



BÖDÖN MARKET

Rynek łączący producentów i konsumentów w mieście Szeged

Dane kontaktowe

Imię i nazwisko: Renáta Hunyadi-Kardos, sole proprietor

Położenie: Csongrád-Csanád County, Szeged (Szeged Plaza, Kossuth Lajos blvd. 117.)

Rok podjęcia działalności: 2013

Główny kierunek: sprzedaż

Web / Facebook / Twitter: www.bodonpiac.hu

Targ podwórkowy i rękodzieła w Bődön (Market "Bődön") został założony przez Renáta Hunyadi-Kardos i od 8 lat działa jako jednoosobowa działalność gospodarcza. Przy pierwszej okazji we wrześniu 2013 roku wzięło udział zaledwie 15 producentów i rzemieślników. W Szegedzie była to pierwsza inicjatywa o podobnym charakterze, która na szczęście znalazła swoje miejsce i publiczność, i od tego czasu działa co miesiąc, obecnie z okazjonalnym udziałem 70-80 sprzedawców. Organizują też okazjonalnie objazdowe targi "pop-up" z udziałem około 15 sprzedawców. Skład jest mieszanką kolorowych, modnych i tradycyjnych produktów, gdzie każdy może znaleźć coś, co mu się podoba.

Początkowy pomysł można powiązać właśnie z żywnością podwórkową. Celem koncepcji było, aby jak najwięcej osób doświadczyło "zakupów na targu" i uczucia związanego z dobrą jakością i lokalną żywnością. Chcieli promować ideę, że ważne jest, aby wiedzieć, co jest na stole, skąd pochodzi, jak i z czego jest zrobione, a także jak ważne jest, aby przejść przez krótki łańcuch dostaw. Taka postawa nie była tak powszechna, gdy rodził się rynek.

"Bődön" jest w zasadzie reinterpretacją tradycyjnego targu, który nie jest po prostu miejscem zakupów, ale funkcjonuje również jako rodzaj przestrzeni społecznościowej. Duży nacisk kładą na swoje działania w mediach społecznościowych, dzięki którym mogą targetować i docierać do publiczności, którą tworzą osoby dbające o zdrowie. Obecnie na swoich różnych platformach social media docierają do ponad 23 000 osób, które mogą stać się potencjalnymi nabywcami. Jest to baza klientów, gdzie członkowie nie żałują pieniędzy na dobrej jakości żywność i są świadomi wartości, ceny rękodzieła i produktów podwórkowych i są gotowi za nie zapłacić.

Wszystko to stanowi pewny dochód dla uczestniczących sprzedawców, gdyż z tej grupy odbiorców mogą oni zbudować poważną bazę stałych klientów. Angażując się w targ "Bődön", sprzedawcy zapewniają sobie ciągłe dostawy wysokiej jakości, co skutkuje powracającymi klientami. Sprzedawcy są proszeni o stanie za swoimi produktami, o reprezentowanie tego, co znajduje się na ich stole. Dzięki temu to, co dzieje się na rynku, staje się autentyczne, co pozwala im przyciągnąć kupujących. Z biegiem lat ten proces przekształcił się w prawdziwą współpracę.

Dzięki targowi "Bődön" powstało wiele nowych mikroprzedsiębiorstw, czasem nawet firm, które utrzymują kilka rodzin, a pomiędzy sprzedawcami "Bődön" nawiązano wiele współpracy. Kiedy powstał rynek, trudno było przekonać sprzedawców, że taka inicjatywa może się udać, ponieważ nie było przykładu czegoś podobnego w okolicy, w pobliżu Szeged. Na producentów trzeba było "polować wspólnie". Fakt, że wielu klientów było przyciąganych na targi, ostatecznie zmienił to nastawienie, ale początkowo prowadzenie targu nie było opłacalne. Ekspansja również powodowała trudności: przeprowadzka do Szeged

Plaza w 2015 roku oznaczała więcej przestrzeni, ale też wyższe czynsze, a z czasem jedna osoba nie była już w stanie realizować zadań relatywnych, co dodatkowo obciążało finansowo działalność.

Trudno jest określić cenę, która pozwoli na prawidłowe funkcjonowanie rynku, a jednocześnie będzie przystępna dla wszystkich uczestników. Aby wyeliminować ten problem, pracują również z cenami warstwowymi, a niekiedy indywidualnymi. Uczestnicy sporadycznie wnoszą opłatę za uczestnictwo ("lokalne pieniądze"), aby sfinansować funkcjonowanie rynku. Trudno jest określić cenę, która pozwoli na prawidłowe funkcjonowanie rynku i jednocześnie będzie przystępna dla wszystkich uczestników. Aby wyeliminować ten problem, pracują również z cenami pasmowymi i okazjonalnie indywidualnymi.

