

**A BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG FOGALMI MEGKÖZELÍTÉSE
MAGYARORSZÁGON**
DEFINITIONS OF THE SHOPPING COMMUNITY IN HUNGARY

Kápolnai Zsombor¹, Nagyné Dr. Molnár Melinda²

¹PhD hallgató,²egyetemi docens

¹Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar, Enyedi György Regionális Tudományok Doktori Iskola, ²Szent István Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar,

E-mail: ¹kapolnaizsombor@gmail.com, ²nagyne.molnar.melinda@gtk.szie.hu

Összefoglalás

A bevásárló közösség Magyarországon a 21. század második évtizedében széles körű népszerűségnek örvendő vásárlási forma. Míg a szakirodalom a rövid ellátási lánc egyik elemeként jelöli meg a bevásárló közösséget, addig a bevásárló közösségek magukat többek között „kapcsolatként”, vásárlási formaként, helyi gazdaságfejlesztés eszközeként jelenítik meg

A bevásárló közösségek szervezésének alapja a tudatos vásárlók megléte, megteremtése. Ez a tevékeny közösség Magyarországon elsőként a fővárosban valósult meg. Innen terjedt tovább, először főként vidéki városokba: Debrecenbe, Kecskemétre, Nyíregyházára. Mára kisebb lakosságszámmal bíró településeken, mint Csákvár vagy Csömör is működik bevásárló közösség. A tanulmány a bevásárló közösséggel, mint a rövid ellátási lánc újszerű formájával foglalkozik (Szabó, 2016), annak mindenekelőtt a fogalmi megközelítéseivel. A bemutatásra váró helyzetkép elsősorban a Magyarországon működő bevásárló közösségek sajátosságaira épít.

Abstract

Today's short supply systems were first introduced in France, Italy and England in the 1980s, and since 2008 they have been on the rise again. (Kujani 2015). The global economic crisis has pointed the public's awareness to the vulnerability of economic systems thinking in global solutions, and to the importance of self-sufficiency and short supply chains. (Rapkay et al 2013). The elements of the short supply chain have become increasingly popular in Hungary. The study attempts to define conceptually the shopping community among the novel forms (Szabó 2016) of the short supply chain.

Kulcsszavak: REL, helyi termék, bevásárló közösség

JEL besorolás: R11

LCC: HT388

Bevezetés

A mai értelemben vett rövid ellátási rendszerek Franciaországban, Olaszországban és Angliában az 1980-as években jelentek meg, de a kétezres évek végétől ismételten reneszánszukat élik (Kujáni 2015). Ennek oka, hogy a világgazdasági válság Európa szerte rávilágította a közvélemény figyelmét a globális megoldásokban gondolkodó gazdasági rendszerek sebezhetőségére, valamint az önellátás, a rövid ellátási láncok fontosságára (Rapkay et al 2013).

A rövid ellátási láncok fontosságát mutatja, hogy az Európai Unió vidékfejlesztési programjában is helyet kap. A magyar gyakorlatban a Vidékfejlesztési Program egyik alprogramjaként szerepel a rövid ellátási láncok fejlesztése (Kujáni, 2015). Láthatóan Magyarországon a rövid ellátási lánc szerepe az elmúlt évtizedben egyértelműen felértékelődött (Szabó 2016, Kujáni, 2015, Vidékstratégia, 2012). Napjainkban az élelmiszerkereskedelemben vezető pozíciót betöltő kiskereskedelmi áruházak, bevásárló központok mellett az alternatív, személyes kapcsolatokra és bizalomra épülő rendszer is kiépülőben van.

Az endogén erőforrások szerepe az elmúlt két évtizedben Magyarországon is felértékelődött a gazdaságfejlesztésben (Káposzta, 2007), ez a helyi termék értékesítésére is pozitív hatást gyakorolt. A helyi termék, mely a rövid ellátási lánc fontos összetevője, 2010 óta kitüntetett szerepet játszik a magyar vidék életében. A helyi termékeknek az a sajátossága, hogy az előállításuk helyén, és attól távol is van lehetőség az értékesítésre. Az is tapasztalati tény, hogy a több helyi terméket kínáló közösségi összefogások eredményesebbek, mint az egyéni akciók. (Kápolnai, 2017).

Anyag és módszer

A Központi Statisztikai Hivatal adatbázisában a rövid ellátási rendszerek formái jelenleg nem kerülnek gyűjtésre. A rövid ellátási láncokat tekintve a több évtizedes hagyományokkal rendelkező Európai uniós országokban, valamint az Eurostat szintjén sem folyik a témában adatgyűjtés.

A felmérés és elemzés éppen ezért alapvetően puha-módszerekre támaszkodik. A gyűjtőmunka gerincét tartalomelemzés és interjúval történő információgyűjtés adja. Az interjú mindenekelőtt a problémafelvetés irányainak kijelölésében volt fontos. A legfontosabb interjúalany a Kecskeméti Szatyor Egyesület gazdasági ügyekért felelős elnökségi tagja, Rátkai Edit volt.

