



CENTRAL
MARKETS



CENTRAL
EUROPE
COOPERATING FOR SUCCESS.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

A Búza téri termelői piac megvalósíthatósági tanulmánya

Végleges változat

CENTRAL MARKETS projekt

CENTRAL EUROPE Program

Pécs, 2014. május 12.



CENTRAL
MARKETS



CENTRAL
EUROPE
COOPERATING FOR SUCCESS.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

A „Búza téri termelői piac megvalósíthatósági tanulmánya” a Pécsi Városfejlesztési Nonprofit Zrt. megbízásából, a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. gondozásában készült el.

A tanulmány a CENTRAL MARKETS (Revitalising and Promoting Traditional Markets in Central Europe!) projekt részeként, a CENTRAL EUROPE Program és Magyarország társfinanszírozásával valósult meg.

A tanulmányban foglaltak a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség véleményét tükrözik és semmilyen formában nem tekinthetők az Európai Unió vagy a CENTRAL EUROPE Program hivatalos álláspontjának.

A tanulmányt a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. munkatársai készítették.

A tanulmányt szerkesztette:	Pámer Zoltán
A tanulmány szerzői:	Fejezet:
Gradwohl Zoltán	3.
Kiss Dalma	5.
Kozma József	6.1–6.4.4, 6.5
Pálmai Zsolt	1., 3., 6.4.5
Pámer Zoltán	1., 2., 4., 5.4, 6.4.5, 6.5, 7., 8., 9.

Tartalomjegyzék

1. Vezetői összefoglaló	5
2. A tanulmány célja.....	8
3. A Búza téri termelői piac jelenlegi helyzetének elemzése.....	9
3.1 A Búza téren már működő termelői piac rövid bemutatása.....	9
3.2 A Búza téri termelői piac, mint Central Markets tesztpiac	11
4. Az egyes fejlesztési változatok szakmai-műszaki tartalmának áttekintő bemutatása.....	13
4.1 „Fenntartás” változat	13
4.2 „Minimál fejlesztés” változat	13
4.3 „Minőségi fejlesztés” változat	14
5. A Búza téri termelői piac, mint „termék”	16
5.1 A helyi termékek szerepe, a Búza téri termelői piac létrehozásának céljai	16
5.2 A Búza téri termelői piac működési modellje.....	17
5.3 A Búza téri termelői piac marketingmixének elemei.....	18
5.3.1 A Búza téri termelői piac, mint termék.....	18
5.3.2 A Búza téri termelői piaci árpolitikája	20
5.3.3 A Búza téri termelői piac disztribúciója.....	21
5.3.4 A Búza téri termelői piac piacbefolyásolási (promóciós) eszközei	21
5.3.5 A Búza téri termelői piac tárgyi elemei	24
5.3.6 A Búza téri piac emberi tényezői.....	25
5.3.7 A Búza téri termelői piac folyamatai	26
5.4 Az egyes fejlesztési forgatókönyvek marketingelemei	26
5.4.1 „Fenntartás” változat	26
5.4.2 „Minimál fejlesztés”	26
5.4.3 „Minőségi fejlesztés”	28
6. Pénzügyi elemzés a Búza téri termelői piac üzemeltetésével és fejlesztésével kapcsolatban	31
6.1 Kiindulási állapot, általános megállapítások.....	31
6.2 „Fenntartás”	31
6.2.1 Beruházási költségek.....	32
6.2.2 Működési költségek.....	32



6.2.3	Karbantartási költségek.....	33
6.2.4	Bevételek	33
6.2.5	Fenntarthatóság	35
6.3	„Minimál fejlesztés”	36
6.3.1	Beruházási terv és költségek	36
6.3.2	Kihasznátság és bevételek.....	38
6.3.3	Fenntarthatóság	39
6.4	A „Minőségi fejlesztés” forgatókönyv pénzügyi megvalósítása Európai uniós források igénybe vételével	40
6.4.1	Beruházási terv és költségek	40
6.4.2	Működési és karbantartási költségek	41
6.4.3	Kihasznátság és bevételek.....	41
6.4.4	Fenntarthatóság	42
6.4.5	Uniós források bevonásának lehetőségei	43
6.5	A három fejlesztési változat összevetése, következtetések	44
7.	A fenntarthatóság egyéb aspektusainak vizsgálata	46
8.	A termelői piaccal kapcsolatos kockázatok elemzése	47
8.1	Műszaki kockázatok	47
8.2	Jogi kockázatok	47
8.3	Társadalmi-gazdasági kockázatok.....	48
8.4	Helyi politikai és intézményi-üzemeltetési kockázatok	49
8.5	Pénzügyi kockázatok	50
9.	Összefoglalás és javaslatok.....	52



1. Vezetői összefoglaló

A Central Markets transznacionális együttműködési projekt¹ a városi piacokat saját településrészük fejlesztésének motorjaiként határozza meg. Ennek érdekében olyan stratégiákat dolgoz ki és olyan intézkedésekre tesz javaslatot, amelyek hozzájárulnak a városi piacokban rejlő lehetőségek kiaknázásához. A projekt tevékenységei hozzájárulnak továbbá a városi piacok ismételt felfedezéséhez, új piacok kialakításához is.

A megvalósíthatósági tanulmány a projekt öt munkacsomagja közül a negyedik részeként kerül kidolgozásra. Ennek a munkacsomagnak a célja, hogy az említett stratégiák és fejlesztések előkészítése érdekében erősítse az együttműködést a piacok szempontjából meghatározó szereplők között, hozzájáruljon a hagyományos piacokra vonatkozó akciótervek kidolgozásához, illetve a tervezett piaci fejlesztések megvalósíthatóságának vizsgálatához. Ennek megfelelően jelen tanulmány a Pécssett 2013 júniusa óta működő Búza téri termelői piac hosszabb távú üzemeltetésére és fejlesztésére vonatkozó elképzeléseket tekinti át.

A Búza téri termelői piac nyitásának ötlete először 2012 elején fogalmazódott meg a városi piacokat fenntartó Pécs Holding Városi Vagyonkezelő Zrt. vezetőinél. A termelői piac célja az volt, hogy az egyre erőteljesebben mutatkozó lakossági igényt kielégítsék jó minőségű, helyben termelt, viszonylag mérsékelt árfekvésű, egészséges zöldség-gyümölcscsel, valamint kistermelői feldolgozott termékekkel. A piac sikeres működtetéséhez nonprofit (Pécsi Patrónus Nonprofit Kft.) és civil szervezetek is hozzájárulnak. A megvalósíthatósági tanulmány által vizsgált piac a Búza tér északnyugati részén, a Király utcától délre elhelyezkedő térkövezett tér, a Király Ház és a Minerva Udvar között. Városszerkezeti szempontok figyelembe vételével a Búza tér rendelkezik azon tulajdonságokkal, amelyeket egy termelői piac a hatékony működés érdekében megkövetel.

A termelői piacokról általánosságban elmondható, hogy azok 40-50 km-es körzetből képesek vonzani eladóikat és vevőiket. Tömegközlekedéssel a város bármely pontjából könnyedén, legtöbbször átszállás nélkül elérhető. Az egyes pécsi városrészekről, valamint a fontosabb Baranya megyei (akár agglomerációs is nevezhető nagyobb) településektől való távolsága és megközelíthetősége szempontjából is központinak tekinthető. A belváros keleti peremén található termelői piac a korábban az annak szomszédságában, de nagyobb területen elhelyezkedő Búza téri piac bevásárló funkcióját részben helyreállítva új szolgáltatást nyújt ebben a városrészben.

A piac infrastruktúráját (sátrak és elárusító asztalok, szociális blokk, a piac működtetéséhez kapcsolódó egyes szolgáltatások, a piacfelügyelő, szórólapok) annak fenntartója, a Pécs Holding Városi Vagyonkezelő Zrt. biztosítja.

A megvalósíthatósági tanulmány három fejlesztési forgatókönyvet mutat be:

¹ Forrás: <http://www.centralmarkets.eu/>. Hozzáférés dátuma: 2014. március 7.



- (1) „Fenntartás”: A jelenlegi kereteknek megfelelő termelői piac működtetése a Búza téren.
- (2) „Minimál fejlesztés”: A jelenlegi Búza téri termelői piac kismértékű fejlesztése, igazodva a növekvő kapacitásigényekhez, összhangban az Önkormányzat anyagi lehetőségeivel.
- (3) „Minőségi fejlesztés”: A jelenlegi piac helyszínének és szolgáltatásainak minőségi fejlesztése, melynek következtében egy, a helyi polgárok számára vonzó, magas minőséget kínálni képes, jól megközelíthető, „szerethető” piac kialakítására kerül sor.

Amennyiben a Búza téri termelői piacra, mint önálló szolgáltatásra, tulajdonképpen piaci termékre tekintünk, annak marketingmixét kell előállítsuk. Mint termék, a piacot állandó helyszínen, meghatározott időpontban, egységes arculati elemeket használó infrastruktúrával megrendezésre kerülő szolgáltatásként definiálhatjuk. Versenytársai a Pécssett már működő, jellemzően a Pécs Holding, továbbá civil szervezetek által fenntartott, szervezett piacok, vásárok. A termelői piac márkájaként – mint „termékmárka” – a „Pécsi Termelői Piac” elnevezést javasoljuk. Árpolitika (bérleti díj, avagy a piacszervezés költségeihez való hozzájárulás) tekintetében költségalapon nyugvó árképzést javasolunk, amely a fedezeti pont-számítás módszerével az állandó költségek-változó költségek-árbevétel szembeállításán alapul. A piac disztribúciója a rövid ellátási lánc szemlélet alapján kell, hogy megvalósuljon. A promóciós eszközök tárháza színes, frissen induló piacról lévén szó alapvető követelmény a logó és a nyilatkozati rend megfelelő kialakítása és alkalmazása. A tárgyi elemek vonatkozásában a termelői piac elárúsító standjait egységes, minőségi kivitelezés jellemzi, a maguk természetességében, abszolút illenek az ott árusított termékekhez és a piac szellemiségéhez. A piac emberi tényezői szempontjából ki kell emelni, hogy az árusoknak mind a megjelenése, mind a megnyilvánulásaik egyaránt befolyásolják az ő saját megítélésüket és a termelői piac megítélését is. A Búza téri termelői piac termelői piac „szolgáltatási folyamata” a minőség egyenes fenntartását jelenti.

A termelői piac pénzügyi elemzése kimutatja, hogy a „fenntartás” változat nullszaldós, tehát Pécsnek elsősorban társadalmi haszna származik az üzemeltetésből. A „minimál fejlesztés” alternatív vizsgálta során kialakításra kerül egy egyre, bővülő széles körben ismert és egységes arculattal rendelkező piac, amely azt is magával vonja, hogy a város szempontjából hosszú távon megtérül a kezdeti tőkebefektetés. A harmadik forgatókönyv, mely a piac „minőségi fejlesztését” és újrapozicionálást foglalja magában, ezáltal egy magas minőséget kínáló, vonzó, turisztikai értelemben is attrakcióként értelmezhető helyi termék-piac kialakítását célozza. Ezen változat megvalósításához szükséges a 2014-2020-as időszakban induló európai uniós társfinanszírozású operatív programok forrásainak bevonása (Terület- és Településfejlesztési Operatív Program, Vidékfejlesztési Program). A források rendelkezésre állásáig megoldást jelenthet a „minimál fejlesztés” saját erőből történő megvalósítása az első két évben, melyet követhet az uniós társfinanszírozású „minőségi fejlesztés”. A projektről kijelenthető, hogy mind gazdasági, mind környezeti és társadalmi szempontból fenntarthatónak tekinthető.

A kockázatelemzés tekintetében a műszaki kockázatok nem jelentősek, hiszen a piac infrastruktúrája nem kíván bonyolult műszaki megoldásokat. Jogi szempontból a



CENTRAL
MARKETS



CENTRAL
EUROPE
COOPERATING FOR SUCCESS.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

politikai változások, illetve a vidékfejlesztési politika prioritásainak megváltozásával a termelői piacokra vonatkozó jogszabály módosítása nem kizárható, mely adott esetben jelentheti a termelői piacokkal szemben támasztott feltételek szigorítását is. Komolyabb kockázatnak tekinthetők a társadalmi-gazdasági tényezők: elsősorban a vásárlóerő további csökkenése Pécs térségében, továbbá a szélesebb értelemben vett keleti városrész tartós leszakadása, szegregátummá válása. Mindkét kockázat valószínűsége jelentős, bekövetkezésük megelőzésére, illetve negatív hatásainak ellensúlyozására érdemes felkészülni. Szintén jelentős hatásúnak tekinthetők a helyi politikai, intézményi-üzemeltetési kockázatok. A helyi politika megosztottsága veszélyeztetheti a projektet, melyet fokozhat a fejlesztésben szereppel bíró szervezetek harmonikus együttműködésének hiánya. A gazdasági kockázatok között a bevételek elmaradását, illetve az uniós finanszírozás bevonásának nehézségeit említhetjük meg elsősorban.



2. A tanulmány célja

A jelen tanulmány célja, hogy megvizsgálja Pécs Megyei Jogú Város belvárosában egy termelői piac működésének feltételeit, fenntarthatóságát és EU-s forrásokból való finanszírozásának lehetőségeit.

A tanulmány három beruházási alternatívát vizsgál, mely összhangban áll Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata és a helyi piacokat működtető Pécs Holding Városi Vagyongazdálkodási Zrt. fejlesztési elképzeléseivel:

- (1) „Fenntartás”: A jelenlegi kereteknek megfelelő termelői piac működtetése a Búza téren.
- (2) „Minimál fejlesztés”: A jelenlegi Búza téri termelői piac kismértékű fejlesztése, igazodva a növekvő kapacitásigényekhez, összhangban az Önkormányzat anyagi lehetőségeivel.
- (3) „Minőségi fejlesztés”: A jelenlegi piac helyszínének és szolgáltatásainak minőségi fejlesztése, melynek következtében egy, a helyi polgárok számára vonzó, magas minőséget kínálni képes, jól megközelíthető, „szerethető” piac kialakítására kerül sor.