Rynek działa od września 2013 r. Początkowo 1 raz w miesiącu: w drugą niedzielę każdego miesiąca, a od maja 2020 roku odbywa się dwa razy w miesiącu: w drugą i czwartą niedzielę każdego miesiąca. Początkowo targ znajdował się na dziedzińcu ówczesnego Rongy Pubu (Szeged, Kossuth Lajos blvd.). W 2015 roku pierwszy lokal został przerośnięty, a nowym miejscem stał się Szeged Plaza be-came. Oprócz większej powierzchni, kolejną ogromną zaletą było to, że producenci i sprzedawcy stali się chronieni przed pogodą ze względu na ustawienie w pomieszczeniach zamkniętych. W październiku 2018 roku z rynku wystartowały targi Boba baby-mom, które obecnie odbywają się co 2-3 miesiące. Do tego czasu odbywały się okazjonalne, tematyczne targi "dziecięce". W listopadzie 2020 roku uruchomiono sklep internetowy Bődön Box (bodonbox.hu), w którym sprzedawane są wyroby węgierskich rzemieślników w tematycznych pudełkach prezentowych, na razie głównie dla odbiorców krajowych.

Przy organizacji marketu stale pracują 2 osoby, a kolejne 2-3 osoby pracują okazjonalnie. Przed podjęciem decyzji wysłuchuje się i bierze pod uwagę opinie sprzedawców z rynku, gdyż są wśród nich doświadczeni sprzedawcy, w tym celu i dla utrzymania bezpośredniego kontaktu z producentami wykorzystywane są media społecznościowe.

Mają około 80 stałych sprzedawców, w tym tych zajmujących się produktami sezonowymi. Oprócz nich, stale przyjmują sprzedawców na kilka okazji lub na sezon. Obecnie współpracują z ok. 150 partnerami, którzy angażują się w rynek w zmiennym tempie.

Firmy rodzinne stanowią trzon dla uczestników rynku. Większość zespołu sprzedawców to producenci pierwotni, drobni rolnicy, osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą oraz osoby posiadające numer identyfikacji podatkowej. Niektórzy działają w ramach stowarzyszeń gospodarczych, głównie spółdzielni socjalnych. Współpraca między rynkiem a sprzedawcami oznacza pomoc w sprzedaży; dozwolone jest jedynie sprzedawanie konsumentom produktów domowej roboty. Istnieją przykłady innej bliższej współpracy producentów i sprzedawców poprzez rynek. Rolnicy, producenci docierają do klientów, którzy są już otwarci na produkty rękodzielnicze i przyciągają ich na rynek. Dlatego jest to szczególnie efektywny kanał sprzedaży dla sprzedawców.

Celem jest stworzenie jak najszerszej oferty produktów na rynku. Obecnie są to: produkty mięsne, sery i nabiał, ciasta, placki, pieczywo, przetwory owocowo-warzywne, miód i produkty pszczelarskie, makarony, jaja, przyprawy, oleje jadalne, czekolada, wino, produkty dla niemowląt i mam, olejki eteryczne, mydła i kosmetyki, preparaty czyszczące i toaletowe, wyroby skórzane i tekstylne, rękodzieło ludowe, ceramika, biżuteria, ozdoby i pamiątki z różnych materiałów.

Społeczność ma charakter otwarty. Stale przyjmują nowe zgłoszenia, ale poddają bardzo ostrej selekcji potencjalnych uczestników. Zwracają uwagę na wiele aspektów, ale najważniejszym jest jakość i pochodzenie produktu. Preferują lokalnych rolników, cenią sobie unikatowość. Ponieważ ważna jest dla nich dywersyfikacja zaopatrzenia rynku, ograniczają liczbę sprzedawców w poszczególnych kategoriach produktowych i regulują asortyment w zależności od potrzeb - czasem trendów - aby przyciągnąć na rynek jak najwięcej klientów. Oprócz tego wszystkiego, oczywiście, obowiązujące przepisy muszą być również przestrzegane przez handlarzy, muszą oni posiadać niezbędne licencje, a ich produkty muszą pochodzić z weryfikowalnego źródła. Liczba ta jest różna, ale do stałych uczestników dołącza co roku co najmniej 5-10 nowych sprzedawców, którzy w większości przypadków bardzo łatwo odnajdują się na rynku - zarówno pod względem zawodowym, jak i ludzkim. Odsetek rezygnacji jest podobny, ale wiąże się on głównie z

zamykaniem działalności gospodarczej. Na szczęście, dzięki starannej selekcji, sprzedawcy odsyłani są bardzo rzadko. Zdarzały się takie przykłady, ale tego typu decyzja zawsze poprzedzona jest dokładnym przemyśleniem.

To, co odróżnia "Bödön" od innych rynków i targów, to fakt, że mają na uwadze interesy sprzedawców, wspólnie podejmują decyzje i działają jako społeczność. Utrzymują osobiste relacje ze sprzedawcami, co czasami oznacza indywidualne umowy lub oddzielne projekty. Pomagają im w wystąpieniu i wspierają współpracę w ramach społeczności.

Uruchomienie "Böba" (targi niemowląt-matek) i "Bödön Box" (sklep internetowy) to dodatkowe "nogi", które oznaczają stabilność finansową i pomagają rynkowi, społeczności przetrwać trudniejsze czasy. Do tej pory nie korzystano z możliwości zaciągania zewnętrznych pożyczek, współpraca jest zarządzana z własnych rezerw.

Najbliższe plany to stworzenie systemu członkowskiego, który wiązałby się z dodatkowymi szkoleniami dla członków, większymi możliwościami zaistnienia oraz jeszcze głębszą i bardziej owocną współpracą ogółem. Ich planem długoterminowym jest nabycie własnej siedziby, sprzętu.

Zdjęcia:

