



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



European Union – European Regional Development Fund

Shop of Region

A projekt eredményeinek értékelése

2022. november 30.

A Shop of Region [ATHU154 számú] projekt az INTERREG V-A Ausztria-Magyarország Programban, az Európai Regionális Fejlesztési Alap támogatásával valósul meg!



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



Tartalomjegyzék

1. A Shop of Region projekt bemutatása	3
1.1. Kiindulási helyzet	3
1.2. A projekt célkitűzései	4
2. A Shop of Region projekt megvalósításának főbb lépései	5
2.1. Fejlesztési partnerség létrehozása	5
2.2. Piackutatások, felmérések, elemzések	6
2.3. A Shop of Region koncepció és adaptálható modell kidolgozása	7
2.4. A jövőbeli megvalósítás feltételei	8
2.5. Rendezvények, tanulmányutak, workshopok	9
3. A projekt legfontosabb eredményei	10
4. A projekt megvalósulása során felmerült legfontosabb akadályok, hátráltató tényezők	12
5. A projektben megkezdett tevékenységek jövőbeli folytatásának irányai	13



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



1. A Shop of Region projekt bemutatása

1.1. Kiindulási helyzet

Az osztrák-magyar határtérségben kedvező feltételek adóttak a mezőgazdasági termelésre, az élelmiszer-feldolgozásra, a gasztronómiai és turisztikai szolgáltatások nyújtására. A határ két oldalán, bár eltérőek az adottságok és a tradíciók a kisléptékű élelmiszerelőállítás és –feldolgozás területén, mégis kijelenthető, hogy fontos szerepet töltenek be a felsorolt ágazatok a vidéki térségekben realizálható jövedelmek megteremtésében, és a napjainkban egyre fontosabbá váló fenntartható helyi gazdaság kialakításában. Számos kisebb vállalkozás található a határtérségben, amelyek az általuk megtermelt termékeket és nyújtott szolgáltatásokat a helyi piacokon, illetve nagyobb régió kívüli városokban szeretnék értékesíteni. A vidéki térségekben megtalálható vállalkozások keresik az élelmiszerértékesítési és beszállítási lehetőségeket helyben és a kisebb-nagyobb városokba, regionális központokba.

A városok azonban nemcsak a kisléptékű termelők célpiacai, hanem a globális élelmiszerkereskedő láncok fő értékesítési helyszínei is, amelyek többségében nagyüzemi körülmények között előállított termékeket nagy mennyiségben értékesítenek. A termékek ára a nagyüzemi termelési és kiterjedt logisztikai feltételek mellett kedvező, mivel a gyártók érvényesíthetik a méretgazdaságossági előnyöket, és hatékony szállítmányozási és raktározási infrastruktúra áll rendelkezésre.

Ezzel a kínálattal szemben a helyben megtermelt és feldolgozott, jellemzően magas minőségű és hozzáadott értéket magában foglaló termékekkel a kisebb vállalkozók nem tudnak versenyképesen fellépni. Ennek oka egyrészt az, hogy a vállalkozások többsége már eleve nem jut be a nagy élelmiszerláncok polcaira, mivel nem tudja azt a mennyiséget biztosítani, amely ott elvárt. Másrészt a vállalkozások többsége nem képes arra, hogy saját értékesítési lehetőséget alakítson ki egy-egy nagyobb városban, annak nagy költségigénye okán.

A nagyvárosi piacra lépés a gazdaságos működés és fejlődés érdekében stratégiai fontosságú lenne a vállalkozások egy jelentős részének, mivel ott tudják elérni megfelelő nagyságban azt a célcsoportot, amely hajlandó az egészséges és regionális termék ellenében a globális láncoknál elérhető áraknál magasabb árat is kifizetni. A nagyobb kereslet kedvezőbb feltételeket teremt, alacsonyabb egységköltséget, nagyobb bevételeket, amely alapot biztosít a termékfejlesztésnek és az innovációnak.

A határ két oldalán található kisléptékű élelmiszerelőállítások között eltérő mennyiségű és kapacitású termelőt találhatunk. A kelettájéi termelők között több olyan vállalkozó is található, amely nagyobb mennyiségű élelmiszert állít elő, és amely alkalmas arra, hogy beszállítson egy bécsi, vagy graz-i boltba. Közülük többnek már elérhetőek a



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



termékei ezekben a városokban, azonban nem rendelkeznek saját bolttal. A magyar vállalkozók közül is vannak nagyobb léptékben termelők, akik hazai viszonylatban már ismertek, nagyobb városokban található üzletekbe is beszállítanak, azonban többségük számára a helyi piacok és vásárok, a kisebb értékesítési pontok vagy saját gazdaságuk jelentik a fő mozgásteret.

A termelők többsége azonban többet szeretne elérni, méghozzá olyan értékesítési lehetőséget, ahol nagy számban érhető el a helyi termékek iránt elkötelezett, kevésbé árérzékeny, magas jövedelemmel bíró fogyasztó, ahol a jövedelmezőségi ráta magasabb, és amely a saját vállalkozásának fejlődését is előrevetíti.