A tanulmány funkciója többes. Egyfelől cél, hogy a Central Markets (mely projekt a Central Europe című transznacionális együttműködési programon keresztül az Európai Unió társfinanszírozásával valósul meg) projekt partnere, a Pécsi Városfejlesztési Nonprofit Zrt. számára iránymutatást adjon a helyi piacfejlesztés lehetőségeiről, azok várható hatásairól és fenntarthatósági kérdéseiről – mindezt ez európai legjobb gyakorlatok figyelembe vételével. Másodsorban háttéranyagul szolgál a Pécs Holding Zrt. számára a további beruházások előkészítéséhez, esetleges uniós társfinanszírozású pályázati dokumentáció összeállításához. A dokumentum célcsoportját képezi Pécs Önkormányzata is, mely a tanulmányban megfogalmazott következtetések alapján tudja kialakítani kereskedelemfejlesztési politikáját.

3. A Búza téri termelői piac jelenlegi helyzetének elemzése

3.1 A Búza téren már működő termelői piac rövid bemutatása

A Búza téri termelői piac nyitásának ötlete először 2012 elején fogalmazódott meg a Pécs Holding Városi Vagyonkezelő Zrt. vezetőinél. A piac létrehozásának célja az volt, hogy az egyre erőteljesebben mutakozó lakossági igényt kielégítsék jó minőségű, helyben termelt, viszonylag mérsékelt árfekvésű, egészséges zöldség-gyümölcscsel, valamint kistermelői feldolgozott élelmiszertermékekkel.

A Búza téri termelői piacot jelenleg a Pécs Holding Városi Vagyonkezelő Zrt. és a Pécsi Patrónus Nonprofit Kft. együttműködésben működteti. A vagyonkezelő elsősorban az eszközök biztosítása és a tervezett fejlesztések megvalósítása, a szakmai felügyelet, az előírt jogszabályi feltételeknek való megfelelés; a Pécsi Patrónus Kft. pedig a közterület-foglalás, a közmunkások bevonása, a piaci napokon végzett szervezés területén lát el feladatokat. Mindkét fél felelősséggel tartozik azért, hogy kizárólag ellenőrzött, az őstermelői vagy kistermelői feltételeknek megfelelő árusok kaphassanak értékesítési lehetőséget a Búza téren. A piac sikeres működtetéséhez a város civil szervezetivel való együttműködésre is szükség van. A Búza téri termelői piacot legelső alkalommal 2013. június 8-án szervezték meg kísérleti jelleggel, a kezdeményezést a városvezetés is támogatta. A kísérlet sikeresnek bizonyult.

A termelői piac a belváros keleti szélén, a Búza téren helyezkedik el, a Király Ház és a Minerva Udvar közötti területen (l. 1. ábra – a kép jobb felső részén található fehér színű terület).

1. ábra: A búza téri piac és környezete

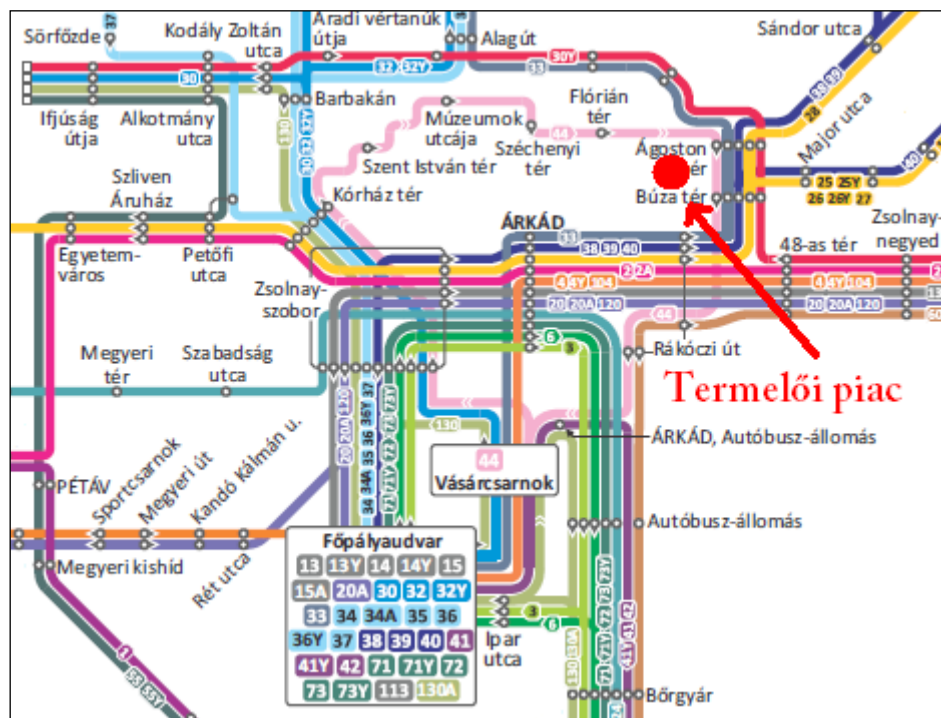


Forrás: saját szerkesztés²

² Forrás: www.maps.google.com. Hozzáférés dátuma: 2014. március 6.

A piac kihasználtsága szempontjából megközelíthetőségük nagy jelentőséggel bír. A hatályos jogi szabályozás szerint – jelentős leegyszerűsítéssel – a termelői piac árusai a piac 40 km-es körzetén belül megtermelt-előállított élelmiszereket értékesíthetik, így a Búza téri termelői piac területi hatóköre a Pécs kiterjedtebb agglomerációjához tartozó Szigetvárra, Siklóásra és Komlóra is kiterjed. A piac közvetlen szomszédságában több, a pécsi Tüke Busz Közösségi Közlekedési Zrt. által üzemeltetett helyi tömegközlekedési buszmegálló található (2. ábra), valamint attól körülbelül két kilométerre pedig a Pannon Volán Zrt. távolsági autóbusz pályaudvara helyezkedik el. Egyéni közlekedési módokat esetében az árusok számára a piac területére való behajtás kizárólag nyitás előtt és azt követően engedélyezett, a mozgó árusok kivételével. A vásárlók a piac tőszomszédságában található a Király-Ház mélygarázsát, valamint több közterületi parkolót is használhatják.

2. ábra: A Búza téri termelői piac közvetlen környezetében található helyi és távolsági buszmegállók



Forrás: Tüke Busz Zrt. alapján saját szerkesztés.

A piac 2013-ban június elejétől december elejéig működött, havi egy alkalommal, szombati napon, reggel 7 és déli 12 óra között. A tervek szerint 2014-ben már április elejétől várja vásárlóit, minden hét szombatján, a megszokott reggel 7 és déli 12 óra közötti nyitva tartással. A 2013. évi tapasztalatok alapján elmondható, hogy a működés első évében a fenntartó által az árusok és a vevők rendelkezésére

bocsátott tárgyi feltételek elegendőnek bizonyultak, azonban azok a Búza téri termelői piac fenntartható üzemeltetéséhez már nem elégségesek.

Jóllehet a működés egy éve alapján még csak valószínűsíthető, viszont a Búza téri termelői piac hozzájárulhat a helyi, térségi kötődési termelők versenyképességének növeléséhez, munkahelyek teremtéséhez, a helyi termeléshez és élelmiszer előállításához kapcsolódó hagyományok fennmaradásához, valamint helyi termékeken alapuló turisztikai programcsomagok kialakításához is.

3.2 A Búza téri termelői piac, mint Central Markets tesztpiac

Az Ügynökség a Pécsi Városfejlesztési Zrt. megbízásából tanulmányt készített Pécs piacainak elemzésére 2013-ban. Ebben a tanulmányban megvizsgáltuk a Búza téri piac beindításának lehetőségét is keresleti és kínálati oldalról.

A termelői piac kínálati oldalának megismerése érdekében 2013. szeptember 25-én fókuszcsoport-vizsgálatra került sor, a termelői piacon árusító helyi őstermelők és kistermelők körében (hat fő közreműködésével, azonban önkormányzati termeltető nélkül). Az ott elhangzottak alapján kiderült, hogy a városkörnyéki termelők véleménye szerint a Búza téri termelői piacra szükség van, mert az lehetőséget teremt számukra a 155 ezer fős város ellátásába való bekapcsolódásra. A termelők a Búza téren működő termelői piacot olyan „telitalálatként” jellemezték, amely hatására sokkal jobb értékesítési lehetőségekkel rendelkeztek 2013-ban. Egyúttal javaslatot fogalmaztak meg a téren való árusítás továbbfejlesztésére, átláthatóbbá, ismertebbé tételére, helyi márka kialakítására. Hangsúlyozták azt is, hogy az előzőek érdekében igénylik az önkormányzat segítségét, szervezését az értékesítés támogatása céljából.

A Búza téri termelői piac keresleti oldalát a Central Markets projekt keretében megszervezett, 2013. október 12-i „Búza téri Central Markets termelői tesztpiacon” az ott megforduló látogatók, vásárlók körében elvégzett eladóhelyi interjú vizsgálta. A tesztpiac megrendezése előtt a Pécsi Városfejlesztési Nonprofit Zrt. fizetett hirdetést jelentetett meg Pécs önkormányzatának ingyenes hetilapjában (a Pécsi Hírekben), valamint szórólapozásra is sor került a belvárosban. A piac napján került sor az eladóhelyi interjúkra 200 fő lekérdezésével. Az kérdőívre adott válaszok, azon túl, hogy megerősítették a fókuszcsoportból levont következtetéseket, egyértelművé tették azt is, hogy a vásárlók leginkább azért kedvelik ezt a piacot, mert itt őstermelők, kistermelők árult, illetve frissebb, jobb minőségű termékeket kapnak, mint máshol. A piac helyszínével a vásárlók nagy többsége elégedett volt. A megkérdezettek javasolták továbbá, hogy a termékkínálatot bővíteni szükséges füstölt árukkal, tojással, gombával, különféle feldolgozott tejtermékekkel is. A piac elrendezésével kapcsolatban többen kiemelték, hogy az „átlátható” és ott „rend van”. A látogatók és a vásárlók is megerősítették azt is, hogy a Búza téri termelői piacra szükség van abból a szempontból is, hogy az a belváros déli részén található Vásárcsarnoknál kulturáltabb vásárlási lehetőséget biztosít, valamint némiképp pótolja a korábban a Búza tér közelében működő, azonban mára már felszámolt „kispiacot” is. Az eladóhelyi interjúkból világossá vált az is, hogy mérsékelt promóciós



CENTRAL
MARKETS



CENTRAL
EUROPE
COOPERATING FOR SUCCESS.



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL
DEVELOPMENT FUND

ráfordítással is jelentős siker érhető el a termelői piac ismertsége és kihasználtsága tekintetében.

Az interjúk alapján kiderült, hogy a Búza téri piac közönsége zömében a közelben lakó, 64 év felett korosztályból kerül ki, akik a piac közelségét (többségük gyalog közelíti meg), emberbarát jellegét emelték ki, mint fő vonzerő. Az említések között kisebb arányban szerepelt a helyi egyedi termékkínálat és minőség, mint vonzerő.

A megvalósíthatósági tanulmány további fejezetei, figyelembe véve a jelenlegi helyzetet és a Central Markets tesztpiac kutatási eredményeit, a fenntartás, a minimál fejlesztés és a minőségi fejlesztés vonatkozásában vizsgálják az egyértelműen szükséges további fejlesztések megvalósíthatóságát és azok várható eredményeit.

4. Az egyes fejlesztési változatok szakmai-műszaki tartalmának áttekintő bemutatása

4.1 „Fenntartás” változat

Ezen változat esetében a piac jelenlegi infrastruktúrájába beruházás nem történik. A tesztjelleggel elindított, azóta rendszeresen üzemelő piac meglévő infrastruktúrával való továbbüzemeltetése történik. A piac jelenleg a következő infrastruktúrával rendelkezik:

- A piac helyszíne a Búza tér északnyugati peremén, a Király utcától délre található, a 2010-es Európa Kulturális Fővárosa projekt keretében megvalósult közterület-rekonstrukciós beruházások következtében díszburkolattal ellátott része.
- A piacon történő árusítás számára összesen 30 hordozható asztal áll rendelkezésre: 15 db sátras, 15 db sima elárusító asztal. Az asztalok egyedi kivitelezésű, fa bútorok, melyek megjelenésükben jól illeszkednek a termelői piaci által megkövetelt arculathoz.
- Az asztalok összeszerelésére, kihelyezésére a piac szombati nyitását megelőzően kerül sor. Az asztalok tárolása a Pécs Holding tulajdonát képező, a Búza téren közvetlenül a piac szomszédságában található helyiségben van mód. A szállítási igény minimális, azonban a helyszűke miatt az összeszerelés, kihelyezés munkaigényes.
- Az asztalok karbantartása (festése) kétévenként szükséges.
- Az illemhely-funkciót az elárusítók számára a Pécs Holding Zrt. tulajdonában lévő, a piac területén található üzlet megnyitásával és a benne lévő infrastruktúra használatra bocsátásával oldja meg. Erre a 2014. évtől kezdve nincs mód, így szükséges egy új szociális helyiség kialakítása.
- A piaci felügyeletével kapcsolatos munkákat a Pécs Holding munkatársai (1 fő osztályvezető, 1 fő piacfelügyelő) látják el, akik a többi városi piaccal együtt működtetik a Búza téri termelői piacot.
- A piac működtetéséhez szükséges piacszervezési tevékenység elárusítókra eső költségeit a 2013. évben a Pécsi Patrónus Nonprofit Kft. átvállalta az elárusítóktól. Erre a 2014-es évtől kezdve nem lesz mód. Így a további üzemeltetés érdekében szükséges az árusok anyagi hozzájárulása a piac működtetéséhez.

