

BARANYA VÁRMEGYEI PIACSZERVEZŐI HÁLÓZAT MŰKÖDÉSI MÓDSZERTANA



Megrendelő: Baranya Vármegyei Önkormányzati Hivatal
Készítette: Pannon Európai Területi Társulás
2025. október 30.

1	A MÓDSZERTAN CÉLJA	5
2	HELYI TERMÉKEK EGÉSZSÉGÜGYI ÉS GAZDASÁGI HASZNA	5
2.1	GAZDASÁGI ELŐNYÖK	5
2.2	FENNTARTHATÓSÁGI ÉS KÖRNYEZETI HATÁSOK	6
2.3	TÁRSADALMI ÉS KÖZÖSSÉGI HOZADÉK	6
2.4	ÖSSZEGZŐ MEGÁLLAPÍTÁSOK	7
3	A PIACSZERVEZŐK KÖRE ÉS SZEREPE	7
3.1	ŐSTERMELŐK ÉS GAZDÁLKODÓK MINT KÖZÖSSÉGSZERVEZŐK	7
3.2	ÖNKORMÁNYZATOK ÉS HIVATÁSOS PIACSZERVEZŐK	8
3.3	CIVIL SZERVEZETEK ÉS KÖZÖSSÉGI KEZDEMÉNYEZÉSEK	8
3.4	KOSÁRKÖZÖSSÉGEK	8
3.5	SZOCIÁLIS SZÖVETKEZETEK	8
3.6	DIGITÁLIS ÉS TECHNOLÓGIAI PARTNEREK	8
4	MŰKÖDÉSI MODELLEK	9
4.1	TERMELŐI PIACOK	9
4.2	KOSÁRKÖZÖSSÉGEK	9
4.3	TERMELŐI BOLTOK	9
5	ÁLTALÁNOS PIACI HELYZETKÉP BARANYA VÁRMEGYÉBEN	10
6	INTERJÚKON ALAPULÓ FELMÉRÉS EREDMÉNYE	11
6.1	TELEPÜLÉSTÍPUS SZERINTI MEGOSZLÁS	11
6.2	MŰKÖDTETŐI HÁTTÉR ÉS FENNTARTÓI SZERKEZET	11
6.3	ONLINE JELENLÉT: HONLAP ÉS KÖZÖSSÉGI MÉDIA	13
6.4	TERÜLETI LEFEDETTSÉG	14
6.5	NYITVATARTÁSI REND	14
6.6	ÉRTÉKESÍTÉSI ÉS MEGRENDELÉSI MÓDOK	14
6.7	HÁZHOZZÁLLÍTÁSI LEHETŐSÉG	15
6.8	TERMÉKKÍNÁLAT	15
6.9	HELYI TERMÉKEK ARÁNYA A KÍNÁLATBAN	15
6.10	KIEGÉSZÍTŐ SZOLGÁLTATÁSOK	16
6.11	VEVŐI CÉLCSOPORTOK	16
6.12	VÁSÁRLÓI VISSZAJELZÉSEK	16
6.13	TERMÉKMINŐSÍTÉSEK	17
6.14	A MŰKÖDÉS IDŐTARTAMA A VÁLASZADÓK KÖRÉBEN	17
6.15	A FENNTARTÁS FORMÁJA A VÁLASZADÓK KÖRÉBEN	17
6.16	HÁLÓZATI KAPCSOLÓDÁS MÁS SZEREPLŐKKEL	17
6.17	HUMÁN KAPACITÁSOK	18
6.18	A MŰKÖDÉS KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁGA	18
6.19	RÉSZVÉTEL FEJLESZTÉSI PROGRAMOKBAN	19
6.20	PIACSZERVEZÉSI TAPASZTALATOK	19

