City Cooperation II
WP T2 innovatív vásárlóerő megtartása

Helyi piacok stratégia

Lenti

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

Tulajdonos: **Lenti Város Önkormányzata**

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

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló 4
Zusammenfassung 6
1. Szakirodalmi áttekintés 8
1.1 Módszertan 11
2. Lenti helyi piaca a fejlesztések tükrében 12
3. A Lenti lakosai körében végzett kérdőíves felmérés eredményei 14
3. 1. A válaszadók jellemzői 14
3. 2. A helyi termékek iránti kereslet 15
3. 3. A helyi termékfajták iránti kereslet 15
3. 4. Hol vásárolnak a válaszadók helyi terméket? 16
3. 5. Akik nem vásárolnak helyi termelőktől 16
3. 6 . A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések 17
4. A helyi termék-előállítók körében végzett kérdőíves felmérés eredményei 19
4. 1. A termelők általános jellemzői 19
4. 2. Az értékesítés általános jellemzői 21
4. 3. Értékesítés a helyi piacokon 23
4. 4. Online értékesítés 25
5. Az empirikus vizsgálat eredményeinek összefoglalása, a fejlesztési potenciálok azonosítása 27
5.1 SWOT-analízis 29
6. Hálózatosodás 31
6.1 Helyi piacok a határtérségben 31
6.2 Piacok közötti határon átnyúló együttműködés 33
6.2.1 Az együttműködésben rejlő előnyök 33
6.2.2 Az együttműködést gátló tényezők 34
7. Stratégiaalkotás 36
7.1. A helyi termékek bemutatása és értékesítése a turisták által gyakran látogatott helyeken 36
7.2 A helyi termelők termék- és szolgáltatási kínálatának minőségi és mennyiségi fejlesztése 38

7.2.1 Részletesen kidolgozott projektjavaslat – Közösségi zöldség- és gyümölcsfeldolgozó, logisztikai központ 39
7.3 A nagyfoglalkoztatók aktivizálása a helyi termékek fejlesztése, értékesítése és népszerűsítése érdekében 41
7.4 Hálózati, koordináló szerep betöltése 41
8. Helyi piacok határon átívelő hálózatának kialakítása 43
8.1 Javaslattétel a beszerzendő eszközökre vonatkozóan 44
Mellékletek 49
Felhasznált irodalom 57

Vezetői összefoglaló

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

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

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

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

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

Lenti esetében mindezek alapján indokolt a térségi koordináló szerep betöltése az összehangolt fejlesztések érdekében. Mivel itt található a legtöbb helyi termelő, meghatározó turisztikai attrakciókkal és szálláshelyekkel rendelkezik, valamint a nagyobb cégek is itt tömörülnek, ezért a fizetőképes kereslet kiszolgálására a helyi termékek minőségi és mennyiségi fejlesztése válik indokolttá. Új értékesítési helyek és módozatok bevezetését javasoljuk a turisztikailag frekventált helyeken (pl. fürdő és szálloda).

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

Zusammenfassung

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

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

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

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

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

Vor diesem Hintergrund ist es gerechtfertigt, dass Lenti die Rolle der regionalen Koordinationsstelle im Interesse der Abstimmung der Entwicklungen einnimmt. Da die

meisten lokalen Erzeuger und die bestimmenden Tourismusattraktionen und Unterkünfte in Lenti zu finden sind da sich auch die bedeutendsten Firmen hier versammeln, wäre zur Befriedigung der zahlungskräftigen Nachfrage die qualitative und quantitative Entwicklung der Regionalprodukte wünschenswert. Wir schlagen vor, neue Verkaufsstellen und -arten an den touristisch frequentierten Orten (z.B. Bad und Hotel) einzuführen.

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

1. Szakirodalmi áttekintés

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Forrás: Bertalan-Inzsöl, 2018

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

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

1.1 Módszertan

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

2. Lenti helyi piaca a fejlesztések tükrében

Lenti helyi piaca hosszabb múltra tekint vissza, a közelmúltban nagyszabású infrastrukturális fejlesztésen[1] esett át, aminek köszönhetően megnövekedett az árusítótér, illetve általa várhatóan színvonalasabbá válik a piaci értékesítés. A termelői piac fejlesztésének hosszú távú célja a helyi gazdaság infrastrukturális hátterének javítása, a helyi termelők piacra jutásának elősegítése, illetve a vállalkozások munkahelyteremtő képességéhez való hozzájárulás.

A piacfejlesztés eredményeként összesen a piactér mintegy 3000 m^2-en jó minőségű burkolatot kapott, jelenleg 65 árusító hely kialakítására van lehetőség, a korábban rendezetlenül elhelyezett pavilonok helyett, 15 darab, településképbe illeszkedő, fix árusítópavilon készült. A pavilonok előtetővel rendelkeznek, hogy az árusító tér fedett legyen, elektromosáram-ellátásuk biztosított. A piactér központi részén 16 darab mobil árusítóhelyet alakítottak ki úgy, hogy használatuk nem csak a piactéren, hanem más helyszíneken is lehetséges legyen.

A piac hetente csütörtökön és szombaton, illetve minden hónap második szerdáján 7 és 14 óra között tart nyitva, ahová csak Zala megyéből, vagy Lenti körzetétől maximum 40 km-re lévő gazdaságból kerülhet áru. A legfontosabb vásárolható termékek: friss zöldségek és gyümölcsök, húsáruk, tejtermékek, savanyúságok, méhészeti termékek, növényi olajok, palánták, koszorúk, fafaragványok, ajándéktárgyak stb.

A döntéshozókkal és szakemberekkel készült fókuszcsoportos interjúból kiderül, hogy nehézséget jelent a termelőkkel való folyamatos kapcsolattartás, az információk begyűjtése. Az infrastrukturális beruházások mellett hatékonyabb marketingre és szervezésre lenne szükség, amihez a humánerőforrás jelenleg nem áll rendelkezésre.

A régióban több jelentős helyi piac is működik (pl. Őriszentpéter, Zalaegerszeg), amelyek vásárlói és termelői oldalról is erős versenytársai a Lenti piacnak. A leginkább versenyképes termelők közül többen még távolabbi piacokra járnak (pl. Budapestre), ahol drágábban értékesítik a termékeiket. Jellemző, hogy a termelőtől az árut a háznál veszik át, illetve a piacra járó helyi termelők számát az is csökkenti, hogy egyre idősebb csoportról van szó, akik közül többen felhagynak a tevékenységgel. A piacot elsősorban a helyi lakosság, illetve a Szlovéniából érkezők látogatják.

A termelők számára a városi rendezvényeken (pl. Lenti Nyári Esték, őszi fesztivál) is van értékesítési lehetőség. A Helyi Ízek Boltjában többek között savanyúságokat, szörpöket, aszalványokat, fűszereket lehet vásárolni, Lenti-hegyen is található egy pavilon, ahol Baumgartnerné Torma Judit árulja a saját termékeit, továbbá a Hotel Balance előterében egy üvegszekrény ugyancsak a helyi termékekből kínál ízelítőt.

[1] TOP-1.1.3-15-ZA1-2016-00010

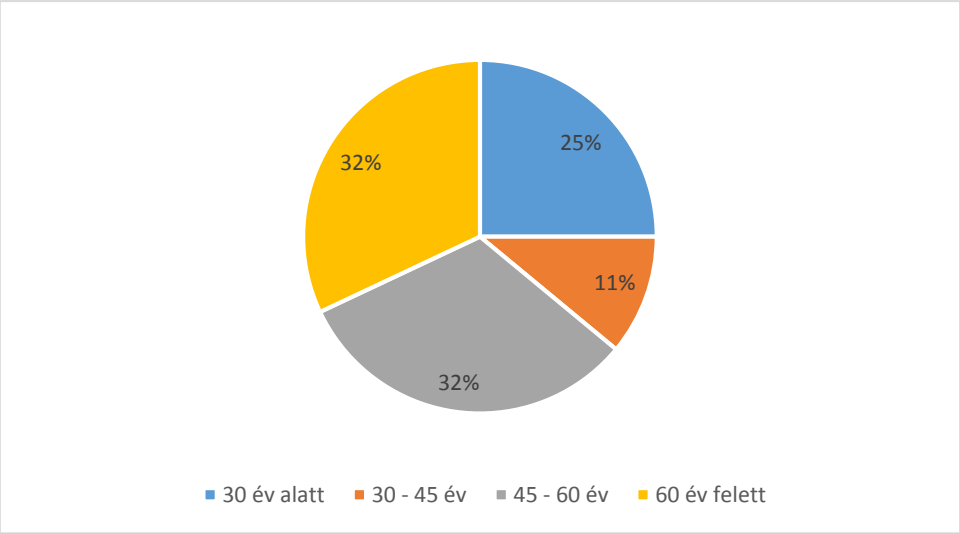
Távlati célként felmerült a helyi borászat fejlesztése, amihez Lenti jó adottságokkal rendelkezik, azonban jelenleg mennyiségi és minőségi szempontból elégtelen a kínálat. A térségben találhatók gyümölcsültetvények (alma, körte, szilva, barack stb.), a gyümölcs hűtésére is van lehetőség, jelentősebb zöldség- és gyümölcsfeldolgozásra ugyancsak nincs példa.[2]

[2] Lenti és Térsége Vidékfejlesztési Egyesület (2018): Leader Helyi Fejlesztési Stratégiája 2014–2020.

3. A Lenti lakosai körében végzett kérdőíves felmérés eredményei

3. 1. A válaszadók jellemzői

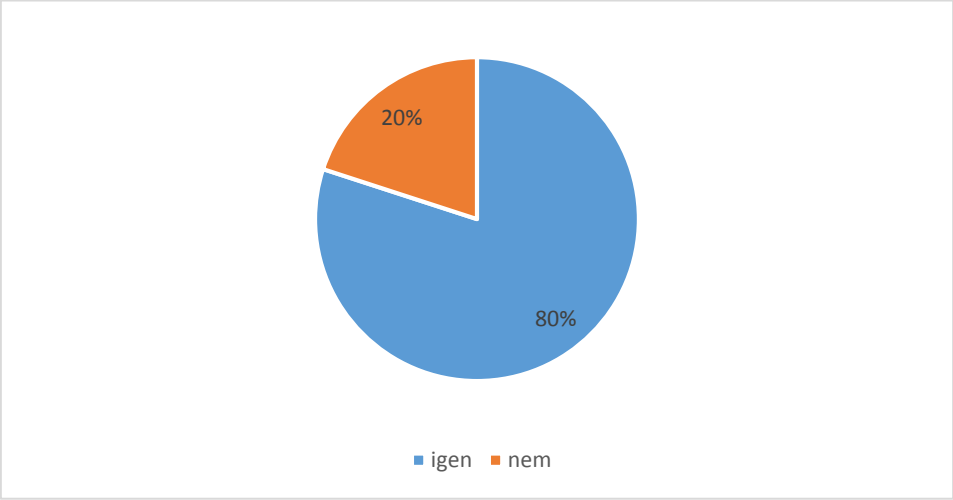
Kérdőívünket összesen 44 válaszadó töltötte ki, akiknek háromnegyede nő (33 fő) és negyede férfi (11 fő). Életkor szerinti bontásban a megkérdezettek harmada 60 év feletti, ugyanekkora részük 45 és 60 év közötti, negyedük 30 év alatti és 11 százalékuk 30 és 45 év közötti.