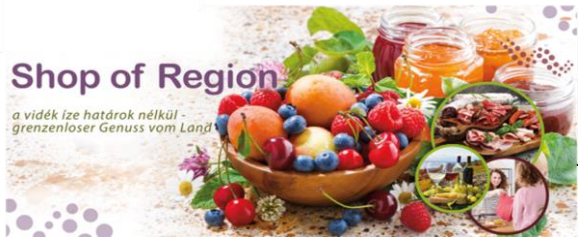
Hagyományosan kétféle módon lehet új piacok felé nyitni olyan nagyvárosi térségekben, mint Bécs vagy Budapest: beszállítás már meglévő boltok és üzletláncok számára, vagy saját üzlet, hálózat létrehozása. Online értékesítés esetében is nagyjából ez a két út járható: szállítótá válni egy létező online áruházba, vagy saját webáruház kialakítása. A kisvállalkozások számára ezek mindegyike rejt magában kockázatot. Az első esetben erős a függés és a kiszolgáltatottság, a másik esetben nagy a piacra lépés költsége, vagy a szállítási költségek nehezen optimalizálhatók egy régió kívüli nagyvárosi piacra lépés esetében.

A nagyvárosi, vagy kisebb regionális központokban való értékesítés lehetősége kisléptékű termelők számára a fentiek tükrében csak együttműködve, a vállalkozások közös hálózatának erejéből létrehozva lehetséges. A helyi régiók vállalkozói, legyenek azok helyi termék előállítók vagy turisztikai szolgáltatók, elkötelezettek a térség fellendítése iránt, és felismerték azt, hogy közös erővel létre tudnak hozni egy olyan nagyvárosi értékesítési csatornát, amely nem csak az áruk, de a térség imázsának értékesítésére, közvetítésére is alkalmas.

1.2. A projekt célkitűzései

A projekt elsődleges célja volt, hogy egy bilaterális modellt dolgozzon ki, amely modell adaptálható más regionális városközpontokba, illetve kisebb városokba is. A projekt a „Shop of Region” üzlet modelljét a megvalósításba bevont vállalkozók és szervezetek közreműködésével tervezte kidolgozni. A jövőbeli bolt mind az osztrák, mind a magyar határtérségben előállított magas minőségű helyi termékeknek értékesítési lehetőséget biztosít, emellett teret ad a térség turisztikai szolgáltatóinak is kínálatuk promotálására. Az értékesítő hely egy új modell szerint működik a vállalkozásfejlesztési szervezetek és a vállalkozók, szállítók részvételével, azok kétoldalú üzleti partnerségén keresztül. A Shop of Region bolt feladata, hogy a térség imázsát is közvetítse.

A projekt legfőbb vállalása az volt, hogy létrejöjjön egy olyan boltkonceptió, amely a szükséges engedélyek megszerzését és vállalkozói struktúra és finanszírozási háttér



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



European Union – European Regional Development Fund

kialakítását követően megvalósítható. A projekt keretében készüljenek el olyan elemzések, felmérések, szakértői anyagok, amelyekre alapozva a vállalkozók meg tudják hozni a modell gyakorlati megvalósítására vonatkozó döntést.

A projekt további célkitűzése volt, hogy a határ két oldalán működő vállalkozások, helyi termelők, turisztikai szolgáltatók és kézművesek megismerjék azokat a nemzetközi jó gyakorlatokat, amelyek külföldön sikeresek és adaptálhatók a saját vállalkozásuk vagy térségük számára. A jó gyakorlatok megismerésének és a tudás átadásának egyik leghatékonyabb módja a tanulmányút és szakmai workshopok szervezése, ahol a termelőknek személyesen is lehetősége nyílik megismerkedni más termelőkkel, az általuk alkalmazott gyakorlati megoldásokkal. Ezek során pedig ki tud alakulni egy olyan hálózat, amely hozzájárul ahhoz, hogy a vállalkozók előrébb tudjanak lépni, fejlődni tudjon saját vállalkozásuk, és létrejöjjön egy közös tudásbázis, amely tartalmazza a jó gyakorlatokat és a különböző értékesítési modelleket.

A projekt megvalósítása során törekedni kellett arra, hogy a megvalósításba bevont vállalkozók és szervezetek a projekt teljes időtartama alatt folyamatosan tájékoztatva legyenek az előrehaladás eredményeiről, és részt vegyenek a közös koncepció kialakításában, amely biztosítja azt, hogy olyan üzleti modell alakulhasson ki, amely az elsődleges célcsoport számára megfelelő, és gazdaságilag is fenntartható.

A határon átnyúló együttműködés, az egymástól tanulás, egymás jó gyakorlatainak és egymás termékeinek megismerése feltétele annak, hogy kialakuljon az a bizalom, amely szükséges ahhoz, hogy közös értékesítési csatorna jöhessen létre. A közös bolt kialakítását lehetővé tevő közös koncepció kialakítása, vagy más bilaterális megoldás körvonalazása aktív kommunikációt és kooperációt tesz szükségessé.