Ami a tartalomelemzést illeti, ez egy olyan kutatási eljárás, amely segítségével a szövegadatokból olyan következtetések vonhatók le, amelyek a közleményekben nyíltan nincsenek kimondva, de a szöveg szerkezetéből, az elemek együttes előfordulásából és azok törvényszerűen visszatérő sajátosságaiból kiolvashatók (Kérdő, 2008). Ez a módszer azért bizonyult alkalmasnak, mert adatgyűjtés a bevásárló közösségekről nem folyik, ami rendelkezésre áll, az a Tudatos Vásárlók Egyesülete által közzétett lista. Ez a ma legtöbbször hivatkozott, bevásárló közösségeket, dobozrendszereket is magában foglaló adatbázis TUDATOS VÁSÁRLÓ (2019b). Ebben fővárosi és vidéki településeken elindult bevásárló közösségek szerepelnek: Batyor a bajai szatyor közösség, Borsodi Kosár Kör, Csömöri Élénkammera, Félegyházi Szatyorklub, Gördülő Kosár, Kecskeméti Szatyor Egyesület, Kiskosár Bevásárló Közösség, Miskolci Zöld Kosár, Natúrkosár, Nyíregyházi Kosár Közösség, Szatyor Bolt, Szatyor Debrecen Szigetközi Szatyor Közösség. A vizsgálat során ez a lista volt tehát a kiindulópont. Az ebben szereplő bevásárló közösségek képezték a vizsgálati egységeket. Itt fontos megjegyezni, hogy az Esztergomban működő Kiskosár bevásárló közösség által kiadott „Egyél velünk helyit” kiadványban is találunk egy bevásárló közösségeket tartalmazó adatbázist, mely néhány pontban eltér a Tudatos Vásárlók Egyesülete által kezelt adatbázistól, de a legtöbbször hivatkozott forrás a fent nevezett Tudatos Vásárlók Közössége által végzett gyűjtés.

A közzétett listával az elsődleges cél az volt, hogy az ott szereplő közösségek által megfogalmazott „bevásárló közösség” definíciók rendszerezésre kerüljenek. Mivel azonban tapasztalati tény, hogy bár több, a hazai fejlesztéspolitikát érintő dokumentum (Nemzeti Vidékstratégia), valamint állami kutató intézetek, mint az AKI is kiindulási alapként fogadja el

a Tudatos Vásárlók Egyesülete által összeállított bevásárló közösség adatbázisát; azonban ennél sokkal több közösség van ténylegesen. Olyan bevásárló közösségek sem jelennek meg benne, amelyek egyébként a tapasztalatok szerint jelentős taglétszámmal rendelkeznek. Ilyen közösség többek között a Keszthelyi Cekker Bevásárló Közösség, Bácsalmási Bevásárló Közösség, az Esztergomi Kiskosár, a Váczi Kosár Közösség, Pázmándi Spájz, Vértesi Kamra, Tatai Forrás Bevásárló Közösség. Ebből kiindulva második lépésben megtörtént a listán nem szereplő bevásárló közösségek felkutatása is. Ezután lehetőség nyílt nemcsak a lista szereplőinek anyagaival dolgozni.

A kutatás során internetes tartalomelemzésre került sor, melynek keretében összesen 25 bevásárló közösség honlap facebook oldalának elemzésére került sor azzal a céllal, hogy működésük dinamikáját, és az általuk használt marketingeszközöket is rendszerezni lehessen a későbbiek során.

Ugyancsak önálló kutatási gyakorlat volt a részvevő megfigyelés, aminek során az Esztergomban tevékenykedő Kiskosár Bevásárló Közösség működésének gyakorlatát is tanulmányoztuk. Azért éppen ennek a bemutatására kerül sor, mert a Kiskosár Bevásárló közösség több éves, rentábilis működése, a folyamatos ellátás biztosítása alapján, a digitális termelői piacok egyfajta előfutárának is tekinthető.

Eredmények

A bevásárló közösség fogalmi tisztázása tartalom-elemzés alapján

A bevásárló közösség fogalmi meghatározása a rövid ellátási lánc más elemeihez hasonlóan vö. helyi termék, nem egyszerű feladat. Számos megfogalmazás igyekezett az utóbbi években leírni a jelenséget. (G.Fekete, 2009, Czene-Ricz 2010, Handlerné et al 2012, Kápolnai, 2017, Ritter –Nagy-Tóth 2012, Helyi Termék Kézikönyve, 2015) Annyi bizonyos, hogy a bevásárló-közösségek szorosan kapcsolódnak a rövid ellátási lánc működéséhez.

A bevásárló közösségek értelmezésekor sokféle tudományos irányból indulhatunk el; például az agrárgazdaság, földrajz, közgazdaságtan, szociológiai, humánökológia stb. nézőpontjaiból. A különböző tudományos szereplők eltérően definiálják a bevásárló közösséget. A gyakorlati szereplők a tudományos megközelítéseket magukra szabva, „átírva” alkalmazzák.

Elsőként érdemes tisztázni a fogalmi alapokat. Az összetett szó két részét külön vizsgálva a „bevásárló” vagy vásárló döntést hozó személy, aki valamilyen szükségletet elégíti ki. Az Új Magyar Lexikon így ír a közösségről 1962-ben: „társadalmi csoport, amelyet az alkalmi v. csupán korlátozott célokra alakult társulásokkal szemben a közös érdekek alapján nagyfokú állandóság, az élet számos területére kiterjedő összetartozási tudat és együttműködés, többnyire közös eszmék birtoka is jellemez” (Új Magyar Lexikon K-Me 4. kötet 455 p). A „közösség” egyike a teret alakító és legalapvetőbb társadalmi funkcióknak (Berényi, 1992). A közösségek gazdasági szerepére világít rá G. Fekete Éva és Siposné Nándori Eszter (2013): „A közösségek, a természetes és szervezett társadalmi csoportok, hálózatok a jóléthez szükséges „társas lét”-en kívül a gazdaság szempontjából is fontos társadalmi tőke elsődleges forrásait is jelentik.” (G.Fekete-Siposné 2013. 19.p.)