4.2 „Minimál fejlesztés” változat

A második vizsgált alternatíva a korábbi keretek megtartása mellett a piac várható forgalmának és az árusítók számának növekedése miatt tárgyeszköz-beszerzést



irányoz elő. Ezzel biztosítható a megnövekedett elárusítási igények kielégítése, azonban az eszközök tárolása, szállítása nem igényel plusz kapacitásokat. A fejlesztés elemei a következők:

- 7 db sátras és 5 db sima fa elárusító-asztal beszerzése. A tér egységes megjelenése érdekében a jelenleg használt egyedi készítésű fa bútorok beszerzése javasolt.
- Továbbra is megjelenik a kétévente szükséges karbantartás költsége.
- Az illemhely tekintetében a „fenntartás” változatban leírt fejlesztésre kerül sor.
- A piac szervezése kapcsán az elárusítók hozzájárulásának fedeznie kell a minimális beruházás költségeit.

A „Fenntartás” és „Minimál fejlesztés” változatok esetében a piac a jelenlegi rendszerben, szombat délelőttönként, a tavasztól az őszi időszakig (április–október) működne.

4.3 „Minőségi fejlesztés” változat

A jelenlegi Búza téri piac minőségi fejlesztéséhez a meglévő eszközpark radikális megújítására van szükség, mely magában foglalja a tér infrastruktúrájának fejlesztését, illetve a piac újrapozícionálását.

A fejlesztések tervezésekor figyelembe kell venni, hogy a tér jellegére vonatkozóan a városnak fenntartási kötelezettsége van, mivel azt a Pécs 2010 – Európa Kulturális Fővárosa program beruházásainak keretében újítták fel.

A forgatókönyv célja egy olyan piac kialakítása Pécs belvárosában, mely a megbízható minőségű, egészséges, helyi termelőktől származó élelmiszereket kínál, egyúttal a város egyik turistalátványosságává is válhat. Ehhez a következő beruházási elemek megvalósítására van szükség:

- Pince kialakítása a Búza tér egyik ingatlanjában az eszközök tárolására, illetve a piaczárás után megmaradt termékek tárolására;
- Kiszolgáló épület kialakítása (szociális blokk, adminisztráció);
- Elektromos hálózati csatlakozások kialakítása, a tér burkolatának helyreállítása a beruházásokat követően.

Beszerzendő eszközök:

- 50 db sátras elárusító-asztal beszerzése;
- 4 db büfékocsi beszerzése;
- 6 db téliesíthető mobil faház beszerzése;

A „Minőségi fejlesztés” forgatókönyv a piac péntek délutáni és szombat délelőtti nyitva tartásával számol, továbbá tematikus piacok szervezésével rövidítené a holtidőszakot.

Az egyes alternatívákhoz kapcsolódó marketingakciók az 5., a pénzügyi vonatkozások a 6. fejezetben kerülnek bemutatásra.



5. A Búza téri termelői piac, mint „termék”

5.1 A helyi termékek szerepe, a Búza téri termelői piac létrehozásának céljai

A Búza téri termelői piac kialakításában jelentős szerepet játszik a helyi termékek szerepének felértékelődése. A helyi termékek vásárlásával hozzájárulunk saját környezetünk fenntarthatóságához. Minden helyben elköltött forinttal segítjük a helyi gazdaság talpon maradását, munkahelyeket segítünk megőrizni vagy közvetetten újak teremtéséhez járulhatunk hozzá. A helyben megtermelt profit helyi fejlesztéseket generál. Ha saját környezetünkben szerezzük be a legfontosabb élelmiszereket, egyéb árukat, akkor csökkentjük a termeléssel, illetve a szállítással, csomagolással járó környezetterhelést. Divatos szóval élve, kisebb lesz ökológiai lábnyomunk.

A helyi termékek előállítása kis mennyiségben, hagyományos, természet közeli módszerekkel történik, így azok kevésbé terhelik meg a környezetet, a termőföldet. A gazdasági, környezeti hatásokon túl saját egészségünket is könnyebben megőrizhetjük. A helyben előállított és ezért idényjellegű zöldségek, gyümölcsök kevesebb tartósítószeret tartalmaznak, tovább érhetnek, hiszen nem kell olyan hosszú szállítási időt kibírniuk. Szervezetünk számára fontos, hogy mindig az évszaknak megfelelő zöldségekhez, gyümölcsökhöz jusson hozzá, hiszen ezeket tudja legnagyobb mértékben hasznosítani. A helyben előállított termékek összetevői könnyebben ellenőrizhetők, így „tudjuk, mit eszünk”. A tájfajta előnyben részesítésével hozzájárulunk a biológiai sokféleség megőrzéséhez, illetve a hagyományok továbbéléséhez.

A fentiekre való tekintettel elmondhatjuk, hogy Búza téri a termelői piac legfontosabb célja a helyi alapanyagokból – helyi tudással és munkával – előállított élelmiszerek, termékek népszerűsítése, hazai fogyasztásban játszott szerepük növelése.

A fő célkitűzés elérés érdekében a Búza téri termelői piac specifikus céljait is meg kell határozni, az alábbiak szerint:

- a kiváló minőséget, de kis mennyiségben előállító termelők piaci ismertségének növelése, értékesítési lehetőségeik bővítése;
- az értékesítési helyeket a termékekkel és a termelőkkel szervesen összekapcsoló komplex marketing tevékenység.

Ugyanitt érdemes megemlíteni, hogy – általánosságban véve – a termelői piacok hosszabb távon ahhoz is hozzájárulnak, hogy:

- a kínált termékek változatossága és minősége javuljon;
- a vásárlók a termelőtől termelői árhoz közeli vételáron juthassanak hozzá a termékekhez;
- csökkenjen a termékek által megtett távolság;



- a vásárlók a terméken keresztül megismerjék a termelőt, és annak a tájnak az értékeit, turisztikai lehetőségeit is, ahonnan a termék származik.

Ezek a további szóba jöhető specifikus célkitűzések a Búza téri termelői piac fejlődése szempontjából is megfontolásra érdemesek

5.2 A Búza téri termelői piac működési modellje

A központi szervezéssel kapcsolatos feladatokat a Pécs Holding Városi Vagyonkezelő Zrt. (Pécs Holding) a Pécsi Patrónus Nonprofit Kft. segítségével látja el, amely felelős a termelői piac:

- arculatának kialakításáért;
- marketingjéért (marketinganyagok gyártása, hirdetés stb.);
- honlapjának elkészítéséért és üzemeltetéséért;
- központi minőségbiztosítási kritériumainak kialakításáért és ellenőrzéséért;
- az esetleges szankciók alkalmazásáért, amennyiben a felmerülő probléma másképpen nem kezelhető és a szabályszegés mértéke súlyos;
- használati díjainak meghatározásáért, valamint a díjak beszedéséért;
- fejlesztéséhez szükséges egyéb források előteremtéséért, valamint
- külön szerződés alapján a piaci kapcsolattartók tevékenységének finanszírozásáért.

A piac hosszú távú sikeres működése érdekében a Pécs Holding szervezetén belül szükséges felállítani egy „központi szervező stábot”, amely a fent jelzett feladatokat ellátja. Ugyanitt szükséges megjegyezni, hogy a Pécs Holding csak akkor tudja ezeket a feladatokat ellátni, ha Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata, anyagi és erkölcsi értelemben vett támogatását maga mögött tudja. E mellett – amennyiben a „Minőségi fejlesztés” forgatókönyvének megvalósításáról döntés születik, szükség van arra is, hogy a megyei jogú város fejlesztési koncepciójával összhangban a Búza téri termelői piac fejlesztése európai uniós támogatásokhoz is hozzáférhessen.

A partnerség elvével összhangban a Búza téri termelői piac akkor működhet sikeresen, ha az ahhoz hozzájáruló nonprofit és civil szervezetek (akik például a piacon árusító termelőket információkkal, kapcsolataik révén mozgósítják), önállóságukat megtartva, koordináltan dolgoznak együtt a Pécs Holdinggal. A Pécs Holding kiemelt partnere ebből a szempontból a Pécsi Patrónus Nonprofit Kft.

Baranya megyére, valamint a Dél-dunántúli régióra is jellemző az 5000 fő alatti települések nagy száma. Ezek a települések lakosságának jelentős része kistermelő, jelenleg azonban nincs olyan szervezet, amely az ő piacra jutásukat elősegítené. Ezért a Búza téri termelői piac, mint kezdeményezés, mintául szolgálhat a többi megyeszékhelynek és a jelentősebb járási székhelyvárosoknak.



Másrészről megemlíthető a civil szervezetek által fenntartott, szervezett piacok, vásárok, mint a „Kertvárosiak az Élhető Kertvárosért” Egyesület (KÉK), avagy a Mecsekszabolcsi Környezet- és Érdekvédő Egyesület (MKÉ) által szervezett pécsi piacok. (Részletesen I. a Central Markets projekt keretében készült „Pécs piacainak feltérképezése” című tanulmányt.) A versenytársak között megemlíthetők még az élelmiszerbolt-hálózatok, amelyekben korlátozott mértékben, de szintén elérhetőek helyi termelésű élelmiszerek.

A Búza téri piac kínálatában és szellemiségében is el kell térjen a fent említett hagyományos piacoktól, kereskedelmi bolthálózatoktól. Ennek a piacnak a termékei jellemzően Baranya megyéből, illetve a Dél-Dunántúlról származnak. A piac méretében és árukínálatában kisebb, mint a hagyományos piacok, azonban nagyobb, mint a civil közösségek által szervezett piacok. Említésre méltó továbbá, hogy a civil közösségek által szervezett piachoz képest (amelyek időben és térben esetlegesen kerül megrendezésre, sokszor engedélyek nélkül) a Búza téri termelői piac „garantált” piaci pozíciója lesz meghatározó, amely a termelőkre, azok termékeikre és a piaci megjelenésére egyaránt vonatkozik. Kézművesek – a civil piacokkal ellentétben – jelenleg nem jelennek meg a Búza téri piacon. A szuper-, hipermarket-hálózatok, illetve diszkontok személytelen kiskereskedelmi egységeihez viszonyítva, méretében, választékában kisebb, árban azonban kissé magasabb beszerzési lehetőséget kínál a Búza téri termelői piac.

Márka

A márka egy név, kifejezés, jel, szimbólum, dizájn, illetve ezek kombinációja, amelynek célja, hogy egy eladó vagy eladói csoport termékét vagy szolgáltatását azonosítsa, egyúttal megkülönböztesse a versenytársakétól. A márka összefoglalja egy termék, szervezet szolgáltatás arculatát, szlogenjét, logóját és mindazt, amit a fogyasztók, alkalmazottak és egyéb érintettek elképzelnek a márkanév hallatán az adott termékről, szolgáltatásról, szervezetről (az milyen előnyökkel jár, milyen értékeket közvetít, ahhoz milyen kultúra, közösség kapcsolódik, stb.). Ezek pozicionálják a piacon a márka helyzetét, ez biztosítja az összehasonlítási alapot a versenytársakkal. Egy igazi márkanév felépítése ellenben költséges és hosszú folyamat.

A Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség megbízásából a Búza téri termelői piacon 2013. október 12-én lebonyolított eladóhelyi interjúk alapján megerősítést nyert, hogy a termelői Piac tekintetében törekedni kell arra, hogy az, mint márka, jelképezze:

- a termelői piac termékeinek garantált minőségét;
- az értékesítő eladók/termelők hitelességét;
- kapcsolódjon a termelői piac megjelenéséhez, szolgáltatásaihoz.

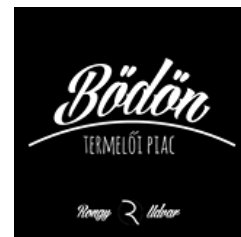
A márkák főbb típusai közül (vállalati márka, kereskedelmi márka, támogatói márka stb.) jelen esetben, az ún. termékmárka kialakítását javasoljuk. Az idézett eladóhelyi interjúk alapján egy egyszerű és egyértelmű névre van szükség.

Az általunk javasolt „Pécsi Termelői Piac” első ránézésre nem túl eredeti elnevezés, de arculati elemekkel kiegészítve már eléri megkülönböztető célját. Azért „csak”

termelői piac, mert a civil szervezetekkel (KÉK, MKÉ) történt egyeztetést követően, kérésként fogalmazódott meg, hogy a kézműves árusok ne jelenjenek meg a Pécsi Holding által szervezett termelői piacon, hanem az ő saját piacaikon (például a Pécsi Tüke Piacon). Természetesen további egyeztetések függvényében a kézművesek Búza téri termelői piacra való bevonásával a piac szezonalitása is jobban áthidalható lenne. Lehet további fantázia nevet, vagy a piac helyszínére utaló nevet is kitalálni, azonban a név kiválasztásnál fontos a piac egyértelmű elválaszthatósága más kezdeményezésektől (például a már említett Pécsi Tüke Piacról).

A 3. ábrán bemutatunk pár példát helyi piacok elnevezésére és képi megjelenítésére.

3. ábra: Példák helyi termékek és helyi termék piacok elnevezésére



Forrás: saját gyűjtés.

5.3.2 A Búza téri termelői piaci árpolitikája

Esetünkben a piacon való megjelenés díjáról, a bérleti díjról, vagyis az elárusítóknak piacszervezés költségeihez való hozzájárulásáról van szó³. Az árszabást általánosságban a szolgáltatás előállítási költsége (mint alsó korlát) és a fizetőképes kereslet nagysága (mint felső) határolja körbe. Befolyásolja a versenytársak árképzése (szintén felülről), ez Pécsen a hagyományosnak tekinthető önkormányzati és az újszülött civil piacok árfekvését jelenti. Hatással van rá továbbá a szolgáltatásról kialakult kép (ez gyakorlatilag a márkanév "megfizetését" jelenti), viszont mivel még be nem vezetett „márkáról” van szó, ez még nem jelent befolyásoló tényezőt, beárazása azonban hosszabb távon szükséges. A piac bérleti díjának keresletrugalmassága (vagyis az árusok részvételének/távol maradásának mértéke a bérleti díj függvényében) érzékeny, ezért figyelembe kell venni, hogy a termelői piac iránti kereslet rugalmas. Az árat természetesen befolyásolja még a piacon kínált termék életciklusa (a termék bevezetésekor vagy "kifuttatásakor" rendszerint alacsonyabb, egy keresett vagy bevált termék esetén magasabb), a termékportfólió mérete (a piac időleges veszteségei fedezhetőek-e más piaci bevételekből), továbbá egyéb rövidtávú/taktikai célok (pénzügyi problémák, kiárusítás).