1. ábra: A válaszadók életkori megoszlása

3. 2. A helyi termékek iránti kereslet

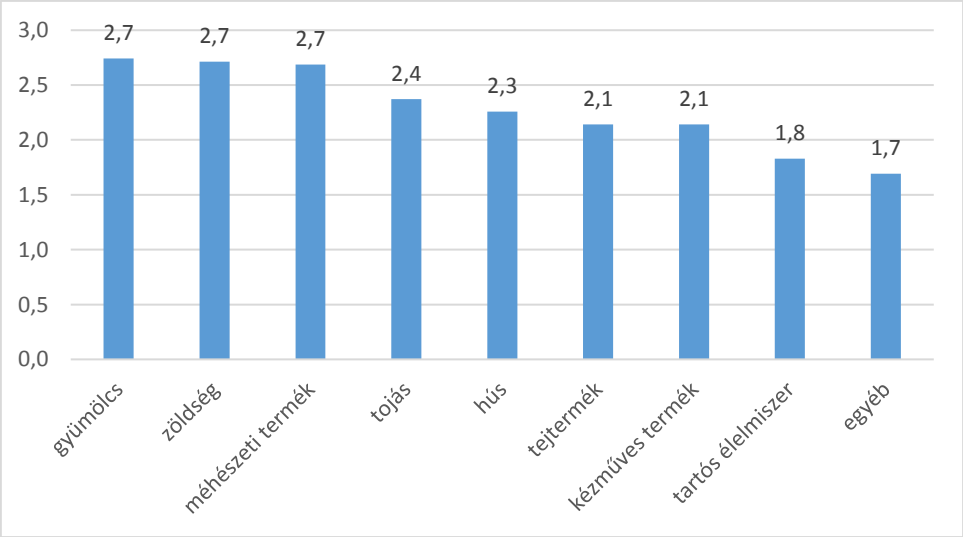
A megkérdezettek 80 százaléka szokott helyi termelőktől vásárolni, 20 százalékuk nem, ami nagyjából megegyezik azok arányával, akik egyáltalán nem is szeretnének a jövőben helyi piacra járni.



2. ábra: Szokott-e helyi termelőktől vásárolni?

3. 3. A helyi termékfajták iránti kereslet

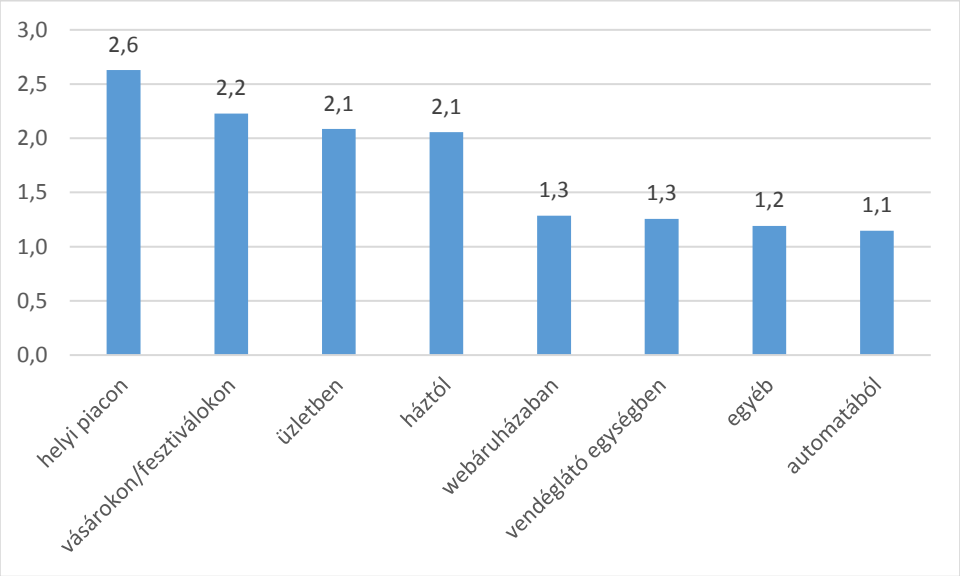
A megkérdezettek leggyakrabban gyümölcsöt, zöldséget és méhészeti termékeket vásárolnak helyi termelőktől, ezeknél ritkábban tojást, húsárut, tejterméket, illetve kézműves termékeket, de kétharmaduk ezeket is vásárolja. A tartós élelmiszerek (pl. szörp, lekvár) és egyéb termékek a legritkábban keresettek, a válaszadók több mint fele egyáltalán nem keresi ezeket.



3. ábra: Milyen termékeket vásárol helyi termelőktől?
(az 1 és 3 közötti átlagok a vásárlás gyakoriságát jelzik termékfajtánként)

3. 4. Hol vásárolnak a válaszadók helyi terméket?

A válaszadók túlnyomó többsége a *piacon* vásárol helyi termékeket, háromnegyedük vásárokon, háztól és üzletben is. Webáruházból, vendéglátó egységből, automatából és egyéb helyről tíz válaszadóból mindössze egy-kettő vásárol.

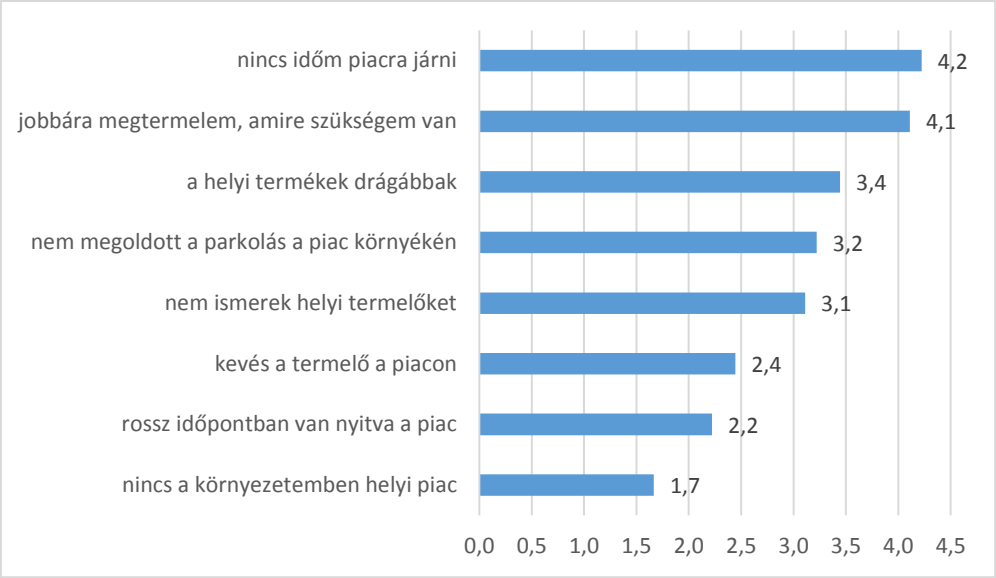


4. ábra: Hol vásárol általában helyi terméket? (1 és 3 közötti átlagok)

Lentin kívül a megkérdezettek Zalaegerszegre, Nagykanizsára, Őriszentpéterre és Káptalantótira járnak piacra. A vásároknál előbbiek mellett a bödeházi Gasztronómiai Vásárt, az üzleteknél pedig a helyi zöldség- és gyümölcskereskedéseket és a Helyi Ízek Boltját említették a válaszadók. Szinte egyáltalán nem jellemző, hogy a megkérdezettek vendéglátó egységben, webáruházban vagy egyéb helyen vásárolnának helyi termékeket.

3. 5. Akik nem vásárolnak helyi termelőktől

A válaszadók mintegy 20 százaléka jelölte azt, hogy nem szokott helyi termelőktől vásárolni, többségük 30 év alatti. A legfőbb ok, amiért valaki nem vásárol a helyi termelőktől az időhiány, illetve az, hogy a válaszadó megtermeli magának, amire szüksége van. A helyi termékek magasabbnak vélt ára kismértékben szintén szerepet játszik, viszont a piaccal kapcsolatos hiányosságok (nem megoldott a parkolás, kevés a termelő, nyitva tartás) nem jelentősek.



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

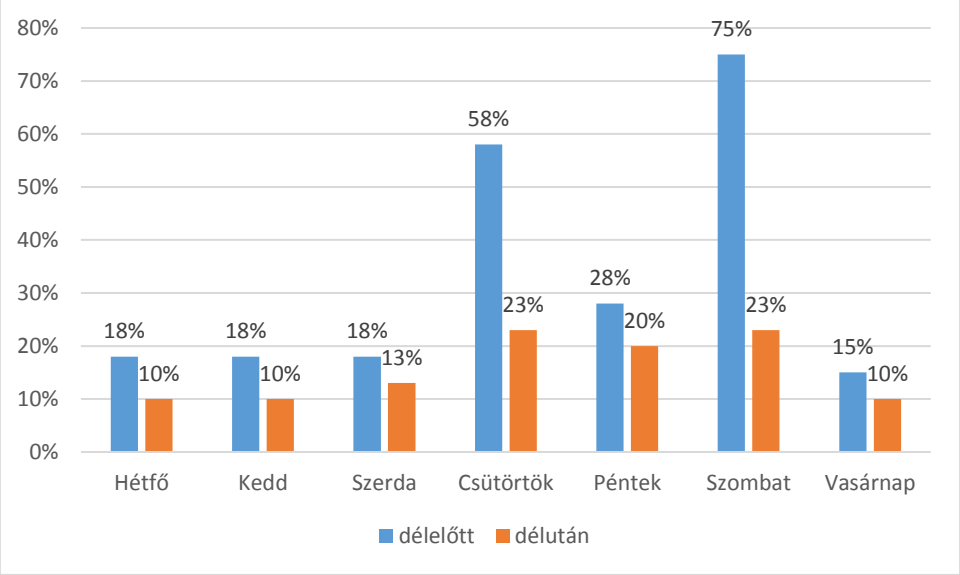
Nemi és életkori szempontból nincs jelentős különbség azok között, akik szeretnének helyi piacra járni, illetve akik nem, mindössze annyi jegyezhető meg, hogy a 60 év felettieknél a legalacsonyabb az utóbbiak aránya.

3. 6 . A helyi piac fejlesztésére vonatkozó elképzelések

A helyi piac jövőbeli fejlesztésére vonatkozóan a válaszadók időszakos programokat (pl. termékkóstolók, kulturális programok) látnának szívesen, de fontosnak tartják a parkolóhelyek bővítését, a termelők idevonzását, a piac népszerűsítését is. A létesítmény korszerűsítése, átalakítása az elmúlt években megtörtént, a válaszokból úgy tűnik, hogy a piaci vásárok időzítése is megfelel a válaszadók többségének, annak megváltoztatását nem tartják indokoltnak.

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

A fenti megállapítást alátámasztja, hogy a válaszadók túlnyomó többsége a jelenlegi, azaz a csütörtöki és szombati napot jelölte meg, amikor el tudna menni a városi piacra. A délutáni nyitva tartás a válaszadók 10–20 százaléka számára vonzó lehetőség.