Induljunk ki abból, hogy a bevásárló közösség fogalmának beazonosításához legpraktikusabb, ha a működő bevásárló közösségek által használt meghatározásokat vesszük alapul. A bevásárló közösség, mint a rövid ellátási lánc eleme, a kétezres évektől jelenik meg Magyarországon civil kezdeményezés eredményeként. A bevásárló közösségek hazai listáját is

összeállító Tudatos Vásárlók Egyesülete foglalkozik a fogalmi megközelítésekkel, amennyiben a közösségi gazdaság, a dobozrendszer és a bevásárló közösség definícióját is megadja, bár ezek egymáshoz való viszonyára ugyanakkor nem mutat rá.

A közösségi gazdaság fogalmához megfogalmazza, hogy a vásárló egy egész szezonra csatlakozik a gazdához, és vállalja, hogy minden héten átveszi, ami a gazdaságban megtermett. A termékek és azok mennyisége is változó, idénytől függően. A vásárló átalánydíjat fizet a mindig változó termékekért. A mennyiség természetesen változó, nyár végén sokkal több mindent lehet hazavinni, mint tavasszal.

A dobozrendszerrel a nevezett oldal azt írja, hogy a közösségi gazdasággal szemben hetente kínál választási lehetőséget a vásárlónak. Azaz hetente azt kaphatja meg a vásárló a dobozban fix áron, ami éppen megtermett a gazdaságban. A közösségi gazdaságokkal ellentétben azonban hetente eldönthető, hogy rendelünk dobozt vagy nem.

A bevásárló közösségek meghatározásában a döntő, hogy a vásárló hetente választhatja ki, hogy egy adott listáról milyen termékből és mennyit rendel a környékbeli gazdától.

Most vizsgáljuk meg, hogy a legismertebb magyarországi bevásárló közösség, a Szatyorboltot is működtető Szatyor Egyesület miként értelmezi a bevásárló közösség fogalmát! Fontos megjegyezni, hogy az Egyesület előzményét a Tudatos Vásárlók Egyesülete néhány tagjának köszönheti, akik már 2005-ben elkezdték a bevásárló közösség megszervezését, amely nem vezetett eredményre (Kajner-Lányi-Takács 2013). A Szatyor Egyesület a bevásárló közösséget laza csoportként definiálja, melynek tagjai a számukra szükséges mennyiségű élelmiszert fogyasztják el, valamint az élelmiszer termelés teljes folyamatába betekintést engednek a vásárlóknak. A bevásárló közösséget hosszú távon vásárlási formaként képzelel el. (SZATYORBOLT, 2019a).

A Szatyor Egyesület egyik alapítója Kármán Erika egy interjúban a Szatyor bevásárló közösséget a „bolt” előzményeként értelmezte- utalva arra, hogy a bevásárló közösség egyik eleme a tudatos vásárlásnak., amelynél a bolt magasabb szervezetségi szintet képvisel (SZATYORBOLT (2019b).

A következőkben érdemes megvizsgálni, hogy mi a lényege a tudatos vásárlásnak. A fogyasztóvédelem, valamint a hazai Tudatos Vásárlók Egyesülete által megfogalmazott definíció így szól: „klasszikus fogyasztóvédelem szerint tudatos vásárló az, aki nem hagyja, hogy átverjék. Aki tisztában van fogyasztói jogaival, és él is velük. Aki tájékozódik az árakról, a termékek minőségéről, a kapcsolódó szolgáltatásokról, és a legjobb ajánlatot választja ki” (TUDATOS VÁSÁRLÓ 2019a).

A Tudatos Vásárlók Egyesülete megfogalmazásában a tudatos vásárlás ökológiai és etikai szempontokat is hordoz: „Fontos, hogy etikailag és környezetileg is tudatosak legyünk, ami azt jelenti, hogy saját magunkon túl másokra is tekintettel vagyunk. Ezek a mások lehetnek ma élő emberek, vagy a jövőben megszületendő gyermekeink, unokáink, vagy nem emberi létezők: állatok, növények, sőt, ökológiai rendszerek. Mi, tudatos vásárlók tehát olyan fogyasztói döntéseket próbálunk hozni, amelyekkel nem csak mi járunk jól, hanem – fogalmazzunk egyszerűen – a világ is. Döntéseink alapvető értékeket tükröznek: hitünket az igazságosságban, a méltányosságban, az ökológiai felelősségben.” A Tudatos Vásárlók Egyesülete által használt definíció a fenntartható fejlődés 1987-ben a Brundtland-jelentésben megfogalmazott definícióját terjeszti ki a vásárlásra (UNESCO, 2009).

A Szatyor bevásárló közösség mintájára több vidéki nagyvárosban (Kecskemét, Debrecen) szatyor név alatt jöttek létre bevásárló közösségek. Ezen szervezetek a fővárosban működő modellt vették át a helyi igényekre alakítva. Vannak nagyon minimalista besárló közösség-megfogalmazások is: a Debreceni és a Kecskeméti Szatyor például önmagát egyszerűen „kapcsolatként” definiálja, nem végez sem kereskedelmi sem szolgáltató tevékenységet.⁶ Kétségtelen tény, hogy a bevásárló közösségek egyik legfontosabb jellemzője a „kapcsolat” a vevő és az eladó között, bár az is tapasztalat, hogy a bevásárló közösség honlapja maga is egy szolgáltatás.