³ A köztudatban elterjedt kifejezés a helypénz. Tekintettel arra, hogy a Pécsi Termelői Piac egyik fő megkülönböztető ismérve a kistermelők számára a helypénz-mentes árusítás lehetősége volt (mivel azt a Pécsi Patrónus Nonprofit Kft. 2013-ban átvállalta), a Holding a későbbiekben sem tervezi „helypénz” bevezetését, a kifejezést a tanulmányban nem alkalmazzuk.



A fentiek alapján árképzési javaslatunk a „Pécsi Termelői Piac” bérleti díjára egy költségalapon nyugvó árképzés, amely a fedezeti pont-számítás módszerével az állandó költségek-változó költségek-árbevétel szembeállításán alapul. Ez azért is fontos, mivel a Búza téri termelői piac működése 2014. január 1-től nem ingyenes, vagyis a termelőknek hozzá kell járulniuk a piac működésének költségeihez.

A pécsi viszonyok speciális voltára utal továbbá az is, hogy Pécs Megyei Jogú Város vonatkozó rendelete szerint amennyiben a Pécsi Patrónus Kft. vagy a KÉK szervez hasonló (termelői) piacokat, akkor azt a közterület használati díjak stb. vonatkozásában térítésmentesen tehetik meg. A hatályos helyi szabályozás tehát kizárja a versenyhelyzetet, előnyhöz juttatja a nonprofit és civil szervezetek által szervezett piacokat a Búza téri termelői piaccal szemben. Erre tekintettel javaslatunk, hogy Pécssett – a szervező intézménytől függetlenül – egységesen kedvezményes bérleti díjú, de nem térítésmentes legyen minden hasonló piac.

A piac korábban már említett működési modellje éppen a márkában testesül meg, amely az értéket képviseli mind a vásárlók, mind pedig az árusok szempontjából. Ezért kiemelten fontos, hogy a márkával kapcsolatos értékeket mind két irányban kommunikálni szükséges.

5.3.3 A Búza téri termelői piac disztribúciója

A termelői piacon zajló értékesítést meghatározó főbb tényezők egyike az értékesítési csatorna hossza. Esetünkben a rövid ellátási lánc (REL) kialakítása élvez előnyt, kevés számú gazdasági szereplő bevonásával, akik ráadásul elkötelezettek az együttműködés iránt is. Ez a magatartás fejleszti a helyi gazdaságot, a termelők, feldolgozók és a fogyasztók között szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatokat alakít ki. Magát a REL-t az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap is eszközének tekinti, létrehozásához pénzügyi támogatást is nyújt (lásd később). Másik fontos tényező az értékesítés intenzitása, amely a termelői piacon tipikusan szelektív értékesítést tesz lehetővé, amelyet a termelő vagy annak képviselője (de nem viszonteladója) lát el. Ezért a Búza téri termelői piacon jelenleg is közvetlen értékesítés zajlik, középtávon pedig nem elképzelhetetlen a háztól házig történő csomagküldés sem, akár a termelői piac online értékesítési felülete segítségével.

5.3.4 A Búza téri termelői piac piacbefolyásolási (promóciós) eszközei

A piacbefolyásolás, vagy promóció alapvető feltétele az, hogy alapját hatékony kommunikációs stratégia képezi. Esetünkben a legegyszerűbb dologból kell kiindulni: kommunikálni azt, amiről a szolgáltatás szól, tehát helyi alapanyagokból, helyi tudással és munkával előállított élelmiszerek értékesítését egyenesen azok termelőitől. Az üzenet része kell, legyen, hogy magas tápanyagtartalmú, ellenőrzött minőségű, kiváló termékekről van szó, amelyek fogyasztásával a vásárlók óvják környezetüket és munkahelyek teremtéséhez járulnak hozzá.

A korábban említett eladóhelyi interjúk során megkérdezett vásárlók javasolták az összes megszokott kommunikációs csatorna, így helyi médiumok használatát (helyi



televízió, újságok, rádió, online portálok, óriásplakátok stb.). Mint kiderült, a pécsi lakosság már rutinos „reklámzabáló” és legtöbbször a legnézettebb, legolvasottabb megjelenési formákból tájékozódik. Az azokban megjelenő reklámok mennyisége miatt ezekben a csatornában nagyon sokat kell költeni az eredményes kommunikációért. Ezért a helyi média nem a legköltséghatékonyabb, eszközeinek használata azonban nem megkerülhető. A médiamix összeállítása természetesen itt is nagyban függ az időzítéstől, a médiumok tulajdonosi viszonyaitól és a kommunikációs költségvetéstől.

Alábbi javaslatainkban pár szóba jöhető egyedi megoldást, rendezvény marketing ötleteket sorolunk fel, melyek egy későbbi marketingkommunikációs terv alapját képezhetik.

- Termelő helyek és termelők bemutatása: a piacon árusító termelő bemutatása hitelessé és emberközelivé teszi a márkát. Könnyebben kialakítható a lojalitás, ha emóciót is belecsempészünk a kommunikációba. A piacnak kialakított honlapon/facebook-on ezeket a bemutatkozó kisfilmeket „lájkolni” lehet és azok különböző aktivitásokkal frissen tarthatók.
- Gyermekek, iskolák bevonása: az egészségesebb, tudatosabb életmódra való nevelést már a gyerekeknél el kell kezdeni, így lehetnek belőlük egészséges testileg és lelkileg egészséges felnőttek. A nagyvárosokban élők közül egyre kevesebb embernek van kapcsolata a növénytermesztéssel, állattartással, a tanulók számára tanórákat vagy osztálykirándulást is lehet szervezni az arra vállalkozó termelőkkel együttműködésben. Fontos a gyerekek bevonása a munkába: korosztálytól függően, az almaszedéstől a befőzésig, az állatok gondozásától a sajt feldolgozásig, számos olyan terület van, amelyben hasznosan és boldogan részt vehetnének és – nem utolsó sorban – segítséget nyújthatnak.
- Ismert emberekkel való kommunikáció: ismert, elsősorban helyi emberek bevonása a kommunikációba hatékonyan segít a Búza téri termelői piac megismertetésében, bevezetésében. A sportolók közül Iványi Dalmát vagy Jakabos Zsuzsát lehet említeni, ismert és helyi kötődésű televíziós személyiség Vujity Tvrtko, vagy Pécs arca Weisz Fanni.
- Helyi cégek bevonása a kommunikációban: a BLOKOM Pécsi Városüzemeltetési és Környezetgazdálkodási Nonprofit Kft., mint környezetvédelemmel is foglalkozó önkormányzati céget, szintén be lehetne vonni a termelői piac népszerűsítésébe. A lakossági számlák kiküldött díjbekérők mellé csatolt hírlevélben a „Pécsi Termelői Piacot” is hatékonyan lehetne népszerűsíteni.
- Önkormányzati termeltetés: más hazai nagyvárosokhoz, településekhez hasonlóan Pécsen is lehetne önkormányzati „termeltetést” indítani. Számos üres telek található a városban, ami parlagon hever, ezeket a területeket a helyi lakosság aktív bevonásával lehetne műveltetni. Az ilyen akcióknak ráadásul jótékony, közösségépítő, bűnmegelőző hatásuk is van. Jóllehet ez a kezdeményezés nem kapcsolódik közvetlenül a termelői piachoz, de ráébresztheti a fogyasztókat a friss zöldség, gyümölcs egyedi ízére,



hosszútávon kialakíthatja az igényt és nem utolsó sorban pedig szebbé teheti Pécsét.

- Az online felületek jelentősége: az EUROSTAT adatai szerint Magyarország 16-74 éves korosztályából a férfiak 60, a nők 56 százaléka majdnem napi rendszerességgel használja az internetet⁴. Ez az aktivitás kedvező a termelői piac szempontjából is, hiszen egy „arculatosított”, attraktív, friss információtartalommal ellátott Búza téri termelői piaci honlapra könnyen rátalálhatnak az érdeklődők. Ezt a felületet a Pécs Holdingnál működő „központi szervező stábnak” kell kezelnie, így is segítséget nyújtva a termelőknek. A honlapon a vásárlók és érdeklődők minden szükséges információt megtalálnak a termelőkről, azok földjeikről, állatairól, hagyományos receptjeiről, stb. Ugyanitt lehetne regisztrálni a programokra, továbbá a felületen a későbbiekben az online rendelés is beindíthatóvá válna. Természetesen a „beszállítói” oldalt is támogatni szükséges ezzel az eszközzel, vagyis kell segíteni azt, hogy aki árusítani szeretne, az könnyen gyorsan fel tudja venni a kapcsolatot a termelői piac fenntartójával. A 4. ábrán két magyarországi jó gyakorlatot mutatunk be illusztrációként.
- Arculat kialakítása: a márka kialakításnál már említettük a név-szimbólum-dizájn kombinációjának fontosságát. Az arculatot kezdetben ezért elsősorban a logó jeleníti meg, amelynek elhelyezése javasolt minden olyan anyagon, amely a fogyasztókkal kapcsolatba kerülhet. A megoldások eladói szinten egyediek lehetnek, azonban a piac egésze vonatkozásában egységesnek kell lenniük. Másik fontos eleme az arculatnak pedig a nyilatkozati rend, amely biztosítja, hogy mindig ugyanattól a személytől származnak a hírek termelői piaccal kapcsolatban.
- USP – az egyedi termékjellemző/terméktulajdonság – meghatározása: kiváló minőségű, helyi termékek piacát, infrastruktúrával rendelkező elárusító helyeket szerte az országban találhatunk, ezért szükséges egyedi jellemvonásokkal felruházni a piacot.
- Véleményünk szerint az általunk hozzáadott személyes értékektől, az emberi tényezőtől lehet ez egyedi (részletek, profizmus).
- Alakítsunk ki „személyiséget” a piacnak.

A fenti eszközök alkalmazása szélesebb körben a „Minőségi fejlesztés” alternatíva megvalósítása esetén kerülhetnek szóba. Ennek bemutatására az 5.4 alfejezetben kerül sor.

⁴Forrás: <http://hirlevel.egov.hu/2014/01/08/vege-a-ferfias-internetnek-magyarorszagon/>. A hozzáférés dátuma: 2014. március 10.

4. ábra: Jó gyakorlatok az online felületek jelentőségének bemutatására.



Forrás: saját gyűjtés.

5.3.5 A Búza téri termelői piac tárgyi elemei

A termelői piac, mint szolgáltatás megfoghatatlan voltából adódik, a hogy helyszínének kialakítása és az ahhoz kapcsolódó tárgyak megjelenése nagy szerephez jut a marketingeszközök között. A termelői piac elárúsító standjait egységes, minőségi kivitelezés jellemzi, a maguk természetességében, abszolút illenek az ott árusított termékekhez és a piac szellemiségéhez.

5. ábra: A Búza téri termelői piac sátras asztalai.



Forrás: saját szerkesztés.

6. ábra: Termelői piac Szombathelyen (balra) és Pécssett (jobbra, „Tüke” piac, KÉK egyesület).



Forrás: saját szerkesztés.

5.3.6 A Búza téri piac emberi tényezői

Mint már említettük, a szolgáltatásoknál, így a termelői piacon is, marketing szempontból meghatározó szerepe van az emberi tényezőnek, mivel a fogyasztó közvetlen kapcsolatba kerül az eladókkal. A kedves, udvarias eladók nélkülözhetetlenek a jó üzletmenethez. A piacon azonban nem „csak” eladókról, hanem termelőkről is beszélünk, így a saját termékük „nagykövetivel” állunk szemben. Az árusokban tehát azt kell tudatosítani, hogy mind megjelenésük, mind megnyilvánulásuk egyaránt befolyásolják nemcsak az ő saját megítélésüket, hanem a termelői piacot, mint „márkát” is.



5.3.7 A Búza téri termelői piac folyamatai

A folyamat jelen esetben a termelői piac „szolgáltatási folyamata” minőségének egyenletes fenntartását jelenti. Az elvárt szokásos minőséget egyértelműen meg kell határozni a piacon értékesítők számára. Ezt a célt jól szolgálja egy ún. Pécsi Termelői Piaci kódex kidolgozása. A dokumentumnak ki kell terjednie a piacon résztvevő termelők körének meghatározásától, a kipakolás folyamatától, a szállító eszközök parolásán keresztül az áru elhelyezéséig, a keletkező hulladék összegyűjtésén át egészen a távozásig minden részletre. Mindig szem előtt kell tartani, hogy nem csak termékeket árusítunk, hanem magát a szolgáltatási folyamatot is értékesítjük termelő és fogyasztó irányában egyaránt.

5.4 Az egyes fejlesztési forgatókönyvek marketingelemei

Az egyes fejlesztési alternatívák bemutatását megelőzően jelezni szükséges, hogy a termelői piac, mint termék kialakulása, marketingjének tudatos felépítése jelenleg kezdeti stádiumban van. A fejlesztési alternatívák függvényében a beavatkozások igen széles pénzügyi határok között képzelhetők el. Az egyes változatok összeállításánál törekedni kell a piac pénzügyi rentábilisának megőrzése.

5.4.1 „Fenntartás” változat

Ezen változat esetében a piac rentabilitásának megőrzése érdekében éves szinten kb. 200 ezer forint költség fordítható marketingkommunikációra. Ennek lehetséges eszközei a következők:

- Fogyasztói oldal: szórólapok, plakátok kivitelezésére tervezésére, illetve a Pécs Holding honlapján, kapcsolat felvételi adatok megadása.
- Beszállítói oldal: telefonos, emailes megkeresés elsősorban a szervezők oldaláról. (Adatbázis, Patrónus Kft.)
- Arculat kialakítására ebben a változatban nem kerül sor.

Ezen változat esetében a piac nyitva tartás a jelenlegi gyakorlatnak megfelelően zajlana: szombatoként 7-12 óráig, áprilistól októberig.