6.21	IGÉNY A HÁLÓZATI EGYÜTTMŰKÖDÉSRE	19
6.22	RÉSZVÉTELI HAJLANDÓSÁG A BVPH MUNKÁJÁBAN	19
6.23	JAVASLAT A HÁLÓZATI EGYÜTTMŰKÖDÉS FEJLESZTÉSÉRE (NYÍLT KÉRDÉS)	20
7	FEJLESZTÉSI MÓDSZERTAN A HELYI ÉRTÉKESÍTÉSI TEREKHEZ	22
7.1	KIINDULÓ HELYZET ÉS FEJLESZTÉSI SZÜKSÉGLETEK	22
7.2	OPERATÍV CSELEKVÉSI PROGRAM - ÖSSZEFOGLALÓ	23
7.3	RÉSZLETES AKCIÓTERV ÉS MEGVALÓSÍTÁSI FORGATÓKÖNYV	26
7.4	PROBLÉMÁK ÉS VÁLASZLÉPÉSEK	45
7.5	HATÁSOK ÉS KIMENETEK – A 15 LÉPÉS MÉRLEGE	47
8	TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK	49
9	FOGALOMTÁR	49

A Baranya Vármegyei Piacszervezői Hálózat működési módszertana a „Baranya segít – együttműködés a foglalkoztatás fejlesztéséért” projekt keretében készült, azzal a céllal, hogy egységes, átlátható és skálázható működési keretet adjon a megye helyi termék-értékesítési szereplőinek: termelői piacoknak, kosárközösségeknek, termelői boltoknak, önkormányzatoknak és civil szervezeteknek. A dokumentum célja nem pusztán egy fejlesztési javaslat rögzítése, hanem egy olyan **gyakorlati, bevezethető módszertan** megalkotása, amely hosszú távon is fenntarthatóvá és összehangolttá teszi Baranya helyi termékes ökoszisztémáját.

Kiinduló helyzet és indokoltság

Baranya vármegye aprófalvas szerkezete, a pécsi központú gazdasági súlypont és a kistelepülési kapacitáshiány együttesen szétagolt helyi piacstruktúrát eredményezett. A termelők és szervezők elhivatottak, ugyanakkor **hiányzik az egységes ritmus, a közös digitális jelenlét, a logisztikai összekapcsoltság és a standardizált minőségi keret.**

A működés többnyire önkormányzati, civil vagy kisvállalkozói alapon zajlik, jellemzően korlátozott humán erőforrással és informális együttműködésekkel.

A projekt indokoltságát tehát az adja, hogy **a meglévő, értékes helyi kezdeményezések nem újratervezést, hanem összehangolást igényelnek:** közös megyei koordinációt, egységes minimumkövetelményeket, láthatóbb kommunikációt, célzott digitális eszközöket és kisléptékű, gyorsan bővíthető megoldásokat.

A kutatás és fejlesztés módszertana

A módszertan **interjúk és háttérelemzésre épült:** szóbeli, online és telefonos megkeresések révén gyűjtött tapasztalatok alapján azonosította a működési mintázatokat és hiányosságokat. A visszajelzések alapján készült el a **15 pontból álló fejlesztési program**, amely **négy egymásra épülő fázisban** valósítja meg a hálózatos működést:

1. **Előkészítés és alapok** – koordinátor kijelölése, fórum létrehozása, minimumkövetelmények, kataszter és naptár indulása.
2. **Termelői bevonás és digitalizáció** – ernyőmárka, egységes rendeléskezelés, térképes megjelenítés, kosár-pilot.
3. **Kapacitásépítés és működési protokollok** – mikroképzések, mentorhálózat, közös logisztika, KPI-lite mérés.
4. **Fenntarthatóság és piacbővítés** – zöld-minimum, tematikus hetek, védjegykonceptió, B2B-pilotok.

A program minden eleméhez meghatározott **kimenetek** és **mérhető indikátorok** tartoznak, biztosítva az átláthatóságot és az utánkövethetőséget.

Fő megállapítások

A helyzetfeltárás megerősítette, hogy a baranyai helyi piacok és kosárközösségek erőssége a **személyes bizalom és a helyi kötődés**, gyengesége viszont a **szervezetlenség, az adathiány és az egységes kommunikáció hiánya**.

A legtöbb piac kis létszámmal, részben önkéntes alapon működik, a digitális jelenlét és a logisztikai kapacitás egyenetlen.

A fejlesztés sikerének kulcsa ezért az, hogy **a helyi önállóság megőrzése mellett megyei szintű közös struktúra** jöjjön létre.

A fejlesztési koncepció lényege

A módszertan egy **gyakorlati, „kis lépéses” megközelítést** javasol: előbb kísérleti (pilot) formában, 1 gyűjtőpont és 3 átvételi pont bevonásával indul, majd a tapasztalatok alapján fokozatosan bővül.

