve, és ki fog utánunk jönni. Bennünket már nem érdekel nagyon, hogy milyen piac lesz, mert csak esteleg kimegyünk sétálni majd, mert nincs utánpótlás. Szombathelyről is, akik jönnek, mind az a jó középkorosztály. Meg Körmenden is, vidéken is az én korosztályom, a 70 feletti. Van 85 éves asszony is, Margit névvel még együtt dolgoztam az Egis-be, és még mindig piacozik.

Lényegében, ha silány a piac, akkor mondják, hogy nem volt nyugdíj, vagy nem volt fizetés. Sokszor mondom nekik, nem az befolyásolja őket, ma nem kell annyi, el volt a boltba és bevásárolt. Az ember látja, hogy jönnek a Sparból, akkor is látom, hogy majdnem megszakadnak. Én nem vásárolok, annyit, mint sokakat, akiket látok.

Nézze, minden évben emelnek egy picit a díjon, én nem sokkalom. A napi díj 300 vagy 360 Ft. 3 hónapra fizetek 5700 Ft-ot, egy asztalért. Én nem sokkalom. És ennek a bevétele, mind a piacra lesz fordítva, állítólag.

A számla ne kellene már ebben a korban. Mert nincs akkora tétel, hogy ezzel érdemes foglalkozni. Néha van vita, nem is azért mert nincs hely, hanem jönnek és akkor beszélgetnek, ebből sokszor van vita. Volt aki kapott felszólítást is, először kipakolok utána beszélgetek, hogy a másik is be tudjon férni. Engem úgy visz a szomszédom, mert ő is jön árulni, együtt megyünk, mi nem szoktunk problémázni,





mi bemegyünk a másik oldalon. A felügyelő elég jó rendet tart azért. Ívóvíz van az új csarnokban, illemhely van, az olyan amilyen. Téli időszakban van villany, nekem nem kell.

**Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Még nem hallottam, hogy hirdetik. Akkor vannak ilyen szórólapok, mikor burgonya, meggy vásár van. Részemről nem kell fejleszteni. Van egy hölgy, Nagyrákosi nem olyan régen árul tejterméket, szerintem nagy reklám neki sem kellett, hogy befusson. Mert jó a terméke és akkor látom, hogy sok a vásárlója. Például van 4 hentes, konkurencia van, egyiknek jobban megy, a másiknak nem megy.

**Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

Nem mondhatnám, hogy kommunikál. Nem tudom, hogy mennyire van beleszólása. Ez a piac a költségvetéshez tartozik. Lehetne információt átadni, vagy fórumok lehetnének. Lehetne, hogy összehívják a helyi termelőket. Sőt a szomszéd faluból, akik járnak, őket is össze lehetne hívni.

**Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

**Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca? Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért? A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának gyengeségének? Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Elegen vagyunk a helyi piacon. Kati néni 50 éve a piacon van, ő a legrégebbi árus. Helyi termelők 10-en vagyunk. Én egész évben kimegyek hétfőn és szombaton is a piacra. Van télen olyan idő, amikor nem is érdemes kimenni. Most már a hétfői piac nagyon nem jó. Pár évvel ezelőtt nagyon-nagy piacok voltak hétfőn is. Hétfőn inkább az idősebb korosztály jön ki, meg a környékről is jönnek. Szombaton vannak vidékiek, akik kocsival jönnek, és a Körmendiek, fiatalok, családok is. Jönnek a kis iskolások, óvodások, írják, hogy mi mennyibe kerül, megkérdezik, hogy miért árulunk.

Összességében elégedett vagyok a körmendi helyi piaccal, én nekem megfelel, jó lenne, ha jobb lenne, majd alakítanak rajta.

A vásárlók elégedettek, mert ha nem lennének, azok nem jönnének vissza. A termék és a barátság is fontos.



Az erőssége, hogy a felhozatal jó, két alföldi ember is jön, hozza az áruját, meg egy fiatal pár, ők rendszeresen vannak. Jó a felhozatal.

Gyengesége, hogy tisztábban lehetne tartani. Minden oldalról nyitott, csak teteje van, nem lehet fűteni, nagy szélben huzatos.

Nem hiszem, hogy van különlegessége. A Vasvári is más, nincs ilyen, mint a mienk, mert a Vasvári a szabad ég alatt van. Celldömölkön jártam még, azt is felújították. Horvátországban is voltam piacon, na az piac volt, gránit helyek, táskáknak elit hely. Ha itt is eléri ezt a szintet, akkor jó lesz.

#### **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

##### **Körmend piacának fejlesztése**

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Nem engednék kipakolni a piac elé, mikor bent is van hely. Mert aki ott megveszi, nem jön be a piacra. Amíg bent van hely, nem szabadna engedni, hogy kívülről pakoljanak az emberek. Legyen fedett, melegebb. Mellékhelyiség fejlesztése.

**Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac? Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Például, ha én levágok x csirkét, nem vihetem ki eladni. De ha volna egy olyan helyiség, mint ahogy Szombathelyen is van, hogy ott árul a Juliska néni, a másik felén pedig árulom a csirkét. Az unokámnak vannak nyulai. Kiírjuk papírra, hogy rántani való, frissen vágott nyulak eladók, de én oda nem vihetem el, itthon kell eladnom. De ha volna egy olyan helyiség, ahol én felpuolt baromfit is árulhatnék, mert ebből már volt konfliktus, nem nekem, másik hölgynek volt belőle. Szabad helyen nem lehet árulni, a piacon nincs hűtő, és ezért nem tudom árulni. Én eladom itt háznál, de nem vihetem ki a piacra, mert megbüntetnek.

Sokszor járnak ki ellenőrizni, inkább a blokkra mennek rá. Egy öreg bácsit, aki zöldséget árult, 100 ezer forintra büntettek meg. Megnehezíti a munkát, hogy nyugtát kell adni. Ha vásárol a piacon, a táskájában megnézhetik ott a piacon, hogy van-e blokk.

A programoknak biztosan lenne értelme, szokott lenni farsangkor, pünkösöd hétfőn. Nagyon sokan szoktak lenni. Pünkösöd hétfőn a néptáncosok lépnek fel. Azért vásárolnak is, várja mindenki a szép programokat. Például most jönnek az óvódások, de mindjárt egy kis műsort adhatnának elő, én szerintem.



### **Virtuális piactér**

**Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Én ehhez nem értek, hogy mi is ez. Ehhez nem tudok hozzá szólni.

**Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Én nem szeretem, nem is ajánlom senkinek, mert nem kell mindenkinek, mindent tudnia. Szerintem veszélyes, mert már túlzásba csinálják.

**Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Igen, részt vennék. Például a szomszédasszonynál is rengetek virág van, neki is a lánya feltette az Internetre. Mindenképpen kérnék hozzá családi segítséget, mert én nem értek hozzá.

Ilyenbe nem mennék bele, hogy én elszállítatom. Jöjjön ide, nézze meg, aztán vegye meg.

**Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

**Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.) Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

Ne menjünk ennyire bele. Ha jön valaki, aki a piacon kérdezné meg az árusokat, a vásárlókat, az megint más. A vásárlótól meg lehetne kérdezni, hogy van megelégedve x.y árujával, az árakkal, mert azért borsosak az árak sokszor. Ez is egy felmérés.

### **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmend helyi piacára? Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna? Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Ha kevesebb bevásárlóközpont volna, Körmenden is van 4 nagy bolt. Rá kellene nekik jönni, hogy például amit én burgonyát kiviszek az se permetezve nem volt, se péti sót nem kapott, az a természetes állagában van. Mert azért a nagy zöldségesnél, azt nem tudja honnan jött. Az én paprikám, az paprika illatú, ami meg ott van, az víz ízű. A fiataloknak ezt kellene megtanulni, hogy inkább veszek kevesebbet,



de jót, mint ott veszek x kilót. Csak úgy lehet kommunikálni, ha kérdeznek. Van olyan hölgy, aki csak a megbízható eladótól vásárol, a tojást is a házit veszi, nem a nagy multiban. Korábban volt a Váruvaron ilyen bemutató, meg még már jó régen, ilyen ki mit termelt, azt vitte ki, ilyen vásár. Azóta sincs. Ez olyan 1982-ben, 1985-ben volt. Talán egyszer volt. Lehetne egy ilyen program, hogy a helyi termelők bemutatják, hogy mit termelnek.

Itt az utcában az én menyemnek van kertje, a Pirinek, meg nekem, összesen hét ház van. Inkább megveszik.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Korábban említett horvát piac. Itt minden van, sokszor mondják, hogy Szombathelyen nincs ennyi virág. Meg sok hentes van, a piacon 4, az ötödik a boltban, a hatodik a Spar, a hetedik az autó ami jön, húsos autó. Ez mind megél, mert ha nem élnének meg, nem jönnének. Annyira tudnak az idős emberek nyelven beszélni. Ha én odamegyek, megkérdezem van csirkecomb, mondják van mamikám, tudja, hogy ott árulok, beteszi a hűtőbe és ha megyek haza oda adja. A boltba még egyszer sem mondták, hogy beteszik a hűtőbe. És akkor csodálkoznak, hogy itt hosszú sor áll, mindenki ott áll sorba a húsért. Más a hozzáállásuk, mint a nagy multikban. Például a vegyi boltos, nekem oda hozza a helyembe, ez a kiszolgálás.



## 7. interjú

### 1. RÉSZTVEVŐK BEMUTATKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Disznővényekkel foglalkozom, cserepes dísznövényekkel, koszorúkkal. 15-20 éve foglalkozom ezzel a tevékenységgel, vállalkozóként. Szezon jelleggel jelenek meg. Körmenden, Kőszegen és Celldömölkön szoktam jelen lenni a piacokon. Csak helyi piacon értékesítem a termékeimet.

### 2. ASSZOCIÁCIÓK

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend**

Batthyányi kastély, aranyos város, szép a főtere, szép a parkosítás. Közel áll hozzám, laknak ott rokonaink.

**Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Vasvár helyi piaca?**

Átépítették a piacot, és ahol mi voltunk virágosok, sajnos kiszorultunk. Én úgy látom, hogy sokkal sötétebb lett a piac. Azért nekünk elég jó helyünk van a körmendi piacon. Nagyon aranyosak a vásárlók. A többiek sajnos kiszorultak, nem igazán jól sikerült az átépítés. Sajnos minket termelőket nem kérdeztek meg. Szerintem minket is meg kellene kérdezni, mert sokkal jobban átlátjuk, hogy mi lenne a jó. Például Celldömölk is ilyen, nincsenek parkolók, igaz, hogy szép lett, de innen is kiszorultak a virágosok. Nem praktikus nekünk az a piac.

### 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

**Helyi piac választási szempontok**

**Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

**Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

**Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

**Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

Inkább a közelség, ami számít a piacválasztásánál, 30-50 km-es vonzáskörzet a lakóhelyemtől.



Mindenhol van helypénz, ez az adott várostól függ, hogy négyzetméterre hogy számolja ki. Ha van kereslet, akkor azt nagyon szívesen kifizetem. Van olyan, amikor nem jó a piac, akkor egy kicsit soknak tűnik. De az ember elfogadja.

Nem befolyásoló tényező számomra, hogy milyen más termelők vannak jelen a piacon.

Ahova én járok, azok kisvárosi, közepes piacok. Általában heti egyszer van fő piac, és szombaton mindenhol van. Próbálom beosztani, hogy mikor hova menjek. Minden nap nem tudok menni, mert az otthoni dolgokat is csinálni kell, öntözni, ültetni stb. kell.

Infrastrukturális körülmények nem befolyásolnak. De van olyan piac, ahova nekünk kell vinni asztalt, pl. Körmentre. Itt a mosdó állapota nagyon rossz. Ha az ember el szeretné adni az áruját, akkor alkalmazkodni kell a jelenlegi feltételekhez. Kőszegen ott azt mondom elég jók a feltételek. Ott voltak ernyők, amiket fel tudtunk húzni, azok eltörték, és nem kerülnek megjavításra. Nekünk kell vinni sátrat is. Így nem olyan szép a látvány. Sokkal szebb volt, mikor ugyanazok a napernyők voltak. Celldömölkön nagyon szépen megcsinálták a piacot, de sokkal sötétebb lett, nem mutat úgy az árunk. Azt vesszük észre, hogy a forgalmunk nagyon csökkent.

A piac megközelíthetősége sem fontos szempont. Elég jól megközelíthetők a piacok, autóval, biciklivel. Csak az a gond, amikor nekünk termelőknek nincs parkoló helye, messzebből kell kipakolni. Kőszegen nem tudunk parkolni, most átépítik a piacot és a közelben nincs parkolóhely. Az embernek lesben kell állnia, hol talál parkolóhelyet.

Az üzemeltetőtől elvárom, hogy jól megközelíthető legyen, tágas legyen a piac. Legyen helyünk. Elég nagy árukészlettel rendelkezünk, és most nagyon össze vagyunk zsúfolva. A mosdó legyen korszerű. Valahol pénzért működik a mosdó, de pl. azóta nincs WC papír, piszkos, nem takarítják. Kőszegen nincs lehetőség mosdó használatra, el kell menni máshova, több percet vesz igénybe, addig ott kell hagyni az árut. Ez nekünk sem jó, mert a kollegára kell ilyenkor bízni az árut, ő pedig nem adhat el, csak ránézhet. Sokszor nincs közel a piachoz a mosdó.

Kommunikáció szempontjából szerintem a piac az már régóta arról szól, hogy a termelő kiviszi az áruját. Aki a termelőtől szeretne vásárolni, nemcsak virágot, hanem zöldséget, az oda szeret jönni. Mert a boltokban nem lehet tudni, hogy mit kap. Itt van egyfajta bizalmi kötelék a vásárló és az eladó között. Ezzel szerintem nincs komolyan gond. Hiába próbálunk mi a problémáinkat elmondani, meghallgatják, de nem tesznek semmit ellene. Pl. Kőszegen a napernyők.

Megkérdezhetnék a termelőket, mert valamikor annyira nem életszerűek az intézkedések. Az asztalok elhelyezésében is ki lehetne kérni a termelők véleményét, pl. új asztalok vannak, de alá nem lehet bepakolni, szűkek az asztalok. A vásárlók is mondják, hogy nem látják úgy az árut, nem mutat. Azelőtt



mikor nem volt átépítés, sokkal mások voltak a fényviszonyok. Nincs párbeszéd az üzemeltető és az eladó között, azt gondolom.

**Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

Azzal szerintem nincs igazán gond, mert termelő van mindenhol, mindegyik piacon.

### **Körmend piaca**

**Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca? Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért? A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének? Összegezve mit Körmend helyi piacának gyengeségének? Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

A Körmendi piac szép lett, de sötétebb. Látom, hogy a zöldségárusoknak sokkal nehezebb eladni az árujukat. Pl. az eladók, az asztalok között nagyon nagy a távolság. Sokkal ésszerűbben meg lehetett volna oldani. Nagyon kiszorultunk emiatt a piacról. Szerintem felére le lehetne csökkenteni a távolságot. Azt nagyon jól megoldották, hogy a parkoló egy részét, amikor fő eladási idény van, akkor lezárják, és ott tudunk árulni.