5.4.2 „Minimál fejlesztés”

Ezen forgatókönyv esetén a kommunikációs tevékenységekre fordítható keret 600 ezer forintban határozható meg, mely a fenntartási változathoz képest egy sokkal diverzebb, eszközeit tekintve modernebb kommunikációt tesz lehetővé. Kihasztnálásra kerülnek a város tulajdonában lévő promóciós csatornák, illetve az egyszerűen, kis költséggel megvalósítható fejlesztések.

Fogyasztói oldalt célzó elemek:

- Alkalmazandó „hagyományos” kommunikációs csatornák és eszközök: szórólapok, plakátok kivitelezése, honlap fogyasztói felület, facebook oldal.
- Új eszköz: a városi közműcégek (BIOKOM, Tettye Forrásház) számláihoz kapcsolódó hírlevélben való megjelenés.

Beszállítói oldalt célzó elemek:

- Telefonos megkeresések, elektronikus DM-levelek kiküldése.
- A Pécs Holding honlapján termelői piaci aloldal kialakítása (regisztrációs lehetőség, feltételek, szabályzat, lehetőségek, stb.).
- Arculattervezés: ún. „kis arculat” kialakítása: logó, névjegy, levélpapír, plakátsablon elkészítése.
- A piac tárgyi elemeinek továbbfejlesztése: a sátras asztalokat javasoljuk kiegészíteni egy, a sátorponyva szélét rögzítő kereszttrúdhoz rögzíthető táblával. A tábla egyik részén (egy harmad) szerepelne a termelő neve (és logója), a másik kétharmadnyi területen pedig információk az aktuálisan kínált árukról. A tábla felülete iskolatábla-festékkel lenne bevonva, mely krétával írható. Ez a megoldás már távolról is jól orientálná a vásárlókat, hogy mit hol vásárolhatnak meg (7. ábra).

7. ábra: A termelőt azonosító táblák tervezett elhelyezése a sátras asztalok ponyváján.



Forrás: saját szerkesztés.

A „minimál fejlesztés” változat esetében a nyitva tartási idő nem változna: maradna a heti egyszeri, szombati 7-12 óráig tartó nyitva tartás. Ez a felmérések alapján a vásárlók túlnyomó többségének megfelel. A piaci szezon azonban bővülne: a novembertől márciusig tartó időszakban kísérleti jelleggel feldolgozott-termék piacként működhetne.

5.4.3 „Minőségi fejlesztés”

Ezen forgatókönyv fő célja, hogy a jelenlegi, zömében „gyalogos” távolságra lakó, idősebb fogyasztókat kiszolgáló piacot átpozícionálja egy megbízható, magas minőséget kínáló, igényesen kialakított helyi termék piaccá, mely turisztikai szempontból is vonzerő lehet. Egyúttal szükséges a termelői piacnak a város többi piacától való egyértelmű megkülönböztetése. Ez a változat ad lehetőséget az 5.3 alfejezetben bemutatott eszközök legszélesebb körű alkalmazására. A piac fenntarthatóságának biztosítása érdekében ezen változat esetén összesen 3 millió forintos promóciós költségvetéssel kalkuláltunk, melyhez hozzájön az évi 200 ezer forintos folyamatos működéssel kapcsolatos promóciós tétel.

Alkalmazandó elemek a fogyasztói oldal szélesítésére:

- Szórólapok, plakátok kivitelezése, eljuttatása postaládákba, saját felületeken való kihelyezés a város több pontján.
- Facebook-oldal mellett a Holding honlapján kialakítandó aloldalon fogyasztói felület kialakítása.
- Önkormányzati médiumokban hirdetések elhelyezése, (Pécsi Hírek, Pécsma).

Beszállítói oldal:

- Telefonos megkeresések, elektronikus DM-levelek kiküldése.
- A Pécs Holding honlapján termelői piaci aloldal kialakítása (regisztrációs lehetőség, feltételek, szabályzat, lehetőségek, stb.), aloldal napra kész frissítése.
- PR-filmek/fotók elkészítése a termelőről.
- A „kis arculat” megtervezésén túl a piaci eszközök „arcuatosítása”: „minimál fejlesztés” változatban bemutatott táblák kihelyezésén túl a sátras asztalok ponyvafelületének a termelői piac logójával/feliratával való ellátása. Egységes terítők, árukínálók kialakítása.

8. ábra: Példák egységesen kialakított kínáló felületekre.



Forrás: saját szerkesztés.



A táblafelületeken a termelő neve mellett egy QR (Quick Response) kód szerepeltetését javasoljuk, melyen keresztül a termelői piac honlapján az adott termelőről, annak gazdaságáról kaphatunk információt.

További nem nagy költségigényű, de praktikus megoldás, ha egy-egy „hokedlit”, is elhelyezünk a standok előtt. Ezzel a vásárlók kosarukba pakolását is meg lehetne könnyíteni, de egyúttal lehetőséget adnánk arra is, hogy adott esetben a nézelődők, vásárlók leüljenek és beszélgessenek az árusokkal.

A termelői piac tárgyi elemei azért is kifejezetten fontosak, mert biztosítják azt a kellemes, kulturált környezetet, ahol jól érzi magát a fogyasztó. Ilyen közegben a termékekért magasabb árat is könnyebben fizet, valamint könnyebben elhiszi azt is, hogy itt valódi értéket kap. Végül, de nem utolsó sorban, ha technikai okok miatt átmenetileg költöztetni kell a piacot, a látható „brand” az új helyszínen is felismerhetővé teszi.

Nyitvatartási idő tekintetében fejlesztés esetében javasolt a bővítés: a szombati nyitva tartás kiegészítése egy péntek délutáni 14-18 óra közötti üzemmel áprilistól októberig. A téli időszakban – az előző forgatókönyvhöz hasonlóan – tematikus feldolgozott-termék piacnak adhatna helyet a tér. Emellett az alábbi tematikus piacok megrendezésére teszünk javaslatot:

- helyi gyógynövények frissen és feldolgozva („kerti patika”);
- ünnepekhez kapcsolódó tematikájú piacok (húsvét, karácsony, pünkösd);
- nemzetiségi (sokác, sváb, roma) gasztronómiára fókuszáló kínálat.

A piac kínálata bővíthető még virággal, illetve kertészeti termékekkel, bevonva a Pécs környéki kertészeteket, akiknek kiváló bemutatkozási lehetőséget teremthet a piac.

Magának a piacnak a megszervezésén felül javasoljuk olyan eseményeket szervezését, melyek közvetlen és közvetett módon alkalmasak a fogyasztók és termelők közötti lojalitás erősítésére. Ezekre példák:

- Termelők és termőhelyeik bemutatása: „nyílt nap” szervezése a fogyasztóknak (honlap- regisztrációval);
- Iskolák bevonása: tanórák, kirándulások, szervezése általános iskoláknak, önkéntes munkalehetőség gimnazistáknak;
- Önkormányzati termeltetés.

A programok promóciójához ismert pécsi személyiségek bevonását javasoljuk.

A „minőségi fejlesztés” változat megvalósítása esetén elengedhetetlen a központi menedzsment stáb felállítása, melyre vonatkozóan egy három fős stáb felállítását javasoljuk:

- piacszervező-logisztikus (a piac jelenleginek megfelelő operatív működtetéséért felelős piacszervező);
- kommunikációs: a keresleti oldal elérését célzó akciókat koordináló marketingszakember;

- a termelőkkel való napi szintű kapcsolattartást végző munkatárs: a piac kínálati oldalának biztosítását végző, az áruk minőségét felügyelő szakember.

A stáb tagjai e feladatuk mellett dolgozhatnak a Pécs Holding egyéb projektjein is, azonban a promóciós tevékenység sokoldalúságából fakadóan elengedhetetlen a minél szélesebb szakmai ismeretekkel és tapasztalatokkal rendelkező munkatársak bevonása, akár új emberek felvételével.



6. Pénzügyi elemzés a Búza téri termelői piac üzemeltetésével és fejlesztésével kapcsolatban

6.1 Kiindulási állapot, általános megállapítások

A pénzügyi elemzés vizsgálata eltér a hagyományosnak mondható megvalósíthatósági tanulmánytól, mivel a piac létrehozását, alapinfrastruktúrájának kialakítását nem szükséges vizsgálni, mivel az rendelkezésre áll. A vizsgálat tárgyát a meglévő piaci továbbüzemeltetése, illetve fejlesztése jelenti.

Az egyes változatok bemutatása során figyelembe vettük továbbá, hogy alapvetően jövedelemtermelő tevékenységről van szó, így a pénzügyi elemzés célja a legalább nullszaldós fenntartás bemutatása.

A pénzügyi elemzés során is a következő három változatot szükséges áttekinteni:

1. „Fenntartás”: a piac a jelenlegi formában működik tovább, fejlesztés nem történik;
2. „Minimál fejlesztés”: a piacon a minimálisan szükséges kapacitásfejlesztés kerül megvalósításra;
3. „Minőségi fejlesztés”: a piacon egy nagyobb horderejű fejlesztés kivitelezése, a piac kibővítése a terület maximális kihasználása mellett, új funkciók kialakításával.

Minden esetben az első évben a Pécsi Patrónus Kft. átvállalja a piacszervezési díjak befizetését (ahogy ez meg is történt 2013-ban), így teremtve lehetőséget a termelőknek egy ismerkedési időszakra. A Pécs Holding Zrt. a termelői piac működtetéséhez a múlt évben beszerezte az induláshoz szükséges asztalokat, és azokat biztosítani fogja a piac további fennállása alatt is. A piacot megismerve a vásárlók köre várhatóan bővülni fog, így a piacszervezési díj megfizetését a termelőkre hárítaná az üzemeltető (ahogy jeleztük is, 2014. január 1-től a piacon az árusoknak ezt a díjat már önerőből kell fizetniük).

6.2 „Fenntartás”

Az első variációban a piac szervezésének költségéhez való elárúsítói hozzájárulás a működésre, fenntartásra és esetleges karbantartási munkálatokra lenne tervezve. A probléma ebben az esetben, hogy a későbbi fejlesztések, az esetlegesen bekövetkező nagyobb karbantartási munkák és a pótlások nehézséget okoznak a fenntartónak, illetve azok teljes mértékben őt terhelik.

6.2.1 Beruházási költségek

A vizsgált időszak a 2013-as évtől kezdődik, ebben az évben került kialakításra a piac, a működtetés a helyi termékek megjelenésével kezdődött, és a júniusi időszaktól, amikor a helyi termelők már rendelkeztek áruval, amivel a piacot fel lehetett tölteni. A 2013-as évben a szociális helyiség kérdése a közelben a Pécs Holding rendelkezésére álló helyiséggel oldották meg, azonban 2014-től már nem áll rendelkezésre ez az üzlet, így egy új helyiség kialakítása elengedhetetlen.

1. táblázat: Pénzügyi beruházási költségek a „fenntartás” változat esetén.

Adatok Ft-ban

Megnevezés	Egységár	Mennyiség	2013	2014	Összesen
Sátras asztalok	90 000.- /db	15 db	1 350 000	-	1 350 000
Sima asztalok	20 000.- /db	15 db	300 000	-	300 000
Szociális helyiség kialakítása	800 000.- /db	1 db	-	800 000	800 000
Engedélyek, szakhatósági hozzájárulás	-	-	30 000	-	30 000
Mindösszesen			1 680 000	800 000	2 480 000

Forrás: Pécs Holding adatszolgáltatása alapján saját szerkesztés.

6.2.2 Működési költségek

A működési költségek tekintetében közterület-foglalással nem kell számolnunk. A ténylegesen felmerülő tételek a vizsgált időszak alatt a következők: a piac érdekében működtetett szociális létesítmény költsége, a piac takarítása, a szemétszállítás költsége, az asztalok helyszínre szállítása és összeállítása, valamint a piacfelügyelő bérköltsége.

Mivel működtetési költségek tényadatai a 2013. június és december közötti időszakra száltak és havi bontásban álltak rendelkezésre, a 2014-től tervezett éves szinten április és december közötti működtetésre és a könnyebb összehasonlíthatóságra való tekintettel azokat a szintén 2013. április és december közötti időszakra terjesztettük ki.

2. táblázat: Működési költségek.

Adatok Ft-ban.

Megnevezés / hónap	2013. 04-12. hó átlagosan	Összesen 2013-as év
Szociális létesítmény költsége	2 000	16 000
Takarítás, szemétszállítás	10 000	80 000
Szállítási és szerelési költségek	4 000	32 000
Piacfelügyelő	25 000	200 000

Hirdetési költségek, szórólapok	-	200 000
Összesen		528 000

Forrás: Pécs Holding adatszolgáltatása alapján saját szerkesztés.

A működési költségeket havonta állandónak tekintjük, így az első évre tervezett kiadás a reklám költségei nélkül, összesen 328 000 Ft. Évenként számol az üzemeltető hirdetési és szórólap-költségekkel, összesen 200 000 Ft értékben. A második évben még nem változnak a piac költségei, tekintettel a 2014-es évtől bevezetendő piacszervezési költségekhez való termelői hozzájárulásra és a beszoktatásra. A következő években a költségeket az infláció feletti mértékben tervezzük, legalább 4%-kal növelve. A vásárlói kör optimális esetben bővülni fog, így a szociális létesítmény költsége, a személyszállítás költsége és egyéb járulékos költségek is emelkedni fognak.

6.2.3 Karbantartási költségek

A piac működtetésének elengedhetetlen feltétele az időszakos karbantartási munkálatok megtartása. A beszerzett létesítmények esetében kétévenként szükséges egy festés és az előforduló javítások elvégzése. Ennek becsült költsége 100 000 Ft. Az első karbantartást 2015-ben szükséges elvégezni. A pénzügyi elemzést a tanulmányban hat éven keresztül (2014-2019 között) vizsgáljuk és mutatjuk be. Részletesen a 3. táblázatban.

3. táblázat: Kiadási pénzáram.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pénzügyi beruházási költség	1 680 000	800 000					
Pénzügyi működési költség	528 000	528 000	549 120	571 085	593 928	617 685	642 393
Karbantartási költség	-	-	100 000	-	100 000	-	100 000
Összesen	2 208 000	1 328 000	649 120	571 085	693 928	617 685	742 393

Forrás: Pécs Holding adatszolgáltatása alapján saját szerkesztés.

6.2.4 Bevételek

A bevételek dinamikája 2013-ban úgy alakult, hogy a Pécs Holding és a Pécsi Patrónus Kft. átvállalt minden költséget, így a piacszervezés költségeihez való elárúsítói hozzájárulás megfizetését is. Ezért a termelőknek a bevezetés évében nem volt szükséges semmilyen pénzügyi kötelezettséget vállalnia. Az előrejelzés első évétől (2014-től) kezdődően a díjak befizetésével valósul meg a piac fenntartása, ez az összeg az üzemeltetőknél tartalékot nem képez, így a bevétel

felhasználásra kerül a piac fenntartása érdekében. A karbantartás két évente jelentkező tétel, a piac szervezési díjak hektikus mozgásának elkerülése érdekében felosztásra kerül a rá jutó összeg, így minden év tartalmazza azt.

A „fenntartás” változatban 15 sátras és 15 sima asztal működtetésével kalkulálunk. Becsléseink szerint az egyes évszakokban eltérő kihasználtsággal fog üzemelni a piac. Háromféle ciklust különítünk el: a csúcsidőszak a nyár elejétől az ősz végéig tart, amikor is a piacon a legnagyobb a kínálat és a kereslet. A következő mérsékeltebb időszak a tavaszi, amikor a kínálat szűkebb. A legkevésbé kihasznált időszak pedig a tél, amikor az idényjellegű helyi termékek köre korlátozott. Az asztalok kihasználtsága tekintetében a nyári időszakban közel teljes kihasználtsággal számolhatunk, a tavaszi időszakban a piacon rendelkezésre álló asztalok 75%-át veszik birtokba a termelők, míg a téli időszakban a piac felén lesznek csak árusok. A jelzett kihasználtság mellett a költségek emelkedésének vonatkozásában a díjakat 4%-kal kell emelni, hogy a piac zavartalan működése biztosítva legyen.

A 4. táblázat tartalmazza a piacszervezés költségeihez való termelői hozzájárulás mértékére vonatkozó számítást, míg az 5. táblázatban pedig a tervezett bevételek szerepelnek.

4. táblázat: A piacszervezés költségeihez való termelői hozzájárulás mértéke asztaltípus szerinti.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sátras	700	700	728	757	787	819	852
Sima	500	500	520	541	562	585	608

Forrás: saját szerkesztés.

5. táblázat: Bevételek.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Üzemeltetők hozzájárulása	1 680 000	800 000					
Sátras asztalok díja	348 390	348 390	362 326	376 819	391 891	407 567	423 870
Sima asztalok díja	218 925	218 925	227 682	236 789	246 261	256 111	266 356
Összesen	2 247 315	1 367 315	590 008	613 608	638 152	663 678	690 225

Forrás: saját szerkesztés.

6.2.5 Fenntarthatóság

Fenntarthatósági számításunk az első forgatókönyvre a 6. táblázatban szerepel.

6. táblázat: A „Fenntartás” változat fenntarthatósági vizsgálata

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Pénzügyi beruházási költség	1 680 000	800 000						
2. Pénzügyi működési költség	528 000	528 000	649 120	571 085	693 928	617 685	742 393	-
Kiadási pénzáram (1+2)	2 208 000	1 328 000	649 120	571 085	693 928	617 685	742 393	-
3. Pénzügyi bevétel	567 315	567 315	590 008	613 608	638 152	663 678	690 225	-
Saját forrás (4)	1 680 000	800 000	-	-	-	-	-	-
4. Önerő	1 680 000	800 000	-	-	-	-	-	-
Bevételi pénzáram (3+4)	2 247 315	1 367 315	590 008	613 608	638 152	663 678	690 225	-
Nettó összes pénzügyi pénzáram	39 315	39 315	- 59 112	42 523	- 55 776	45 993	- 52 167	-
Nettó halmozott pénzügyi pénzáram	39 315	78 630	19 518	62 041	6 265	52 258	90	90
NETTÓ ÖSSZES PÉNZÜGYI PÉNZÁRAM	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nettó pénzáram az üzemeltetők támogatása nélküli esetben	-1 640 685	- 760 685	- 59 112	42 523	- 55 776	45 993	- 52 167	-
A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁS NÉLKÜL (FNPV)	-2 479 910		A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁSSAL (FNPV)					
	-2 479 910		90					

Forrás: saját szerkesztés.

A táblázatból jól látszik, hogy a piac üzemeltetése nullszaldós. Az első verzió szerint a városnak társadalmi haszna származik az üzemeltetésből.

6.3 „Minimál fejlesztés”

6.3.1 Beruházási terv és költségek

Ebben a változatban 12 sátras és 3 sima asztal beszerzésével, valamint arculati fejlesztésekkel kalkulálunk, tehát azzal, hogy a piac olyan módon válik népszerűvé a vásárlók között, hogy az kitermeli az infrastruktúra bővítését is. Ezért a piacszervezés költségeihez való termelői hozzájárulás mértéke úgy kerül megtervezésre, hogy a szokásos üzemeltetési és fenntartási költségeken felül egy későbbi piacbővítésre és fejlesztésre is alapot képezzen.

Ahhoz hogy az árusoknak ne legyen megterhelő a hozzájárulás hirtelen növekedése, 2014-től kezdődően szükséges az emelt összeg alkalmazása. Tekintve az egységes arculatot, a bővülő piacteret, az asztalok számának növekedését, ezáltal a termelők számának bővülését, az egyre szélesebb körű ismertséget, a díjak tekintetében bevezetendő összeget elegendő 4%-kal emelni a későbbi években. Ezért ennek a forgatókönyvnek a számításaiban a 7. táblázatban található tarifákkal számolunk.

7. táblázat: A piacszervezés költségeihez való termelői hozzájárulás mértékének alakulása asztaltípusonként a „minimál fejlesztés” változat esetében.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sátras	700	750	780	811	844	877	912
Sima	500	550	572	595	619	643	669

Forrás: saját szerkesztés.

A fejlesztés a piac megismerése és népszerűsítése után kezdhető, így a harmadik évben, azaz 2015-ben kezdődne a bővítés, majd évente a megadott számban kerülnének beszerzésre az asztalok és egyéb elemek. A népszerűsítés érdekében kialakításra kerülne 2014-ben egy egységes arculat is a sátras asztaloknál, illetve a hirdetésekénél. További marketingtevékenység is szükséges, így erre a célra is elő kell irányozni költségeket (a részleteket l. az 5.4.2 alfejezetben).

Az időjárási körülmények kivédésére jobban hasznosítható sátras asztalok beszerzése kerül előtérbe, majd a következő években a sima asztalok köre is bővítésre kerül. A 8. táblázat részletesen, éves bontásban tartalmazza az említett beszerzéseket.

8. táblázat: Asztalok beszerzése („minimál fejlesztés”).

Adatok Ft-ban.

Megnevezés	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sátras asztal beszerzése (db)	15	0	2	2	2	3	3
Sima asztal beszerzése (db)	15	0	1	1	1	0	0
Asztalok száma							
Sátras	15	15	17	19	21	24	27
Sima	15	15	16	17	18	18	18

Forrás: saját szerkesztés.

9. táblázat: A „Minimál fejlesztés” pénzügyi igénye.

Adatok Ft-ban.

Megnevezés	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Összesen
Sátras asztal beszerzése (db)	15	0	2	2	2	3	3	
Sima asztal beszerzése (db)	15	0	1	1	1	0	0	
Sátras asztalok 90 000.- /db	1 350 000	-	180 000	180 000	180 000	270 000	270 000	2 430 000
Sima asztalok 20 000.- /db	300 000	-	20 000	20 000	20 000	-	-	360 000
Szociális helyiség kialakítása 800 000.- Ft	-	800 000						800 000
Egységes arculat kialakítása	-	400 000	-	-	-	-	-	400 000
Engedélyek, szakhatósági hozzájárulás	30 000	-						30 000
Mindösszesen	1 680 000	1 200 000	200 000	200 000	200 000	270 000	270 000	4 020 000

Forrás: saját szerkesztés.

A második verzió számítása során tervezett működési költségeket a beszerzésekkel párhuzamosan szükséges emelni, az emelés mértéke 5,5%-os évente. Így az asztalok számának folyamatos, minimális bővítése lényegesen nem emeli a kiadásokat. Az asztalok hosszútávú üzemeltetéséhez elengedhetetlen a karbantartás: a beszerzendő asztalok bővítése a karbantartási összegeket is emeli. A marketingköltségek közül az egységes arculat kialakítására tervezett összeget a beszerzések között szerepeltetjük. Ennek fejlesztésére 2014-ben kerülne sor (400 000 Ft). A piac népszerűsítésére a működési költségek között számolunk kezdetben 200 000 Ft-tal évente, majd a megadott 5,5%-os emelésekkel.

10. táblázat: A „Minimál fejlesztés” változat kiadási pénzáramai.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pénzügyi beruházási költség	1 680 000	1 200 000	200 000	200 000	200 000	270 000	270 000
Pénzügyi működési költség	528 000	528 000	557 040	587 677	619 999	654 099	690 075
Karbantartási költség	-	-	100 000	-	150 000	-	200 000
Összesen	2 208 000	1 728 000	857 040	787 677	969 999	924 099	1 160 075

Forrás: saját szerkesztés.

6.3.2 Kihasznátság és bevételek

Az asztalok kihasználtságánál az első változatban megadott százalékos értékekkel számolunk, azzal, hogy a bővítés során sem fog csökkeni, így a piacszervezési hozzájárulásokból származó bevételek is emelkednek.

11. táblázat: A „Minimál fejlesztés” változat bevételei.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Üzemeltetők hozzájárulása	1 680 000	1 200 000					
Sátras asztalok díja	348 390	373 275	439 967	511 397	587 837	698 686	817 463
Síma asztalok díja	218 925	240 818	267 147	295 197	325 064	338 067	351 590
Összesen	2 247 315	1 814 093	707 114	806 594	912 901	1 036 753	1 169 053

Forrás: saját szerkesztés.

6.3.3 Fenntarthatóság

Fenntarthatósági számításunk a „minimál fejlesztés” alternatívára a 12. táblázatban található.

12. táblázat: Fenntarthatósági számítás a második forgatókönyvre.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Pénzügyi beruházási költség	1 680 000	1 200 000	200 000	200 000	200 000	270 000	270 000	
2. Pénzügyi működési költség	528 000	528 000	657 040	587 677	769 999	654 099	890 075	-
Kiadási pénzáram (1+2)	2 208 000	1 728 000	857 040	787 677	969 999	924 099	1 160 075	-
3. Pénzügyi bevétel	567 315	614 093	707 114	806 594	912 901	1 036 753	1 169 053	-
Saját forrás (4)	1 680 000	1 200 000	-	-	-	-	-	-
4. Önerő	1 680 000	1 200 000	-	-	-	-	-	-
Bevételi pénzáram (3+4)	2 247 315	1 814 093	707 114	806 594	912 901	1 036 753	1 169 053	-
Nettó összes pénzügyi pénzáram	39 315	86 093	- 149 926	18 917	- 57 098	112 654	8 978	-
Nettó halmozott pénzügyi pénzáram	39 315	125 408	- 24 519	- 5 602	- 62 700	49 954	58 931	58 931
NETTÓ ÖSSZES PÉNZÜGYI PÉNZÁRAM	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nettó pénzáram az üzemeltetők támogatása nélküli esetben	-1 640 685	-1 113 908	- 149 926	18 917	- 57 098	112 654	8 978	-
A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁS NÉLKÜL (FNPV)	A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁSSAL (FNPV)							
-2 821 069	58 931							

Forrás: saját szerkesztés.

6.4 A „Minőségi fejlesztés” forgatókönyv pénzügyi megvalósítása Európai uniós források igénybe vételével

6.4.1 Beruházási terv és költségek

Ebben a változatban történne a legnagyobb beruházás és a piac teljes kibővítése. 2014-ben a piac területének maximális kihasználásának érdekében beszerzésre kerülne 50 sátras asztal. Az értékesítés után visszamaradt árukészlet raktározásához kialakításra kerülne egy pincehelyiség. Hűthető termékek értékesítéséhez a területen 2 büfékocsi és újabb 2 büfékocsi az úgynevezett „lacikonyhás” étkezéshez kerülne beüzemelésre. Egyéb termékek értékesítéséhez 6 mobil téliesíthető faház állítanának fel. A kiszolgáló épületek is egyben kerülnének felépítésre, itt kerülne kialakításra a szociális helyiségek, irodák, értéktárolás, adatrögzítés és gombavizsgálat területei.

Tekintve a nagyobb mennyiségű árusítóhelyeket, az egységes arculat kialakításához nagyobb pénzügyi befektetésre lesz szükség, azonban ez is 2014-ben kerülne beszerzésre és kialakításra, ehhez betervezésre kerül 3 000 000 Ft.

13. táblázat: A harmadik verzió beruházás igénye.

Adatok Ft-ban.

Megnevezés	2013	2014	Összesen:
Sátras asztal beszerzése (db)	15	50	
Sátras asztalok 90 000.- /db	1 350 000	4 500 000	5 850 000
Sima asztalok 20 000.- /db	300 000	-	300 000
Pince kialakítása		10 500 000	10 500 000
2 db büfékocsi "lacikonyha"		6 200 000	6 200 000
6 téliesíthető mobil faház		7 200 000	7 200 000
2 db büfékocsi "hűthető termékekhez"		7 800 000	7 800 000
Kiszolgáló épület és tér rendezés		10 400 000	10 400 000
Egységes arculat kialakítása és egyéb kommunikációs eszközök beszerzése	-	3 000 000	3 000 000
Mindösszesen	1 650 000	49 600 000	51 250 000

Forrás: Pécs Holding Zrt. és Pécsi Patrónus Nonprofit Kft. adatszolgáltatása alapján saját szerkesztés.

A beruházási költségek jelentős mértékben emelkedtek az első két verzióhoz képest, amit az üzemeltetők nem is tudnak előteremteni, így az csak akkor valósulhat meg, ha ezeknek a költségeknek a fedezetére EU-források bevonására kerül sor. Ennek részletes bemutatását tartalmazza a 6.4.5 alfejezet.

6.4.2 Működési és karbantartási költségek

A 2013-as év hasonlóan alakul, mint a másik két variáció esetében, így a működési költségek esetében a kiindulás alapja szintén ugyanaz. 2014-től a nagy beruházás, a piac üzemeltetéséhez szükséges munkaerőtöbblet, a terület tisztántartása és felügyelete jelentős többletkiadást okoz, illetve a karbantartási költségek is megemelkednek.

14. táblázat: A „minőségi fejlesztés” verzió pénzügyi kiadásai.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pénzügyi beruházási költség	1 650 000	49 600 000					
Pénzügyi működési költség	528 000	1 320 000	1 392 600	1 469 193	1 549 999	1 635 249	1 725 187
Karbantartási költség	-	-	100 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Összesen	2 178 000	50 920 000	1 492 600	1 619 193	1 699 999	1 785 249	1 875 187

Forrás: saját szerkesztés.

6.4.3 Kihasznátság és bevételek

A hirtelen létrehozott nagymennyiségű árusítóhely kihasznátsága a vizsgált időtávban az óvatosság miatt elmarad a korábban bemutatottakétól, így 10%-os kihasznátság csökkenéssel számolunk, azonban a megnövekedett asztalok számát tekintve így is a piac egy jelentős növekedésen megy keresztül.

A tervezett bevételek a piacszervezési díjakból jelentősen növekednek.

15. táblázat: A „Minőségi fejlesztés” forgatókönyv pénzügyi bevételei.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Üzemeltetők hozzájárulása	1 650 000	-					
Sátras asztalok díja	373 275	1 350 863	1 404 897	1 461 093	1 519 537	1 580 318	1 643 531
Síma asztalok díja	229 871	203 096	211 220	219 669	228 456	237 594	247 098
Összesen	2 253 146	1 553 959	1 616 117	1 680 762	1 747 992	1 817 912	1 890 628

Forrás: saját szerkesztés.

6.4.4 Fenntarthatóság

16. táblázat: A „Minőségi fejlesztés” változat fenntarthatósági számításai.

Adatok Ft-ban.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. Pénzügyi beruházási költség	1 650 000	49 600 000						
2. Pénzügyi működési költség	528 000	1 320 000	1 492 600	1 619 193	1 699 999	1 785 249	1 875 187	-
Kiadási pénzáram (1+2)	2 178 000	50 920 000	1 492 600	1 619 193	1 699 999	1 785 249	1 875 187	-
3. Pénzügyi bevétel	603 146	1 553 959	1 616 117	1 680 762	1 747 992	1 817 912	1 890 628	-
4. EU támogatás		42 160 000						
Saját forrás (5)	1 650 000	7 440 000	-	-	-	-	-	-
5. Önerő	1 650 000	7 440 000	-	-	-	-	-	-
Bevételi pénzáram (3+4+5)	2 253 146	51 153 959	1 616 117	1 680 762	1 747 992	1 817 912	1 890 628	-
Nettó összes pénzügyi pénzáram	75 146	233 959	123 517	61 569	47 994	32 663	15 441	-
Nettó halmozott pénzügyi pénzáram	75 146	309 105	432 622	494 191	542 185	574 848	590 289	590 289
NETTÓ ÖSSZES PÉNZÜGYI PÉNZÁRAM	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Nettó pénzáram az üzemeltetők támogatása nélküli esetben	-1 574 854	-49 366 041	123 517	61 569	47 994	32 663	15 441	-
A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁS NÉLKÜL (FNPV)	-50 659 711		A TELJES PROJEKT PÉNZÜGYI NETTÓ JELENÉRTÉKE A HOZZÁJÁRULÁSSAL (FNPV)					
	-50 659 711		590 289					

Forrás: saját szerkesztés.



6.4.5 Uniós források bevonásának lehetőségei

Az Európai Unió 2014-2020-as programozási időszakában több operatív program is lehetőséget nyújt a harmadik fejlesztési változat megvalósítására. Tekintettel arra, hogy a programdokumentumok Európai Bizottság általi jóváhagyására jelen tanulmány összeállításakor még nem került sor, így az alábbi finanszírozási lehetőségek a rendelkezésre álló programdokumentum-tervezeteken alapulnak.

Az forrásbevonás szakmai és pénzügyi feltételeit a végleges operatív programokon kívül a majdan elfogadásra kerülő nemzeti jogszabályok, pályázati kiírások, illetve az egyes támogatási konstrukciókra vonatkozó végrehajtási szabályok fogják meghatározni. Mivel ezek jelenleg nem állnak rendelkezésre, az egyes alapokra vonatkozó „főszabály” szerinti társfinanszírozási rátát vesszük alapul, az önerőt viszont (nem ismerve a leendő kormányzati társfinanszírozási kondíciókat) teljes egészében a kedvezményezett (az önkormányzat vagy a Pécs Holding) költségének tekintjük.

A Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP) ötödik prioritástengelyén (közösségi szinten irányított várostérségi helyi fejlesztések) belül található első specifikus célkitűzés (város-vidék együttműködést és a városok közösségvezérelt fejlesztését erősítő helyi gazdaság- és településfejlesztés) előirányozza a helyben termelt és értékesített termékek arányának növelését. E célból javasolja a helyi termelés és értékesítés infrastrukturális, termelői és fogyasztói feltételeinek támogatását. Ezek a fejlesztések kapcsolódhatnak Pécs Megyei Jogú Város integrált településfejlesztési projektjeihez is, így hozzájárulhatnak a közösségi terek megújításához, a lakónépesség egészségi állapotának megőrzéséhez, valamint a város-vidék kapcsolatának erősítéséhez is. A TOP tehát elsősorban a termelői piacokkal kapcsolatos infrastrukturális fejlesztéseket irányozza elő, jellemzően nem domborítja ki azokat a fejlesztéseket, amelyek a piacok szolgáltatás jellegére vonatkoznak.

A Vidékfejlesztési Program (VP) a rövid ellátási lánc tematikus alprogramja az együttműködés, a helyi gazdasági fejlesztés, valamint a termelők és a fogyasztók közötti szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatok iránt elkötelezett, kevés számú gazdasági szereplő által alkotott ellátási láncok fejlesztésével foglalkozik. A hagyományos és az újraélesztett rövid ellátási láncok kialakítását, szervezését, promócióját, a termelői részvétel és felkészültség erősítését tűzi ki célul. Ennek érdekében elsősorban a termelői együttműködések erősítését, a fogyasztói bizalom növelését, az élelmiszerbiztonság szempontjainak nyomon követését, a rövid ellátási láncok szervezőinek tudástranszferét, innovációs tevékenységük támogatását irányozza elő. A VP által társfinanszírozandó fejlesztések alapvetően szolgáltatásfókuszúak: hangsúlyos elemük a termelői piacok mögött álló kapcsolati háló erősítése, a termelők együttműködésének erősítése, a termelői-vásárlói kapcsolatok gondozása, bizalomépítés, valamint a célzott és hatékony marketing, ideértve a nagyobb léptékű kampányokat is. Ami a VP-n belüli a beruházási elemeket illeti, jellemzően a vidéki térségekben (120 fő/km² népsűrűség alatt) adott a lehetőség a kereskedelmi és logisztikai infrastruktúra fejlesztése (raktárak, piacok kialakítása, felújítása stb.).

A fentiek figyelembe vételével javasoljuk, hogy Pécs Megyei Jogú Város 2014-2030 közötti városfejlesztési koncepciójával összhangban, a Pécs Holdinggal

együttműködésben dolgozza ki azokat a Búza téri termelői piacra épülő projekteket, amelyek (adott esetben egy nagyobb városi programcsomag részeként) benyújthatók jellemzően a TOP, az eltérő megfelelőségi kritériumok miatt pedig kisebb mértékben pedig a VP leendő pályázati felhívásaira.

A „minőségi fejlesztés” forgatókönyve ambiciózus, komplex fejlesztést tesz lehetővé, amelyhez a város pályázati aktivitása mellett a szükséges önerő előteremtésére is szükség van. Tekintettel arra, hogy uniós forrásból csak fejlesztés, fenntartási költségek nem finanszírozhatók, a 13. táblázat adatait érdemes alapul venni a leendő projekt beruházási elemeinek meghatározásakor. A további költségelemek esetében a következő, jelentős egyszerűsítésekkel élünk:

- A projekt előkészítésére és menedzsmentjére egyaránt a költségvetés 10-10%-át alakítottuk, mely részben személyi, részben külső menedzsmentkapacitások igénybe vételét jelenti.
- Az adminisztratív költségek tervezésénél a menedzsmentköltségekre vetített 20%-os arányt vettük alapul, mely az uniós társfinanszírozású projektekben jellemzően az átalány-elszámolás felső határa.

A modellszámítást tartalmazza a 17. táblázat. Ez alapján a teljes projektméret mintegy 65,7 millió forintot tenne ki, melyből maximum 55,8 millió forint fedezhető uniós társfinanszírozásból, melyet közel 10 millió forint saját erő egészít ki.

17. táblázat: Modellszámítás a beruházási projekt uniós társfinanszírozására.

	Költségkategória	Összeg (Ft)
1.	Előkészítési költségek	6 570 513
2.	Projektmenedzsment	6 570 513
3.	Eszközbeszerezés	27 350 000
4.	Építés	20 900 000
5.	Kommunikációs költségek	3 000 000
6.	Adminisztratív költségek	1 314 103
	Összesen	65 705 128
	Ebből EU-támogatás (85%)	55 849 359
	Saját erő (15%)	9 855 769

Forrás: saját szerkesztés.

Tekintettel arra, hogy a piac bevételtermelő beruházás, a társfinanszírozás mértéke várhatóan elmarad a 85%-os alapértelmezett rátától, így a végleges EU-hozzájárulás összege kevesebb lesz. Ezt csökkenthetik esetleges kormányzati önerő-kiegészítési megoldások.

6.5 A három fejlesztési változat összevetése, következtetések

Az előzőekben bemutatott számítások alapján és a táblázatok összehasonlításakor egyértelműen elmondható, hogy amennyiben az üzemeltetők pénzügyi forráshoz



jutnak pályázat útján, akkor a 3. verzió kialakítása a legjobb választás. A támogatás nélkül egyértelműen kijelenthető, hogy a második, fejlesztésorientált változat a jobb választás. Előnye, hogy kialakításra kerül egy egyre bővülő, széles körben ismert és egységes arculattal rendelkező piac, valamint az, hogy a város kezdeti tőkebefektetése hosszú távon megtérül.

Tekintettel arra, hogy az uniós társfinanszírozás rendelkezésre állásának időpontja kérdéses (legkorábban a 2016-os esztendőben lehet reális a projekt megkezdése), elképzelhető megoldás lehet egy, a „minimál fejlesztés” és a „minőségi fejlesztés” opciók ötvözetéből adódó megoldás.

Mivel a „minimál fejlesztés” nem igényel külső forrást, a 2014-2015-re tervezett tevékenységek önerőből megvalósíthatók. Ezzel csökkenthető a „minőségi fejlesztést” lehetővé tevő leendő projekt mérete, így a szükséges önerő mértéke is. Az erre vonatkozó számításokat az önkormányzati döntést követően érdemes elvégezni.



7. A fenntarthatóság egyéb aspektusainak vizsgálata

A gazdasági-pénzügyi fenntarthatóság kérdését a 6.2-6.4 fejezetekben már vizsgáltuk. Ez alapján kijelenthető, hogy a mindhárom vizsgált változat gazdaságilag fenntarthatónak tekinthető.

A környezeti fenntarthatóság kérdését a piac üzemeltetésének szélesebb kontextusában érdemes vizsgálni. A piac célja a térség helyi termelői által termelt termékek piacra juttatásának segítése. A piac kínálati oldali célcsoportját a kistermelők alkotják. Ezen csoportra jellemző a kis mennyiségben, hagyományos módszerekkel előállított termékek nagy aránya, mely sok esetben minimális vegyszer-felhasználással és minimális gépesítés, dominánsan kézi munka alkalmazásával jár, így az iparosított mezőgazdasághoz és élelmiszeriparhoz képest sokkal kedvezőbb széndioxid-kibocsátással jár. A helyi termékek fogyasztásának ösztönzése hozzájárul a fogyasztók (a piac kereslet oldali célcsoportja) környezettudatosságának növeléséhez. A piacon vásárló fogyasztók – ahogy azt a 2013-ban készült felmérés kimutatta – között nagy számban található olyanok, akik kifejezetten az ott árult termékek egészséges, környezetbarát volta miatt választják a piacot. Amennyiben a projekt megvalósul és a piac forgalma nő, a keresleti oldalon is nő a környezettudatos vásárlók aránya. Róluk feltételezhetjük, hogy életmódjukat tekintve egyéb területeken is a környezettudatos megoldásokat részesítik előnyben. Ezzel összességében a projekt kifejezetten Pécs és környezete fenntartható fejlődése irányába tett jelentős lépésnek tekinthető.

A Pécs környéki helyi termelők, mint célcsoport tagjai számos esetben hátrányos helyzetű vidéki településeken élnek, számukra az élelmiszertermelés megélhetési lehetőséget nyújt, vagy hozzájárul jövedelmük kiegészítéséhez. A helyi élelmiszertermelés, mint életmód pozitív mintául szolgálhat a vidéki települések nagy számú inaktív lakója számára is, melynek következtében többen dönthetnek a termelésbe való bekapcsolódás mellett. Ezáltal nő a piac kínálata, mely további helyi keresletet generálhat. Mindez fokozza a Pécs környéki települések népességmegtartó erejét, előmozdítja a helyi gazdasági és társadalom fejlődését, áttételesen javítja a közbiztonságot. Ezáltal csökken a Pécsre, mint régióközpontra, illetve egyéb régió kívüli elvándorlási célpontokra gyakorolt migrációs nyomás, egyúttal az elvándorlás is a térségből. Mindezek a szempontok a projekt társadalmi értelemben vett fenntarthatóságát támasztják alá.

