

XV. évf. 2. szám 2014. január 16.

Megjelenik kéthetente

## Hogyan tovább

Új év, új lehetőségek, ígéretek. Ezek a minden év első napjaira jellemző felvetések. A PH hasábjain természetesen, hogy a nagybanis termelők oldaláról közelítjük meg a témát, az ő szemszögükből tekintünk az idej szezonnak elé.

A termelők óvatosak és szakmai jövőjükéről kérdezve - bölcsen - úgy fogalmaznak, hogy mint mindennek a gazdasági szférán belül, a természetnek és az értékesítésnek is alkalmazkodni kell a változáshoz. Aki nem gondol előre, lemarad.

A nagybanin árusító termelőknek általánosságban azonosak úgy a tapasztalataik, mint a piaci előrelépéssel kapcsolatos véleményük, gondolataik. Már jó ideje annak, hogy a termelők napi felhozatalának szinte teljes egésze az állandó vevőkör előrendelésére épül. Alkalmi vásárlók a legtöbb gazdát legfeljebb kisebb tételek igényével „találják meg”. Ám, ha azt vesszük, hogy a telekommunikáció használatával kiegészült az értékesítési biztonság, kiszámíthatóbb az eladható árumennyiség, akkor azt már előrelépésnek lehet tekinteni.

Számos termelőnek új lehetőség a nagybani piacon tevékenykedő nagykereskedők beszállítói hálózatához való csatlakozás. Az életképes nagygazdaságok közül sokaknak sikerült ezt az utat kiépíteni. Üzletláncokhoz bekerülni önállóan szinte lehetetlen. Számtalan követelménynek kell megfelelni, amit legfeljebb a logisztikai háttérrel rendelkező nagykereskedők képesek felvállalni. Vannak azonban olyanok is, akik ebben a szerepkörben sem kívánják próbára tenni magukat, vállalkozásukat. Mint azt megfogalmazták, - nagybanis kereskedőknek értékesíteni is lehet kockázatos ügylet. Határidőre való szállításra, a minőségre, a folyamatos áruellátásra, HACCP, nyomon követhetőség és más feltételek teljesítésére kell figyelni, előírásokkal bajlódni. Buktató lehet a göngyöleggel való elszámolás, a rendelés ütemezése, továbbá egyik termelő sem szívesen kerülne a fizetési halasztások, esetleges elmaradások csapdájába.

A termelők jövőképe a gazdaságos termesztés, a biztos és jövedelmező árpaletta kialakítása, és annak évenkénti ésszerűsítése, változtatása is beleillik. Természetesen ehhez a vállalkozó kedven túl, szaktudás, termelők tapasztalat is szükséges. A zöldség-gyümölcs gazdálkodóknak „több lábón” kell állni. A jól bevált árufélék mellett ki lehet próbálni egy-egy új, vagy ígéretesebb portékát.

Jövőépítés a gazdaság fejlesztése is. Nos, ezzel kapcsolatban a hazai termelők szkeptikusak. Inkább csak a meglévő gépparkra, a korábban vásárolt és karbantartott gépparkra mernek alapozni. Ha a beruházást saját erőből nem tudják finanszírozni, inkább elvetik, mintsem banki hitelezéshez folyamodnának.

## Késedelmes számlafizetés

A gazdálkodó szervezetek közötti késedelmes számla-fizetés következményei:

A vonatkozó speciális szabályokat, amelyek 2013. július 1-től érvényesek a Polgári Törvénykönyv /1959.évi IV. Tv 301/A §, 2013.évi V. Tv. XXIII. fejezet / tartalmazza.

**A késedelmi kamat mértéke** a késedelemmel érintett naptári félév első napján érvényes **jegybanki alapkamat nyolc százalékponttal növelt értéke**. A **behajtási költségátalányra** vonatkozó törvényváltozás értelmében a késedelmi kamaton túl, a késedelmesen fizető fél köteles megfizetni - a megkésített összeg nagyságrendjétől és a behajtással kapcsolatosan felmerült tényleges költségektől függetlenül - **legalább 40 eurónak megfelelő forintösszeget**, amelytől a felek csak felfelé térhetnek el. A szerződés költségátalányt kizáró, vagy a Ptk-tól egyéb módon eltérő rendelkezése automatikusan semmisnek minősül.

A behajtási költségátalány összege alacsony összegű számlák határidőn túli fizetése esetén a szankció akár meg is haladhatja az ellenérték összegét, akkor is, ha a késedelem csupán 1-2 nap.