2. A Shop of Region projekt megvalósításának főbb lépései

2.1. Fejlesztési partnerség létrehozása

A projekt megvalósítása az együttműködő szervezetek és a potenciális beszállító vállalkozások körében végzett felméréssel indult. A vállalkozókkal interjúkat folytattunk, amelyek során kiderült, hogy a projekt céljai megalapozottak. Szinte valamennyi vállalkozó, mind a magyar, mind az osztrák oldalon nyitott volt egy közös értékesítési csatorna kialakítására, amelyet az ausztriai termelők elsősorban Bécsben, a magyar termelők pedig Bécsben, Győrben, vagy kisebb regionális központokban tartottak szükségszerűnek. Már az interjúk során kiderült, hogy az ausztriai és a magyar vállalkozók között jelentős kapacitásbeli különbség van. Az interjúzás helyi szervezetek, vidékfejlesztő, turizmusfejlesztő szervezetek körében is zajlott. A kezdeményezést ezen szervezetek is üdvözték, míg az osztrák oldalon anyagi eszközök rendelkezésre bocsátásával, addig a magyar oldalon inkább



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



multiplikátorként, szakmai koordinátorként, vagy aktív részvétellel tudják a jövőben a bolt megvalósulását támogatni.

2.2. Piackutatások, felmérések, elemzések

A bolt üzleti modelljének megalapozására és megfelelő kialakítására más európai országokban működő helyi termék-értékesítési jó gyakorlatokat is vizsgáltunk. A régió kívüli nagyvárosi értékesítési módok, a határon átnyúló együttműködések mellett a közvetlen értékesítési megoldásokat is elemeztük. Ezek alapján megállapítható, hogy az utóbbi években a regionális termékek iránti kereslet általánosságban minden vizsgált országban megnőtt, és így sokféle városi értékesítési megoldás alakult ki. Elmondható, hogy főként adott régió belüli értékesítési modellek működnek, köztük számos közösségi kezdeményezésre építő innovatív modell is megtalálható. Régió kívüli értékesítésre egy-egy kisebb bolt működtetése a jellemző, amelyeknél a fő márkaüzenet a régió speciális tulajdonságaira épül, és amelyben a bolt üzemeltetője személyesen is elkötelezett az adott régió iránt, az ő közreműködésével történik az áruk beszerzése és értékesítése. Határon átnyúló együttműködésre példaként elsősorban az EU által támogatott, a határ két oldalán párhuzamosan megvalósított projekteket találtunk. Piaci alapú együttműködések olyan határok mentén alakulhattak ki, ahol tradicionálisan jó az együttműködés, nincsenek nyelvi és egyéb jogszabályi akadályok, vagy árfolyamkockázatok.

A fejlesztési partnerség tagjainak előzetes elképzeléseinek, a vállalkozói várakozásoknak megfelelően elsősorban a bécsi telephely megalapozását célzó piackutatásra fókuszáltunk. Hosszabb kutatómunka során felmértük az osztrák fővárosban elérhető regionális termékek aktuális kínálatát és a már működő különféle értékesítési modelleket és csatornákat, valamint a helyi termékek értékesítését támogató városi szervezetek, intézmények ösztönző tevékenységeit. A kínálatelemzésnél személyesen is felkerestük ezeket a magyarországi szemmel nézve újszerű és innovatív értékesítési megoldásokat, regionális termékeket kínáló boltokat, és ezeket a vállalkozók is megismerhették egy bécsi tanulmányúttal egybekötött Info-Café rendezvény keretében.

A kínálatelemzés eredményeként kerületenként láthatóvá váltak a legfontosabb értékesítési helyszínek. Összeségében megállapíthattuk, hogy Bécsben jelentős a regionális termékek kínálata, és azt is, hogy, bár vannak keletstájer termékek a bécsi kisebb üzletekben, azonban nincsen olyan bolt, amely a keletstájer termékeket nagyobb mennyiségben értékesítené, mint például Burgenland esetében. Nyugatmagyarországi termékekkel egyáltalán nincs ellátva Bécs. Csupán egyetlen kifejezetten magyar termékeket árusító kisbolt működött a felmérés ideje alatt az osztrák fővárosban, amely zömében tipikusan magyar, nagyüzemi körülmények



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



között előállított termékeket árusított. Így sikerült piaci réseket azonosítani mind az osztrák, mind a magyar termékek szempontjából.