A körmendi helyi piaccal összességében elégedett vagyok. A helypénzszedő is nagyon korrekt, amit ő mond, az úgy is van, meg igazságos. Nincs kivételezés, egyforma a helypénz az árusok között. Meg vagyok vele elégedve. Mindenkinek van egy vevőköre, aki hozzám jár, azok meg vannak elégedve a termékeimmel, ezért jönnek hozzám.

Körmendi piac erőssége a helypénzszedő, jól megközelíthető, a piac tiszta.

Gyengesége a mosdó, a szociális helyiség.

Különlegességet nem tudok mondani, talán annyi, hogy a ruhások külön vannak egy bekerített részen.

Általában minden piacon ugyanazok a termékek vannak.



#### **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

##### **Körmend piacának fejlesztése**

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna? Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac? Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszósarok, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

A szociális helységet felújítanám. Világosabbá tenném az árusok feletti eladóteret, hogy jobban látható legyen a termék, több napfény szűrődjen be. Szerintem a programok miatt több szülő jönne, de ehhez nagyobb terület kellene. Pl. van néptáncgyűttes műsor, akkor többen jönnek. De nincs nagyobb tér, ahol lenne nekik helyük. Ilyenkor egy picit nagyobb a forgalom. De nem jellemző, hogy ilyenkor többen vásárolnak, mert a programot nézik meg inkább.

A piaci kínálatban minden megtalálható, tejtermék, hús, zöldséges, méz, ruházat, virág, szerintem van minden. Én nem változtatnék.

##### **Virtuális piactér**

**Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Vasvár helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Én megmondom őszintén a vásárlók nagy része idős, és ők ebben az online világban nem annyira folynának bele. Talán a fiatalok felé lehetne nyitni.

**Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Pozitív, szerintem ez lesz a jövő valahol, de szerintem még hosszabb időnek kell eltelnie, hogy életképes legyen, én úgy gondolom.

**Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Igen, megjelennék. Az is a gond nálunk, hogy a Lidl-ben, Aldi-ban, szupermarketekben is árulják a virágokat. Hiába olcsón adják, de minőségre nem jók. Sokan azt mondják, hogy ha már ott vagyunk a szupermarketben, akkor megvesszük ott, nem megyünk máshova. Az embereknek mindig kevés az idejük. A piacokat egy kicsit jobban kellene reklámozni. A piacon az marad meg, akinek szép az áruja. Jó lenne, ha a jövő mindenképpen a piacok felé orientálna.





**Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

Meg mondom, őszintén erre hirtelen nem tudok válaszolni. Ha le lenne fényképezve az áru, és egy kis ismertető rólunk.

Minden termékemmel részt vennék – tavasszal és ősszel van nálunk értékesítés.

Sokkal jobb lenne, ha a termelők lennének, nem a kereskedők. Sok az alkalmi kereskedő, akik szezonálisan vannak jelen, nagyon lemennek az árakkal, nem minőségi terméket adnak. Ezáltal a mi hitelünket is rontják.

**Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.) Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

Vevői-termelői közösségek építését nem tartom olyan fontosnak, a többi szolgáltatások véleményem szerint fontosak. Bizonyos keretek között hajlandó lennék érte fizetni.

## **5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK**

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezzon Körmenđ helyi piacára? Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna? Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

Újságban jobban kellene hirdetni, helyi rádió, helyi TV, online felületek.

Sok szöveget nem alkalmaznék. Én úgy gondolom, ha kijönnének és adnának nekünk bizalmat, akkor ott is meg tudnánk beszélni személyesen is. Szeretek beszélgetni az emberekkel, kérdezni. Fontos a személyes kommunikáció. Közösség formáló maga a piac.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Nem tudok ilyet mondani. Szerintem a körmenđi, más piacokhoz képest jól működik.



## 8. interjú

### 1. RÉSZTVEŐK BEMUTAKOZÁSA

**Kérjük meg az interjúalanyt, hogy mutakozzon be! Szempontok legyenek: Milyen termékekkel foglalkozik? Mióta? Mekkora a vállalkozás? Milyen helyi piacokon szokott megjelenni, milyen gyakran? Milyen az értékesítési gyakorlata?**

Poór László vagyok. Egyházasradóc, Rózsa utca 42. Kertészkedem a családommal közösen. A termékeim zöldség, egynyári virág, palánta, valamint az őszi szezonban árvácska, krizatén, ez a paletta. Termékeimet Körmenten és helyben idehaza tudom értékesíteni. Valamint Szombathelyen a termelői piacra járok, nagyon befutott, nagyon sok az árus, termelő. Én körmenti piacra járok szombaton és hétfőn, ami azt jelenti, hogy egész éven át. Most már kialakult egy olyan vásárló közeg, ami úgy érzem, hogy jól megismert. Tudok olyan árut biztosítani, amit mindenki elfogad, mind minőségbe, mind árba. Nyáron nincs semmi probléma, meg tudjuk oldani azt, hogy sátrat hozunk, ha meleg van, ha jön az eső stb. egyedül csak az a probléma, hogy télen ha jön a hideg, október és egészen télen, nincs egy védett helyünk. Magának a körmenti piacnak semmilyen problémája nincs olyan értelemben, hogy van fedett része, csak az a baj, hogy amikor megjön a hideg, szeles, esős idő, nincs védett hely, átfúj az egészen. Polgármester Úrral mindig többször beszélgetünk ez ügyben, kértem legutoljára is tőle, hogy az északi részt valamilyen könnyűszerkezetes megoldással tegyék egy olyan védett területté, ahol nemcsak nekünk, mint árusoknak, hanem mind a vásárlók érdekében is, akik nem szeretnék megfagyni, meg könnyen tud vásárolni. Téli viszonylatban egyszerűen nem lehet kitenni semmit, mert 1-2 foknál már megfagy minden, legyen az sárgarépa, zöldség, egyszerre megfagy. Ez a szezonális dolog, én nekem csak ez a legnagyobb gondom, problémám a körmenti piaccal. Különösebb probléma úgy, hogy a hellyel, adottsággal nincsen.

