



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

DIE LIGGING EN FUNKSIONERING VAN PLAASSTALLETJIES IN SUIDWES-KAAPLAND,

J van der Bank
 Departement Geografie, Universiteit van Stellenbosch, Stellenbosch

J van der Merwe
 Departement Geografie, Universiteit van Stellenbosch, Stellenbosch

UITTREKSEL

Direkte bemarking van plaasprodukte deur middel van plaasstalletjies geniet besondere aandag onder stedelike en landbougeograwe in Europa en Noord-Amerika. Die aktualiteit van hierdie verskynsel spruit uit die boer se evaluering van die bemarkingsgeleenthede wat in die landelik-stedelike oorgangsones deur toenemende stedelike randsprei geskep word. In Suid-Afrika is die aard en omvang van hierdie ruimtelike interaksieproses tussen die stedelike struktuur en die landbousektor egter nie genoegsaam ontgin nie. Hierdie studie het daarom ten doel om (1) die struktuur van die bestuurstel en entrepreneurskap ten opsigte van plaasstalletjies in Suidwes-Kaapland te evalueer; (2) die tyd-ruimtelike verspreidingspatroon sowel as die beïnvloedende faktore op die ligging van plaasstalletjies te bepaal; (3) die tipiese produkkenmerke sowel as die gedragpatrone van die kliënte te identifiseer; en (4) die rol van plaasstalletjies as ekonomiese, toeriste- en estetiese verskynsel te peil. Data is kartografies en statisties ontleed om insiggewende verwantskappe en ruimtelike patrone tussen die relevante veranderlikes bloot te lê.

ABSTRACT:

THE LOCATION AND FUNCTIONING OF FARM STALLS IN THE SOUTH WESTERN CAPE

Direct marketing of farm produce through farm stalls is a highly discussed subject among urban and agricultural geographers in Europe and North America. This practice results from the farmer's evaluation of marketing opportunities presented by urban sprawl within the rural-urban fringe. In South Africa, however, this spatial interaction phenomenon between the agricultural sector and the urban structure has not received much research attention. The purpose of this study is to determine the structure of the management system and entrepreneurship with respect to farm stalls in the South Western Cape, to determine the spatio-temporal diffusion as well as the influencing factors on the location of farm stalls, to identify certain characteristic product features as well as the behavioral patterns of the customers, and to assess the role of farm shops against an economic, tourism and aesthetic backdrop. Data has been analysed cartographically and correlation techniques were performed to reveal spatial trends and relationships between the relevant variables.

1. INLEIDING: PLAASSTALLETJIES AS GEOGRAFIESE VERSKYNSEL

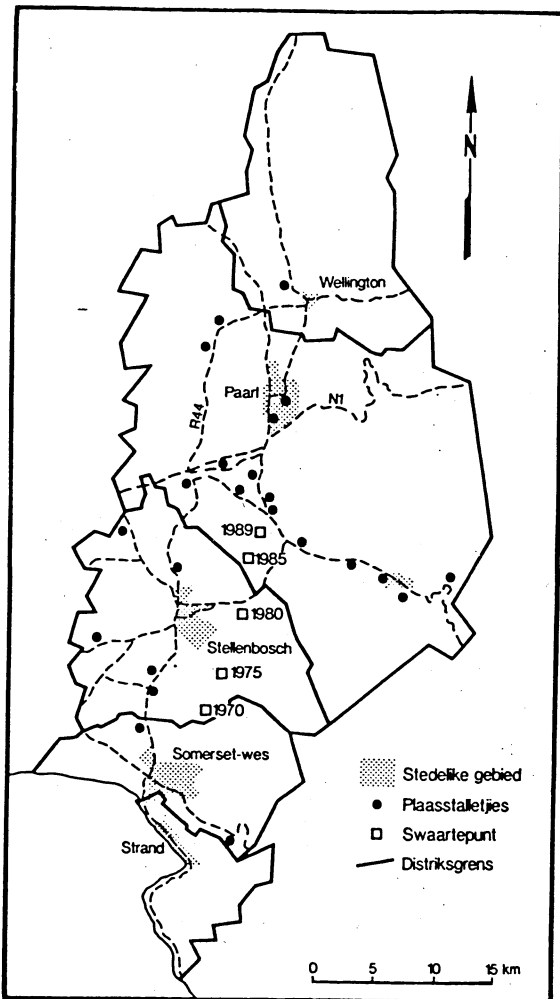
Direkte bemarking van landbouprodukte deur middel van plaas- of padstalletjies is tans 'n besonder populêre verskynsel naby groot stede van die ontwikkelde Westerse wêreld (Bowler, 1981a; Shakow, 1981; Bryant, 1988). Dit neem 'n verskeidenheid vorme aan en wissel vanaf die heel basiese vlak waar produkte verkoop word vanuit die pakskuur, na meer geformaliseerde praktyke soos die plaaswinkel of padstalletjie en selfs 'n geskakeelde handelonderneming in die stedelike gebied (Starkey, 1977; Bowler, 1981b). In Suid-Afrika bestaan egter min navorsing wat die struktuur en funksionering van padstalletjies weergee. In die landelike nedersettingspatroon van Suid-Afrika het hierdie stalletjies 'n gevestigde komponent van die ruimtelike interaksieproses tussen die landbousektor en die stedelike struktuur geword. Die vermoede is dat padstalletjies 'n betekenisvolle funksie vervul in die ekonomiese funksionering en toerismepotensiaal van 'n streek. Weinig inligting is egter beskikbaar oor die presiese rol en funksionering van hierdie verskynsel binne geografiese konteks. Geografie en Landbou-ekonomie kan as navorsingsvennote 'n gemeenskaplike bydrae hiertoe lewer.