8. A termelői piaccal kapcsolatos kockázatok elemzése

A kockázatelemzés célja, hogy bemutassa azokat a külső tényezőket, melyek a projekt végrehajtásának sikerére hatással lehetnek. A kockázatok beazonosítása mellett osztályozzuk azokat bekövetkezési valószínűségük, illetve a projektre gyakorolt hatásuk szempontjából.

Az elemzés során a következő kockázatokat vizsgáljuk:

- Külső kockázatok: műszaki, jogi, társadalmi, gazdasági.
- Belső kockázatok: helyi politikai, intézményi-üzemeltetési, pénzügyi.

8.1 Műszaki kockázatok

A megvalósíthatósági tanulmányban javasolt műszaki megoldások nem kívánnak speciális technológiát, nagy értékű eszközökbe való befektetést, illetve speciális szakértelmet. Ennek megfelelően a műszaki kockázatokat nem tekinthetjük meghatározónak.

18. táblázat: Műszaki kockázatok

Kockázat típusa	Leírás	Bekövetkezés valószínűsége	Hatása	Javaslat a kockázat kezelésére
Műszaki	Alkalmazandó eszközök nem beszerezhetők, illetve működtethetők.	Alacsony	Alacsony	Nem foglalkozunk vele.

Forrás: saját szerkesztés.

8.2 Jogi kockázatok

A megvalósíthatósági tanulmány által vizsgált termelői piac a 2005. évi CLXIV. törvény 2. §-a által meghatározott kritérium mentén működtetett piacra vonatkozik. Ezen jogszabály értelmében termelői piacon a piac 40 km-es körzetében, vagy az adott megyében működő gazdaságokból származó mezőgazdasági és élelmiszeripari termékekkel lehet megjelenni. A termelői piacot, mint kategóriát a 2011. évi CXXXV. törvény vezette be, 2012 elejétől hatályos. A jogszabályi változás célja a kistermelők támogatása, szélesebb bevonása a helyi élelmiszertermelésbe, ezáltal a helyi élelmiszertermelés mennyiségének növelése.



A termelői piac működtetését tekintve a hagyományos piactól abban különbözik, hogy a kereskedelmi hatóság által kiadott vásár- és piacüzemeltetési engedély helyett a kereskedelmi hatóságnak való bejelentést követően működtethető.

Politikai változások, illetve a vidékfejlesztési politika prioritásainak megváltozásával a jogszabály módosítása nem kizárható, mely adott esetben jelentheti a termelői piacokkal szemben támasztott feltételek szigorítását is. Ez esetben a termelői piacokkal szembeni preferencia, mint jogalkotói szándék megszűnéséről beszélhetünk. Tekintettel arra, hogy a Búza téri piac rendelkezik a hagyományos piacokra előírt engedélyekkel, az esetleges jogi változások a piac működését közvetlenül nem érintik.

19. táblázat: Jogi kockázatok.

Kockázat típusa	Leírás	Bekövetkezés valószínűsége	Hatása	Javaslat a kockázat kezelésére
Jogi	A termelői piacokkal szemben támasztott jogi-adminisztratív feltételek kedvezőtlen változása.	Alacsony	Alacsony	A piac a jelenlegi formában is megfelel a hagyományos piacokkal szemben támasztott követelményeknek.

Forrás: saját szerkesztés.

8.3 Társadalmi-gazdasági kockázatok

Tekintettel arra, hogy a társadalmi és gazdasági kockázatok szorosan összefüggnek, ezt a két kategóriát érdemes együtt vizsgálni. Pécs Megyei Jogú Város lakossága folyamatosan csökken. A lakosságszám-csökkenés oka a negatív reprodukciós adatokon kívül a jelentős elvándorlás. A népességcsökkenés következtében folyamatosan csökken a város és környékének vásárlóereje.

Bár a piac a város központjában (Búza tér) működik és termékkínálatával elsősorban a magasabb státuszú, helyi családokat célozza meg, a piaci indítását követő periódusban fő célcsoportját a tér vonzáskörzetében élők jelentik. Számukra kényelmi bevásárlási megoldást nyújt hétvégenként, ezáltal el tudják kerülni a szélesebb választékot kínáló, de nagyobb utazással megközelíthető piacokat. A Búza tér a belváros keleti peremén található. Elérhetősége bár a nagyobb vásárlóerővel rendelkező városrészekből közösségi közlekedéssel megoldott, az egyéb piacok elérhetőségével összehasonlítva rosszabb. A keleti városrész magterületéről a megközelítés bár jobb, szintén nem versenyképes a vonzóbb árakkal operáló, jobban elérhető diszkontáruházakkal és hipermarketekkel (Budai Vám – Zsolnay Vilmos út) szemben. Ennek megfelelően cél a piac jelenlegi

célcsoportjának bővítése a magasabb státuszú, nagyobb vásárlóerővel rendelkező társadalmi csoportok irányába.

20. táblázat: Társadalmi-gazdasági kockázatok.

Kockázat típusa	Leírás	Bekövetkezés valószínűsége	Hatása	Javaslat a kockázat kezelésére
Társadalmi-gazdasági	A vásárlóerő további csökkenése Pécs térségében.	Magas	Nagy	Mivel a piac kialakítása nem igényel komoly infrastrukturális fejlesztést, a piac kapacitása könnyen igazítható az igényekhez.
	A szélesebb értelemben vett keleti városrész tartós leszakadása, szegregátummá változása.	Közepes	Nagy	Szükséges a piac pontosabb pozicionálása: magas minőséget kínáló helyitermék-piacként, ezáltal a piac vonzaskörzetének kiterjesztése.

Forrás: saját szerkesztés.

8.4 Helyi politikai és intézményi-üzemeltetési kockázatok

A pécsi termelői piac kialakítására vonatkozó elképzelés realizálásában több intézmény vesz részt. A város önkormányzatának célja a belváros keleti részének piaccal való ellátása. A Pécsi Városfejlesztési Nonprofit Zrt. – a Central Markets – projekt keretében a piacok városfejlesztő szerepét vizsgálja, a termelői piac kialakítását egy szélesebb kontextusban tekinti át. A Pécs Patrónus Nonprofit Kft. célja a helyi termelők bevonása a helyi élelmiszer-kereskedelembé, illetve a helyi termékek nagyobb arányának elérése a városi közétkeztetésben. A városhoz köthető kezdeményezésen kívül több civil kezdeményezés (az MKÉ és a KÉK gondozásában) is működik a városban helyitermék-piaci időszakos működtetésére.

A pécsi piacok üzemeltetője a Pécs Holding. A vagyongazdálkodó cég vásár- és piacüzemeltetési csoportja látja el valamennyi piac működtetésével kapcsolatos feladatokat, erre egy igen limitált piacfelügyelői kapacitással rendelkezik. A pécsi helyi termelői piac bevezetése összetett szervezési és promóciós feladatot igényel, mely – elsősorban kezdetben – a fenntartói-működtetői szemléletű menedzsmenten túl innovatív, kreatív megközelítést igényel. Ezen funkciók ellátása belső kapacitásfejlesztéssel, illetve külső megbízás létesítésével lehetséges. Előbbi alatt értjük azt a korábban többször is említett „központi szervező stábot”, akik a Búza téri termelői piaccal kapcsolatban jelzett feladatok koordinálását látnák el. A tervezésnek

azonban határt szab az üzemeltető, illetve végső soron a város forrásainak szűkössége.

21. táblázat: Helyi politikai és intézményi-üzemeltetési kockázatok.

Kockázat típusa	Leírás	Bekövetkezés valószínűsége	Hatása	Javaslat a kockázat kezelésére
Helyi politikai	A város vezetése a piac kérdésében megosztott marad, a kezdeményezés támogatása elakad.	Közepes	Nagy	Megfelelő előkészítettségű projekt kidolgozása rövid határidővel, mely megfelelően alátámasztja a kezdeményezés létjogosultságát, ezáltal csökkenti a politikai bizonytalanságot.
Intézményi-üzemeltetési	Nem valósul meg a piac kialakításában részfeladatot vállaló szervek hatékony együttműködése.	Közepes	Nagy	Szükséges a piac kialakításakor a nemzetközi jó gyakorlatok (Central Markets projekt) figyelembe vétele, a piacra, mint a város fejlődését katalizáló intézményre kell tekinteni, ehhez illeszkedő koordinációt kell alkalmazni.
	A piaci operatív működtetéséért felelős szerv nem képes biztosítani a piac bevezetéséhez szükséges humánkapacitást.	Közepes	Nagy	A kreatív-promóciós funkciók ellátásra külső szakértői team bevonása. A Pécs Holding esetében a „központi szervező stáb kialakítása”.

Forrás: saját szerkesztés.

8.5 Pénzügyi kockázatok

A 4. fejezetben bemutatott pénzügyi terv által vizsgált három opció konzervatív, realista szemléletű, a beruházási elemek visszafogottak, a fenntartás költségei igen

szerény mértékűek. A pénzügyi kockázatok között elsősorban a korábban már vizsgált szempontokkal összefüggésben hozható kockázatokkal számolhatunk: mivel 2014-től az árusítás helypénzköteles, ez az árusok számának visszaesésével járhat, ezáltal a tervezett helypénz-bevétel elmarad. A pénzügyi kockázatok között szerepeltethető továbbá az infláció növekedése.

22. táblázat: Pénzügyi kockázatok

Kockázat típusa	Leírás	Bekövetkezés valószínűsége	Hatása	Javaslat a kockázat kezelésére
Pénzügyi	A kereslet visszaesése miatt termelők által fizetett hozzájárulásból származó bevétel elmarad a tervezettől.	Közepes	Nagy	Amennyiben a visszaesés nem jelentős, megoldás lehet a hozzájárulás kismértékű emelése. Nagyobb visszaesés esetén szükséges a harmadik évben tervezett beruházások volumenének módosítása, illetve a piac jobb pozicionálása, vonzóbbá tétele, elérhetőségi viszonyainak javítása.
	Uniós társfinanszírozás bevonása nem valósul meg.	Közepes	Nagy	A „minőségi fejlesztés” elhalasztása, a „minimál fejlesztés” megvalósítása.
	Infláció növekedése.	Alacsony	Közepes	Az infláció növekedése a beruházási költségek emelkedését vonja maga után. Emiatt szükséges az elárusítók által fizetett hozzájárulás összegének emelése.

Forrás: saját szerkesztés

A fent bemutatott eltérő típusú kockázatok a Búza téri piac mindhárom forgatókönyve kapcsán értelmezhetők. A pénzügyi számításokba való beépítésük azonban további elemzést igényel, amelyre abban az esetben van szükség, ha konkrét finanszírozási forrás igénylése érdekében, konkrét műszaki tartalom mentén kidolgozott pályázat készül. Ezért véleményünk szerint jelen stádiumban elégséges ezen kockázatok rövid-tömör számbavétele.



9. Összefoglalás és javaslatok

A Central Markets projekt keretében 2013-ban készített felmérés alátámasztotta a Búza téri termelői piac létjogosultságát: már a kísérleti jelleggel megrendezett piacot is komoly érdeklődés övezte, a résztvevők körében végzett lekérdezés magas fokú elégedettséget mutatott a vásárlók részéről mind a piac koncepciójával, mind helyszínével kapcsolatban. Így mindenképpen érdemes a piac fejlesztésének továbbgondolása – figyelembe véve az önkormányzat és az elárusítók teherviselési képességét, valamint a bevonható uniós forrásokat.

A piac fejlesztésére bemutatott három alternatíva esetében elmondható, hogy a „minimál fejlesztés” a piac működtetése során kigazdálkodható, így az önkormányzat azt akár önerőből is megvalósíthatja.

A piac jelenlegi célcsoportját a környéken lakó idősök alkotják elsősorban. Ahhoz, hogy a Búza téri piac egy vonzó, magas minőséget nyújtani képes, adott esetben turistaattrakcióként is értelmezhető kereskedelmi szolgáltatássá váljon, elkerülhetetlen annak „minőségi fejlesztése”, mely együtt jár annak átpozicionálásával, a vásárlói célcsoport kibővítésével.

A helyi termékek kereskedelmének fejlesztése a rendelkezésre álló uniós forrásokból megvalósuló operatív programok tervezeteinek ismeretében támogatandó lesz a 2014-2020-as programozási időszakban, mely kiváló lehetőség a piac minőségi fejlesztési projektjének megvalósítására. Mivel a piac jövedelemtermelő beruházásnak tekinthető, várható, hogy a társfinanszírozási ráta elmarad a 85%-tól, így a városnak önerőre lesz szüksége. Emiatt fontos, hogy ennek pénzügyi és intézményi háttérét megteremtsük. Az intézményi háttér megteremtése megköveteli a fejlesztésben érdekelt szervezetek (önkormányzat, PVF Zrt., Pécs Holding) szoros együttműködését, illetve a „minőségi fejlesztés” során egy „központi szervező stáb” felállítását, mely magában foglalja a működtetési-logisztikai, a keresleti (vásárlók) és kínálati (termelők) körében végzett professzionális promóciós tevékenységet. Ez az üzemeltető részéről innovatív szervezési megoldások adaptálását teszi szükségessé, melyhez szükséges a tulajdonos önkormányzat hathatós támogatása.

Mivel a leendő pályázati kiírások egyelőre nem ismertek, megoldást jelenthet a „minimál fejlesztés” alternatíva elindítása saját erőre támaszkodva, majd az uniós források rendelkezésre állását követően a „minőségi fejlesztési” megvalósítása.

A piac fejlesztése – mind kínálati, mind kereslet oldalon – egyértelműen fenntarthatónak tekinthető környezeti és társadalmi szempontból. Összességében hozzájárul Pécs és környéke (Baranya megye) fenntartható fejlődéséhez és környezeti állapotának megőrzéséhez, a foglalkoztatási szint növeléséhez, az elvándorlás csökkentéséhez.