A továbbiakban érdemes körüljárni, hogy a bevásárló közösség valóban felfogható-e egy a boltrendszer megelőző kezdetleges kereskedelmi közvetítő formának? A tapasztalatok azt mutatják, hogy elméletileg megvan arra a lehetőség, hogy egy bevásárló közösség fejlődéstörténete elvezessen valamilyen bolt(hálózat) kialakulásához. De nem szükségszerűen. Ráadásul fontos megjegyezni azt is, hogy olyan is van, amikor egy bolti kereskedelemmé fejlődött bevásárló-közösség visszaalakul a hagyományos bolt nélküli bevásárló-közösségi szintre. Ez a tudatos „visszafejlesztés” jelent meg például a budapesti Szatyorbolt esetében is 2019 januárjától. Az utóbbi években a Szatyorbolt vásárlói átvételkor már nem találkoztak személyesen a termelőkkel, így a vevők és termelők közötti közvetlen kapcsolat nem valósult meg. Persze az is igaz, hogy 2019-től ismételten erősíteni kívánja a Szatyorbolt a vevők és termelők közötti közvetlen kapcsolatot. A bevásárló közösségek tevékenységének sarkalatos pontja ugyanis a közvetlen kapcsolat fenntartása. A Szatyorbolt tehát 2019-től úgy működik, hogy lesz közvetlen találkozás vevők és termelők közt: a „dobozok,” melyeket a vevők a Szatyorboltban vesznek át heti rendszerességgel- ismételten a Szatyorboltban kerülnek majd összeállításra a termelőkkel közösen. Így a vásárlók nem pusztán az összeállított „dobozokat” kapják meg, hanem a termelőkkel is személyesen találkozhatnak. Ugyancsak a termelői kínálat és a vevő találkozását segíti, hogy a Szatyorboltban 2019-től ismételten fog működni az ún. Mini-Piac, melynek keretében hétről-hétre más termelő kínálja személyesen is a termékeit (SZATYOR EGYESÜLET, 2019)

A Szatyorbolt fentiekben bemutatott példája azt mutatja, hogy a bevásárló-közösség egy sajátos kereskedelmi közvetítő forma. Ezzel cseng össze az egyik legfiatalabb magyarországi bevásárló közösség megfogalmazása is, mely 2018 őszén indult Tatai Portéka néven. Igaz, hogy vásárlási formaként nevezi meg a tevékenységet, de lényegében ugyanarról beszél, mint a Szatyorbolt. „A bevásárló közösség olyan vásárlási forma, amely biztosítja a vevők és a termelők közvetlen kapcsolatát, ezen keresztül a kereslet és a kínálat még hatékonyabb találkozását. A vásárlás előre leadott rendeléseken keresztül történik, szem előtt tartva a közösség és a környezet érdekeit is” (TATA BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG, 2019).

Az Esztergomi Kiskosár Közösség kicsit máshová teszi a meghatározásban a hangsúlyt: a bevásárló közösséget a helyi termékekhez való hozzájutás egy újszerű módjának, a rövid élelmiszer ellátási lánc egyik formájaként definiálja. (KISKOSAR, 2019). Ez a megfogalmazás köszön vissza az Egyél helyit címmel kiadott bevásárló közösségek indítását segítő kiadványban is, melyben több hazai bevásárló közösség is bemutatásra kerül. (Egyél helyit, 2017). A Nyíregyházi Kosár Bevásárló Közösség szintén a helyi termékek népszerűsítését, valamint a helyi gazdaság fejlesztését tartja a legfontosabbnak (NYÍREGYHÁZI KOSÁR, 2019). Az Érden alakult Natúrkosár Bevásárló Közösség a célkitűzései lényegeként azt fogalmazta meg, hogy a cél az, hogy a célcsoportokhoz közvetlenül a környék termelőitől eljussanak a friss, organikus gazdálkodásból származó élelmiszerei (ÉRD BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG, 2019). A Borsodi Kosár Kör- mely az előbb említett Natúrkosárhoz hasonlóan már nem működik, azonban működésük során az élelmiszer előállítók mellett kézművesek

csatlakozását is várta –a csere és vásárlókörhöz. A csere- fogalma a vizsgált bevásárló-közösségek között kizárólag itt jelent meg (BORSOD 2019).

Érdekesség, hogy a bevásárló közösség, mint elnevezés napjainkban marketing elemként is megjelenik az outlethez hasonlóan. Sok esetben csak nyomokban követve az alapelveket. Ilyen például a budapesti agglomerációban vállalkozásként működő enkosaram.hu., mely átvevő pontokkal rendelkezik, azonban csoport nem kapcsolódik a „közösséghez”.

Rendkívül fontos tapasztalati tény, hogy a bevásárló közösség fogalmi meghatározása ugyanannak a közösségnek az életében is változik. Ennek fő oka, hogy szükségszerűen átalakulások jellemzik a bevásárló közösségek formálódását a fejlődésük során. A 2011-ben indult Csömöri Éléskamra Bevásárló Közösség például a megnövekedett vásárlói érdeklődés miatt már nem tudta az előrendelést és a termékek-átadását koordinálni, így a tagok úgy döntöttek, hogy termelői piacként működnek tovább (Ujszászi 2013). A csömöri bevásárló közösség termelői piaca 2013 szeptembere óta működik. A termelői piacon egyes árusoknál továbbra is lehet előzetesen rendelni, azonban a közösségnek ez már nem elsődleges funkciója.