Die doel van hierdie studie is om in 'n gedeelte van Suidwes-Kaapland, met sy kenmerkende landbou- en toerismekarakter, lig te werp op die volgende vyf aspekte van plaasstalletjies:

- die beheerstruktuur en entrepreneursaspekte van die verskynsel;

- die tyd-ruimtelike verspreiding van plaasstalletjies, asook die beïnvloedende faktore op hulle ligging;
- die kenmerke van die produkte wat te koop aangebied word, asook 'n vergelyking van hulle pryse met soortgelyke items in die stedelike handelsondernemings;
- die herkoms en frekwensie van besoekers, asook die redes vir hulle besoeke; en
- die funksie en nut van plaasstalletjies as ekonomiese, toeriste- en estetiese verskynsel.

Die prominente landboukarakter en toerismepotensiaal in die omgewing van Franschhoek, Paarl, Somerset-Wes, Stellenbosch, Strand en Wellington maak dit 'n vrugbare eksperimentele gebied vir 'n empiriese studie van plaasstalletjies. Die streek is bekend vir die produksie van sagtevrugte, druiwe en groente, terwyl dit ook sekere karaktertrekke van 'n landelik-stedelike oorgangsones vertoon. Die vyf landdrosdistrikte, Wellington, Paarl, Stellenbosch, Somerset-Wes en Strand word as die studiegebied geselekteer (Figuur 1). Inligting is by 24 plaasstalletjies met behulp van vraelysopnames, gestruktureerde onderhouds- en persoonlike waarnemings ingesamel. Kartografiese en eenvoudige statistiese tegnieke is op die data uitgevoer om bepaalde patrone en moontlike verwantskappe tussen veranderlikes in hierdie beskrywende studie te identifiseer.



Figuur 1: Verbreiding van plaasstalletjies

2. OWERHEIDSBELEID EN ENTREPRENEURSKAP

As vertrekpunt word die beleidsraamwerk waarbinne plaasstalletjies in Suidwes-Kaapland funksioneer kortliks geskets. Hierin is die rol van die boer en die onderskeie beheerliggame van kardinale belang. Hoewel plaasstalletjies in sekere opsigte herinner aan informele sektoraktiwiteite, word dit nogtans hanteer as deel van die formele sektor, aangesien die funksionering daarvan plaasvind en gekontroleer word volgens regulasies neergelê deur amptelike beheerliggame.

Die administrasie en beheer van padstalletjies word hanteer deur die Streeksdiensteraad of die betrokke dorp se munisipaliteit, afhangende van die jurisdiksiegebied waarin die stalletjie voorkom. Beide beheerliggame pas regulasies toe waarvolgens die aard van 'n padstalletjie en die beheer daarvan woordeliks gestandaardiseer is (Provinsie Kaap die Goeie Hoop, 1988). 'n Boer wat beoog om 'n plaasstalletjie op te rig, moet by die betrokke beheerliggaam aansoek doen om grondgebruikvergunning. Dit kom daarop neer dat die bestaande grondgebruiksonering (gewoonlik landbou) waarop hy 'n plaasstalletjie wil oprig, goedgekeur word vir kommersiële gebruik. Na goedkeuring van sodanige vergunningsgebruik is die padstalletjie onderworpe aan alle regulasies soos van toepassing op kommersiële gebruike in 'n stedelike sakesone. Dit mag egter nie verhuur word nie.

'n Boer mag slegs produkte by sy padstalletjie verkoop wat op sy plaas geproduseer word. Indien hy produkte en ander items soos kruidensware wil aankoop vir herverkoop, moet daar om 'n handelslisensie aansoek gedoen word. Die padstalletjie word hierna herklassifiseer as 'n plaaswinkel. Die higiëne van die produkte en ander gesondheidsaspekte word deur die gesondheidsdepartement van die betrokke beheerliggaam gekontroleer. Die Paaiedepartement van die beheerliggaam lê sekere beperkings neer ten opsigte van advertensietekens langs die pad en die uitleg van die padstalletjie. Hierdie beperkings geld onder andere in terme van grootte, afstand vanaf die rand van die pad en die aantal advertensietekens per eiendom. Die beheerliggame sien toe dat gereelde inspeksie geskied ten einde te verseker dat genoemde regulasies by die stalletjies nagekom word. Die oorkoepelende rol van die beheerliggame is om die oprigting, funksionering en administrasie van padstalletjies volgens neergelegde beleidsriglyne te hanteer (Farmer's Weekly, 1989).

Die rol van die boer as entrepreneur is onder andere afhanklik van sy persepsie van die geleentehede en beperkings van stedelike ontwikkeling in sy omgewing. Uiteraard is sy evaluering van die geleentehede geneig om negatief te raak met toename in afstand vanaf die stedelike gebied (Bryant, 1974; 1981). Nabyheid aan die groeiende stedelike mark is belangrik vir die plaasstalletjie. Daarom moet vervoerkoste en toeganklikheid in berekening gebring word. Voorts het die stedeling 'n groeiende behoefte om ontvlugting van die stads-atmosfeer in 'n ontspanne landelike omgewing te soek (Bryant, 1988). Die algemene beskikbaarheid van motors verhoog die mobiliteit van verbruikers en bied aan die boer die geleentehede om van sy produkte direk langs sekere padroetes te bemark.

Uit die empiriese opname het dit geblyk dat die respondente in die studiegebied almal dieselfde ekonomiese motief gehad het waarom hulle 'n padstalletjie bedryf, naamlik die uitkakeling van die tradisionele middelman in die bemarkingsketting ten einde die winsgrens op produkte te vergroot. Dit het voorts geblyk dat padstalletjies nog nie kliënte se behoefte aan ontspanning voldoende benut nie. Slegs 21 persent van die stalletjies in die studiegebied kombineer hul verkope met een of ander vorm van ontspanning, byvoorbeeld 'n teetuin, 'n ponierit of pluk van aarbeie.

Dit was opmerklik dat die boer in sy rol as entrepreneur nie al die regulasies, soos deur die beheerliggame neergelê, nakom nie. In hierdie verband beslaan 13 persent van die padstalletjies 'n groter vloer ruimte as die 100m² wat voorgeskryf is, 17 persent van die padstalletjies word deur huurders bedryf en 79 persent van die padstalletjies koop produkte aan vir herverkoop, sonder dat hulle oor 'n handelslisensie beskik. By nadere ondersoek het dit geblyk dat hierdie afwykings toeskryfbaar is aan spesiale vergunnings. 'n Verdere waarneming is dat 'n groot persentasie stalletjies (87 persent) volgens vaste besigheidsure funksioneer, terwyl 62 persent seisoensgebonde is, en dus sekere tye van die jaar sluit.

3. RUIMTELIKE PATRONE

Met betrekking tot die ruimtelike dimensie word plaasstalletjies se ligging, vestigingsfaktore, grootte en verandering oor tyd belig.

3.1 Ligging en vestigingsfaktore

Padstalletjies word as 'n verkeergeoriënteerde, stedelik-geassosieerde grondgebruik-aktiwiteit in die landelik-stedelike oorgangsones getipeer (Bryant *et al.*, 1982). Hierdie kenmerke word weerspieël in die verbreidingspatroon van die padstalletjies langs hoofroetes en die afstande vanaf die naaste dorp (Figuur 1). Die meerderheid stalletjies in die studiegebied is langs twee hoofpaaie (R44 en R45) geleë en die gemiddelde afstand na 'n naaste dorp is 7,8 km.

Uit die resultate van die opname blyk dit dat respondente verskeie vestigingsfaktore in oorweging neem by die keuse van 'n standplaas. Uit Tabel 1 word afgelei dat die meerderheid respondente 'n hoë prioriteit heg aan nabyheid aan 'n belangrike verkeersweg. Die tweede prioriteit is nabyheid aan die produksiestandplaas (bewerkbare landerye). Die toerismewaarde van padstalletjies word aangevul deur die beskikbaarheid van besienswaardighede in die omgewing. Wanneer 'n boer nie al sy produkte self produseer nie, is nabyheid aan 'n varsproduktemark of ander plase as leweransiers 'n oorweging. Nabyheid aan 'n dorp weerspieël die mate waarin respondente die indirekte gevolge van stedelike ontwikkeling positief evalueer. Hierdie effek neem af met toenemende afstand vanaf die naaste dorp (Bryant, 1974; 1981). Die relatief lae prioriteit wat toegeken is aan nabygeleë ontspanningsfasiliteite soos karavaanparke en gholfbane, asook 'n aantreklike fisiese omgewing, weerspieël die mate waarin respondente 'n swak persepsie het van die rol wat landelike gebiede en plaasstalletjies kan speel in die bevrediging van stedelike ontspanningsbehoefes (Bryant *et al*, 1982).

Tabel 1: Rangorde van vestigings faktore

LIGGING IN NABYHEID VAN	RANG
Verkeersweg	1
Eienaar se plaas	2
Besienswaardighede in die omgewing	3
Varsproduktemark/ander plase as leweransiers	4
Stedelike gebied	5
Aantreklike fisiese omgewing	6
Ontspanningsfasiliteite	7

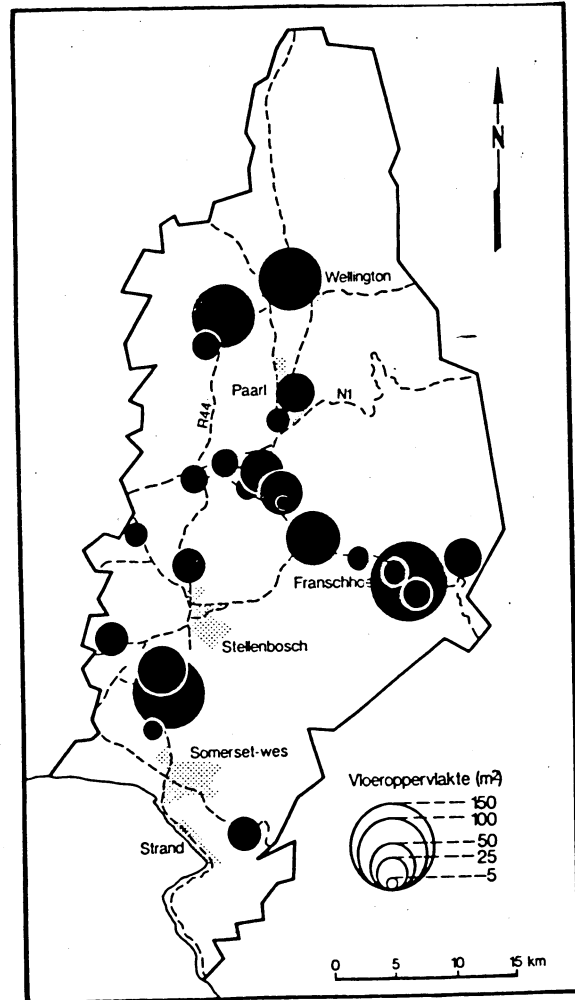
3.2 Grootte

Die beperking wat deur die beheerliggame neergelê word ten opsigte van die vloer ruimte van 'n plaasstalletjie, het die uitwerking dat die grootte van die stalletjies in die studiegebied wissel tussen 4m² en 130m² (Figuur 2). 'n Vergelyking tussen afstand vanaf die naaste dorp en vloer ruimte gee 'n korrelasiekoëffisiënt van -0,2. Dit is nie betekenisvol om definitiewe afleidings te maak nie. Die sterk positiewe korrelasiekoëffisiënt van 0,7 tussen vloer ruimte en omset van verkope is nie verrassend nie. Daar is ook 'n effense neiging tot 'n positiewe verwantskap tussen vloer ruimte en aantal besoekers (r=0,4), asook tussen vloer ruimte en die verskeidenheid produkte wat aangebied word (r=0,3), hoewel nie baie betekenisvol nie.

3.3 Tyd-ruimtelike verandering

Die eerste formele plaasstalletjies in die studiegebied het hulle verskyning in 1956 gemaak. Die ouderdomme van die stalletjies wissel tussen een tot 33 jaar. By 'n ontleding van die ouderdomme blyk dit dat daar in 1970 slegs twee van die bestaande padstalletjies in die studiegebied gefunksioneer het, in 1975 vier, in 1980 tien, teen 1985 agtien en in 1989 vier-en-twintig. Die oënskynlike onlangse verskyning van die meeste padstalletjies (58 persent is nege jaar of jonger) weerspieël eerder die formalisering van ou gevestigde stalletjies wat voorheen informeel gefunksioneer het.

Die tyd-ruimtelike verandering in die verspreidingspatroon van padstalletjies word visueel voorgestel met behulp van geweegde swaartepunte (Ebdon, 1985) vir die onderskeie jaartalle. Die swaartepunte vir 1970, 1975, 1980, 1985 en 1989 toon 'n neiging tot noordwaartse verskuiwing (Figuur 1). Hierdie konstante



Figuur 2: Grootte van padstalletjies

tendens oor 'n tydperk van 19 jaar word verklaar aan die hand van toenemende stedelike ontwikkeling en veranderende landbou-aktiwiteite in die omgewing.

4. PRODUKKE-MERKE

Uit die vraclisopname is 47 verskillende produkte geïdentifiseer wat by die plaasstalletjies verkoop word, maar slegs 23 daarvan is by die ontledings betrek, aangesien die res slegs by drie of minder stalletjies aangebied is. Die tipe produkte, hul herkoms en pryse, asook die verkoopsomset van die stalletjies word vervolgens ontleed.

4.1 Tipe en herkoms

Groente, sagte vrugte, sitrusvrugte, droëvrugte, ingelegde vrugte, konfynt, heuning, neute en eiers was die gewildste items op die rakke van die plaasstalletjies (Tabel 2). Die produkte wat nie by die ontledings betrek is nie, sluit onder andere die volgende items in: boerseep, droë en vars blomme, tuisgebak, T-hemde, kruideniersware en handwerkprodukte soos pottebakkersware en strooibesems. Die kwaliteit van die produkte en die higiëniese verpakking daarvan word op 'n gereelde basis deur gesondheidsamptenare gefinspekteer.

Tabel 2: Herkoms en pryse van produkte

TIPE PRODUK	HERKOMS VAN PRODUKTE			PRYS (RAND)		
	Self geproduseer (%)	Ander Plase (%)	Mark (%)	Stalletjies	Dorp	Verskil*
Tamaties	33,5	36,0	30,5	1,54/kg	1,39/kg	+0,15/kg
Blaarslaai	20,8	37,5	41,7	1,10/kop	0,69/kop	+0,41/kop
Kool	40,9	13,6	45,5	0,72/kop	0,54/kop	+0,18/kop
Aartappels	32,4	23,5	44,1	3,92/5kg	3,82/5kg	+0,10/kg
Uie	30,6	38,2	31,2	0,75/kg	0,79/kg	-0,04/kg
Groenbone	41,8	22,7	35,5	2,90/kg	2,80/kg	+0,10/kg
Druive	59,2	31,0	9,8	1,29/kg	1,87/kg	-0,58/kg
Perskes	39,5	28,9	31,6	0,99/kg	1,59/kg	-0,60/kg
Pruime	41,8	8,8	49,4	1,20/kg	1,34/kg	-0,14/kg
Appelkose	10,0	40,5	49,5	1,29/kg	2,09/kg	-0,80/kg
Pere	35,3	15,7	49,0	1,10/kg	1,94/kg	-0,84/kg
Piesangs	0,0	4,2	95,8	1,36/kg	1,47/kg	-0,11/kg
Appels	24,7	20,6	54,7	1,09/kg	1,69/kg	-0,60/kg
Waatlemoene	35,6	31,3	33,1	3,95/kop	5,49/kop	-1,54/kop
Lemoene	7,5	50,0	42,5	0,72/kg	1,19/kg	-0,47/kg
Aarbeie	33,3	50,0	16,7	1,25/kg	1,79/kg	-0,54/kg
Nartjies	0,5	40,9	58,6	1,20/kg	1,94/kg	-0,74/kg
Droëvrugte	27,5	21,9	50,6	2,39/250g	2,26/250g	+0,13/250g
Ingelegde vrugte	57,3	21,7	21,0	1,93/450g	1,49/450g	+0,44/450g
Konfyt	58,0	21,0	21,0	1,99/410g	1,24/410g	+0,75/410g
Heuning	29,5	50,0	20,5	2,99/500g	3,14/500g	-0,15/500g
Neute	33,7	24,7	41,6	4,63/kg	3,64/kg	+0,99/kg
Eiers	19,3	53,8	26,9	1,10/½dos.	0,99/½dos.	+0,11/½dos.
Gemiddeld (%)	30,9	30,0	39,1			

* + dui op 'n hoër prys by stalletjies, terwyl - op die teenoorgestelde dui.

Ten opsigte van die herkoms van die produkte moet die beperking wat deur die beheerliggame neergelê word, naamlik dat 'n padstalletjie toegelaat word om slegs selfgeproduseerde produkte aan te bied, in ag geneem word. Slegs vyf van die padstalletjies is deur middel van 'n handelslisensie gemagtig om produkte aan te koop vir herverkoop. In die lig hiervan is dit vreemd dat die meerderheid produkte (gemiddeld 69 persent) aangekoop word vir herverkoop, hetsy by ander plase in die omgewing of by die varsproduktemark in Epping (Tabel 2). Slegs drie van die padstalletjies produseer al hul produkte self, terwyl nog twee ander baie naby hieraan kom. Hierdie toedrag van sake moet waarskynlik toegeskryf word aan onvoldoende beheer en kontrole deur owerheidsliggame.

4.2 Prysstruktuur en verkoopsomset

Aangesien die boer entrepreneurskap openbaar deur sy produkte direk op sy plaas te bemark en in die proses die sogenaamde middelman uitkakel, word verwag dat produkte by die plaasstalletjies teen 'n laer prys aangebied sal word as by kleinhandelaars in die stedelike gebied. Ten einde die

prysstruktuur te vergelyk, is vier kettingwinkels en drie individuele groentewinkels in dorpe van die omgewing as verteenwoordigend van die stedelike pryse geselekteer. 'n Gemiddelde eenheidsprys van elke produk is onderskeidelik vir die dorp en die plaasstalletjies bereken. Dit blyk hieruit dat 56 persent van die produkte teen 'n laer prys by die stalletjies aangebied word (Tabel 2). Dit is opvallend dat vars vrugte feitlik deurgaans goedkoper by die stalletjies is. Dit moet in gedagte gehou word dat die gedeelte van die prys wat in stedelike gebiede aan distribusie- en bemarkingskoste afgestaan word nie by stalletjies ter sake is nie. Daarby bestaan die persepsie dat die produkte by die plaasstalletjies varser en van 'n hoër kwaliteit is. Die pryse by die stalletjies neig dus laer as in die stedelike gebiede, hoewel die verskil groter behoort te wees met inagneming van die boer se laer inset- en bedryfskoste. Die vermoede is dus dat die padstalletjies op hoër winsgrense funksioneer. Die neiging by stalletjies om produkte aan te koop vir herverkoop vernou natuurlik weer die winsgrens en verhoog die verkoopprijs.

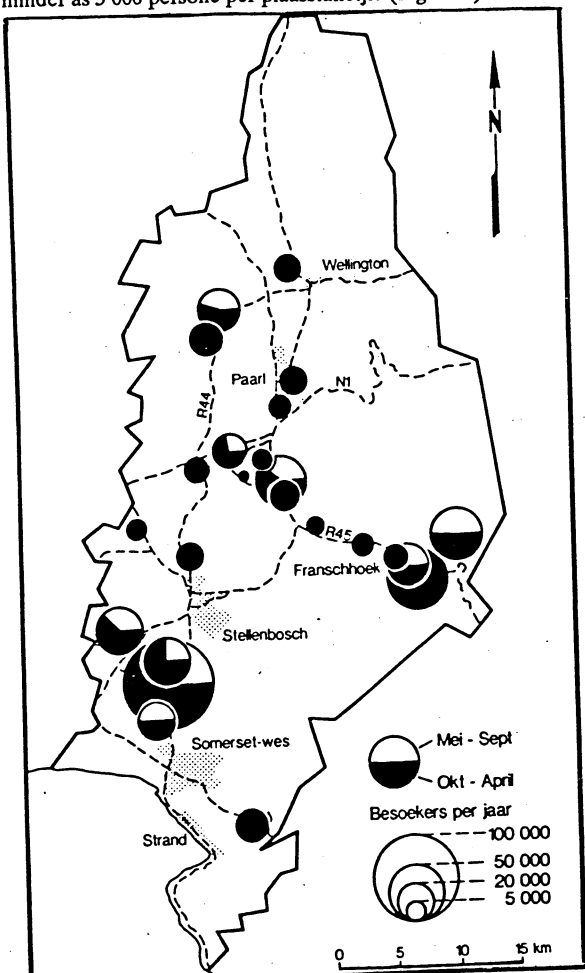
Tydens die vraelysopname is ook navraag gedoen oor die padstalletjies se benaderde omset van verkope. Die jaarlikse omset van verkope wissel tussen R10 000 en R100 000, terwyl die gemiddelde verkoopsomset R60 000 per jaar is. Tien van die 24 padstalletjies se jaarlikse omset oortref hierdie gemiddelde. Die padstalletjies blyk dus in die algemeen winsgewende ondernemings te wees. Die boer wat 'n sukses van sy stalletjie maak, beskik oor bedrewe bestuursvermoëns. Hierdie tipe bemerking vereis dikwels opofferings en lang ure, veral tydens naweke en vakansietye.