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

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

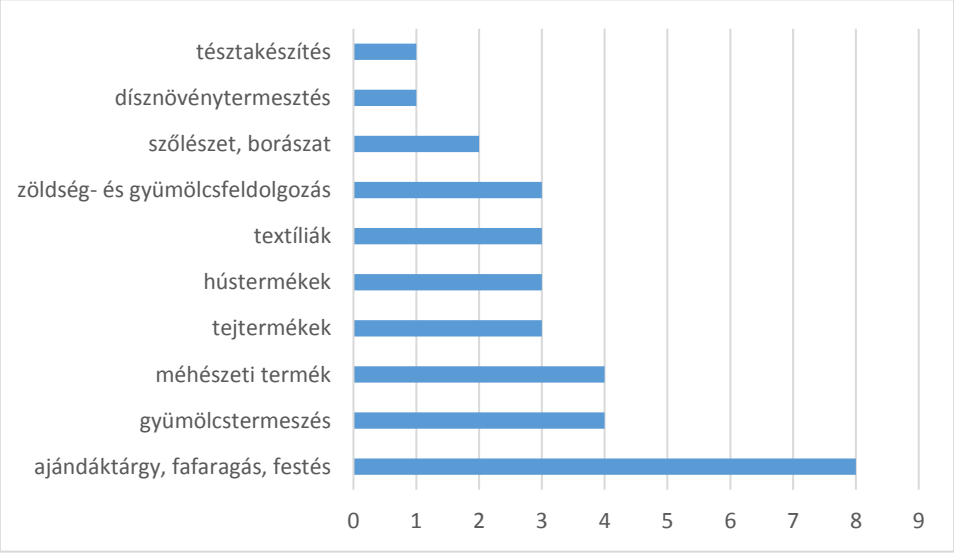
4. 1. A termelők általános jellemzői

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

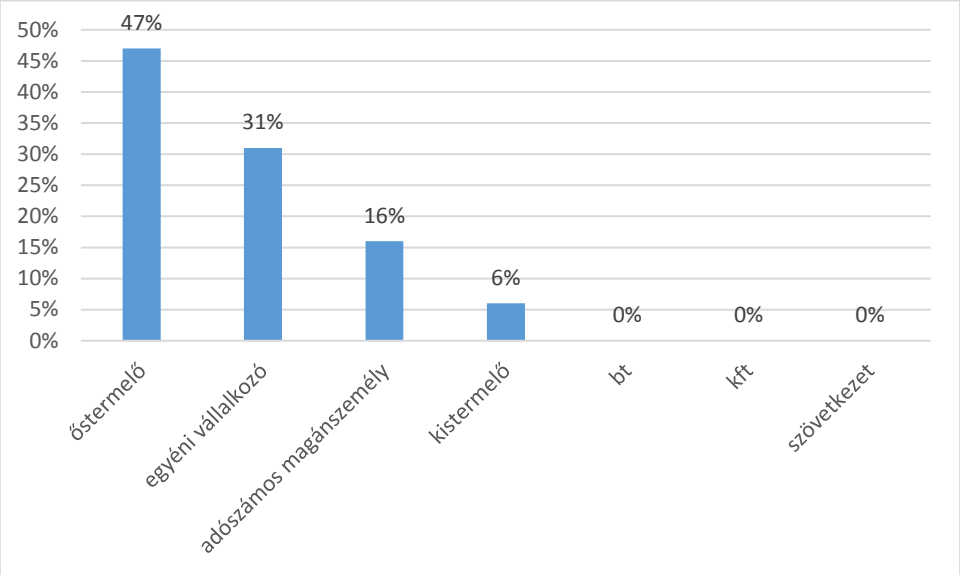
	Elemszám	Százalék
Becsehely	3	9%
Csesztreg	3	9%
Csörnyeföld	1	3%
Eszteregnye	1	3%
Iklódbördőce	1	3%
Kozmadombja	1	3%
Lenti	13	40%
Letenye	4	13%
Pórszombat	2	6%
Szécsisziget	1	3%
Tormafölde	1	3%
Zalalövő	1	3%
Összesen	32	100%

2. táblázat: A felmérésben résztvevő termelők székhelye

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

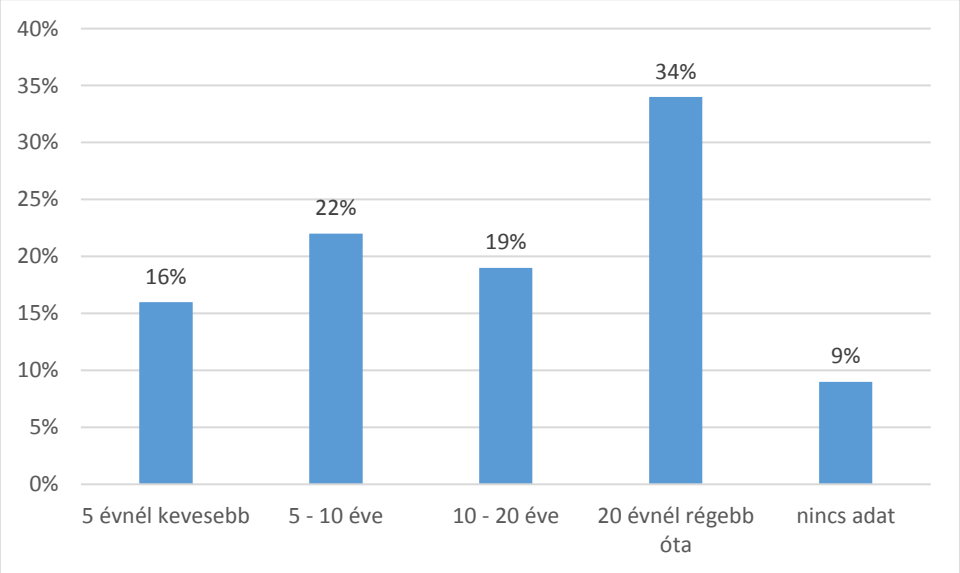


8. ábra: A termelők tevékenységi köre (db)



9. ábra: Gazdálkodási forma

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

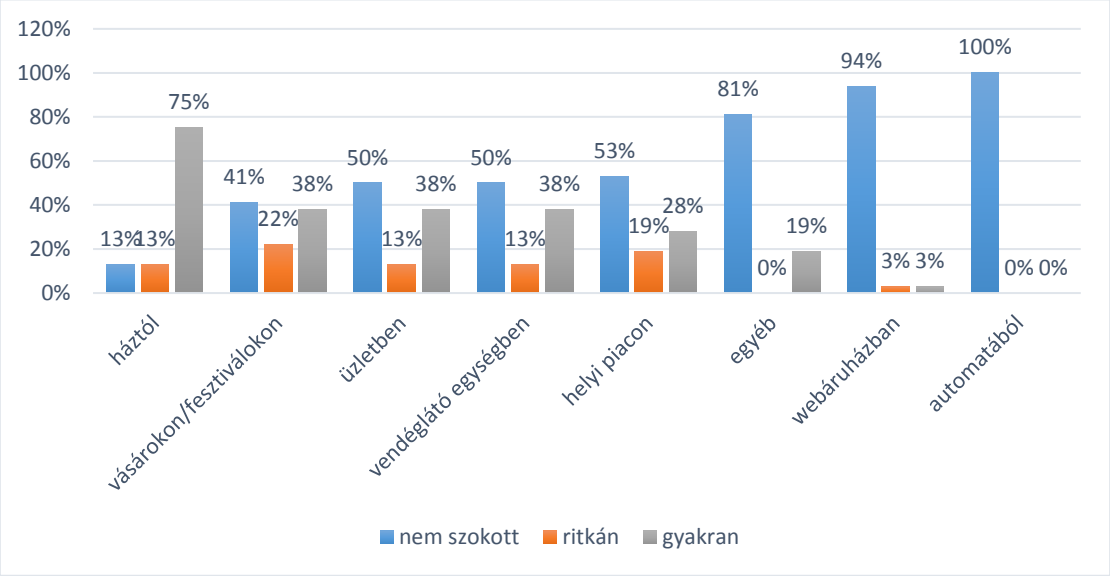


10. ábra: Mikor indította el a tevékenységét?

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

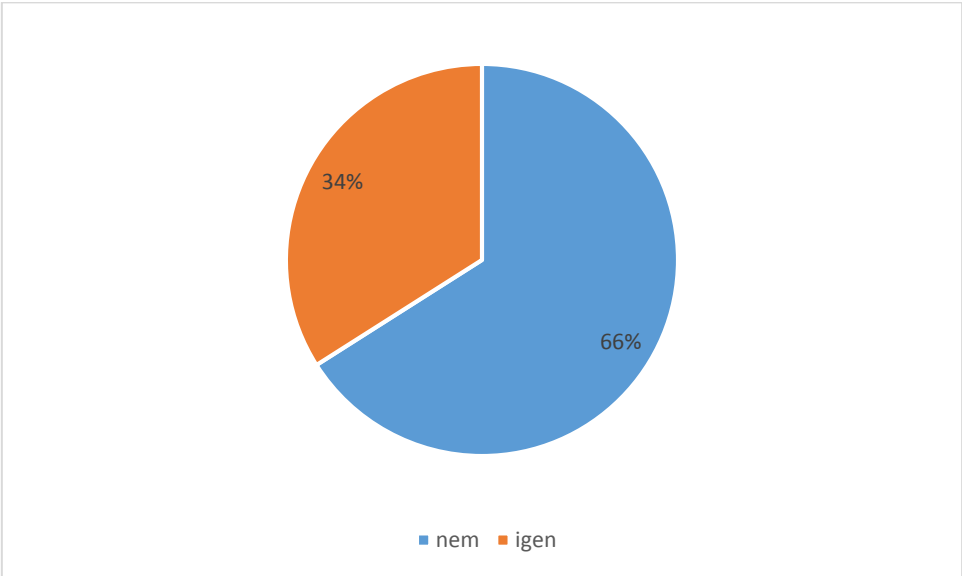
4. 2. Az értékesítés általános jellemzői

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

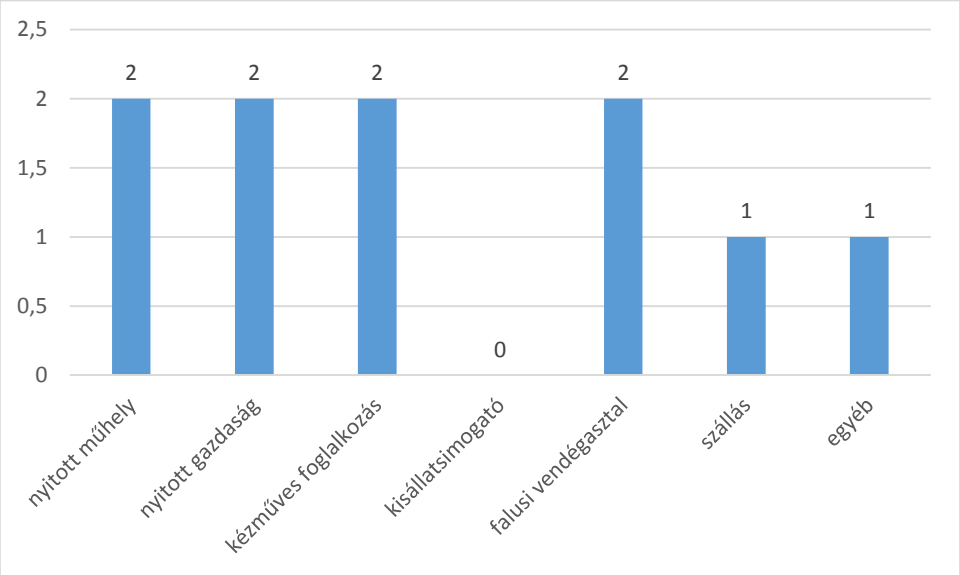


11. ábra: Hol értékesíti a termékeit? Milyen gyakorisággal?

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

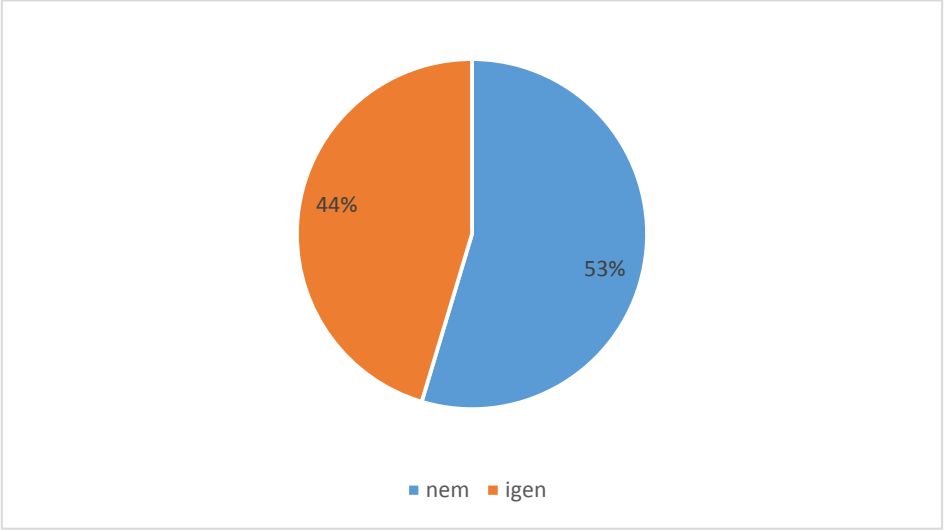


12. ábra: Kötődik-e valamilyen szolgáltatás a termékéhez?