A témához szorosan kapcsolódó termelői piacok életciklusáról részletesen ír Szabó Dorottya (Szabó 2016). A bevásárló-közösségek példáit vizsgálva is igazolódik, hogy a bevásárló közösségek működésében is tapasztalható egyfajta életciklus.

A gyakorlatban működő bevásárló közösségek a helyi termelők támogatását, a vásárlók teljesszerű információkkal történő ellátását tartják a bevásárló közösségek jellemzőinek (ÉN KOSARAM 2019).

A bevásárló közösséget a helyi termék értékesítésének egy formájaként is értelmezhetjük. A bevásárló közösség gyűjtőfogalomként jelenik meg Magyarországon, mely számos tevékenységet magában foglal, amelyeket a szakirodalom a bevásárló közösségekkel együtt a rövid ellátási lánc elemeiként jelenít meg (Vidékstratégia 2012).

A bevásárló közösség működésének gyakorlata általában

A működés jogi, technikai kerete

Az első fontos tudnivaló, hogy a bevásárló közösségek működtetését jellemzően valamilyen civil szervezet, vagy egyházközség biztosítja. Az Ister-Granum Eurorégióval összhangban működő Kiskosár Bevásárló Közösséget például az Esztergomi Környezetkultúra Egyesület működteti. Az Egyesület célkitűzése és fő tevékenysége a lakosság átfogó környezeti szemléletformálása. ”Kiemelt fókuszterületünk a fenntartható fogyasztást megvalósító közösségek szervezése, környezeti nevelési programok szervezése (előadások oktatási intézményekben).” olvasható az Egyesület bemutatkozásában.

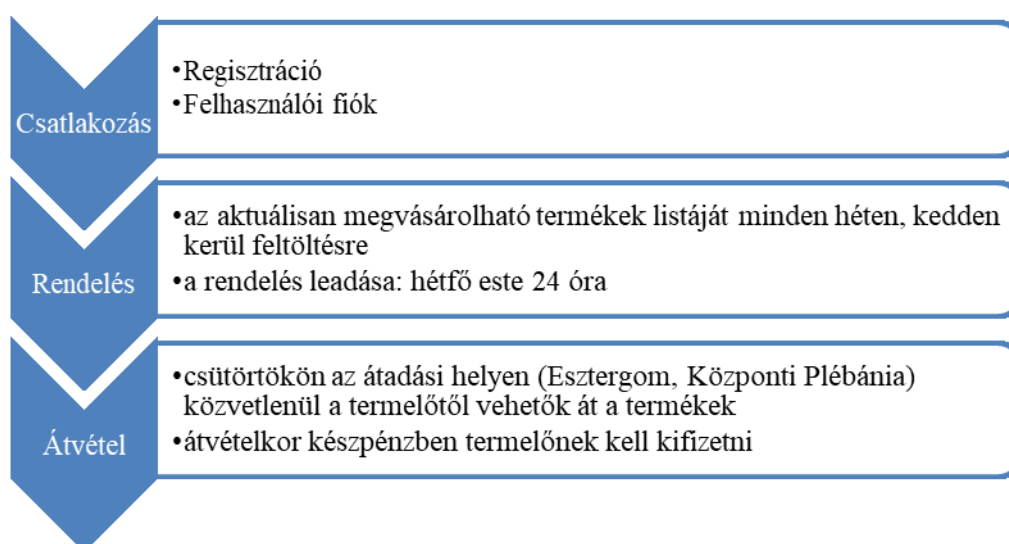
Számos jogi feltételnek kell megfelelni. A termelő és fogyasztó közötti árucserét biztosító ú.n. átadási helynek meg kell felelni az élelmiszerek tárolásáról szóló jogszabályoknak, például a hűtött tárolásra, higiéniaira vonatkozó előírásoknak.

A bevásárló közösségek élelmiszerbiztonsági téren, számlavezetési biztonság terén azonban nem a szokásos módon működnek, éppen ezért a NÉBIH, NAV munkatársai számára kihívást jelent a bevásárló közösség, és a hozzá hasonló rendszerek ellenőrzésének, ellenőrizhetőségének kimunkálása.

A működés technikai kerete, hogy a közösség jellemzően online felületet tart fenn, többek között a tájékoztatás, információáramlás, és legfőképp a vásárlók előrendelésének leadása céljával.

A működés gyakorlata

A működés gyakorlata az, hogy miután a vásárlók az előrendelést leadták, ezt követően a bevásárló közösség önkéntesei- néhány esetben munkatársai is vannak a szervezetnek- továbbítják a termelők felé a kért rendeléseket. A termelők a kért mennyiséget beszállítják az átadási helyre. A jól bevált gyakorlat az, hogy a bevásárló közösség önkéntesei állítják össze a vásárlók által rendelt csomagot. A vásárlók az átadási napon előre meghatározott időkeretben általában 2 vagy 4 órán keresztül vehetik át a terméket. Mivel a helyszínen történik a fizetés, ezért egyfajta bizalmi rendszerről beszélünk. A jól működő bizalmi rendszer fokmérője, hogy mint a vizsgált közösségekben az átvétel elmaradását marginális számban tapasztalták csupán. Arra is találunk példát Magyarországon, hogy a bevásárló közösség bizományként tudja átvenni a terméket a termelőtől, azaz a fizetés egyhetes ütemezéssel zajlik. Ez az adóhatóság által is engedélyezett gyakorlat például a Nyíregyházi Kosárközség által működtetett bevásárló közösség működése során valósul meg (nyiregyhazikosar.hu). Helyszíni vásárlásra az esetek többségében nincs lehetőség. Az 1. ábra az esztergomi Kiskosár Bevásárló Közösség példáján keresztül mutatja be az említett általános gyakorlatot.



1. ábra. Az esztergomi Kiskosár Bevásárló Közösség működése

Forrás: tartalom-elemzés alapján szerkesztette Kápolnai Zsombor

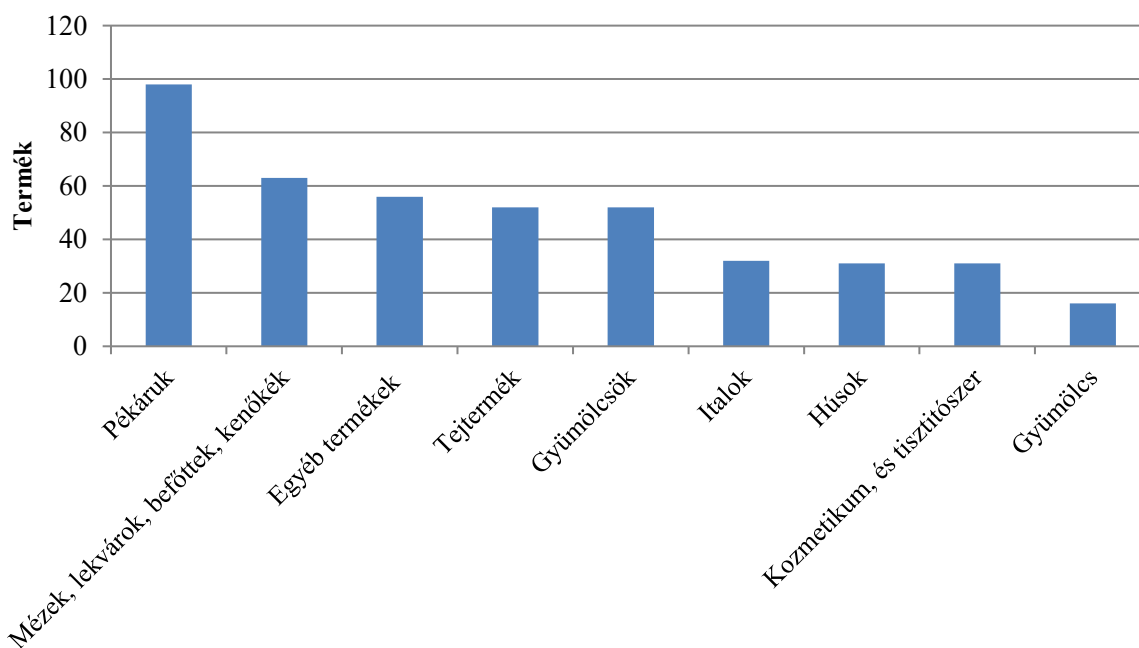
A bevásárló közösség működésének gyakorlata az esztergomi Kiskosár Bevásárló Közösség példáján

A Kiskosár bevásárló közösség honlapja egy webshophoz hasonlóan működik. A vásárlók a termék árát, fényképét, a termelő nevét, valamint a termelésnek az átadási ponttól mért távolságát is megismerhetik. Mivel a bevásárló közösség elsősorban a szemléletformálás egyik eszköze- a helyi termékek továbbá a rövid ellátási lánc népszerűsítése érdekében így a kistermelők mellett akár vállalkozók számára is lehetőséget biztosíthatnak termékeik értékesítésére. Ezért fontos jelezni a vásárlók számára, melyek azok a termékek melyek az ún. kistermelői rendeletben foglaltak alapján a 40 kilométer sugarú körön belülről származnak.

A rövid ellátási lánc menedzselése, és az Ister Granum Eurorégió működése szempontjából is fontos tényező a határon átnyúló partnerségi kapcsolatok kiépítése. A Kiskosár Bevásárló Közösség másik fontos közösségi sajátossága, hogy partnere a katolikus egyház. A bevásárló közösség átadási helyszíne Esztergomban ugyanis a belvárosi plébánia udvara. Az egyházi szerepvállalás a fizikai segítség mellett a bevásárló közösség társadalmi elismertségének növekedését is elősegíti. A történelmi egyházak patronálásával úgy véljük a bevásárló közösségek nem csupán egy rövid ellátási lánc támogatójával gazdagodnak, hanem bővül a szemléletformáló tevékenységük. Egymás mellé kerül a rövid ellátási lánc, a természetes alapanyagok és az ehhez kapcsolódó helyi termékek, a keresztény értékközösség támogatása, ami nagyszámú érdeklődőt, vásárlót és esetlegesen termelőt is vonzhat. Az eset nem egyedi: hasonló kezdeményezést ismerünk Vácon is.