Ez a családi vállalkozás körülbelül 20-25 éve dolgozik az egész. Gyermekkorom óta van ez a kertészkedés. A nagybani kertészkedés körülbelül 15-20 éve kezdődött, amikor a palánta mellett kezdtünk egy kicsit bővíteni. Ami azt jelentette, hogy a palánta mellett mindig igényelték a vásárlóim a virágokat is, így belekerült az egynyári virág, télen jött, hogy miért nincs árvácska. Ez egy ilyen mókuserék, miért nincs, miért nincs, akkor a következő évben megint volt, és akkor visszajárnak és akkor mindig kérik, hogy Laci most ebből van hiány, most ez kell, most ezt szerezzél be. Nagyon szeretnek nálam vásárolni itt. Rájöttem arra, hogy az emberek, amit saját maguk kiválasztanak a ládából, vagy pedig a fólia sátor alatt, rá van írni minden mi a neve, fajtája és akkor jönnek összeszednek mindent, ennyi az ára, fizetnek és akkor megelégedve távoznak. Így megy ez a családi dolog.



## 2. ASSZOCIÁCIÓK

### **Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend**

Gyerekkorom óta nagyon sokat voltam Körmenden és legelőször én nekem a Rába folyó, ami a fürdés, a nyaralás. Ez az egyetlen dolog, ami megmaradt bennem, ahogy az ember öregszik, ezek az élmények a Rábával kapcsolatban, ezt nem lehet törölni. Most, hogy a piacra járok, nagyon sok embert megismerek, vezetőket is ismerek, az önkormányzatnál segítőkészek.

### **Mi az első szó/gondolat, ami eszébe jut, ha azt mondom: Körmend helyi piaca?**

Legelőször talán az jut eszembe, hogy nagyon sokan vagyunk. Rengeteg a termelő, így tudom mondani, tehát a virágokkal, a palántákkal, Zalából, Kanizsáról, Szombathelyről, nagyon nagy átfogó képet lehet venni arról, hogy Körmenden rengeteg árus van, aki tulajdonképpen azzal foglalkozik, hogy a környék vásárlóerőjét ki tudja szolgálni. Most, hogy vége van a szezonnak már, most június elején vagyunk, még mindig vagyunk páran, akiknek még termékünk is van, mindig jönnek ez kellene, így kellene csinálni. És azt tudom mondani, hogy én nekem az a véleményem a körmendi piaccal, ha valaki valamit keres megtalálja a körmendi piacon.

## 3. KORÁBBI TAPASZTALATOK

### **Helyi piac választási szempontok**

### **Általánosságban kérdezem, hogy milyen szempontok szerint választ a lehetséges helyi piacok között? Hogyan dönti el, hogy hol fog megjelenni? Mit gondol erről?**

Tulajdonképpen a körmendi piac az én számomra nagyon fontos, két dologból is. Egyszer, mert a termékeimet tudom értékesíteni és nekem 10km a piac, tehát a távolság nem nagy. Bérelt helyem van, tehát nincs az a gondom, hogy nekem nincs helyem, hogyha én megkések reggel vagy bármi olyan dolog legyen.

Szombathelyi viszonylatban már egy kicsit körülményesebb, de ott is meg van, előre be van jelentve az, hogy én megyek. Van ott 2-3 hölgy, aki rendezi az egészszet, adják a helyet, hogy itt kell lenni. Ott díjtalan, ha az ember kamarai tag. Ott csak bejelentkezési kötelezettségem van, hogy érkezem, mit viszek stb.

Nagyon fontos a piacoknál még megjegyeznem a nyugtaadást, ami nagyon fontos, de több esetben, amikor nagyon sok a vásárló, az embernek nagyon körülményes. Én kérdezem a NAV szakembereit is, hogy forduljunk meg egyet, ő áruljon itt én helyettem és én meg oda megyek és figyelem, hogy mikor ad nyugtát. Megpróbálok nyugtát adni, bejelentem, ha van alkalmazottam, nagyon jó az is, 185-öt



felhívom, befizetem után az 1000Ft-ot és nincs semmi probléma. De tessék elképzelni azt, hogy mikor megy a palánta szezon, van egy alkalmazottam, kifizetem. Ott áll kb. 10-15 ember és akkor nyugtát is kell adni, ki is kell szolgálni. Az emberek olyanok, ha azonnal nem kapják meg a terméket, meg már megy is a következőhöz. Elvesztettem 1-2 kuncsaftot azért, mert én oda megyek és akkor megírom a nyugtát. Holott tudom, hogy kötelező, de valami más megoldást kellene ez ügyben kitalálni. Nem is tudom, éves bevallást mindenképpen be kell adni. Nem tudom a nyugati államokban hogyan csinálják ezt a nyugta adást. Ez nehézkesé teszi.

Szombathelyi viszonylatban még azt tudom elmondani, hogy mikor legelőször megjelentem, abban a pillanatban megjelentek a NÉHIB emberei, megjelentek a NAV emberei és abban a pillanatban megkérdezték, honnan jöttem, miért jöttem stb. Természetesen megírták a jegyzőkönyvet, rendben találtak mindent. De ez olyan megalázó számomra. Az volt a legfontosabb, hogy mutassam meg, hogy én honnan jöttem, honnan vettem a termékeimet. Nagyon sokat dolgozok, és csak annyit tudok mondani, hogy a kamarában is kérdeztem, hogy mit lehet tenni. De azt mondták, Laci nem lehet semmit tenni, ez van. Tudom, de valami könnyítést kellene csinálni.

Itt a faluban, aki nem nálam vásárol az a körmendi piacon vásárol. Egyszer azért is, mert hétfői napon általában nagypiac van. Nemcsak azért mennek el, hogy virágot vegyenek, hanem más jellegű bevásárlást is eszközölnék a falubeliek. Ezzel együtt van megoldva a bevásárlás. Ha valaki itt helyben akar vásárolni, én nálam azt is megteheti, jönnek is, nincs semmi probléma. Az a jó én nálam, ha valaki itt vásárolni akar, hogy nincsen nyitva tartás, szombaton és vasárnap is, ha megy a szezon lehet vásárolni. Az ember el akarja adni a termékét, amit megtermelt.

Tulajdonképpen Körmenden az infrastruktúra meg van a piacon. Ezzel kapcsolatban én csak jót tudok mondani. Azt tudom mondani, villany van, víz van, illemhelyek vannak. A felügyelő, aki ott van a helyi piacon, mindenben segít, hogyha gondja van az embernek, megoldják, tehát nincs semmi probléma.

Sok a termelő a piacon. Először is szép árut kell termelni, a legfontosabb, minőségi árut kell termelni, csak azt lehet eladni, tekintettel, hogy sokan vagyunk. Ez a legfontosabb dolog. A másik dolog, hogy nagyon sokat jelent az ismeretség. Tehát, ha én velem meg van elégedve, akkor nem megy el a másik termelőhöz és nála veszi meg az árut. Tekintettel visszajáró vásárlóim vannak, ami azt jelenti, ha én nekem a tavalyi évben megfelelt a termékem, legyen az virág, palánta, bármi, akkor a következő évben is jön, nem megy el máshova. Ez nagyon jó dolog. Mind emberileg is, mind termelőként is olyan kapcsolatot alakítottam ki, most már éveken keresztül, a vásárlóimmal, hogy ha van valami gond, probléma, azt is meg tudjuk oldani.



### **Ön milyen szolgáltatásokat vár el a helyi piac üzemeltetőjétől?**

Ezzel kapcsolatban annyit tudok mondani, amit az előbb említettem, hogy tulajdonképpen asztalokat kapok, ami a bérelt helyem. Ha valaki akar menni és annyi terméke van, hogy 1 asztal elegendő, akkor a helyi piacfelügyelőtől kap helyet. Víz, villany van. Ezek a dolgok meg vannak oldva.

### **Milyen kommunikációs szolgáltatásokat vár el a helyi piactól a lakosság felé? Hogyan és mit kommunikáljanak?**

Ez egy nehéz kérdés. A körmendi piacon tulajdonképpen a kommunikáció személyes.

A körmendi televízióban, ha kaphatnánk helyet a termelők, ott lehetne esetleg, többet, nyíltabbat, sőt még személyre szólóan is megjelenni, hogy megindult a palánta szezon stb.

### **Hogyan és mit kommunikáljanak a termelőkkel? Milyen információkat vár?**

Ha én nekem problémám van valakivel, valamivel, akkor a Polgármester Úrhoz oda tudok menni és meghallgat, ha tud segít. A piacfelügyelő is segít. Nincsenek a termelőknek szervezett fórumok. Mindenki saját maga intézi a saját dolgát.

### **Az eddig elhangzottakból is kiderült, hogy a helyi piac kiválasztása összetett kérdés. Mit gondol, hogyan lehetne a legjobban elősegíteni, hogy a helyi piacokon, minél több helyi termelő jelenjen meg?**

#### **Körmend piaca**

**Az imént tárgyalt választási szempontoknak mennyire felel meg Körmend helyi piaca? Összességében elégedett Ön Körmend helyi piacával? Miért? A piac vevői mennyire elégedettek? Mit tapasztal ezzel kapcsolatban? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának erősségének? Összegezve mit tart Körmend helyi piacának gyengeségének? Mitől különleges Körmend helyi piaca! Kérem egyetlen, a legfontosabb különlegességet jelölje meg, ami egyedivé teszi ezt a piacot!**

Igen elégedett vagyok, biztosítanak helyet számomra, az infrastruktúra is meg van. Egyedül, amit mondtam, hogy télen szeles.