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

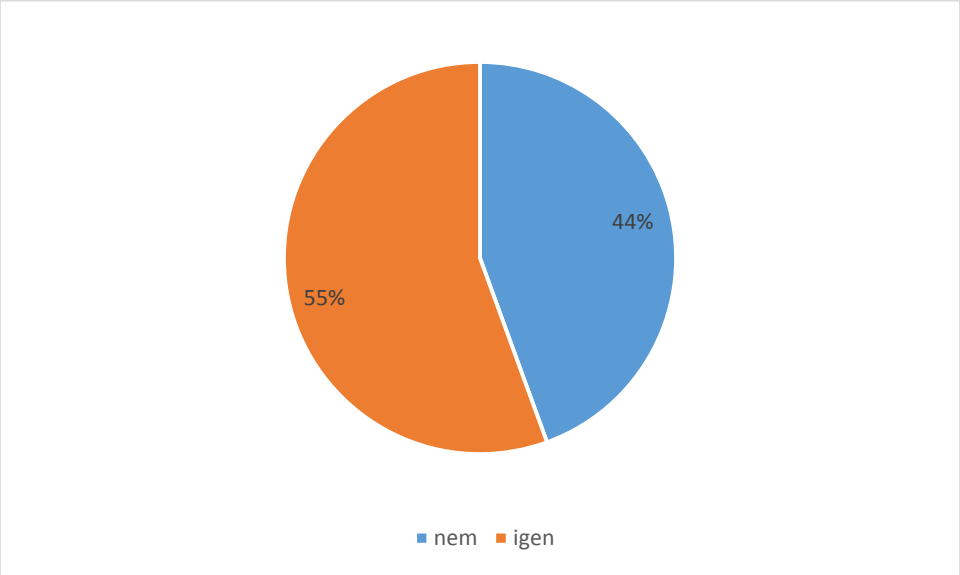
A termelők nem egészen fele korábban már értékesített külföldre, legtöbbször a szomszédos Európai Uniós tagállamokba, Ausztriába és Szlovéniába, esetenként távolabbi országokba is. A külföldre értékesítők tisztában vannak az értékesítés szabályaival is (15. ábra).



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

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

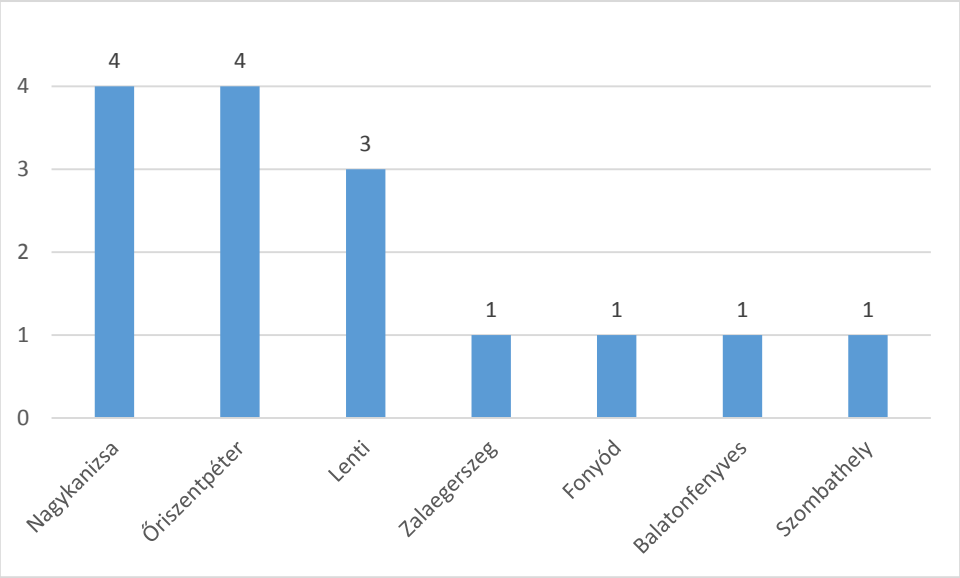
3. táblázat: Mely országokban értékesített már a válaszadó?



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

4. 3. Értékesítés a helyi piacokon

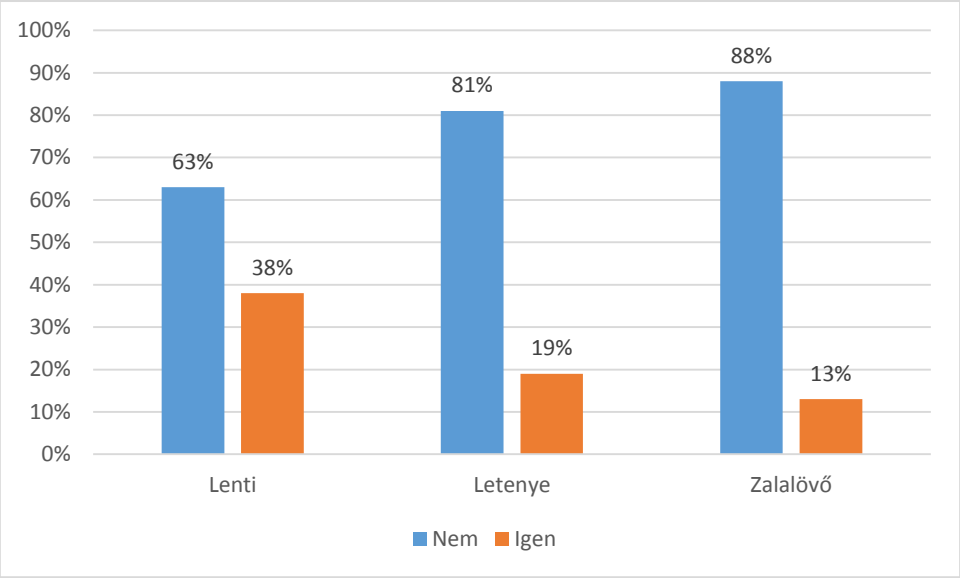
A helyi piacokon árusító termelők a nagyobb városokban található (Nagykanizsa), illetve az ugyancsak forgalmasabb, jó hírnévnek örvendő (Őriszentpéter) piacokat részesítik előnyben (16. ábra). Az árusítóhely választásakor lényeges szempont az is, ha egy piacon van már azonos termékcsoportban értékesítő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



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

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

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



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

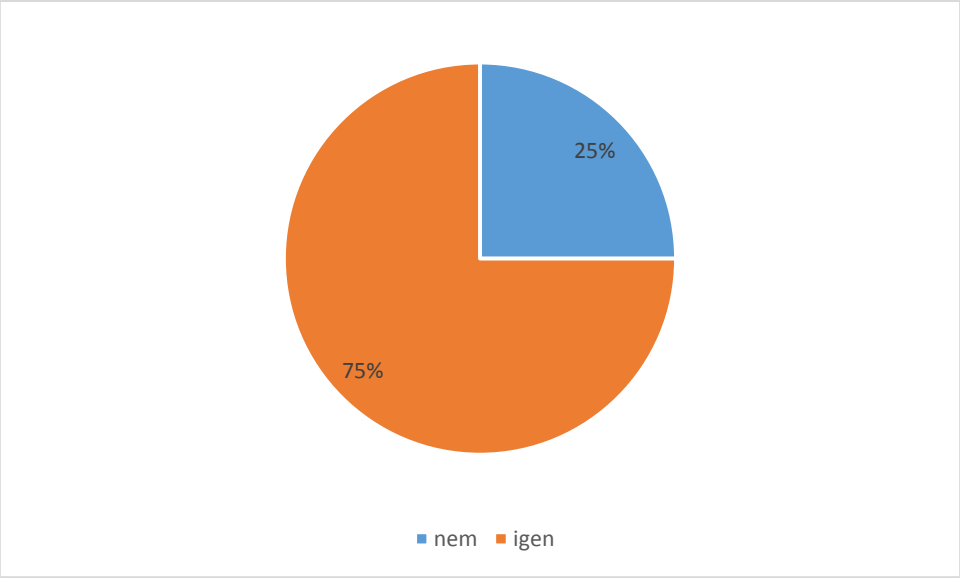
Az általunk kérdezett termelők közül a legtöbben Lenti helyi piacán árusítanák termékeiket, fele ennyi megkérdezett válaszolta, hogy Letenyén árulna a piacon, ha megnyílik, ennél kevesebben szeretnének a zalalövői termelői piacra járni (4. táblázat).

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

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

4. 4. Online értékesítés

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



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

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

20. ábra: Virtuális piactéren értékesíthető termékfajták

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

Lenti városa a közelmúltban nagyszabású piacfejlesztésbe kezdett, aminek eredményeként korszerű infrastruktúrát alakítottak ki a piaci árusítás számára. Az alábbiakban pontokba szedve összefoglaljuk a felmérésünk legfontosabb eredményeit.

A termelői piac jellemzői	
A piac működése	A piac hetente csütörtökön és szombaton, illetve minden hónap második szerdáján 7 és 14 óra között tart nyitva, ahová csak Zala megyéből, vagy Lenti körzetétől maximum 40 km-re lévő gazdaságból kerülhet áru.
Egyéb értékesítési helyszínek	A termelők számára a városi rendezvényeken (pl. Lenti Nyári Esték, őszi fesztivál), illetve egyéb helyeken (Helyi Ízek Boltja, Lentihegy, Thermal Hotel Balance) is van értékesítési lehetőség.
Nehézségek	Nehézséget jelent a termelőkkel való folyamatos kapcsolattartás, az információk begyűjtése. Hatékonyabb marketingre és szervezésre lenne szükség, amihez a humánerőforrás jelenleg nem áll rendelkezésre.
Versenytársak	A régióban több jelentős helyi piac is működik (pl. Őriszentpéter, Zalaegerszeg), amelyek vásárlói és termelői oldalról is erős versenytársai a Lenti piacnak. A leginkább versenyképes termelők közül többen még távolabbi piacokra járnak (pl. Budapestre). A Lenti piacon kívül a megkérdezettek Zalaegerszegre, Nagykanizsára, Őriszentpéterre és Káptalantótira járnak piacra.

A helyi lakosság véleménye

A célcsoport	A piacot elsősorban a helyi lakosság, illetve a Szlovéniából érkezők látogatják.
A keresett helyi termékek	A megkérdezettek általában gyümölcsöt, zöldséget és méhészeti termékeket, ritkábban tojást, húsárut, tejterméket, illetve kézműves termékeket vásárolnak. A tartós élelmiszerek (pl. szörp, lekvár a legritkábban keresettek.
A helyi termék értékesítése	A válaszadók alapvetően piacon vásárolnak helyi termékeket, ritkábban vásárokon, háztól és üzletben is. A webáruházból, vendéglátó egységből, automatából és egyéb helyről történő vásárlás nem jellemző.
Akik nem keresik a helyi termékeket	A válaszadók ötöde nem szokott helyi termelőktől vásárolni, többségük 30 év alatti, általában időhiány, illetve az önellátás miatt nem vásárolnak. A helyi piaccal kapcsolatos hiányosságok nem jelentősek.
A piac fejlesztésével kapcsolatos vélemények	A helyi piac fejlesztésére vonatkozóan a válaszadók időszakos programokat (pl. termékkóstolók, kulturális programok) látnának szívesen, de fontosnak tartják a parkolóhelyek bővítését, a termelők idevonzását, a piac népszerűsítését is.