Bécs keresleti jellemzőit is vizsgáltuk, két kérdőíves kutatás keretében. Az egyik kifejezetten a bécsi magyar lakosság körében történt, vizsgálva azt, hogy a kint élő magyaroknak milyen a hajlandósága a magyar termelői termékek vásárlása iránt. Válaszaikból kiderült, hogy a jelenlegi kínálat gyenge, ennél többet vásárolnának, ha elérhető lenne számukra. A második kérdőíves felmérés a bécsi lakosság körében zajlott. Ebből a felmérésből megbizonyosodhattunk arról, hogy a kitöltők ismerik Kelet-Stájerország jó hírnevét, szívesen vásárolnának kifejezetten keletstájer boltban, ezzel szemben a nyugat-magyarországi termékeket árusító boltba nem térnének be. Ennek oka, hogy a bécsiek elkötelezettek a hazai regionális termékek iránt, és nem ismerik a magyar kistermelői termékeket.

2.3. A Shop of Region koncepció és adaptálható modell kidolgozása

Az egyeztetésekkel párhuzamosan megkezdődött a bolt koncepciójának és üzleti modelljének szakértők bevonásával történő kialakítása. A megvalósításban leginkább elszánt és tőkeerős osztrák termelőkkel és a szakmai támogató szervezetekkel közösen határoztuk meg a bolt koncepciójának fő irányvonalait. A vállalkozók 2022. tavaszán kezdték el a konkrét tervezési folyamatot.

A piackutatás, az interjúk és a jó gyakorlatok felméréseinek eredményei megerősítették a partnerség tagjait abban, hogy a határtérség két régiója nem tud közös arculattal fellépni Bécsben. A szakértői vélemények is alátámasztották, hogy a keletstájer termékeket forgalmazó bécsi boltok alapvetően Kelet-Stájerországot kell promotálni. A bécsi vásárlók akkor tudják azonosítani a régiót a keletstájer termékeket kínáló bolttal, ha annak imázsát felismerik a bolt logójában, a fő márkaüzenetben és a bolt dizájnban, arculatában, valamint a turisztikai ajánlatok is így tudnak jól érvényesülni. Vagyis a megfelelő pozicionálás érdekében fontos a Shop of Region bolt elnevezésében a keletstájer termékekre történő utalás.

A motivált és megfelelő tőkeerővel rendelkező vállalatok nagyfokú érdeklődést mutattak a bécsi keletstájer bolt létrehozása iránt. A kereslet kedvező alakulása, a keletstájer termelők potenciálja és a vállalkozók elszántsága eredményeként az egyeztetések során egy közepes méretű szaktolt víziója alakult ki, amely nagyjából 3000 féle magas minőséget megtestesítő terméket értékesít egy kellően frekvenciált bécsi telephelyen. A termékek 90%-a a régióból származik, és a termékek mellett turisztikai ajánlatok is bemutatásra kerülnek. A bolt heti hatnapos nyitvatartási idővel 5-7 fős személyzet kialakítását követeli meg. Az üzleti terv pénzügyi kalkulációja alapján az induló tőke kb. 800.000 EUR, amelynek közel fele vállalkozói tőkéből, kereskedelmi és banki hitelekkel, valamint pályázati támogatásból állhat össze. A



tervek szerint a bolt a harmadik év végére nyereséget termel, és optimista scenáriók szerint újabb fiilialiak nyitása is megfontolandóvá válik.

A koncepció szerint a magyar termékek a boltban belül egy speciálisan kialakított részlegen jelennek meg, amely a magyar termelők számára is biztosítja az értékesítési lehetőséget. Ez jelenleg megfelel a magyar termelők elvárásainak is, mivel egyelőre csak kisebb számú magyar vállalkozó terméke tud a bécsi bolt piacain megjelenni.

A koncepcióra építve a Shop of Region bolt általános modellje is felvázolásra került. A modell adaptálható más nagyobb regionális központba is, ahol megfelelő a helyi termékek iránti kereslet és megfelelő mennyiségű és minőségű helyi termék áll rendelkezésre.

A magyar termelők számára reálisabb egy kisebb léptékű bolt létrehozása a magyarországi határtérség egy közepes méretű városában (pl. Sopron, Győr, Mosonmagyaróvár, Szombathely). Az értékesítés modellje ez esetben egy kisebb méretű, elsősorban a helyi lakosokra és másodsorban a turistákra építő helyi termék bolt, amely széles, de nem mély kínálattal rendelkezik, nagy frekvenciájú helyszínen található, és néhány fős személyzettel is működtethető. A helyi lakosok körében alapvetően a közösségi médiára támaszkodva próbál elkötelezett törzsvásárlói kört kialakítani.

2.4. A jövőbeli megvalósítás feltételei

A bolt bécsi helyszínen történő létrehozásának feltétele egy közös vállalkozás létrehozása. A leendő tulajdonosok a törzstőke befizetésével biztosítják a bolt nyitásához szükséges építési és egyéb fejlesztési költségeket. Mivel a tulajdonosi kör maga is beszállító, így kezdetben bizományos értékesítési rendszer kialakításával tudják biztosítani az induló árukészlet egy jelentős részét. A további költségeket külső források bevonásával tudják majd fedezni (pályázati támogatások és banki hitel). A bolt működtetéséhez leginkább megfelelő vállalkozási forma a korlátolt felelősségű társaság, amely megfelelő jogokat biztosít a tulajdonosok számára a fő irányok kijelölésére, de a napi működést az ügyvezető végzi. A projekt tervezése során egyelőre nem sikerült megtalálni azt a megfelelő üzletvezetési tapasztalattal rendelkező, elhivatott keletstájer vállalkozót, aki vállalná azt, hogy a bécsi boltot létrehozza és sikeresen működtesse.