A megyei kosármodell alapja az **átlátható rendelési-átvételi ritmus**, az **egységes digitális háttér (kataszter, űrlap, naptár, térkép)**, valamint az **egységes vizuális megjelenés és kommunikáció**. A módszertan a **„tervez–tesztel–finomít–skáláz”** logikát követi, minimalizálva a kockázatot, miközben folyamatos visszajelzést biztosít.

Várt hatások

- **Gazdasági:** stabilabb és tervezhetőbb bevételi ritmus a termelőknek; a helyi források hasznosulása nő; új munkahelyek jönnek létre (piacszervezés, logisztika, bolti/pontgazdai szerepek).
- **Működési:** egységes minimumok, digitális átláthatóság és közös logisztika révén csökkennek a súrlódások, nő a hatékonyság.
- **Piaci:** az egységes ernyőmárka és a tematikus programok erősítik a vásárlói bizalmat és a forgalmat.
- **Közösségi és fenntarthatósági:** visszaváltható csomagolások, hulladék-napló és „zöld audit light” révén mérhető környezeti hatások jelennek meg.

Összegzés

A módszertan a Baranya vármegyei helyi termék- és élelmiszer-hálózat **koordinált, adatvezérelt és fenntartható működésének első megyei szintű modellje**.

A cél nem egy új struktúra létrehozása, hanem **a meglévő csatornák – piacok, boltok, kosarak – összehangolása**, közös ritmus és láthatóbb jelenlét mellett.

A dokumentum a fejlesztéshez szükséges **gyakorlati útitervet, mérési rendszert és arculati-üzemeltetési minimumot** adja a szereplők kezébe.

Eredménye egy **átláthatóbb, együttműködőbb és versenyképesebb helyi gazdaság**, amely egyszerre szolgálja a megye gazdasági, közösségi és környezeti érdekeit.

1 A MÓDSZERTAN CÉLJA

A módszertan célja, hogy **gyakorlati megvalósítási forgatókönyvet** adjon Baranya vármegye rövid ellátási láncának fejlesztéséhez: egységes **szervezeti kereteket**, **működési protokollokat** és **digitális alapokat** ír le, négy fázisban, 12 hónapos ütemezéssel. Bemutatja, hogyan épül fel a rendszer a **koordináció** (koordinátor + fórum), a **kosárközösségi gerincháló**, a **kataszter és naptár**, majd a **márka**, a **képzések**, a **logisztika**, a **KPI-mérés**, a **fenntarthatósági minimum** és a **B2B** kapcsolatok mentén. A dokumentum egyszerre szolgál **döntéstámogató** anyagként (forrásbiztosítás, feladat kiosztás, mérföldkövek) és **műhely-kézikönyvként** a piacszervezőknek, termelőknek, boltoknak és önkormányzatoknak. Külön fejezet foglalkozik a **hiányosságok feltárásával**, valamint azzal, hogy a 15 pont **mely konkrét válaszlépésekkel** kezeli ezeket. Végső cél, hogy mérhetően erősödjön a **helybentartás**, a **foglalkoztatás** és a **fogyasztói bizalom**, miközben a rendszer egyszerű, átlátható és skálázható marad.

2 HELYI TERMÉKEK EGÉSZSÉGÜGYI ÉS GAZDASÁGI HASZNA

A helyi termékek fogyasztása egyszerre jelent **jobb minőséget és nagyobb átláthatóságot** a vásárlók számára, valamint **stabilabb megélhetést** és **élénkebb gazdasági körforgást** a termelők és a térség számára. A rövid út a termelőtől a fogyasztóig több szempontból is értéket teremt: frissesség, íz és tápanyagtartalom; megbízható eredet; élő kapcsolatok; helyi pénzben maradó bevétel; óvatosabban kezelt környezet. A helyi termékek előnyei jóval szerteágazóbbak annál, mint amit itt részletezni tudunk; az alábbiakban a legfontosabb, leginkább igazolt hatásokat emeljük ki.

2.1 GAZDASÁGI ELŐNYÖK

Helyi értékteremtés és multiplikátor-hatás.

