ERDÉLY-SZERTE KIALAKULT EGY OLYAN VÁSÁRLÓBÁZIS, AMELYNEK SOKKAL KÉNYELMESEBB ONLINE RENDELNI HÁZTÁJI TERMÉKEKET IS

Teret hódít a helyi termelők virtuális piaca

A közösségi média térhódításával a virtuális élelmiszervásárlások is egyre népszerűbbek, ráadásul egyre több helyi termelői csoportban szerezhetjük be az alapélelmiszereinket. Gazdasági elemzőt kérdeztünk arról, hogyan alakul a háztáji termékek értékesítése a virtuális piacokon.

» HAJNAL CSILLA

Új trend. Egyre többen rendelik meg online a zöldségeket, gyümölcsöket és más élelmiszereket

HAÁZ TONGE

Átalakította a vásárlási szokásokat, hogy az európai uniós csatlakozást követően a kis- és közepes gazdaságok nagy része nem tudott versenyre kelni a szabadon beáramló, olcsó mezőgazdasági termékek óriási választékával. Az áruházláncok hatalmas választékban kínálják a termékeket, és amíg korábban csak idényjelleggel lehetett hozzájutni bizonyos élelmiszerekhez, addig ezekben az üzletekben az év bármely szakában megvásárolhatunk bármit, ráadásul megfizethető áron. Igaz, néha egész kontinensnyit utazik a termék, amíg az asztalunkra kerül, és sokszor csak ránézésre hasonlít arra a termékre, amit szerettünk volna magunknak. Legtöbbször ízre köszönő viszonyban sincs a földben termelt, valódi napsugarak által érlelt zöldséggel, gyümölccsel. Ezért nem csoda, hogy egyre népesebb az a vásárlóréteg, amelyben megfogalmazódott az igény a helyi gazdaságokban termelt és érlelt élelmiszerekre. A közösségi média térhódításával a virtuális vásárlások is egyre népszerűbbek. Régiókra, városokra bontva jöttek létre helyi termelői csoportok, ahol akár magánemberként, akár kisvállalkozóként eladásra kínálhatók a termékek.

Online csoportok országszerte

Helyi termelők piaca elnevezésű online csoportok alakultak Nagyváradon, Kolozsváron, Marosvásárhelyen, Székelyudvarhelyen és még számos erdélyi és partiumi városban, ahol közvetlenül a termelőtől vásárolhatóak meg a zöldségek, gyümölcsök, fűszerek, húsfélék és minden egyéb élelmiszer. Létjogosultságukat a csoportok hatalmas létszáma és aktivitása támasztja alá, hiszen nincs olyan közzétett és felkínált áru, amely ne lelne gazdára, sőt van olyan is, hogy „sorok” és várólisták alakulnak a nyolc-tízezres létszámú csoportokban.

» Mihály I. Csaba elemző úgy véli, a közösségi média felületein történő online tranzakciók, helyi termékek vásárlása azért ennyire népszerű, mert kialakult egy olyan vásárlóbázis, amelynek sokkal kényelmesebb online rendelni és ugyanígy fizetni.

Kényelmes és egészséges

Mihály I. Csaba székelyudvarhelyi gazdasági elemző úgy véli, a közösségi média felületein történő online tranzakciók, helyi termékek vásárlása azért ennyire népszerű, mert kialakult egy olyan vásárlóbázis, amelynek sokkal kényelmesebb online rendelni és ugyanígy fizetni. „Számára a napi időbeosztásból kimarad a beszerzéssel kapcsolatos rohangálásra szánt idő, amit hasznosabban tud felhasználni. Nem elhanyagolható az a tény sem, hogy az online világában jártasok, egyre inkább odafigyelnek az egészséges táplálkozásra, így szeretik tudni, hogy egy-egy élelmiszer honnan származik, milyen nyersanyagok kerültek bele, mennyire természetes az alapanyag, mennyi ízfokozó vagy tartósítószer van benne. Egy online csoportban látni lehet a termelőt, termékeit és elvétve azt a környezetet is, amiben készül az asztalravaló” – mutatott rá az elemző a vásárló szempontjaira.