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

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

5.1 SWOT-analízis

Belső tényezők	**Erősségek**: 1. Régmúltra visszatekintő helyi piaccal rendelkezik, mely jelenleg komplex fejlesztésen megy keresztül. 2. A vizsgált térségben Lenti és közvetlen környezete rendelkezik a legtöbb helyi termelővel 3. Erős turisztikai potenciált képvisel a térségben (szálloda, egyéb szálláshelyek, éttermek, gyógyfürdő, energiapark, egyéb attrakciók) 4. Két hármas határ (Ausztria, Szlovénia, Horvátország) közelsége miatt kedvező földrajzi elhelyezkedéssel rendelkezik 5. Számos hazai és határmenti projektet nyert az önkormányzat, melyek nagy összegű fejlesztési forrást biztosítanak. 6. A térségben itt összpontosulnak a legnagyobb gazdasági szereplők, foglalkoztatók	**Gyengeségek**: 1. Kedvezőtlen demográfiai folyamatok, elvándorlás, elöregedő népesség, alacsony vállalkozási hajlandóság 2. Forráshiány jellemző a civil szervezetekre, a térségi önkormányzatokra 3. Magas az alacsony végzettségűek aránya, a társadalmi és munkaerőpiaci szempontból hátrányos helyzetűek száma egyre növekszik 4. Alacsony a helyi fizetőképes kereslet 5. Helyi szintű társadalmi érdektelenség, tudatos fogyasztás alacsony színvonala 6. Bár a térségben itt csoportosul a legtöbb termelő, számuk még így is elenyésző 7. A helyi termékek lakossági szintű alacsony ismertsége és elismertsége
Külső tényezők	**Lehetőségek**: 1. 4 ország elérhetősége határok nélkül, akár egy nap alatt, megismerése egy hosszú hétvége alatt 2. A turisták növekvő igénye a meglátogatott hely gasztronómiájának, helyi, tradicionális termékeinek megismerésére 3. Egészségtudatosság előtérbe kerülése 4. A termékek térségen belüli feldolgozásának növelése, magasabb hozzáadott értékű termékek előállítása és az értékesítés megoldása 5. Határon átnyúló helyi termékfejlesztésre épülő projektek tapasztalatainak felhasználása, a jó példák adaptálása a térségre. 6. Az osztrák, határmenti szolgáltatáshiányos területek vásárlóerejére épített szolgáltatásfejlesztés (pl.: kulturális események, helyi termékek, turizmus).	**Veszélyek**: 1. A térség elöregedése fokozódhat, a városi és a külföldi térségek magasabb jövedelmi szintjének vonzereje miatt – ez a jelenség a fiatalabb, aktív és szakképzett munkaerőt érinti a leginkább. 2. Hagyományos, háztáji gazdálkodás megszűnése (ebbe beletartoznak a népi iparágak művelői is). 3. Bár egyre vonzóbbá válik a vidék, a hagyományos falusi életforma eltűnőben van

7. Jelentős állami infrastrukturális beruházások (utak, hidak, szennyvízhálózatok, stb.) megvalósítása az élhetőség növelésére.	

Forrás: Lenti és Vidéke Vidékfejlesztési Egyesület Helyi Fejlesztési Stratégiája és a kérdőíves, interjús felmérés alapján saját szerkesztés

5. táblázat: SWOT-analízis Lenti városára

	BELSŐ ERŐSSÉGEK	BELSŐ GYENGESÉGEK
KÜLSŐ LEHETŐSÉGEK	**Offenzív stratégiák:** **HELYI TERMÉKEK BEMUTATÁSA ÉS ÉRTÉKESÍTÉSE A TURISTÁK ÁLTAL GYAKRAN LÁTOGATOTT HELYEKEN**	**Fejlesztő stratégiák:** **A HELYI TERMELŐK TERMÉK- ÉS SZOLGÁLTATÁSI KÍNÁLATÁNAK MINŐSÉGI ÉS MENNYISÉGI FEJLESZTÉSE**
KÜLSŐ VESZÉLYEK	**Védekező stratégiák:** **A NAGYFOGLALKOZTATÓK AKTIVIZÁLÁSA A HELYI TERMÉKEK FEJLESZTÉSE, ÉRTÉKESÍTÉSE ÉS NÉPSZERŰSÍTÉSE ÉRDEKÉBEN**	**Elkerülő stratégiák:** **HÁLÓZATI, KOORDINÁLÓ SZEREP BETÖLTÉSE**

6. táblázat: SWOT-mátrix Lenti városára

6. Hálózatosodás

6.1 Helyi piacok a határtérségben

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

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

	a Parktherme Bad Radkersburg hotel előtti téren található, keddenként, csütörtökönként és szombatonként délután 14:30 és 17 óra között[6]. A piacok más-más napokon vannak nyitva. Mindkét piacon friss, helyi árut, mint például friss gyümölcsöt, zöldséget, húskészítményt és halat vásárolhatunk, közvetlenül a termelőktől. Egész héten beszerezhetőek ezek a termékek, mivel különböző napokon vannak nyitva a piacok.
Feldbach	A városháza előtt 2017. március 18 óta minden hétvégén vásárolhatnak a vevők a legjobb helyi specialitásokból. A piac egész évben nyitva van, szombatonként. A legjobb termelőktől, évszaknak megfelelően kaphatóak kézműves termékek, élelmiszerek. Minden hónap első szombatján vendégül látnak egy helyi gasztronómiában érdekelt vállalkozást, mely bemutatja szezonális különlegességét[7].
Fehring	A piac minden szombaton, reggel 8 és 12 óra között van nyitva. A többnyire bio minősítéssel bíró termékekre a frissesség, ropogósság, regionalitás jellemző. Vásárolhatunk tökmagolajat, fűszeres húsokat, kolbászokat, sajtokat, kenyeret, süteményt, tojást, mézet, lekvárt, gyümölcsleveket, ecetet, borokat és persze olyan szezonális termékeket, mint a spárga vagy az eper[8].
Fürstenfeld	1991 óta működik a helyi piac, leginkább bio minősítésű termékeket árusítanak. 2019 szeptember közepétől megváltozik a nyitvatartási idő. A pénteki nap helyett szerda délután, 16 és 19 óra között lesz nyitva a piac. A szombati nyitva tartás 8 és 12 között marad a megszokottak szerint[9].
Friedberg	Friedbergben péntekenként tartják a termelői piacot[10].
Gleisdorf	Nyitva tartás: szerdán: 11-16 óra között, szombaton: 7 és 11 óra között. Mindez azonban évszak, időjárás, látogatók számának függvényében eltérhet[11].
Hartberg	A piac keddenként és péntekenként 12 és 17:30 között a Kernstockplatz-on, a kapucinus kolostor előtt került megrendezésre[12].
Weiz	Minden szerdán és szombaton, 7 és 11:30 között a város főterén illetve minden második pénteken, 15 és 18 óra között Krottendorf városrész központjában, a „Garten der Generationen”-nél található

[6] https://www.badradkersburg.at/entdecken/essen-trinken/
[7] https://www.feldbach.gv.at/buerger-a-z/bauernmarkt/
[8] http://www.fehring.at/_aktuelles/61
[9] https://www.meinbezirk.at/hartberg-fuerstenfeld/c-lokales/neue-oeffnungszeiten-am-fuerstenfelder-bauernmarkt_a3583980
[10] https://www.friedberg.gv.at/wirtschaft/bauernmaerkte-und-kirtage/
[11] https://www.wissenswertes.at/bauernmarkt-gleisdorf
[12] http://www.hartbergerland.at/bauernmarkt-in-hartberg_59_805.htm

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

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

6.2 Piacok közötti határon átnyúló együttműködés

6.2.1 Az együttműködésben rejlő előnyök

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

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

[13] https://www.meinbezirk.at/weiz/c-lokales/neue-kleider-fuer-die-bauernmaerkte-in-weiz_a3592182
[14] https://www.expano.si/de/events/bauernmarkt
[15] http://www.ptuj.si/projekti?id=000072101
[16] http://www.visitpomurje.eu/de/erlebe/veranstaltungen/bauernmarkt-in-lendava
[17] https://www.ormoz.si/objava/170591

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

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

A projekt keretében készülő térkép a határmenti piacokat egy közös kiadványban mutatja be. Így megvalósul egymás kölcsönös népszerűsítése és kifejlődhetnek a hálózati együttműködés első csírái is. A hálózatosodás keretében első lépésként javasoljuk a piacfelügyelők és –üzemeltetők számára közös műhelymunka szervezését, ahol megismerkedhetnek egymással, illetve megoszthatják tapasztalataikat. A műhelymunka keretében lehetőséget kell biztosítani a határtérségi piacok működését ellenőrző hatóságok részvételére is. Így közös gondolkodás keretében felvázolható egy, a határon átnyúló fejlődési irányvonal, mely egymás segítése és népszerűsítése irányába hat. A műhelymunkát a későbbiekben az egyes piacok gyakorlati szempontú megismerése kell, hogy kövesse. Az együttműködés keretében piacmustrák szervezését javasoljuk, melyet brainstorminggal zárunk.

6.2.2 Az együttműködést gátló tényezők

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

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

A kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény alapján a helyi termelői piac olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében, vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági, illetve élelmiszeripari termékét értékesítheti. Tehát ezen meghatározás alapján helyi termelői piacon kizárólag kistermelők értékesíthetik termékeiket. A tapasztalat azonban azt mutatja, hogy a piacszervezők a kínálat szélesítése érdekében általában engedik kézművesek, kisiparosok, kisüzemi élelmiszer-előállítók értékesítését is a piacokon. Ez nem számít szabálytalanságnak abban az esetben, ha a helyi termelői piac mellett (területileg elkülönítve) egy másik engedélyt is kérnek vásár megszervezésére. A vásárokon történő árusítás feltételeit a kereskedelmi tevékenységek végzésének feltételeiről szóló 210/2009. (IX.29.) Korm. rendelet, továbbá A vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról szóló 55/2009. (III.13.) Korm. rendelet szabályozza.

A közös gazdaboltok hazai szabályozása már régóta terítéken van szakmai körökben. A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara és több munkacsoport már 2014 óta dolgozik a jogszabályi keretek kialakításán. Jelenleg a legnagyobb problémát az okozza, hogy az ÁFA alól mentesülő kistermelői termékekre rárakódik az ÁFA, amit bekerülnek a kiskereskedelmi forgalomba, így lehetetlenítve el az értékesítésüket. A megoldást a francia példára kialakítandó GIE, vagyis termelői érdekegyesülés jelentené, ami egy olyan non-profit szerveződés, mely a termelői termékek értékesítését végzi. Célja, hogy köztes szereplő nélkül, termelői összefogással a kisméretű gazdák által megtermelt nyers és feldolgozott élelmiszereket és kézműves termékeket piacra juttassa. Átfutó számlarendszer keretében az egyes termelők a saját ÁFA alanyiságuk szerint adóznak, így nem drágítva meg indokolatlanul a terméket. Az EU-s higiéniai szabályok vonatkoznak rá, de minden esetben a beszállító termelő felelős a terméke minőségéért, megjelenéséért. A GIE közgyűlés keretében dönt a működtetés befolyásoló tényezőkről pl.: tagfelvétel, bérleti díj, tagdíj, eladó alkalmazása, beruházások, marketing stb. A termelői egyesülés egyik nagy hátránya, hogy mivel nincs felelős vezető személy, ezért nehezen hoz döntéseket, ugyanakkor az egyenlőség lehetővé teszi a kisebb termelők becsatlakozását is[18]. Sajnos a jogszabály a közös gazdaboltokra még nem született meg. *A jogszabályi gátak és a szélesebb fizetőképes kereslet miatt javasoljuk a gazdabolt Ausztriában történő megnyitását.*

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

7. Stratégiaalkotás

Az Európában és hazánkban tapasztalható tendenciák, az általunk készített helyzetfeltárás és interjúk alapján a három vizsgált városra (Lenti, Letenye, Zalalövő) különkülön fogalmazzuk meg a követendő stratégiai irányvonalat, melyet - ismét hangsúlyozva - nem kizárólagosan a hely piacok fejlesztésére korlátozunk, hanem az egész helyi termelői háttér értékesítési lehetőségeit kívánjuk előmozdítani. Mindhárom város esetében elmondható, hogy nem biztos a termelői bázis, kevés az értékesítési lehetőség. Ezen hiányosságok orvoslására fogalmazzuk meg stratégiai javaslatainkat az 5. fejezetben ismertetett SWOT-analízis alapján. A felvázolt stratégiai irányok közül kiválasztottunk egyet, melyet részletesen kidolgozunk. Lenti esetében ez a 7.2 fejezeten belüli közösségi zöldség- és gyümölcsfeldolgozó létesítésére irányul.