5. KLIÏNTKENMERKE

Die herkoms, frekwensie en seisoensgerigtheid van besoekers, asook die redes vir besoeke aan plaasstalletjies word vervolgens bespreek. 'n Bepaalde kliëntprofiel word geïdentifiseer.

5.1 Herkomspatrone en besoekfrekwensie

Die totale getal besoekers per jaar wissel vanaf 100 000 tot minder as 5 000 persone per plaasstalletjie (Figuur 3).



Figuur 3: Aantal besoekers per jaar

Mooi Berge, tussen Stellenbosch en Somerset-Wes, het die grootste aantrekkingskrag, veral in die somermaande. Die stalletjies in die omgewing van Franschhoek is ook besonder gewild, en wel dwarsdeur die jaar. Die ligging van die seisoensgebonde padstalletjies wat gedurende die wintermaande sluit en dus net in die somermaande in bedryf is, kan uit die kaart afgelei word.

Die aantal besoekers word in Tabel 3 proporsioneel volgens breë herkomsstreek verdeel.

Tabel 3: Frekwensie van besoeke per herkomsstreek

STREEK VAN HERKOMS	PROPORSIE (%)	SEISOENSVERDELING (%)	
		Okt - April	Mei - Sept
Plaaslik	28,6	72,0	28,0
Elders in Suidwes-Kaapland	17,0	85,0	15,0
Res van Suid-Afrika	46,0	85,0	15,0
Buiteland	8,4	82,0	18,0
JAARTOTAAL (%)	100,0		

Toeriste uit die binneland (res van Suid-Afrika) maak die grootste proporsie van die jaartotaal uit, terwyl plaaslike ondersteuning uit omliggende dorpe ook betekenisvol is. Gedurende Oktober tot April (lente/somerseisoen) vind die hoogste frekwensie van besoeke aan stalletjies plaas. Plaaslike kliënte is uiteraard meer geneig om die stalletjies dwarsdeur die jaar te besoek. 'n Korrelasie-analise tussen aantal besoekers en afstand vanaf die naaste dorp lewer egter 'n swak verband van -0,2, wat nie betekenisvol is nie. Weens die relatief korter afstande tussen die dorpe in die streek is toeganklikheid nie vir stedelinge so 'n sterk oorweging wanneer hulle 'n padstalletjie besoek nie.

5.2 Redes vir besoeke

Plaasstalletjies word om verskeie redes besoek. Respondente moes die redes vir besoeke of aankope in orde van belangrikheid rangskik (Tabel 4).

Tabel 4: Redes vir besoeke of aankope

REDES VIR BESOEKE	RANG
Varser produkte	1
Beter kwaliteit	2
Laer pryse	3
Ontspanning/aangename omgewing	4
Groter verskeidenheid	5

Dit blyk dat kliënte die varser produkte wat by die padstalletjies aangebied word as die belangrikste rede vir hul aankope beskou. Die persepsie van beter kwaliteit en relatiewe laer pryse van die produkte hang daarmee saam. Die stalletjies bied, in vergelyking met die kleinhandelaars in die stedelike gebiede, nie 'n groot verskeidenheid produkte aan nie. Daarom word dit nie as 'n belangrike rede vir aankope beskou nie. Die lae prioriteit wat toegeken word aan ontspanning in 'n aangename landelike atmosfeer, weerspieël 'n waarskynlike onderskatting van die potensiaal van toerisme en ontspanning in die funksionering van plaasstalletjies. Hierdie neiging verklaar die totale afwesigheid van een of ander vorm van ontspanning by 80 persent van die stalletjies. Ander minder belangrike redes vir besoeke wissel van blote nuuskierigheid tot roetenavrae. Dit is juis hierdie nuuskierigheid wat ontgin kan word by plaasstalletjies as landelike ontspanningsverskynsel binne die stedelike invloedseer (Bryant, 1988).

6. ALGEMENE FUNKSIE EN NUT

Uit die ondersoek blyk dit dat plaasstalletjies in 'n mindere of meerdere mate 'n bydrae tot die ekonomiese, toerisme en estetiese funksies van die landelike nedersettingspatroon van Suidwes-Kaapland maak. Hierdie komponente is geïntegreer binne die ruimtelike interaksieproses van die landbousisteem en die stedelike sisteem.