A bevásárló közösség egyik előnye, hogy a kínálata tervezhető, így a vásárlót kevésbé érik váratlan szituációk, mint egy termelői vagy hagyományos piacon. Nem fordul elő, hogy „nem jött el a kedvenc termelőm”, vagy nincs elegendő mennyiség egy keresett termékből etc. Ugyanakkor fontos kérdésként merül fel, hogy a bevásárló közösséghez csatlakozó termelő tudja-e produkálni a megrendelt mennyiséget. A rendszer lehetőséget biztosít a rendelés korlátozására, felfüggesztésére amennyiben nem teljesíthető a vásárlók igénye. Azonban nem szabad elfelejtenünk, hogy a fogyasztók felé negatív hatása lehet a kínálat hiányának. A konvencionális kereskedelemhez szokott fogyasztó a kínálatban a hiány fogalma lényegében ismeretlen. Ebből adódóan a bevásárló közösség azoknak az ős- és kistermelőknek jelent megjelenési felületet, akik folyamatosan tudják teljesíteni a megrendeléseket. A Kiskosár Bevásárló Közösségben szlovákiai és magyarországi termelők egyaránt értékesítenek. Az ős- és helyi termelők számára a határon átvélő kereskedelem jogszabályi háttérének értelmezése ugyanakkor sok esetben megoldandó feladatként hárul a Bevásárló Közösség szervezőire.

A Kiskosár Bevásárló Közösség kínálatában a termelői piacokra jellemző termékeket találunk. Egy átalagos őszi hétvégén is közel 300 féle termék közül választhatunk (2.ábra).



2. ábra. Kiskosár Bevásárló Közösség- Esztergom kínálata 2019. október 21

Forrás: <https://kiskosarbolt.hu/pekaruk> adatai alapján szerkesztett Kápolnai Zs.

Következtetések

A gyakorlatban működő bevásárló közösségek a helyi termelők támogatását, a vásárlók teljeskörű információkkal történő ellátását tartják a bevásárló közösségek jellemzőinek. A bevásárló közösséget a helyi termék értékesítésének egy formájaként is értelmezhetjük. A bevásárló közösségek önmeghatározásai alapvetően a tudatos vásárlást és a speciális végzett tevékenységeket emelik ki. A tudatos vásárlás egyfajta ideológia iránytűt mutat. Az együttgondolkodás alapvetéseit fogalmazza meg a közösségek számára, ideértve a termelőket és a vevőket is. Ennek fontos célja a lokális értékek fontosságának hangsúlyozása. A végzett tevékenységek közül a legfontosabb megkülönböztető karakter a termelők és vevők közötti kapcsolat biztosítása. A tapasztalat azt mutatja, hogy az előzetes rendelés az, ami leginkább megkülönbözteti a bevásárló közösséget a termelői piacoktól.

Ha megpróbálunk keresni egy a valamennyi bevásárló közösségre értelmezhető tömör, érvényes meghatározást, akkor a bevásárló közösséget egy olyan, a rövid ellátási lánc fejlesztéséért elkötelezett szervezatként/ csoportosulásként kell meghatározni, mely marketing és kommunikációs eszközökkel segít kapcsolatot teremteni a termelők és a fogyasztók között, megjeleníti a kínálatot, valamint értékesítési csatornát (webshop, termelői piac és bolt) tart fenn.

A bevásárló közösségek gyakorlati működésében fontos tanulság, hogy nem csupán kereskedelmi, árutermelési feladatokat látnak el, hanem különböző partnerségi kapcsolati hálókból közösségi, fenntarthatósági szemlélet- és értékformáló szerepet is betöltenek. Az egyes bevásárló közösségek működésében és gyakorlatában vannak általános vonások, de egyedi elemek is. A fogalmi és jogi szabályozatlanság miatt merül fel jónéhány kérdés a minőség-ellenőrzés, az élelmiszerbiztonság és a számlavezetés biztonságának gyakorlatában. Pontosan ezek a tulajdonságok irányítják arra a figyelmet, hogy a bevásárló közösségek eredményes és fenntartható működéséhez szükséges egy jól követhető működési keret, fogalmi meghatározottság, ami jelenleg nincs meg.

Irodalomjegyzék

1. Benedek Zs.(2014): A rövid ellátási láncok hatásai. Összefoglaló a nemzetközi szakirodalom és a hazai tapasztalatok alapján. MTA Közgazdaság- és Regionális Tudományi Kutatóközpont Közgazdaság-tudományi Intézet, Budapest.48 p. ISSN 1785-377X
2. Berényi I. (1992): Szociálgeográfia. Budapest Elte-Eötvös Kiadó. 150 p.
3. BORSOD (2019): Borsodi kosár- és cserekör, <https://www.facebook.com/magyararuk/posts/kedvesmindny%C3%A1ljanszervez%C3%BCnk-egy-termel%C3%B5i-v%C3%A1s%C3%A1rl%C3%B3i-kos%C3%A1r-%C3%A9s-cserek%C3%B6rt-borsod-megy/589250614452504/>, Letöltés: 2019. június 10.
4. Czene Zs.-Horkay N.-Ricz J. (2010): Helyi gazdaságfejlesztés Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok. Budapest Területfejlesztési Füzetek 2. VÁTI Nonprofit Kft. Területi Tervezési és Értékelési Igazgatóság Stratégiai Tervezési és Vidékfejlesztési Iroda
5. DEBRECENI SZATYOR (2019):6. Piac, ahogy mi szerejük- Debreceni Szatyor. http://www.szatyordebrecen.hu/site/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=113, Letöltés: 2019. július 20.
6. Egyél velünk helyit. (2017): Lőrinczi Zs. (szerk.) Esztergomi Környezetkultúra Egyesület Esztergom 58.p.
7. ÉN KOSARAM 2019 13. Az ÉN Kosaram Termelői és Kézműves Piac, <http://www.enkosaram.hu/page/homepage>, Letöltés: 2019. június 3.

8. ÉRD BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG (2019):Önszervező Organikus Helyi Bevásárló Közösség, Érden, <http://kornyeztudatoselet.hu/minden-ami-bio/bevasarlo-kozossegek/natur-kosar-bevasarlo-kozosseg>, Letöltés: 2019. május 29.
9. G.Fekete É.(2014): Helyi termékek, szolgáltatások elismertségének erősítése a Borsod-Torna-Gömör Akciócsoport területén. Miskolc Reg-Lex Bt. 150.p.
10. G.Fekete É.-Siposné Nándori E.: (2013): A társadalom térszerkezete. Miskolc 159 p.
11. Handlerné Makkos D.-Ónodi Zs.-Schwertner J.(2012): Kincs ami nincs- Esettanulmány mint módszer a helyi gazdaság-fejlesztési kezdeményezések értékelésében és tervezésében In.:Falv Város Régió 1-2. pp.25-32
12. Kajner P.- Lányi A.- Takács-Sánta A. (2013): A fenntarthatóság felé való átmenet jó példái Magyarországon. MIS-ÖKO Kft, Budapest
13. Kápolnai Zs. (2017): A kiskereskedelem és a szolgáltatások térbeli jellemzői Pest és Nógrád megye aprófalvaiban. A Falu. 2017 32/1.
14. Káposzta J. (2007): Regionális gazdaságtan. Szent István Egyetem Kiadó, Gödöllő pp.59-68 .
15. Kérdő A. (2008): A tartalomelemzés elmélete és gyakorlati alkalmazása, Budapesti Gazdasági Főiskola, szakdolgozat 57 p.
16. KISKOSAR (2019) Mi a bevásárló közösség? <https://kiskosarbolt.hu/bevasarlo-kozosseg> Letöltés: 2019. július 23.
17. Kujáni K. (2015): Hogyan működik a rövid ellátási lánc Magyarországon előadás Kistermelői élelmiszerek útja a fogyasztókhoz. Hogyan működik a rövid ellátási lánc? Országos nyári szakmai konferencia 2015. július 27. Környezettudatosság a mindennapokban
18. NYÍREGYHÁZI KOSÁR (2019): Nyíregyházi Kosár Közösség, <http://www.nyiregyhazikosar.hu/>, Letöltés: 2019. augusztus 2.
19. Rapkay B.– Illés S.–Stárics R. (2013): A helyi gazdaságfejlesztés egyes gondolati előzményei és következményei. In.:Földrajzi Közlemények.137. 1. 28–39.
20. Réthy K. - Dezsény Z..(2013): Közösség által támogatott mezőgazdaság, Budapest. ÖMKI, 27 p.
21. Ritter K.– Nagy H. – Tóth T.(2013): Hátrányos helyzetű vidéki térségek és helyi fejlesztési lehetőségeik egy észak-magyarországi példán keresztül.In.: Lukovics Miklós – Savanya Péter (szerk.):Új hangsúlyok a területi fejlődésben. JATEPress, Szeged pp. 224-242.
22. Szabó D. (2014): A rövid ellátási láncban rejlő lehetőségek és veszélyek Magyarországon In.:Acta Carolus Robertus 4. év. 2. szám ISSN 2062-8269
23. SZATYOR BOLT (2019a): Bevásárlóközösség összeköt amit a jó élelmiszerekről gondolunk, <http://szatyorbolt.hu/bevasarlo-kozosseg>, Letöltés: 2019. április 18.
24. SZATYOR BOLT (2019b): Szatyor bolt: bevásárló közösség, öko bolt és zöldcatering egyben, <https://tudatosvasarlo.hu/cikk/szatyor-bolt-bevasarlo-kozosseg-oko-bolt-es-zold-catering-egyben>, Letöltés: 2019. július 10
25. SZATYOR EGYESÜLET (2019): Változások a bevásárlóközösségben egy fenntarthatóbb Szatyorért, <http://szatyoregyesulet.hu/hu/valtozasok-a-bevasarlo-kozossegben/>, Letöltés:2019. szeptember 5.
26. TATA BEVÁSÁRLÓ KÖZÖSSÉG (2019):Helyi bevásárló közösség szerveződik Tatán http://www.tata.hu/18193/helyi_bevasarlo_kozosseg_szervezodik_tatan, Letöltés: 2019. augusztus 14
27. TUDATOS VÁSÁRLÓ (2019a): Mit jelent a tudatos vásárlás? <https://tudatosvasarlo.hu/tve/gyik> Letöltés: 2019. szeptember 2.

28. TUDATOS VÁSÁRLÓ (2019b): Működő közösségi gazdaságok, dobozrendszerek és bevásárlóközösségek, <https://tudatosvasarlo.hu/cikk/mukodo-kozossegi-gazdasagok-dobozrendszerek-es-bevasarlokozossegek>, Letöltés: 2019. augusztus 28.
29. Új Magyar Lexikon K-Me 4. kötet Akadémiai Kiadó, Budapest. 627.p.
30. Ujszászi E.(2013): Termelői piac nyílik Csömörön In.:Csömöri Hírmondó XXI./8. pp. 12-13.
31. UNESCO (2009): A fenntartható fejlődés fogalma, célkitűzése, <http://www.unesco.hu/termeszet tudomany/fenntarthato-fejlodesre/fenntarthato-fejlodes-091214>, Letöltés: 2019. szeptember 15.
32. Vidékstratégia(2012): Nemzeti Vidékstratégia 2012-2020, <http://videkstrategia.kormany.hu/> Letöltés:2018