7.1. A helyi termékek bemutatása és értékesítése a turisták által gyakran látogatott helyeken

A lenti szálloda és gyógyfürdő által fogadott turisták a helyi termékek kiemelt felvevőpiacát jelentik a térségben. A két intézményben javasolt, helyi termékekhez köthető fejlesztések:

- helyi termékek értékesítése az ajándékboltban;
- helyi ajándéktárgyak üdvözlő ajándékként a szállodába érkező vendégek részére, pl.: kézműves bonbon, helyi gyümölcsökből összeállított gyümölcskosár, mézeskalács figurák, stb.;
- helyi alapanyagok a reggelinél, vacsoránál, szauna szeánsz során kínált helyi gyümölcsök, mézes masszázs helyi mézzel;
- helyi, hagyományos receptek alapján készített ételek receptajánlóval, helyi alapanyagok beszerzési helyeinek feltüntetésével;
- helyi termelőket bemutató kisfilmek lejátszása a háttérben a recepció, lobby bár környékén;
- szervezett buszos/kerékpáros/gyalogos kirándulások a termelők portáira, kézműves foglalkozások, szakmabemutatók kóstolási, vásárlási lehetőséggel.

A javasolt fejlesztések egy része már most is működik a szállodában, de a termelői kör és a programok szélesítése javasolt. A bevezetett újítások a település/térség többi szolgáltatójára is kiterjeszthetőek.

Térségi kedvezménykártya bevezetése:

A Budapest kártya vagy az osztrák tartományi kártyák mintájára javaslunk bevezetni térségi kedvezménykártyát, mely lehetővé teszi bizonyos látnivalók ingyenes megte-

kintését vagy használatát, illetve a térségi szolgáltatóknál, vendéglátóhelyeknél, szállásadóknál és helyi termelőknél pontgyűjtést és kedvezmények beváltását, érvényesítését teszi lehetővé.

A kedvezményrendszer:

- garanciát jelent a hálózatban fellehető termékek és szolgáltatások magas minőségére,
- kedvezményeket ad a kártya használóinak, akik helyi terméket vásárolnak, vidéki partnerszállásaink egyikében szállnak meg vagy helyi szolgáltatást vesznek igénybe,
- bónuszrendszert biztosít a törzsvásárlóknak, amelyben a gyűjtött pontok a hálózat bármely pontján felhasználhatók,
- webáruházat/virtuális piacteret kínál, hogy a nyújtott szolgáltatások és termékek otthonról is elérhetőek legyenek,
- mindezzel segíti a térség sajátos értékeinek és termékeinek megőrzését, azt a folyamatot, amelyen keresztül a vásárlók közvetlenül jutnak hozzá helyi élelmiszerekhez, kézműves termékekhez és turisztikai szolgáltatásokhoz, azaz felértékeli a vidéki minőséget,
- egy közösségi alap létrehozásán keresztül anyagilag is támogatja a helyi értékek megőrzését, a közösségi alapú helyi kezdeményezéseket[19].

A kedvezménykártya bevezetése a méretgazdaságosság miatt minimálisan a 3 városra és vonzáskörzetükre képzelhető el. Letenye és Zalalövő esetében már nem részletezzük a kedvezménykártyát. Javaslatunk alapján Lentinek, mint térségi központnak kell felvállalni a bevezetést és működtetést.

A kedvezménykártya bevezetéséhez szükséges a résztvevő termelők/szolgáltatók előzetes minősítése is. A minősítő rendszer kiépítéséhez javasoljuk az Őrségi Nemzeti Park által alkalmazott sablon átvételét, mely az alábbi értékelési alapelveket tartalmazza:

a) a termék elsősorban helyi nyersanyagokból készüljön, és túlnyomóan ne tartalmazza tájidegen, illetve termőhelyidegen növény származékát vagy tájidegen vadon élő állat származékát,
b) a gyártó vagy a szolgáltató tevékenységének végzését a térség munkaerő kínálatára alapozza,
c) a termék a minőségével, megjelenésével vagy más kivételes tulajdonságával jól reprezentálja a térség természeti, táji és kulturális sajátosságait,
d) a pályázó a tevékenységét, a helyi hagyományokra és helyi sajátosságokra alapozva végezze,

[19] https://kartya.pannonhelyitermek.hu/hu/info/a-kartya/pannon-helyi-termek-kartya.html

e) a pályázó tevékenysége mintaértékű legyen más termelők, szolgáltatók részére,
f) a termék, szolgáltatás megfeleljen a hazai és európai uniós normáknak, szabályoknak, és az illeszkedjen a fenntartható fejlődés elvéhez.[20]

7.2 A helyi termelők termék- és szolgáltatási kínálatának minőségi és mennyiségi fejlesztése

A térségben ugyan megtalálhatóak a kézművesek, helyi termék-előállítók, a termékek előállítása a régmúltra nyúlik vissza, de mennyiségi és minőségi színvonaluk nem mindig éri el a piacképes mértéket.

Fejlesztési folyamat:

- Mivel kevés a helyi termelő, ezért ösztönözni kell a lakosságot, hogy indítsanak vállalkozást. Sokan készítenek jelenleg is otthon termékeket saját felhasználásra, illetve ismerősök számára. Őket kell megismertetni azzal, hogyan tehetik tevékenységüket hivatalossá. Ennek legjobb módja közös workshopok, klubok, képzések indítása.

- A jelenleg már működő vállalkozások számára is szükséges a fejlesztés. A minőségi színvonal emelését és a termékkör bővítését szintén elősegítheti a kézművesek közötti párbeszéd (rendszeres klubfoglalkozások, műhelymunkák, meghívott külső szakemberek, tanulmányutak).

- Az egymás szakmai segítésén túlmutató kezdeményezés lehetne a térségben közös feldolgozó, csomagoló, raktározó, elosztó központ kialakítása. Így hatékonyabbá válhatna a termelés és az értékesítés. A termékek nagyobb volumenben készülnének, így könnyebben juthatnának be a kiskereskedelmi láncokba, éttermekbe, szállodákba.

- Új termékek kifejlesztése: a térségre jellemző, a modern igényeket kielégítő használati és ajándéktárgyak kifejlesztése. Pl.: logózott mézeskalács; kerámiából készült, dekoratív hűtőmágnes; levendulazsák helyi levendulából, felhasználási javaslatokkal, stb. A végleges termékterv a térségi kézművesekkel közösen kerül kidolgozásra.

- Új szolgáltatások: az előállítási tevékenységhez kötődő bemutatóterem, nyitott műhely kialakítása. Ez a tevékenység nagyobb hozzáadott értéket biztosít a kézműves számára. A kézműves foglalkozások nagyobb célcsoportot vonzanak. Pl.: Óvodás, iskolás csoportok fogadása, munkahelyi közösségeknek csa-

[20] http://www.orseginemzetipark.hu/hu/info/ertekeink/vedjegyeseink/felhivas-orsegi-nemzeti-parki-termek-vedjegy-kerelmezesere.html

patépítő tréningek, felnőtteknek az adott mesterség alapjait megtanító kurzusok, falusi wellness szolgáltatások (pl.: dézsában fürdés, pajtaszállás, piknik egy szép réten, stb.) (Régiófókusz, 2019).

A kapcsolódó marketing akciókat a kommunikációs tervben részletezzük.

7.2.1 Részletesen kidolgozott projektjavaslat – Közösségi zöldség- és gyümölcsfeldolgozó, logisztikai központ

1. Felmerült probléma:

Ahogy a döntéshozókkal lefolytatott interjúból és a SWOT-analízisből is kiderült, Lenti és környéke természetföldrajzilag kiválóan alkalmas zöldség- és gyümölcstermesztésre, de ennek hagyományai kezdenek feledésbe merülni. A kiskertekben található termények (elsősorban a gyümölcsfák terméseire gondolunk) nem hasznosulnak. Sok esetben még a fáról sem takarítják be őket, feldolgozásukhoz hozzá sem kezdenek. Zala megyében már több helyen működik a kiskerttulajdonosok, kistermelők, önkormányzatok számára fenntartott közösségi feldolgozó, ahol megfelelő gépsor áll rendelkezésre a termények hozzáadott értékének növeléséhez.

2. A projekt céljai:

A központ elsődleges funkciója a térség helyi termék-előállítói, mezőgazdasági termelői és a helyi felvevőpiac, illetve a turisztikai célpontok közötti kapcsolatteremtés. A projekt munkahelyteremtő hatással is bír. Cél a hátrányos helyzetű emberek foglalkoztatásának, megélhetésének és közösségi, társadalmi beilleszkedésének segítése a helyi gazdaságfejlesztés lehetőségeire és eszköztárára építve. Alapvető pilléreit a személyes készségek- és kompetenciák fejlesztése, a megélhetést segítő intézkedések, valamint a társadalmi beilleszkedést célzó folyamatok jelentik. A projekt innovatív elemei a munkalehetőség közel vitele a hátrányos helyzetű munkavállalókhoz, erőforrások széleskörű bevonása és mobilizálása a fenntartható foglalkoztatás érdekében, hálózati és partnerségi megoldások, illetve vidék-város lehetőségeinek és erőforrásainak tudatos összekapcsolása.

3. A tervezett fejlesztés rövid ismertetése:

A térségben fontos szerepe van a helyi termékeknek, azonban eddig nem került sor egy összefogó feldolgozási, csomagolási, továbbá logisztikai funkciót betöltő intézmény kialakítására. A projekt kimeneti célja egy feldolgozó és logisztikai központ megvalósítása, amely segítséget nyújt a térségben termelt helyi termékek/termények összegyűjtésében, feldolgozásában, raktározásában, és a kapcsolódó feladatok koordinálásában. A központ elsősorban integráló szerepet töltene be, melynek megléte azért

elengedhetetlen, mert a térség termelői és ezáltal a termékeik is elaprózódva jelennek meg a piacon. E tény negatív hatásaként tudható be, hogy a helyi termékek ismertségi foka alacsony.

Betöltendő funkciók:

1. Közösségi feldolgozó, csomagoló, kiszerelő, logisztikai üzem

   Ez multifunkcionális térként lenne kialakítva, ahol elsősorban a termékek feldolgozása, csomagolása kapna teret. A csomagoláson kívül például használható lenne az üzem képzések lebonyolítására, különböző munkatevékenységek végzésére.

2. Interaktív tér – bemutató, közösségi tér

   Ez a tér helyet ad kiállítások, képzések, konferenciák, kóstoltatás lebonyolítására, illetve klub-, promóciós helyiségként is szolgál.

3. Szociális helyiségek
4. Gazdabolt

4. Javaslattétel a közösségi feldolgozó és csomagoló eszközeire:

Részletes műszaki specifikáció a mellékletben található.

- **Ferde felhordású mosóberendezés, darálóval**
  A gyümölcsök mosására és választható méretű darálásához. A beépített darálóhoz alap tartozék a cserélhető rosták, így a különböző préselésekhez igazíthatja a cefre állagát.
- **Szalagprés EBP 350**
  Zöldség- gyümölcs és egyéb termékek feldolgozására.
- **Légyűjtő kád**
- **Csőszűrő DN 25**
  A két külön csőszűrőből álló kombinált egység a direktlé szűrésére használható, a belső rozsdamentes csőrosták segítségével. Két-két pillangószeleppel szabályozható, az egységek külön-külön is használhatók, tisztításuk így akár folyamatos üzem mellett is megoldott.
- **Kompakt pasztőrberendezés PA 500-RWT-G (gáz)**
  Zöldség- es gyümölcslevek kíméletes tartósítására, hozzáadott tartósítószer nélkül
- **Folyadéktöltő**
- **Aszaló szekrény**

Kíméletesen, ugyanakkor hatékonyan aszalhatunk gyümölcsöket, zöldségeket, fűszereket, egyéb termékeket. Professzionális, ipari kialakítás, egyszerű kezelhetőség.
A moduláris kialakításnak köszönhetően akár később is bővíthető a kezdőkapacitás, nem szükséges azonnal a legnagyobb teljesítményű berendezéssel indulni.