A vásárlói költség nagyobb része térségi vállalkozásoknál hasznosul: a termelőn túl megbízást kapnak a környező szolgáltatók (fuvar, karbantartás, csomagolóanyag, nyomda/grafika, IT, rendezvényszervíz). Ez élénkíti a térségi gazdasági körforgást, szélesíti a beszállítói kört.

Kereslet → helyben maradás és foglalkoztatás.

Amikor a helyi kínálat jól látható, a kereslet pedig kiszámítható, a termelőknek érdemes helyben maradni és bővíteni. Ez több helyi munkaórát és stabilabb megrendelést hoz (piacszervezés, logisztika, értékesítés), és csökkenti az elvándorlás motivációit. A piaci és közösségi terek kihasználtsága javul, a helyi gazdasági aktivitás szélesebb bevételi bázist teremt.

Jövedelmi stabilitás és kockázatmegosztás.

A rövid, közvetlen csatornák gyors visszajelzést adnak, a kiszámíthatóbb értékesítési ritmus mérsékli a jövedelemingadozást. A többcsatornás jelenlét (piac, bolt, kosár, intézményi/beszállítói értékesítés) csökkenti az egycsatorna-függőséget.

Piacra jutás, tárgyalási pozíció, értékprémium.

A közvetlen kapcsolat erősíti a termelők alkupozícióját, pontos képet ad az igényekről (kiszerezés, árpon). Az eredet és a történet láthatóvá tétele különleges kínálatot teremt, ami árprémiumot alapozhat meg.

Települési márka és turisztikai vonzerő.

Az egyedi fajták, receptek és kézműves technikák megkülönböztető értékajánlatot adnak; a gasztronómia és a helyi programok plusz látogatói forgalmat hozhatnak, ami tovább erősíti a térségi gazdasági körforgást.

2.2 FENNTARTHATÓSÁGI ÉS KÖRNYEZETI HATÁSOK

Szállítási távolságok és kibocsátás.

A rövidebb út jellemzően csökkenti a szállítási kibocsátást, különösen akkor, ha összehangolt fuvarok, klaszterek és fix útvonalak működnek. Ugyanakkor az élelmiszer teljes életciklusában a termelési szakasz is jelentős; ezért a „helyi” akkor hoz valódi előnyt, ha szezonális és ésszerű energiafelhasználású technológiákkal párosul (pl. nem fűtött téli üvegházak helyett szezonkövetés).

Csomagolási és élelmiszer-hulladék mérséklése.

A közeli ellátás támogatja a többutas megoldásokat (rekesz, üveg, láda), amelyek a hosszú láncokban logisztikailag nehezebbek. Az előrendelés és a pontos szedés csökkenti a felesleget, így a kidobott élelmiszer mennyiségét is.

Talaj- és tájhasználat, biodiverzitás.

A helyi kínálat gyakran változatosabb fajtákra épül, és nagyobb teret ad a kisebb léptékű, agroökológiai gyakorlatoknak. Ez kedvez a talajéletnek, a vízmegtartásnak és a beporzóknak. A sokféle, kisebb gazdaság önmagában kockázat-diverzifikáció a táj számára.

Fogyasztói tudatosság és „látható” fenntarthatóság.

Az eredet és a termelési gyakorlat közelebb kerül a fogyasztóhoz (profilok, címkék, személyes találkozások), így a fenntartható döntések kézzelfoghatóbbá válnak. A „zöld” üzenet nem elvont, hanem helyszínen tapasztalható (visszaváltás, tisztább csomagolás).

2.3 TÁRSADALMI ÉS KÖZÖSSÉGI HOZADÉK

Élelmiszer-biztonság és átláthatóság.

A rövidebb lánc kevesebb átadási pontot jelent, ezért a nyomkövetés és a felelősségi pontok átláthatóbbak. Hiba esetén a beavatkozás gyorsabb, a kockázat „lokalizáltabb”.

Egészségtudatosság és étrendi minőség.

A helyi termékek többnyire frissebbek, rövidebb az idő a betakarítás és a fogyasztás között, ezért kevesebb a tárolási veszteség. A termelővel való kapcsolat és a „látható” eredet növeli a zöldség-gyümölcs fogyasztás arányát, és csökkentheti az ultra-feldolgozott élelmiszerek helyét a kosárban. Mindez nem automatikus, de a helyi választék és jelölések megkönnyítik az egészségesebb döntést.

Közösségi tőke és bizalom.