## Hulladékmentesen

Az idei esztendő teljen a hulladékmentes környezet jegyében! Ez akár kívánság, akár szlogen is lehetne, de inkább állandóság legyen! Az ügy mindig is a legalapvetőbb feltétele volt a piaci higiénának. Persze, ez nem jelenti azt, hogy ne kerüljön újból és újból napirendre. A több mint 30 hektáros terület napi takarítása munkaerőlétszámban, időben és költségben is jelentős számadatokat képvisel. Az általános takarítás körébe tartozik a napi hulladék összegyűjtése, a szabad területek megtisztítása, - tavasztól őszig - vízsugaras kezelése, és télen a csúszásmentesítés, hó-eltakarítás. A nagy mennyiségben keletkező csomagoló fólia, élvédők és rögzítőpántok tömege azonban nemcsak plusz feladat, hanem a takarítógépek állapotát, használatát is érintő kérdés. Pontosabban fogalmazva ez utóbbiakat kizárólag kézzel kell összegyűjteni, különben a takarító berendezéseket megrongálná.

A műanyag, karton, fa és egyéb csomagolóanyagok gyűjtése is hasonló módon történik. A szerves hulladék - amit nem kis mennyiségben hagynak maguk után a termelők - hasznosításra, kerül, állatmenhelyek és vadás parkok lakóinak válik élelemforrássá. A hasznosításra nem alkalmas kommunális hulladék komposztálóban végzi. Fenti sorokkal a piaci hulladékkezelés útját, módját kívántuk követni az eldobálástól a végállomásig. Igyekeztünk rávilágítani arra, hogy egy-egy hanyag mozdulat helyett egy másikkal mindenki többet tehetne a nagybani tisztaságáért, hulladékmentebbé válásáért.

## Könnyebben tájékozódhat

A nagybani piachoz érkező telefonos megkeresések leggyakoribb kérdése a nyitva tartási rendhez, az árusítási, és a bérleti lehetőségekhez kötődik. Számlázással és bérleti kártyák intézéséhez is lehet szükség segítségre, de műszaki problémák, és beszállítási gondok, fennakadások is lehetnek. A piaci üzemelés idején is akadhat számos teendő.

Év elejétől a nagybani piac központi számának (06-1-814-5300) tárcsázása után választógomb segítségével juthat el a hívó a megfelelő infor-

mációs forráshoz. Javasoljuk, hogy a fenti telefonszámot saját mobilkészülékébe minden piacos rögzítse, így nem szükséges a mellékállomások számát megjegyezni.

A nagybani piac legfontosabb adatait, információit, különböző közérdekű anyagokhoz való hozzáférést a [www.nagybani.hu](http://www.nagybani.hu) honlap szolgáltat.

## Nagybani marketing

A BNP Zrt. egyik fokozatosan felépített és évek óta egyre hangsúlyosabb feladatának a reklám és marketing tevékenységet tartja. Míg a piac történetének első évtizedében szinte egyáltalán nem volt szükség ilyesfajta célokra időt áldozni, pénzt költeni, úgy a jelenlegi üzleti, gazdasági körülmények megkívánják. A nagybani piacon árusítók a zöldség-gyümölcs-kereskedelem meghatározó szereplőiként reklámozást kívánnak, és érdekelnek. A marketing tevékenységgel többfajta célcsoportot tudunk megszólítani.

Marketing céljaink látványosabb elemeivel - a reklámfeliratokat, akciókat, vásárokat hirdető - molinókkal már a bejáratnál, a piac területén, kerítésein elhelyezve is találkozhatunk.

Egy másik média feladat a különféle vásárlói, felhasználói rétegek, többek között a szálloda és vendéglátói körök megcélzása, a nagybani piacon folytatott, teljes kínálatot biztosító kereskedés népszerűsítése. Ennek egyik módja szaklapokban - pl. a Vendég & Hotel magazinban - való megjelenés, hirdetés, kínálati és árinformációk rendszeres ismertetésével kiegészítve. Az említett szaklapban, a nagybani piacot népszerűsítő oldalon, minden hónapban egy-egy zöldség-gyümölcsféle kerül „terítékre”. Ezeknek az árucikkeknek eredetéről, megismerésének útjáról, termesztéséről, a hazai étkezési kultúrába való beépüléséről, élvezeti, gyógyító hatásáról és sok egyéb tulajdonságáról lehet majd olvasni. A januári hónap slágere a -renewanszát élő - gyömbér. Népszerűségét saját tapasztalataink is alátámasztják. Míg korábban elvétve akadt belőle, úgy az elmúlt években majd minden nagybanis standon kínált portéka.