- **Lekvárfőző – Elektromos, duplafalú**
- **1 fejes vákuum töltőgép**

  A vákuum töltőgép kiszívja a levegőt a palackból, és az ezáltal létrejött vákuum lehetővé teszi a töltést, miközben a folyadék egyáltalán nem kerül érintkezésbe a mechanikus részekkel. Az előre beállított töltési szint elérésekor a töltés automatikusan leáll.

  Forrásigény: bruttó 25 millió Forint.

A központ növeli a piacon értékesíthető termékek mennyiségét, illetve minőségi színvonalát.

7.3 A nagyfoglalkoztatók aktivizálása a helyi termékek fejlesztése, értékesítése és népszerűsítése érdekében

A térségi nagyfoglalkoztatók, önkormányzat, egyéb intézmények megkeresése azzal a céllal, hogy beszerzéseikben részesítsék előnyben a helyi termékeket. A folyamat elindításához gyakran elég csak a megfelelően elkötelezett vezető/munkavállaló megtalálása, aki a folyamat „belső motorja” lehet. Kis odafigyelést igényel csak, hogy reprezentációs ajándékként ne kínai tömegtermékek kerüljenek a nőnapi vagy karácsonyi csomagba, hanem a helyi, magas minőségű árucikkek.

Doboz-rendszerek elterjesztése: helyi, nagyobb létszámú közösségek megkeresése azzal a céllal, hogy a termelői összefogásba tartozó termelők termékeit havi/kétheti/heti rendszerességgel megrendeljék, illetve a kiszállítás megtörténjen az adott közösséghez (munkahelyek, hivatalok, művelődési házak, iskolák, egyéb közintézmények, stb.)

7.4 Hálózati, koordináló szerep betöltése

Ahogy már az 7.1 fejezetben a kedvezményrendszereknél ismertettük, Lenti esetében a térségi szintű helyi termelés előmozdítása érdekében javasolt lenne hálózatszervező, koordináló szerepkör felvállalása. A térségben nincs olyan szervezet, amely mindhárom város közvetlen környezetében működő gazdákat, kézműveseket koordinálná, esetlegesen rövid ellátási lánc csoportba szervezné. A LEADER egyesületek

(Göcsej-Zala mente LEADER Egyesület, Lenti és Térsége Vidékfejlesztési Egyesület, Zala Zöld Szíve Helyi Akciócsoport) ugyan ellátnak ilyen jellegű feladatokat a saját térségükben, de munkájukat nem fogja össze egy koordináló szervezet, illetve erőforrásaik, kapacitásaik végesek. A stratégiában térségenként felvázolt stratégiai irányvonalak megvalósításához térségi szintű összehangolt fejlesztésekre van szükség, hiszen, ahogy az elemzésből kiderült, igencsak korlátozott a termelői létszám.

Javasoljuk tehát a hálózati koordinációs feladatok ellátására egy iroda felállítását, amely feladatai általánosságban a következők lehetnének:

- térségi és határmenti (osztrák, szlovén) helyi termék-előállítók megismerése, hálózatba szervezése, koordinációja, minősítő rendszerének kialakítása, a termékek minőségi és mennyiségi fejlesztése;
- a térségben található termelői piacok szakmai koordinációja, tanácsadás, segítségnyújtás, supervízió;
- a térségi kedvezményrendszer bevezetése, működtetése, továbbfejlesztése
- virtuális piactér működtetése, továbbfejlesztése;
- térségi marketingtevékenység ellátása;
- a stratégiában felvázolt irányvonalak elfogadtatása az érintett szereplőkkel, tevékenységek megfogalmazása az egyes szereplők szintjén, konkrét megvalósítási ütemterv elkészítése, a fejlesztési tevékenységek összehangolása.

8. Helyi piacok határon átívelő hálózatának kialakítása

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

I. Felmérés és tapasztalatcsere, az érintettek bevonása:

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

II. Támogató platform létrehozása, intézményi keretek fejlesztése:

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

III. Intézményesíteni kívánt szolgáltatások tesztelése, pilot akciók:

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

2. 10 szlovén, 10 osztrák és 10 magyar termelő esetében folyamat-tanácsadás, amelynek eredményeként rendszerszerűen is meg tudnak jelenni a szomszédos területek piacain, tesztelve a kialakított szolgáltatási rendszer elemeit.
3. A határtérségben min. 3-3 feldolgozó műhely/üzem bevonásával kidolgozni és tesztelni a közösségi feldolgozás keretrendszerét, amelynek révén az őstermelők/kistermelők számára biztosítani lehet a tágabb piacra lépéshez szükséges feltételeket.
4. Közös képzési program kidolgozása a helyi termelői piacok üzemeltetőinek és fenntartóinak. Közös tanulmányutak, műhelymunkák keretében az aktivisták megismerkedhetnek a szomszédos piacok jó gyakorlataival, így egymástól és külső szakértőktől tanulhatnak. Javasolt modulok:
    - kommunikációs ismeretek, gyakorlati alkalmazás;
    - konfliktuskezelési tréning;
    - vonatkozó jogszabályok (állategészségügyi, fogyasztóvédelmi, higiéniai, kereskedelmi, adózási, stb.);
    - rendezvényszervezési ismeretek (tematikus piacnapok szervezése, szemléletformáló akciók, stb.);
    - marketing ismeretek (pl.: közösségi média hirdetések, posztok, kiemelt kampányok, nyereményjátékok, akciók, PR cikk írása);
    - alapvető fotózási technikák (képszerkesztők használata, beállítások, fényviszonyok, témák, hogyan készítsünk mobiltelefonnal profi fotót?, stb.);
    - táblázatkezelők alkalmazása (nyilvántartások vezetése, képletek használata, stb.);
    - forrásszerzés;
    - pályázatírás és projektfejlesztés;

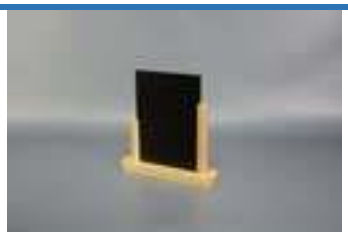
8.1 Javaslattétel a beszerzendő eszközökre vonatkozóan

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

10 db helyi termékek árusítására alkalmas árusító sátor:

- A felállított sátor külső mérete: 293x293 cm
- Egycsúcsos kivitel, T rúd hossza 98 cm
- Csúcsmagasság: 300 cm
- A sátor belmagasság állítható méretei erősített váznál: 178, 188, 198, 208 cm
- Szélállóság erősített váznál: kb.45-50 km/óra
- Konstrukció: Fém harmonika kalapácslakk színezésű váz, a lábak 40x40 mm–es négyzet alakú zártszelvényből készültek. A lábak furatokkal vannak ellátva a földbe történő rögzítéshez. A konstrukció illesztései: Csavarkötéssel.
- A tető anyaga: Vízhatlan poliészter szövet vászon, belseje PVC-vel bevont (330 gr/m2)
- Oldalfalak anyaga: 400 g/m2 szövet+ PVC belső borítás
- 1 db teli oldal,
- 2 db bevarrt szúnyoghálós ablakos 3x2m -es oldal (ablak méret 135x95 cm,
- 1 db ajtós oldal: két cipzár középen.
- A tetőponyva szoknya részén + az oldalak egymáshoz végig tépőzárasan kapcsolódnak.

Egyedi gyártású raklap bútorok: - vásárlók pihenésére szolgál vásárlás közben - piaci termékek friss elfogyasztására, vagy beszélgető helyként szolgál Forrás: pinterest.com	
Termékkínálatot bemutató natúr tábla: Forrás: https://sacramento.downtowngrid.com/listings/local-farmers-markets/	
Grillkocsi piaci látványfőzésekhez: Forrás: https://www.primanet.hu/termekek/grill/faszenes-grillek/PWS-017234-01/landmann-dorado-faszenes-grillkocsi-31401.html	
Indukciós főzőlap szintén piaci látványfőzésekhez: Forrás: https://www.arukereso.hu/fozolap-c4172/tarrington-house/dic3400-p232671099/	

Asztali krétatáblák termelőknek az akciók feltüntetésére: - egyedi logózással is rendelhető - fa kerettel Forrás: http://www.antra-mark.hu/kretatabla	
Asztalterítők: - impregnált - natúr vászon Forrás: https://rofosbolt.hu/shop/categories/impregnalt-asztalteritok	
A piac egészét hirdető, változó tartalmak feltüntetésére alkalmas krétatábla: - egyedi logózással is rendelhető - fa kerettel - krétafilccel írható Forrás: https://www.emag.hu/securitr-sandwich-kretatabla-lakkozott-fekete-bevonattal-70x125cm-sec70x125/pd/DB338QBBM/	
Vesszőfonott bevásárló kosarak: - kaució ellenében a piacon használhatóak a bevásárlásra, hazavihetők, majd a következő alkalommal visszahozhatók, és ekkor a kaució visszajár Forrás: http://www.bondikosar.com/?page=termekek&szulo=1	

Népi játékok gyerekeknek: - amíg a szülők vásárolnak, a gyerekek hasznosan tölthetik el az időt - natúr anyagok felhasználásával - hagyományőrző, természetközeli filozófiával megalkotott játékok Forrás: http://szigetitanya.hu/nepi-jatekok-udvara	

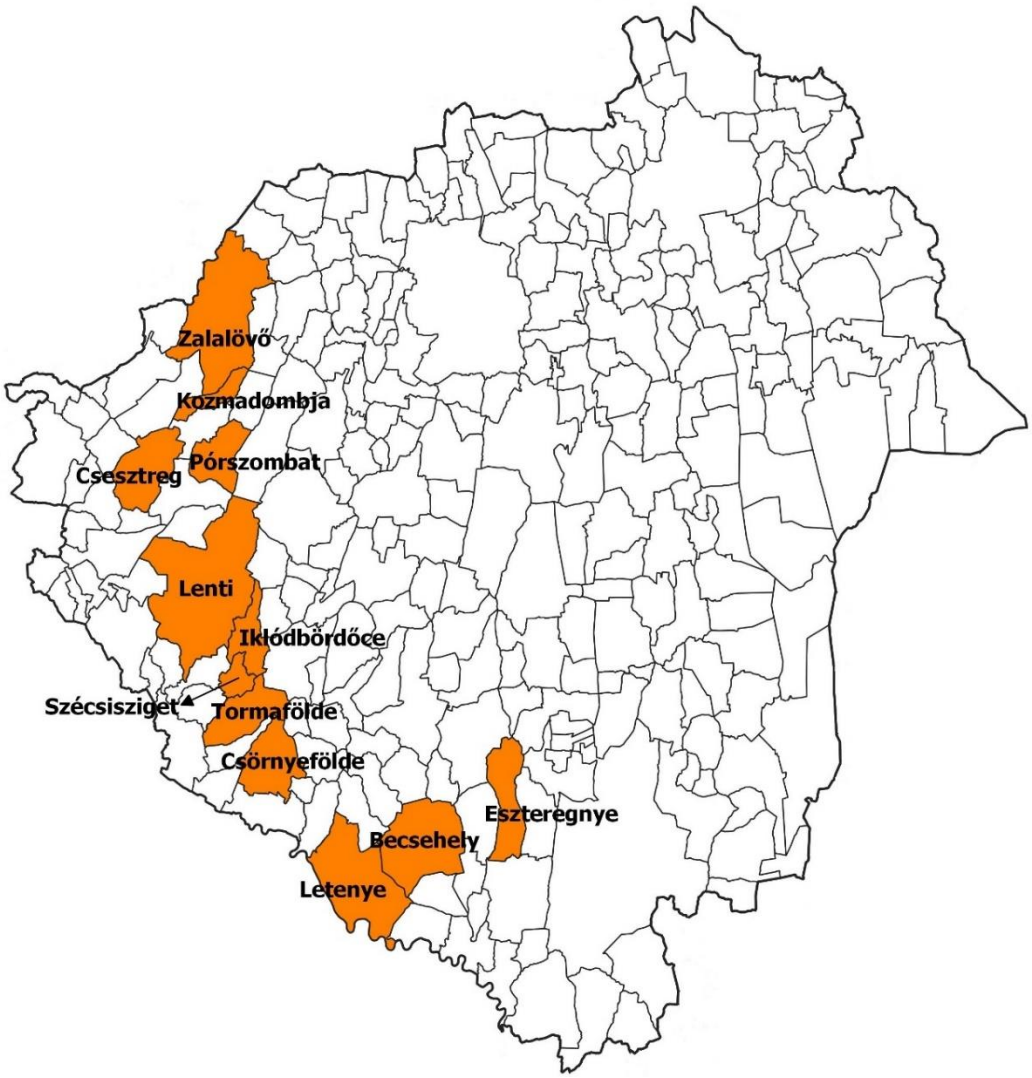
8. táblázat: Eszközjavaslatok Lenti helyi piacára

Mellékletek

21. ábra: A termelői piac elhelyezkedése

Kategóriák	Adatok
A projekt címe	A Lenti piac megújítása (A projekt azonosító száma: TOP-1.1.3-15-ZA1-2016-00010)
A projekt céljai	A helyi gazdaság üzleti infrastrukturális hátterének támogatása, a helyi alapanyagokra alapozott, helyi termelők piacra jutásának segítése.
A piacon elérhető termékek	A helyi termelői piacra csak Zala megyéből, vagy Lenti körzetétől maximum 40 km-re lévő gazdaságból kerülhet áru. Friss zöldségek és gyümölcsök, húsáruk, tejtermékek, savanyúságok, méhészeti termékek, növényi olajok, palánták, koszorúk, faragványok, ajándéktárgyak stb.
Árusítóhelyek száma	65 db
Nyitva tartás	minden csütörtökön, szombaton és minden hónap második szerdáján 7–14 óráig
Infrastrukturális adottságok	3000 m^2 szilárd térburkolat, nyitott és fedett asztalok, közvilágítás, elektromos áram, vízvezeték, akadálymentes mosdó, parkoló stb.
Weboldal	a piacnak nincs hivatalos weboldala, csak Facebook oldala: https://hu-hu.facebook.com/Lenti-Piac-1055766737838199/

1. táblázat: Összefoglaló táblázat a helyi piac fejlesztéséről
*(az adatok forrása: http://piacprojekt.lenti.hu/projektadatok/oldal/1_*
http://www.orseg.info/hu/info/gasztronomia/kitekintes/lenti-termeloi-piac.html)



22. ábra: A kutatásba bevont termelők földrajzi elhelyezkedése

Javaslattétel a közösségi feldolgozó és csomagoló eszközeire:

Részletes műszaki specifikáció:

Ferde felhordású mosóberendezés, darálóval

A gyümölcsök mosására és választható méretű darálásához. A Voran mosóberendezés elengedhetetlenül szükséges a gyümölcs higiénikus feldolgozásához. A beépített darálóhoz alap tartozék a cserélhető rosták, így a különböző préselésekhez igazíthatja a cefre állagát.

Műszaki adatok:

Névleges teljesítmény ..... 1 000 kg/h

Motorteljesítmény:

Csiga ..... 0,37 (0,5) kW (PS)

Daráló ..... 2,2 (3,0) kW (PS)

Elektromos csatlakozó .....400V 50Hz (3 fázis)

Elektromos biztosíték ..... 16 A

Méretek:

Hossz..... 2 620 mm

Szélesség ..... 700 mm

Magasság ..... 2 100 mm

Betöltési magasság ..... 800 mm

Súly ..... 185 kg

Anyagminőség ..... 1.4301 / AISI 304

Csatlakozók:

Csatlakozó a tisztító részhez ..... ½ “ belső

Csatlakozó a mosóhoz..... 1 ½ “ külső

Cefrekiömlő magassága ..... 1 260 mm

Használható magvas-, csonthéjas-, bogyós gyümölcsökhöz

Szalagprés EBP 350

Zöldség- gyümölcs és egyéb termékek feldolgozására.

Műszaki adatok:

Névleges teljesítmény..... 300 kg/h

Motorteljesítmény:

Meghajtó motor ..... 0,37 (0,5) kW (PS)

Mosó egység motor ..... 0,12 (0,16) kW (PS)

Elektromos csatlakozó.....400V 50Hz (3 fázis)

Elektromos biztosíték ..... 16 A

Méretek:

Hossz..... 1 280 mm

Szélesség ..... 870 mm

Magasság ..... 1 350 mm

Betöltési magasság ..... 1 265 mm

Szalagszélesség ..... 350 mm

Szalaghossz ..... 4 900 mm

Behordó szélesség ..... 240 mm

Behordó magasság (fokozatmentesen állítható) .....0 - 50 mm

Súly ..... 350 kg

Anyagminőség ..... 1.4301 / AISI 304

Lékinyerés .....70 %

Szalagsebesség ..... 2 m/perc

Kontaktidő ..... 1 perc

Tisztításhoz szükséges vízmennyiség ..... 2 l/perc

Csatlakozók:

Szennyvíz csatlakozó …..... Ø 48,3 mm

Lécsatlakozás ……..... 1 “

Lécsatlakozás magassága ..... 420 mm

Szennyvízcsatlakozó magassága ..... 120 mm

Törkölykidobó magasság ..... 700 mm

Használható magvas-, csonthéjas gyümölcsökhöz

Frekvenciaszabályozóval

Szükséges felszereltség:

Kompresszor, max. 16 bar

Magas nyomású mosó, max. 200 bar

Légyűjtő kád

- Rozsdamentes szivattyúval
- DN 25-ös csatlakozóval
- Szintérzékelős kapcsolóval
- Légyűjtő mérete: 65 l

Csőszűrő DN 25

A két külön csőszűrőből álló kombinált egység a direktlé szűrésére használható, a belső rozsdamentes csőrosták segítségével. Két-két pillangószeleppel szabályozható, az egységek külön-külön is használhatók, tisztításuk így akár folyamatos üzem mellett is megoldott.

Műszaki adatok:

Méretek:

Hossz ..... 643 mm

Szélesség ..... 410 mm

Súly ..... 14,5 kg

Anyagminőség ..... 1.4301 / AISI 304

Használható zöldség- és gyümölcslevekhez

Szállítási kiszerelés:

Két csőszűrő szelepekkel, T-idom, komplett csövezéssel DN25-ös hollandi anyával,

0,25 mm-es rostával, csatlakozókkal

Kompakt pasztőrberendezés PA 500-RWT-G (gáz)

Zöldség- es gyümölcslevek kíméletes tartósítására, hozzáadott tartósítószer nélkül

- Rozsdamentes, kerekeken mozgatható keretszerkezet (opcionálisan gázpalacktartóval)
- Modulációs hőforrás
- Nyomáskiegyenlítő tartály
- Puffertartály a fűtő-víznek (egyenletes hőmérsékleteloszlás)
- Nagyteljesítményű keringető szivattyú
- Csöves hőcserélővel
- Automata hőmérsékletszabályozás / pontos léhőmérséklet
- Szabályozó szelep es a csövezés rozsdamentes acélból
- Csatlakozó a le visszavezetésnek es a töltőgépnek
- Lészivattyú szárazonfutásgátlóval

Névleges teljesítmény (80 fokos letöltésnél) ..... 500 l/h

Fűtési teljesítmény .....45 kW

Elektromos teljesítmény .....1,1 kW

Elektromos csatlakozás .....230V 50Hz (1 fázis)

Elektromos biztosíték ……..……. 16 A

Méretek:

Hossz ..... 1400 mm

Szélesség .....900 mm

Magasság ..... 1850 mm

Súly ..... 330/430 kg

Szükséges gázmennyiség – palackos gáz ..... 4 kg/h

Szükséges gázmennyiség –vezetékes gáz ..... 5 m^3/h

Folyadéktöltő

- Használható gyümölcslevek töltésére
- Állítható töltésmagasság

- Digitális kijelzővel
- Névleges teljesítmény: 200-500 l/h. A teljesítmény függ a csomagolási kiszereléstől és a termék minőségétől.
- Változtatható, előre programozott töltési mennyiségek

Aszaló szekrény

Kíméletesen, ugyanakkor hatékonyan aszalhatunk gyümölcsöket, zöldségeket, fűszereket, egyéb termékeket. Professzionális, ipari kialakítás, egyszerű kezelhetőség.

A moduláris kialakításnak köszönhetően akár később is bővíthető a kezdőkapacitás, nem szükséges azonnal a legnagyobb teljesítményű berendezéssel indulni.

Felépítése: rozsdamentes acél vázzal, 4 kamrával, 40 db, rozsdamentes aszalótálcával, összesen **14 m^2 aszalófelülettel**.

Műszaki adatok (1 modulos):

- Méretek: 180 x 141 x 80 cm
- Súly: 160 kg
- Tálcák száma: 40 db
- Tálcaméret: 70 x 50 cm
- Hasznos felület: 14 m^2
- Maximális töltet: kb. 160 kg
- Aszalási teljesítmény: kb. 40-60 kg/nap
- Energiaigény: 400V, 50Hz
- Hőteljesítmény: 5,1 kW
- Ventillátor átmérő: 400 mm
- Ventilátor elektromos telj.: 120W
- Vezérlés: LED kijelzővel

Lekvárfőző – Elektromos, duplafalú

- Magas minőségű duplafalú edény, vízfürdővel
- Elektromos szükséglet - 380 V – 3 fázis
- 6 fokozatú üzemelés
- Duplikatúra rozsdamentes acélból
- Manométerrel, biztonsági szeleppel, betöltőtölcsérrel
- Belső üst rézből készül, hogy a lekvárok hosszabb ideig eltarthatók legyenek.
- Réz fedéllel
- Beépített keverővel, 230 V, 25 ford/perc
- Szállítási kiszerelés: 1” leeresztő golyóscsap
- Kapacitás: 60 liter
- Súly: 60 kg

1 fejes vákuum töltőgép

A vákuum töltőgép kiszívja a levegőt a palackból, és az ezáltal létrejött vákuum lehetővé teszi a töltést, miközben a folyadék egyáltalán nem kerül érintkezésbe a mechanikus részekkel. Az előre beállított töltési szint elérésekor a töltés automatikusan leáll.

- A folyadék nem érintkezik a levegővel
- Automata töltőfej, állítható töltési magassággal
- Tölthető üveg átmérője (lekvár esetében): Ø 33 mm-120 mm
- További töltőfej opciók az alapfelszereltségen túl (demizson-, kis üveg, hosszú nyakú üveg-, széles szájú üveg-, forró folyadék-, olaj-, paradicsom-, lekvár töltésére)
- Teljesítmény 100-250 palack/óra (0,75 l-es palackok esetében, bor töltésénél)
- Folyadék felszívása akár 4m-es szintkülönbségről
- Elektromos igény: 220 V/50 Hz
- Méretei: 400x200x400 mm
- Könnyű tisztíthatóság

Felhasznált irodalom

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Lenti és Térsége Vidékfejlesztési Egyesület (2019): Lenti és Térsége Vidékfejlesztési Egyesület LEADER helyi fejlesztési stratégiája 2014-2020. http://www.lentileader.hu/feltoltes/files/HFS_sablon_LTVE_1MOD_IH180912_vegleges_compressed.pdf

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

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

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

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

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

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

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

Renting, H., Marsden, T.K., Banks, J. (2003): Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. Environment and planning A 35, 393-412.

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

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

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

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