A piacok, átvételi pontok, nyílt napok találkozási tereket teremtenek. Ezek az alkalmak kapcsolati tőkét építenek (vásárló-termelő, termelő-termelő, szervező-közösség), ami válsághelyzetekben is működő hálózat alapja.

Helyi identitás, kulturális örökség.

A tájegységi fajták, technikák és receptek láthatóvá és átadhatóvá válnak. A tematikus programok a helyi identitást erősítik, és vonzóvá teszik a kínálatot a fiatalok, családok számára is, mely hozzájárul az elvándorlás csökkentéséhez.

2.4 ÖSSZEGZŐ MEGÁLLAPÍTÁSOK

A helyi termékek vásárlása **élénkíti a térségi gazdasági körforgást** és erősíti a **helyi értékteremtést**: a költség nagyobb része **térségi vállalkozásoknál hasznosul**, több **helyi munkaóra** keletkezik (termelés, piacszervezés, logisztika, bolti és rendezvényi feladatok), a termelők számára pedig **stabil bevételi ritmus** alakul ki. A rövidebb ellátási lánc **gyors információáramlást** biztosít a keresletről és az ár-termék visszajelzésekről, javítja a termelők **tárgyalási pozícióját**, és megnyitja az **értékprémium** lehetőségét az egyedi fajták, kézműves technikák és a megbízható eredet révén. A növekvő helyi forgalom a közösségi terek **kihasználtságát** is javítja, és **szélesebb bevételi bázist** teremt a térségben.

Környezeti oldalról a helyi beszerzés **kisebb szállítási terheléssel** jár, mérséklődik a felesleges csomagolás, és erősödik a **szezonkövetés**. A változatos, kisebb léptékű termelés támogatja a **biodiverzitást** és a tájmegőrzést. A vásárlók számára nagy előny a **frissesség** és a **jobb ízélmény**, a rövidebb út pedig kevesebb tárolási és minőségromlási kockázatot jelent.

Társadalmi szinten a helyi vásárlás **bizalmat** és **közösségi tőkét** épít: a piacok és átvételi pontok **találkozási terekké** válnak, rövidül a távolság a termelő és a vásárló között, erősödik a **helyi identitás** és a közös „mi-élmény”. Mindez a települések **márkaértékét** és **turisztikai vonzerejét** is növeli, új látogatókat és együttműködéseket hozva a térségbe.

Összességében a helyi termékek fogyasztása **gazdaságilag** teremtőbb, **környezeti** szempontból takarékosabb, **társadalmilag** pedig összetartóbb mindennapokat eredményez.

3 A PIACSZERVEZŐK KÖRE ÉS SZEREPE

A „piacszervező” gyűjtőfogalom: minden olyan szereplőt jelöl, aki **összehangolja** a termelők és a vásárlók találkozását – helyszínen (piac, bolt), átadóponthon (kosárközösség), rendezvényen vagy online felületen. Tipikus feladatai: **kínálat-összeállítás és minőségi minimumok, helyszín és infrastruktúra biztosítása, ütemezés és kommunikáció, jelölések és árazás átláthatósága, pénzügyi-jogi adminisztráció, visszajelzés és panaszkezelés**.

A siker kulcsa az **állandó ritmus**, a **következetes szabályok**, a **bizalom** és az **adatokból tanuló működés** – függetlenül attól, hogy a szervező termelői, önkormányzati, civil vagy vállalkozói háttérrel bír.

3.1 ŐSTERMELŐK ÉS GAZDÁLKODÓK MINT KÖZÖSSÉGSZERVEZŐK

Sok térségben maguk a termelők kezdeményezik a helyi piacok, előrendelési pontok vagy szezonális vásárok megszervezését. Ezt a közvetlen kapcsolat iránti igény, a jobb jövedelmi arány és a visszajelzésekhez való azonnali hozzáférés indokolja. A gazdák ilyenkor nemcsak áruval jelennek meg, hanem **kurátori szerepet** is vállalnak: ismerik egymást, tudják, ki miben erős, és ennek megfelelően alakítják a kínálatot. A hitelességük és helyismeretük különösen értékes, ugyanakkor mindez **idő- és kapacitásigényes** feladat is: a termesztés mellé adminisztráció, kommunikáció és helyszíni szervezés társul. A siker kulcsa a világos, mindenki számára érthető szabályok rögzítése és a következetes, barátságos tájékoztatás.

3.2 ÖNKORMÁNYZATOK ÉS HIVATÁSOS PIACSZERVEZŐK

Az önkormányzatok hagyományosan fontos szereplői a helyi piacéletnek: **teret és keretet** biztosítanak, gondoskodnak az engedélyezésről, a köztisztaságról, a közrendről és a kommunikáció alapjairól. A hivatásos piacszerzők – legyenek csarnoküzemeltetők, menedzsmentcégek vagy rendezvényszervezők – ehhez professzionális üzemeltetési gyakorlatot adnak: átlátható helyfoglalás, egységes feltételek, következetes tájékoztatás. Az erősség a **stabilitás és kiszámíthatóság**, a kihívás, hogy a szükséges szabályok mellett is megmaradjon a rugalmasság és a közvetlenség, ami a helyi piacok varázsát adja.

3.3 CIVIL SZERVEZETEK ÉS KÖZÖSSÉGI KEZDEMÉNYEZÉSEK

Egyesületek, alapítványok és laza közösségek sok helyen **közjó-orientált** céllal szerveznek termelői napokat, tematikus vásárokat, iskolakerti programokat. Ők gyakran hidat képeznek a lakosság és a termelők között: érzékenyítenek, edukálnak, bevonják az önkénteseket, és olyan célcsoportokat is elérnek (családok, idősek, fiatalok), amelyekhez a klasszikus piacszerzés nehezebben jut el. A lelkesedés és bizalmi tőke mellett itt a **fenntartható finanszírozás** megteremtése a legnagyobb feladat; jó megoldás, amikor a civil kezdeményezés partnerségben, átlátható feladatmegosztással dolgozik önkormányzattal és vállalkozói szereplőkkel.

3.4 KOSÁRKÖZÖSSÉGEK

A kosárközségek előrendelésre épülő **átadó pontokat** működtetnek: a vásárlók a termelőktől összeállított csomagot vesznek át meghatározott időben és helyen. Ez a modell a termelőknek kiszámíthatóbb keresletet és kevesebb veszteséget jelent, a vásárlóknak pedig átlátható eredetet és következetes ritmust. A szervezés lényege a **rendelések gördülékeny kezelése**, a világos időablakok és a visszajelzések rendszeres gyűjtése. A kosárközségek gyakran erős **közösségi magra** épülnek: a személyes jelenlét, a közös szabályok és a rövid, barátságos kommunikáció fenntartja a figyelmet és a részvételt.

3.5 SZOCIÁLIS SZÖVETKEZETEK

A szociális szövetkezetek gazdasági és társadalmi célt kapcsolnak össze: **helyi foglalkoztatást** teremtenek (például hátrányos helyzetű csoportok számára), miközben valós piaci feladatokat látnak el – csomagolás, egyszerű feldolgozás, anyagmozgatás, kiszállítás. Előnyük a közösségi beágyazottság és az, hogy **belépési lehetőséget** adnak olyanoknak is, akik másként nehezebben jutnának munkához. A kihívás, hogy a társadalmi küldetés mellett a **minőség-ár-megbízhatóság** hármását is folyamatosan tartani kell; ennek záloga a fokozatos skálázás, a tiszta feladatkörök és a visszajelzésekre épülő javítás.

3.6 DIGITÁLIS ÉS TECHNOLÓGIAI PARTNEREK

A modern piacszerzés technológiai háttér nélkül ritkán működik hatékonyan. Digitális partnerek biztosítják azokat az eszközöket, amelyekkel kezelhető a kínálat és a kereslet: egyszerű rendelési felületek, termelői és termékprofilok, naptár, térképes információk, jelölések és – ha szükséges – online fizetés vagy kódalapú tájékoztatás. A jó megoldások átláthatóak, mobilbarátok és kevés betanítást igényelnek, a hozzáférések és az adatok védelme pedig szigorú, mégis életszerű szabályokra épül. A technológia itt nem öncél: akkor értékes, ha csökkenti a hibákat, megkönnyíti a szervezők munkáját, és a vásárlónak egyértelmű, barátságos élményt ad.