Plaasstalletjies, as 'n direkte vorm van bemarking, is 'n meganisme waarmee toenemend rekening gehou moet word in die ekonomiese struktuur van die streek. Die stewige jaarlikse omsetsyfers van die stalletjies getuig hiervan. Die funksionering van padstalletjies in die landelik-stedelike oorgangsonskakel in sekere opsigte met die kleinhandelsaktiwiteite in die stedelike gebiede. Dieselfde seisoensgebonde toeristemark en plaaslike dorpsbevolking ondersteun beide tipes kommersiële aktiwiteite. Terselfertyd genereer die stalletjies beperkte werksgeleenthede.

Die sterk ekonomiese funksie van padstalletjies hou duidelik verband met die toerismekarakter van die streek. Suidwes-Kaapland is 'n aangename somervakansiegebied vir Suid-Afrikaners en buitelandse toeriste en gevolglik verteenwoordig toeriste die grootste persentasie besoekers aan plaasstalletjies. Die toeristepotensiaal van die streek setel hoofsaaklik in sy historiese, kulturele en landboukundige attribute, asook in die besondere natuurskoon. Besienswaardighede word met goeie padroetes verbind waarlangs toeriste reis en skep 'n potensiële mark vir padstalletjies. Die potensiaal van stalletjies as ontspanningshulpbron is oënskynlik nog nie optimaal ontgin nie. Padstalletjies, aangevul met selfoos-aktiwiteite, picknickterreine, dierekampe en speelparke vir kinders word nie in kombinasie aangetref soos die geval byvoorbeeld in Brittanje is nie (Round, 1969; Bowler, 1981c).

'n Estetiese landskap en aangename omgewing dra by tot die toerisme- en ontspanningspotensiaal van 'n streek. Die feit dat plaasstalletjies in groot landelike oopruimtes geleë is, maak dit moontlik om innoverende kombinasies van stedelike en landelike ervaringe te skep. Die estetiese waarde van stalletjies kan verhoog word deur dit te laat saamsmelt met die karakter van die onmiddellike fisiese omgewing, deur 'n Kaaps-Hollandse boustyl met gewels te gebruik of deur 'n spesifieke plaasatmosfeer te skep waarmee die stedeling hom tydens besoeke kan identifiseer. Verder wend die eienaar 'n ooglopende poging aan om by die onmiddellike omgewing aan te sluit, deur die padstalletjie 'n naam te gee wat verband hou met die estetiese landskap, byvoorbeeld 'Mooi Berge', 'Drie Lande', 'The Country Kitchen', 'Sweetwell' en 'Windmeul'. Die aansig en bekendstelling van 'n padstalletjie maak dit 'n besienswaardigheid op sigself en verbeter die estetiese waarde daarvan. Die aansig van 'n padstalletjie het 'n definitiewe aantrekkingskrag vir potensiële verbruikers om dit te besoek. Dit was opmerklik dat die groter plaasstalletjies meermale 'n aantrekliker fasade vertoon. Met 'n spesifieke boustyl en uitleg van die werf is dit moontlik om 'n bepaalde atmosfeer rondom die padstalletjie te skep. Die kleiner padstalletjies is meer dikwels tydelike houthuisies en nie baie opvallend nie.

7. SINTESE

Die verskyning van plaasstalletjies in Suidwes-Kaapland toon 'n toename sedert 1980, terwyl hulle verspreidingspatroon geleidelik noordwaarts geskuif het. Die verskynsel neig om langs padroetes met 'n aansienlike volume verkeersvloei te lokaliseer en is dus verkeergeoriënteerd. Verder is nabyheid aan 'n stedelike verbruikersmark en die brongebied van die produkte essensieel vir die oorweging van 'n standplaas. Die tipe produkte wat te koop aangebied word, is hoofsaaklik groente en sagte vrugte. Padstalletjies bied veral vars vrugte effens goedkoper aan as die kompeterende kleinhandelaars in die stedelike gebiede. Die grootste persentasie kliënte is binnelandse toeriste. Die frekwensie van besoeke is die hoogste gedurende die somerseisoen en bevestig die seisoensgebonde funksionering van padstalletjies. Hoewel stalletjies 'n beduidende rol in die toerismebedryf en die ekonomiese aktiwiteite van die streek speel, wil dit voorkom asof die sosiale funksie en ontspanningspotensiaal daarvan nie optimaal benut word nie.

Hoewel duidelike beleidsformulering en effektiewe beheer nodig is, moet dit sodanig toegepas word dat private inisiatief en entrepreneurskap nie gedemp word nie. Die beginsel van deregulering moet dus op 'n ordelike wyse aangemoedig word. 'n Kombinasie van padstalletjies met ontspanningsgeleenthede vir die besoeker moet verder ontgin word. Die rol van plaasstalletjies in die streek se ekonomiese, toerisme- en estetiese funksie moet verder ontleed word ten einde duidelike riglyne vir die funksionering van plaasstalletjies daar te stel.