A vállalkozás megalapítása, a megfelelő telephely felkutatása és az ügyvezető személyének megtalálása jelentik az első és legfontosabb lépéseket és egyúttal a legnagyobb kihívásokat a megvalósítás során. Ezt követően a megfelelő személyzet biztosítása jelent nagyobb feladatot, mivel az ágazat, különösen az osztrák fővárosban erősen munkaerőhiányos. Nagy a fluktuáció, és nehéz megfelelően elkötelezett, kereskedelmi szaktudással és tapasztalattal rendelkező személyzetet



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



kialakítani. Emellett nagyon fontos a megfelelő beszállítói kör és a megfelelő árpolitika és marketingkommunikáció kialakítása is.

A vállalkozói kört a kezdeti optimista várakozásokat követően a személyi kérdések egyelőre megoldatlansága és a makrogazdasági környezet instabilitása is átmenetileg kisebb óvatosságra készítette. Mivel a jelenlegi inflációs környezet az árérzékenyebb fogyasztókat spórolásra kényszeríti, a bevételek a létező statisztikák alapján várhatóan alacsonyabb szinten realizálódnának a kezdetekben tervezettekhez képest. Ezzel szemben a logisztikai és rezsi költségek, illetve várhatóan a személyi költségek is emelkedni fognak. A termékek árán a termelők is kénytelenek emelni, így az árrés is csökken, míg az árukészletben álló pénzmennyiség nő. Mindezek csökkentik a bolt likviditását, és óvatosságra inti a kezdetben maximálisan eltökélt vállalkozókat is.

A magyar oldali várakozásokat a jogszabályi anomáliák feltárása törte le. A bécsi közös értékesítés lehetősége a magyar vállalkozások többsége számára csak egy kiskereskedő köztes szerepvállalása esetében lehetséges. Közös cég alapítására a magyar oldalon nincs lehetőség.

2.5. Rendezvények, tanulmányutak, workshopok

A potenciális partnereket, a megvalósítási partnerségbe belépő vállalkozókat és szervezeteket a projekt megvalósításának teljes időszaka alatt folyamatosan tájékoztattuk, illetve különféle rendezvények keretében biztosítottunk számukra találkozási és kapcsolatépítési lehetőséget.

	Rendezvény	Időpont	Helyszín
1.	Tanulmányút	2021. június 17.	Kelet-Stájerország
2.	Partnerfórum	2021. július 15.	Hegykö
3.	Workshop – Shopkonzept	2022. március 16.	Hartberg
4.	Workshop – Shopkonzept	2022. április 4-5.	Hartberg
5.	Info-Café Bécsi helyi termék értékesítési mustra és workshop	2022. április 5.	Bécs
6.	Info-Café + jó gyakorlatok bemutatása	2022. április 8.	Bucklige Welt, Krumbach
7.	Jó gyakorlatok – Észak-olaszországi tanulmányút	2022. április 19-22.	Észak-Olaszország
8.	Workshop – Shopkonzept	2022. május 5.	Hartberg
9.	Partner Shopping Expo	2022. május 21.	Bécs
10.	Workshop – Shopkonzept	2022. július 6.	Hartberg
11.	Multiplikátor Info + jó gyakorlatok bemutatása	2022. szeptember 7.	Kelet-Stájerország Hartberg
12.	Partnerfórum + jó gyakorlatok bemutatása	2022. október 20.	Hegykö
13.	Workshop – Shopkonzept	2022. december 2.	Online
14.	Záró konferencia – Helyi termék mustra	2022. december 8.	Mosonmagyaróvár



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



European Union – European Regional Development Fund

3. A projekt legfontosabb eredményei

A Shop of Region projekt megvalósítása során intenzív együttműködés keretében dolgozott együtt a Regionentwicklung Oststeiermark és a Kisalföldi Vállalkozásfejlesztési Alapítvány. A projektben kitűzött célok maradéktalanul megvalósultak, sőt, a célokon túlmutató, kimagasló eredmények is születtek, melyek alapját képezik a helyi termékértékesítési lehetőségek és ezzel a helyi gazdaság bővüléséhez, fejlődéséhez.