Tulajdonképpen a vevők elégedettek, mert amit említettem már, hogy visszajáró vásárlóim vannak. Ami azt jelzi, hogy tulajdonképpen meg vannak velem elégedve, mind árba, mind minőségbe.

Erősség: tulajdonképpen az elmúlt években fejlesztés történt, amelyben a régi, egyszerű piacot megszüntették és egy korszerű piacot kaptunk, amely tulajdonképpen fedett. Ez tényleg egy olyan nagyvonalú dolog volt a város szempontjából, hogy nyári viszonylatban mikor esik az eső nincs semmi



probléma, meg van oldva. Aszfaltozás is történt a piacon, ami nagy pozitívum, a körmendi városfejlesztés felé, mert nem kell sárban, vízben árulnunk.

Hétfőn van piac ez a különlegesség. Tekintettel arra, hogy nincs sehol sem hétfőn. A szombathelyi vásárcsarnok hétfőn be van zárva. Szombathelyről a termelők is ide jönnek le.

#### **4. FEJLESZTÉSI LEHETŐSÉGEK**

##### **Körmend piacának fejlesztése**

**Ha Ön lenne a döntéshozó, hogyan fejlesztené Körmend helyi piacát? Mi az, amin változtatna?**

Zárt megoldás, ami azt jelentené, hogy télen nem fújna be a szél, nem lenne hideg, nem lenne benne fagy. Még azt is meg lehetne oldani, hogy nyáron pedig ki lehetne nyitni.

Úgy tudom, van terv az új csarnokkal kapcsolatban, de nem tudom, hogy mikor lesz a kivitelezés és milyen formátumba. Mindig megjelent a Vas népében a pályázat, meg hogy meg vannak a tervek, lesz új csarnok. Bízunk benne, hogy megvalósul.

**Milyen új ötletei lennének még a piaci szolgáltatások tekintetében? Milyen újdonságot nyújtson a termelőknek a piac? Milyen újdonságot nyújtson a vevőknek? Milyen programokat kínálna a vevőknek? Pl. gyerekprogramok, játszóterek, versenyek? Szükség van egyáltalán ilyenekre?**

Lehetne ezt szorgalmazni, de ez nagyon nehéz. Tekintettel arra, hogy ez csak piac napokon lehetne megvalósítani. Jelen pillanatban pünkösd hétfőn is volt egy ilyen rendezvény, ahol ugye már az emberek tudják, hogy nyitva van, akkor is volt néptánc csoport, különféle kulturális rendezvények. Most tulajdonképpen ezt minden hétfőn megvalósítani, én nekem az a véleményem, nagyon nehéz. Szombaton inkább, mert az emberek jobban ráérnek. Most már úgy néz ki a dolog, hogy sokkal többen vannak szombaton, mint hétfőn. Hétfőn sok ember már dolgozik. Ennek következtében szombaton több a vásárló és gyerekek is többen vannak. Lehetne ilyen rendezvényeket alkalmazni, mert akkor több lenne a vonzáskörzete az egésznek. Mondok erre egy nagyon egyszerű dolgot, tavasszal Makóról jönnek a termelők, akik hagymát árulnak, na most kérem szépen, amikor tudják azt, hogy minden kéthetente hétfőnként van a hagyma vásár, megduplázódik a vásárlókör. Tudják, hogy van hagyma, és ennek következtében többen jönnek vásárolni. Ha van hagyma, akkor többen néznek körbe és akkor jobb a vásárló kedv. Ha egy olyan programot betenne a körmendi önkormányzat, vagy egy kulturális csapat, minden szombaton 10-től 11-ig, biztos, hogy lenne rá, sőt akkor tudnák, hogy bábelőadás van, zenekar van, biztos, hogy lenne rá igény. Nagyon sok a nézegető a piacon, azt tudni kell, és ha már nem vásárol, ezeket az előadásokat meg tudja nézni. Nekem az a véleményem, hogy biztos lenne rá sok



ember, aki csak azért jönne ki, mert 10 órákor lesz előadás. Csak egy kis színpad, nem kell nagy dolgot előadni, gyerekeknek és érdeklődés szintjén.

### **Virtuális piactér**

#### **Mit gondol arról a lehetőségről, hogy Körmend helyi piac virtuális piacteret, webshopot is nyitna?**

Nem tudok hozzá szólni.

#### **Összességében pozitívak vagy negatívak az ezzel kapcsolatos érzései? Miért?**

Pozitívak az érzéseim, megmondom azt is, hogy miért, mert én is az Internetről rendelek minden terméket. Ebben az a jó dolog, hogy felhívom a gazda boltot, leadom neki a megrendelésemet, legyen az vegyszer, műtrágya stb. és 24 órán belül itt van. Ez egy annyira jó dolog, nem kell utána menni, pontosan szállítanak, nincs semmi probléma. Körmenden egyet tudni kell, nagyon sok a bolt, Lidl, Penny stb., a piac az egy különleges varázs szombaton meg hétfőn. A többi napokon hiába, én már megpróbáltam azt is, hogy mindenszentek előtt kipakoltam több napokon, meg sem látogattak, mert tudják azt, hogy nincs akkor piac.