In die lig van die gebrekkige navorsing oor die ligging en funksionering van plaasstalletjies in Suid-Afrika, is dit sinvol om ander landboustreke by verdere navorsing te betrek, byvoorbeeld die Oos-Transvaalse Laeveld, Verre Noord-Transvaal, die Suid-Kaap en Natal. Die persepsie van die toeris en die plaaslike stedelike bevolking verdien meer aandag in terme van die verwagtinge en behoeftes wat daar by verbruikers bestaan ten opsigte van plaasstalletjies. Die rol van stalletjies as ontspanningshulpbron en die estetiese waarde daarvan moet in meer diepte ontleed word. 'n Lewensvatbaarheidstudie van ondernemings soortgelyk aan PYO in Europa sal baie tydige wees (Bowler, 1981b). So 'n studie kan die ekonomiese en ontspanningspotensiaal, wat in die beginsel van "selfoos" opgesluit is, blootlê. Starkey (1977) bevestig die belangrikheid van navorsing oor plaasstalletjies met die volgende uitspraak:

"There are doubtless still many undiscovered opportunities for establishing farm shops wherever located. Providing those opportunities are well-researched with a marketing approach and well organized they will bring worthwhile rewards to the farmer or grower."

8. NOTAS

1. Die begrippe plaasstalletjie en padstalletjie word in hierdie studie as sinonieme gebruik. Dit is per definisie 'n onderneming langs 'n padroete op 'n plaas wat landbouprodukte direk aan die verbruiker bemark. Dit kom voorts dikwels in die landelik-stedelike oorgangsonskakel van stede voor (Bryant, 1981).

9. VERWYSINGS

BOWLER, IR. (1981a). Some characteristics of an innovative form of agricultural marketing. *Area*, Vol 13 : 307-314.

BOWLER, IR. (1981b). Self-service down on the farm. *Geography*, Vol 66 : 147-150.

BOWLER, IR. (1981c). Direct marketing in agriculture: A British example. *Tijdschrift voor Economische en Sociale geografie*, Vol 73 : 22-31.

BRYANT, CR. (1974). An approach to the problem of urbanization and structural change in agriculture: A case study from the Paris region, 1955 - 1968. *Geografiska Annaler*, Vol 56 : 1-27.

BRYANT, CR. (1981). Agriculture in an urbanizing environment: A case study from the Paris region, 1968 - 1976. *Canadian Geographer*, Vol 25 : 27-45.

BRYANT, CR. (1988). Entrepreneurs in the rural environment. In *Keynote Addresses, Commission on changing rural systems*, International Geographical Union, Auckland : 21-31.

BRYANT, CR, Russwurm, LH en McLellan, AG. (1982). *The city's countryside: Land and its management in the rural-urban fringe*. New York, Longman.

EBDON, D. (1985). *Statistics in Geography*. New York, Blackwell.

PROVINSIE KAAP DIE GOEIE HOOP. (1988). *Offisiële Koerant* : 1445, 1450-51, 1468-69.

ROUND, KM. (1969). Farm gate selling of fruit and vegetables. *Agriculture*, Vol 76 : 218-223.

FARMER'S WEEKLY. (1989). Setting up a farm stall : 51-52 (14 April)

SHAKOW, D. (1981). The municipal farmer's market as an urban service. *Economic Geography*, Vol 57 : 68-77.

STARKEY, J. (1977). Farm shops. *Country Landowner*, Vol 28 : 25.

SUMMARY

Direct marketing of agricultural commodities through roadside or farm stalls has become a prominent phenomenon near large cities in the developed Western world, including South Africa. However, the structure and functioning of this marketing activity has not been well researched locally. As research partners, geographers and agricultural economists can make a mutual contribution to filling this lacuna. The purpose of this study which is focused on part of the Southwestern Cape - with its characteristic agricultural and tourism nature - is to shed light on the following five aspects of farm-stalls:

- the control structure of and entrepreneurship involved in the phenomenon;
- the time-space distribution of farm stalls, as well as the factors influencing their location;
- the characteristics of the products offered for sale, as well as the comparative prices of similar items in urban retail outlets;

- the geographic origin and seasonal frequency of visitors, as well as their reasons for visiting the stalls; and

- the function and utility of farm-stalls as economic, tourist and aesthetic phenomena.

Five magisterial districts - Wellington, Paarl, Stellenbosch, Somerset West and Strand - serve as the study area (Figure 1). Information was collected at 24 farm-stalls by means of a questionnaire survey, structured interviews and direct observation. In this descriptive study cartographic and elementary statistical techniques were applied to the data in order to identify specific patterns and possible relationships between the variables.

Farm-stalls have since 1980 made an increasing appearance in the Southwestern Cape landscape, while the focus of their distribution pattern has gradually moved northward. The stalls are manifestly traffic orientated as they tend to be located along roads having substantial traffic flow volumes. Furthermore, proximity to an urban consumer market and to the product source area are essential site considerations. The main products on sale are vegetables and deciduous fruit. In general the farm-stalls offer fresh fruit at lower prices than the competing retailers in urban areas. The largest proportion of customers comprises up-country tourists. Highest visitor frequencies occur in the summer months thereby confirming the seasonal functioning of the roadside stalls. Whereas the stalls fulfill a significant role in the tourist industry and other economic activities of the region, their social function and recreational potential are apparently not being harnessed optimally. The development of a combination of farm stall activity with recreational opportunities for visitors is recommended. Although explicit policy formulation and effective controls on farm stall location and operation are needed, their application must be done in a way that does not quell private initiative and entrepreneurship. Orderly deregulation must be encouraged. The role of farm stalls in the region's economic, tourism and aesthetic functions requires more detailed analysis in order to provide clear directives for the carrying on of these roadside enterprises.