Az együttműködés legfontosabb eredményei:

Összeállt az a vállalközi partnerség, amely az ausztriai oldalon, túlmutatva a kitűzött célokon, nemcsak a bolt koncepcióját és üzleti modelljét készítette el, hanem már a boltot üzemeltető vállalkozás létrehozásán dolgozik. A kelet-stájerországi vállalkozók korábban is ismerték egymást, azonban eddig nem kooperáltak ilyen szorosán, és nem tervezték, hogy közös vállalkozást indítsanak. Az együttműködés ilyen magas szintre emelése és a megvalósítás érdekében már megtett gyakorlati lépések példátlan eredménynek tekinthetők. A támogató szervezetek és egyéb külső finanszírozási források révén megfelelő anyagi alapokat tudnak megteremteni a jövőbeli bolt működtetéséhez. A Shop of Region bolt létrehozása mellett döntő vállalkozókhoz számos további beszállító fog csatlakozni a partnertárségből.

A határon átnyúló együttműködés olyan új kapcsolatokat és egy széleskörű hálózatot és partnerséget eredményezett, amely lehetőséget teremt arra, hogy a vállalkozók jobban megismerjék egymást, felismerjék azokat a termékösszekapcsolási vagy termékfejlesztési lehetőségeket, amelyeknél építhetnek egymásra, egymás termékeire, szolgáltatásaira, vagy épp logisztikai rendszereire.

Mind az ausztriai, mind a magyar oldali termelők és vállalkozók számára a projektben megvalósított rendezvények, tanulmányutak, a kutatómunka eredményei olyan jó gyakorlatokat, új meglátásokat és ötleteket hoztak, amelyeket a későbbiek során (sőt, többen már a projekt megvalósításának időszakában is) beépíthetnek saját vállalkozásukba. Ilyenek például a helyi termék és a turisztikai szolgáltatások összekapcsolásának módjai, marketingkommunikációs és értékesítési megoldások, új értékesítési csatornák megismerése.

Az ausztriai vállalkozók számára a legfontosabb eredmény a részleteiben is kidolgozott piackutatás és bécsi kínálatelemzés, a boltkonceptió, az üzleti terv és a működési modell, amelyekre alapozva a vállalkozás megalapítását követően egyből el tudnak indulni. Emellett közelebb kerültek egymáshoz, erősödött a bizalom a térségi vállalkozók és a turisztikai szereplők, valamint a helyi gazdaság- és turizmusfejlesztésért felelős szervezetek között. További pályázati forrás lehetősége vált ismertté számukra a LEADER munkacsoportoknál, ami nagy segítség lehet a felmerülő költségek fedezésében. Több ízben találkozhattak a magyar termelőkkel is,



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



a közös piaci napon és a tanulmányutakon, workshopokon személyes ismeretségek alakulhattak ki. Mindez megkönnyíti majd a későbbi beszállítói kapcsolatok kiépítését.

A magyar vállalkozók számára a legnagyobb hozadék az a rengeteg újszerű megoldás és jó gyakorlat, amelyet Ausztriában, Kelet-Stájerországban, Bécsben, a Bucklige Weltben, valamint Észak-Olaszországban láttak és átélve megtapasztaltak. Emellett a kutató munkák elemzéseiből további olyan innovatív megoldásokat is megismerhettek, amelyek szerte Európában a helyi termék értékesítés terén már kialakultak és működőképeseek. Lehetőségük nyílt ausztriai és magyar termelőkkel, vállalkozókkal és őket támogató szervezetekkel megismerkedni. A magyar vállalkozók ezidáig csak szűkebb kistérségükben ismerték egymást, kistérségen átívelő együttműködések, hálózatok nem tudtak az eddigiekben kialakulni. A rendezvények során azonban erre is lehetőség nyílt, elsősorban a Kisalföld és Győr-Moson-Sopron megye kistermelői számára az Alpokaljától a Fertő-térségen át a Szigetközig, beleértve Rábaközt és Pannónhalma térségét is. Ezek az ismeretségek, regionális szintű hálózatok a benchmarkingon túl új gazdasági lehetőségeket is rejtenek magukban, úgymint termékkapcsolások, közös termékfejlesztések, erőforrások megosztása.

A magyar vállalkozók egy részének a bécsi bolt megvalósulásának víziója presztízs értékkel bíró értékesítési lehetőség ígérteit jelenti. Megbizonyosodhattak arról, hogy a magyar kézműves és helyi termékek megállják a helyüket a bécsi kínálatban, az ott élő bécsi magyarok szívesen vásárolnák termékeiket, és várják a bolt megnyitását. A közös bécsi piaci bemutatkozás során ez be is bizonyosodott. Emellett elkészültek azok az adaptálható üzleti modellek, amelyek a kisebb hazai városok számára a jövőben reális és megvalósítható helyi értékesítési pontot jelentenek. Ezek a hazai, kisebb léptékű megoldások mind logisztikai, mind jogi szempontból is reálisabbak, és további nagy előnyük, hogy a helyi lakossági bázisra építhetnek.

A projekt megvalósításába bekapcsolódó partnerszervezetek számára a projekt legnagyobb hozadéka egyrészt a saját működési területükön tevékenykedő kistermelők, turisztikai szolgáltatók közelebről történő megismerése, valamint a közöttük létrejött hálózat, amely a projekt során egy magasabb szintű, határon átnyúló hálózattá nötte ki magát. Másrészt a szervezetek is megismerhették a fentebb már részletezett jó gyakorlatokat, amelyek saját régiójukban történő adaptálásához ők maguk is tevélegesen hozzá tudnak járulni. Ez a tanulási folyamat tehát nem csak a kisvállalkozók, hanem a multiplikátor szerepet betöltő civil és gazdaságfejlesztő szervezetek szintjén is megvalósult, amely a jövőben további hozadékokat is eredményezhet.



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



A projekt kézzelfogható legfontosabb eredményei:

- kérdőíves felmérést végeztünk több mint ötven helyi termék-előállító körében,
- piackutatást és kínálatelemzést végeztünk Bécsben,
- megvizsgáltuk az európai helyi termék-értékesítési trendeket, jó gyakorlatokat,
- tanulmányutak keretében személyes tapasztalatokat gyűjtöttünk Ausztriában, Magyarországon és Olaszországban,
- elkészült a bécsi üzlet megvalósíthatósági tanulmánya, üzleti koncepciója, látványterve, az általános üzleti modell, mely adaptálható kisebb városokra is,
- elindult az üzemeltető cég alapítása és a megvalósítási partnerség kialakítása.

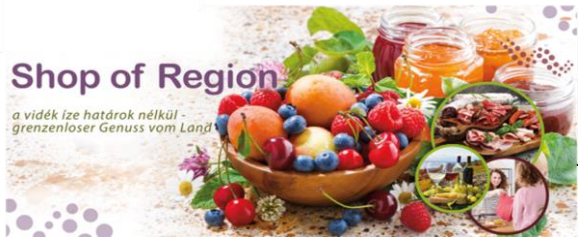
4. A projekt megvalósulása során felmerült legfontosabb akadályok, hátráltató tényezők

A határon átnyúló értékesítést számos akadály, korlát nehezíti meg. Ezek közül jelen esetben a jogszabályok által teremtett feltételek jelentik a legnagyobb hátráltató tényezőt. A magyar kistermelők a rájuk vonatkozó jogszabályok értelmében nem értékesíthetnek külföldön, így a bécsi bolt beszállítói azok a vállalkozók lehetnek a magyar oldalról, akikre a kistermelői törvény nem vonatkozik.

A külföldi piacra lépés a jogszabályi megfelelés esetén is még számos nehézséget tartalmaz, így a különféle engedélyek beszerzése, a termékek német nyelvű címkézése, az adózási szabályok átlátása, a jövedéki adós termékeknél speciális szabályok betartása elrettentőek lehetnek a kisebb vállalkozók számára. Az eltérő pénznem árfolyamkockázatot is rejt magában, valamint a távolság jelentős szállítási költséget eredményez.

Mindezekon túl meg kell említeni a külföldi termékekkel szembeni bizalmatlanságot, illetve a fogyasztók hazai termékekkel szembeni protekcionizmusát. Ez a piackutatás keretében végzett kérdőívesítés során egyértelműen kirajzolódott, de más elemzések is alátámasztják, hogy az ausztriai fogyasztók a hazai termékeket részesítik előnyben. A jelenlegi gazdasági szituáció, a pandémia és az energiaválság még inkább arra ösztönzi a vásárlókat, hogy a boltok polcairól a hazai terméket válasszák, ezt központi médiakampányok is támogatják.

Kelet-Stájerországban és a nyugat-magyarországi térségben eltérő hagyományok, tradíciók, feltételek jellemzőek a kisléptékű mezőgazdasági termelés és termékfeldolgozás terén. Így a határ két oldalán található vállalkozások között jelentős kapacitásbeli különbségek jellemzőek. Ez is magyarázza azt, hogy a bolt üzemeltetésére létrehozandó vállalkozásban csak ausztriai vállalkozók tudnak



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



tulajdonosként is megjelenni. A magyar oldalon hiányzik egyrészt a vállalkozói tőke, másrészt a termékmennyiség is szűkösebb.

A projekt megvalósítása során nehézséget jelentett a távolság, amely miatt a magyarországi rendezvényeken kevesebb ausztriai termelő vett részt. Nehezítette a kommunikációt a vállalatok, termelők és szervezetek között a nyelvismeret hiánya.

5. A projektben megkezdett tevékenységek jövőbeli folytatásának irányai

A jövőbeli megvalósítás és a bolt sikeres működtetése a külső körülményektől is függ. Általánosságban jellemző, hogy a helyi termékek iránt növekvő az érdeklődés, erősödő a kereslet. A pandémia is nagy szerepet játszott abban, hogy az emberek az egészséges és helyi termékeket keressék, és azokat vásárlásaikkor előnyben részesítsék. Különösen az online és közvetlen értékesítési modellek esetében mutatkozott nagy forgalomnövekedés. A kedvező trend már a pandémia előtt is érzékelhető volt, a környezet- és egészségtudatos vásárlók száma már akkor is folyamatosan emelkedett, termelői piacok nyíltak, bevásárlóközösségek alakultak, sokan kezdtek el a különleges helyi termékek iránt érdeklődni. A helyi desztinációs marketingben is egyre nagyobb szerepet kapott a gasztronómiai és kulináris turizmus, a helyi termékek és turisztikai ajánlatok összekapcsolása.