Csökkennek a marketingköltségek

Hozzátette: az eladó szempontjából az online felület egy értékes piaci szeletet jelent. „A hagyományos élelmiszereket előállítók és eladók többsége olyan gazdálkodó, amelyik a nyersanyag előállításból nem tud megélni. Ráébredt arra, hogy többletértéket hozzáadva, termékeit feldolgozva sajt, túró, lekvár, szörp vagy hasonlók formájában sokkal könnyebben piacra tud jutni, nagyobb jövedelemre tehet szert. Eddig számukra a piac a házuk kapujában kialakított stand vagy a helyi szervezésű, alkalmi vásárokra korlátozódott, a nagybani kereskedőket teljes mértékben figyelmen kívül hagyva. Az online felülettel a földrajzi korlátok feloldódnak, a marketingre fordítandó költségek is jelentősen csökkenthetőek, mert a vevő és vásárló kapcsolata olyan személyes ismeretségre vezethető vissza, mint a piac vagy a vásár esetében” – fejtette ki az eladó szempontjait a székelyudvarhelyi elemző. Hozzáfűzte, a közösségi média jellemzője, hogy igyekszünk képekben, szövegben megosztani örömünket, hogy egy szép ruhát vettünk, finom lekvárral vétettünk a diétánk ellen, vagy a gyermekeink bezsongtak a tanyasi kolbásztól. A termelőnek a szájról szájra terjedő reklám mellett elsősorban arra kell figyelni, hogy folyamatosan minőségi terméket állítson elő, ha piacon akar maradni, mert a virtuális térben olyan gyorsan lehet a süllyesztőbe kerülni, amilyen gyorsan feltűntél – fogalmazta meg véleményét Mihály I. Csaba.

Felgyorsuló folyamat

A szakember ugyanakkor úgy véli, nehezen mérhető egyelőre, hogy a helyi termékek online forgalmazása milyen hatással van az ország gazdaságára. „Jelenleg azt tudjuk, hogy az Országos Statisztikai Intézet (INS) globálisan egy tételként kezeli az online kereskedelmet. Adataik az mutatják, hogy felfele ívelő pályán van ez az ágazat. Egyéb tanulmányok mutatják, hogy az élelmiszer online kereskedése is kezd betörni a vezető használati vagy ruházati cikkek mellé. Szerintem, ez egy olyan folyamat, ami most kezd felgyorsulni, mert társadalmi igény van rá, és nem hiszem, hogy bármilyen vírus vagy pánik hatására. A pánik ideig-óráig adhat egy kedvező löketet, de nem erről van szó, hanem szerintem inkább a vevő és termelő igényeinek szerencsés találkozásáról jókor, jó helyen” – fejti ki Mihály I. Csaba.

Koronavírus: EU-s befektetési alap a gazdasági károk enyhítésére

» HÍRÖSSZEFOGLALÓ

Az Európai Unió tagországainak vezetői a koronavírus okozta gazdasági károk enyhítését biztosító, 25 milliárd euró értékű befektetési alap létrehozásában egyeztek meg, erre az uniós bizottság 7,5 milliárd eurót szabadít fel – közölte Ursula von der Leyen, az Európai Bizottság elnöke kedd este, a tagállami vezetők vészhelyzeti videókonferenciáját követően. A sajtótájékoztatón az uniós bizottság elnöke azt közölte, hogy a javasolt befektetési alap az egészségügyi rendszerekre és a kisvállalkozások támogatására irányul. Kijelentette, az Európai Unió minden rendelkezésre álló eszközt fel fog használni a gazdaság támogatására.

» A javasolt befektetési alap az egészségügyi rendszerekre és a kisvállalkozásokra irányul.

A tervezett intézkedések között a gazdasági károk enyhítésére előirányzott beruházási alap mellett megemlítette a növekedési és stabilitási paktum alkalmazásának rugalmassá tételét, valamint azt, hogy az Unió megvizsgálja az állami támogatásokra és az államadósságra vonatkozó szabályok enyhítésének lehetőségeit, hogy enyhítse a járvány sújtotta országok, például Olaszország negatív gazdasági hatásait. Charles Michel, az Európai Tanács elnöke azt közölte, hogy az ülés során a tagállami vezetők négy kulcsfontosságú feladatot határoztak meg. Ezek között van a vírus terjedésének korlátozása, az orvosi felszerelés biztosítása, a gyógyszer- és vakcinakutatások fi nanszírozása, valamint a járvány társadalmi és gazdasági következményeinek kezelése. Az uniós tagországok állam-, illetve kormányfőit tömörítő tanács elnöke továbbá elmondta, a tagállami vezetők kiemelték az együttműködés és a gyors cselekvés fontosságát. Hangsúlyozták a közös európai megmegoldás és az Európai Bizottsággal folytatott szoros koordináció szükségességét, valamint azt, hogy az egészségügyi minisztereknek és a belügyminisztereknek napi konzultációt kell folytatniuk a megfelelő összehangoltság biztosítása és a közös európai útmutatás követése érdekében.

„A tagállamok és az uniós intézmények nyomon követik a járvány alakulását, az Európai Tanács pedig március végén esedékes csúcstalálkozóján visszatér a kérdésre, hogy további szükséges döntéseket hozzon” – jelentette be Michel.