#### **Részt venne, megjelenne egy virtuális piactéren (webshopon)? Miért? Ha részt venne, milyen körülmények mellett? Milyen feltételeknek kellene teljesülnie ahhoz, hogy megjelenjen ezen a piacon? Ha részt venne, milyen termékekkel jelenne meg a virtuális piactéren?**

Az a baj, hogy ezeket a növényeket nagyon nehéz. Nem olyan termék, mint egy pár cipő, amit elküldök és ha kicsi, akkor visszaküldik. Ezeket a növényeket Interneten keresztül, én úgy érzem, hogy nagyon nehéz. A másik dolog meg az, hogy ezeknek 24 órán belül oda kell érniük, mert tönkremegy. Fény kell neki, víz kell neki. Jelen pillanatban nekem az a véleményem, hogy nagyon nehéz megoldani.

#### **Kötné valamilyen feltételhez a termelők megjelenését ezen a piactéren? Ha igen, mihez?**

#### **Mit várna el a virtuális piactér üzemeltetőjétől? Milyen szolgáltatásokat nyújtson a termelők felé? (Chat, véleménycsere más vevőkkel, termelőkkel. Termékek, termelők értékelése, véleményezése a vevők részéről. Vevői-termelői közösségek építése. Piackutatási funkció.) Hajlandó lenne fizetni egy ilyen szolgáltatásért?**

Nekem az a véleményem ezzel kapcsolatban, hogy igazából tiszta képet ezzel kapcsolatban nem kapnánk akkor sem, hogyha azt mondjuk, hogy értékelnék egymás termékét. Tekintettel arra, hogy minden termelő a saját értékeit védi. Ez csak úgy működik, beszélünk már róla, hogy több termelő között a vásárló kiválasztja a neki megfelelő terméket. Mindenképpen a vevő választ. Nagyon sok az



idős ember, nagyon sok az a korosztály, aki az Internettel nem foglalkozik, akik jönnek, megbeszéljük mit szeretne. Sokat segíték idős embereknek abban, hogy ha az egy nyári növényeket hogyan kell elültetni. Volt már példa arra is, hogy tönkre ment a virág, amit tőlem vettek, és akkor megkérdeztem, hogy mi történt. És akkor mondja az 50 év körüli hölgy, hogy Laci pedig én mindent megtettem, még fertőtlenítettem is. Elmagyaráztam neki, hogy amikor beleszórta ezt a talajfertőtlenítőt, akkor olyan gázok keletkeztek, mely a gyökereket elégették. Nem szabad semmit rakni a cserépbe. Földet, bele a virágot és majd később tápsót adunk neki. Nagyon sokan jönnek hozzám, segíték, hogy mivel kell permetezni, öntözni. Ha tudom, megvásárlom nekik a terméket. A személyes kapcsolat sokkal fontosabb.

## 5. INFORMÁCIÓ FORRÁSOK

**Kommunikációs területen mit tenne annak érdekében, hogy több vevő érkezen Körmend helyi piacára? Milyen hatékony kommunikációs eszközöket alkalmazna? Milyen üzenetet fogalmazna meg a különböző célcsoportoknak?**

A nagyfiam az Internetes szakember nálunk. Nekem meg a telefon. Ha túltermelésünk van, akkor a fiam felteszi az Internetre és az Interneten keresztül tudjuk ezeket a termékeket értékesíteni. Tavaly nagyon sok sütőtökünk maradt meg, ennek a termelt értéknek kb. az 50 százalékát Interneten keresztül tudtuk értékesíteni. Tehát egy olyan terméket, amit tulajdonképpen becsomagolok, zsákba teszek, nem károsodik, az ország bármelyik tájára el tudjuk küldeni. Megegyezünk az árban és feladjuk. És ebben nincs probléma, mint ahogy a növénynél, hogy tönkre megy. Le van fotózva, el van vágva és visszajelzést kérünk, hogy a termék megfelelt-e. A kommunikációval kapcsolatban szerintem csak az Önkormányzat tudna lépni. Maga a körmendi piac évtizedes, tehát tulajdonképpen meg van a piacnak az értéke. Nem egy új piac, amit be kell futtatni, tudják az emberek, hogy szombaton van, hogy milyen termékek vannak, mikor mit kell vásárolni. Évtizedeken keresztül így folyt, folyik most is.

Azt tudom mondani, hogy szezonális dolgokba legyen minden, és tudjanak az emberek választani és akkor meg lesznek elégedve. Javarészt a középkorosztály jár a piacra, de nagyon sok fiatal is van. Jönnek gyerekekkel. És a fiataloknak kell a segítség. Háziasszonyok is.

Hétfőn pedig nagyon sok a vidéki, akik busszal járnak vagy behozzák őket autóval.

**Meg tudna említeni, olyan pozitív példát, akár külföldről vagy belföldről, amelyek adaptálhatónak tart?**

Nem tudok ilyen.





### Kvalitatív kutatás résztvevői

A kutatásba bevont interjúalanyok az önkormányzat által összeállított adatbázisokból kerültek kiválasztásra.

*Az interjúktól eltérő sorrendben:*

Baki Jánosné

Dely István

Márjalaki István

Németh Anita

Növény és koszorú – ezekkel a termékekkel van jelen a piacon, nem szeretné a nevét feltüntetni

Poór László

Tahin Tamás

Weisz Antal