A regionális termékek és a kisléptékű termelők ügye tehát kedvező irányba mozdult el Európa szerte, így az osztrák-magyar határtérségben is. Magyarországon kedvező irányba változott a kistermelőkre vonatkozó jogszabályi környezet, azonban még mindig hiányoznak olyan megoldások, amelyek nagyobb rugalmasságot biztosítanak, köztük a külföldi értékesítés, vagy a közös értékesítési pont kialakításának lehetősége. Hátterben vannak a kistermelők a nagy multikkal szemben, és bár történnek nemzeti szintű figyelemfelhívások a helyi termék előnyben részesítése érdekében, mégis kevés helyen van módja a vásárlóknak egyáltalán helyi termékkel találkozni. A közösségi értékesítési formák elterjedőben vannak Magyarországon is, de főként csak a nagyobb városokban, a kisebb településeken a termelői vagy hagyományos piacok és a háztól történő értékesítés a jellemző. Kevésbé terjedtek el más, külföldön már jól bevált megoldások, mint például az automatából történő értékesítés.

A kisléptékű termelők számára a 2022-es év olyan nehézségeket hozott, amelyekre nem tudtak felkészülni. Az alapanyag-, majd az üzemanyagárak jelentős drágulása, és a rendkívül aszályos időjárás az élelmiszer ágazatban jelentős költségnövekményt eredményezett, amely az árak emelését tette indokolttá. Eközben a fogyasztók az egyre erősödő inflációs környezetben kénytelenek voltak a fogyasztásaikat csökkenteni vagy a helyettesítő terméket választani. A helyi termékek vásárlói között is többen tértek át az olcsóbb élelmiszerláncok termékeire, ami kedvezőtlenül hatott



Interreg
Austria-Hungary
European Union – European Regional Development Fund
Shop of Region



a termelőkre. Az inflációs várakozások alapján a 2023-as évben csökkenni fog az infláció, de a termelési költségek és az árak várhatóan nem fognak számottevően lejjebb menni.

Mindezek következtében, bár a makrogazdasági feltételek kevésbé kedvezőek, a termelők számára kiemelten fontos lesz újabb értékesítési csatornák kialakítása és az újabb piacokon való megjelenés.

A magyar termékek esetében, a kutatások eredményeinek és a kapacitások ismeretében, a jövőben elsősorban a magyaroldali megvalósítás vált reálissá és szükségsszerűvé. Mindezt kisebb regionális központokban, akár már létező kiskereskedők bevonásával, szélesebb partnerségben célszerű megvalósítani.

A projekt során kialakult ismeretségek és együttműködések bázisán megszülethet egy kisalföldi vagy Győr-Moson-Sopron megyei termékeket értékesítő bolt vagy bolthálózat. A magyar kisléptékű termelőket leginkább abban kell támogatni, hogy helyi léptékben tudják az értékesítéseiket növelni, innovatívabb megoldásokkal (például automaták, önkiszolgáló boltok), vagy közös értékesítési pontok létrehozásával. Ehhez anyagi eszközökre, és a koordináló szervezetek aktív közreműködésére van szükség. Mindez kiegészülhet további határon átnyúló együttműködésekkel, amely a határtérségben közvetlenül is kapcsolódó területeket (pl. Fertőzug, Lajta-hegység, más burgenlandi területek) is magában foglal.

A kisebb vállalkozókat a termékfejlesztésben is támogatni kell. A kreativitásban jellemzően nincs hiány, de sokszor hiányoznak az újtáshoz szükséges eszközök, és a nagyobb termelési volumenhez szükséges technológia sem áll rendelkezésre. Az őket célzó képzések, megfelelő pályázati támogatások kialakítása jelentősen hozzájárulhat ahhoz, hogy költséghatékonyabban tudjanak működni. A nagyobb termelési volumennel rendelkező vállalkozások számára az innovációs kapacitás növelése mellett a közös logisztikai rendszerek kialakításában, az értékesítési volumen növelésében, a külföldi piacra lépésben kell megfelelő támogatást nyújtani. Ehhez központi támogatási rendszerek kialakítása szükséges.

A termékcapcsolások, a helyi termék megjelenése a turisztikai szolgáltatásokban, a közös piaci megjelenések, a közös marketing, az ezek megvalósítását célzó jövőbeni pénzügyi és koordinációs támogatások is bővítik a kisebb termelők értékesítési lehetőségeit.

A vállalkozók együttműködésében számos kiaknázatlan lehetőség nyílik. A körforgásos gazdaság helyi szintű megvalósításában a kisebb vállalkozók összekapcsolódása fenntarthatóbb és költséghatékonyabb működést eredményezhet. A projektben létrehozott megyei, regionális szintű termelői hálózatok ennek alapját képezhetik.