4 MŰKÖDÉSI MODELLEK

A helyi élelmiszer-ökoszisztémák működése jellemzően három alapmodell köré szerveződik: **termelői piacok, kosárközösségek és termelői boltok**. Ezek **nem egymás kizáró** alternatívái, hanem **egymást erősítő** formátumok. A gyakorlatban a településméret, a kereslet ritmusa és a szereplők kapacitása alapján érdemes **kevert modellt** kialakítani, ahol **a piac élményt és találkozást, a kosár kiszámíthatóságot és hatékonyságot, a bolt pedig folyamatos elérhetőséget** nyújt.

4.1 TERMELŐI PIACOK

A termelői piac **személyes találkozás a termelő és a vásárló között**, heti vagy havi **kiszámítható ritmusban**. Erőssége a **bizalom és az élmény**: a kóstolás, a beszélgetés, a szezon „élő” megmutatása. A piac **láthatóságot ad** a kezdő és kisléptékű szereplőknek is, és **forgalmat hoz** a környező szolgáltatóknak. Kihívás lehet a **szezonáltság** és az időjárás, valamint a **következetes minőség és jelölés** fenntartása sok résztvevő mellett. A siker kulcsa a **közös minimumok következetes alkalmazása** (árjelölés, eredet, higiénia) és az **egyértelmű tájékoztatás**, hogy a vásárló gyorsan eligazodjon. A jól szervezett piac **közösségi térré** válik, erősíti a **helyi identitást**, és hidat ver a **gasztronómia és a turizmus** felé.

4.2 KOSÁRKÖZÖSSÉGEK

A kosárközösség **előrendelésre épülő átdózpont**, ahol a vásárló **időben egyeztetett sávban** veszi át a termelők válogatott kínálatát. Fő értéke a **kiszámíthatóság**: a termelő **előre látja a mennyiségeket**, kevesebb a veszteség, a vásárló pedig **gyorsan és biztosan** jut a rendelt tételekhez. A kosár „láthatatlan” munkája a **gondos kuráció és kommunikáció**, hogy a választék érthető, a ritmus pedig tartósan tartható legyen. Kihívás a **logisztikai fegyelem** (időzítés, átdadás), valamint a **közösség fenntartása** akkor is, ha elmúlik az újdonság ereje. A jól működő kosár **összeköti a kistelepüléseket és a városokat**, és **hatékony kiegészítője** a piacnak és a boltoknak: ott is van kínálat, ahol épp nincs piaci nap.

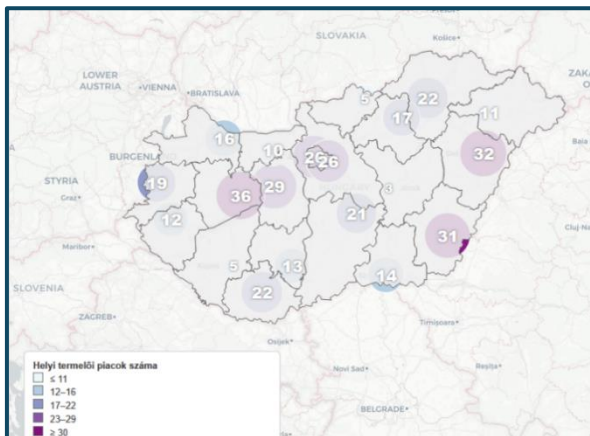
4.3 TERMELŐI BOLTOK

A termelői bolt **állandó jelenlétet** biztosít: **mindennapi elérhetőség és következetes minőség** egy helyen. Előnye, hogy a helyi kínálat **stabil, egész héten hozzáférhető**; a vásárló itt találkozik a „**helyi polc**” világos jelöléseivel és rövid, **átlátható eredetinformációival**. A bolt a termelőnek **állandó értékesítési csatornát** és visszajelzést ad, a vásárlónak pedig **kényelmet**. Kihívás a **folyamatos utánpótlás és árképzés** összehangolása több beszállítóval, valamint a **következetes arculat és polckép** fenntartása. A jó termelői bolt **kaput nyit** a vendéglátás és az intézményi vevők felé is, és **keresztpromóciót** kínál a piaccal és a kosárral: ami itt megismerik, az a piacon élményt, a kosárban pedig kényelmet ad.

5 ÁLTALÁNOS PIACI HELYZETKÉP BARANYA VÁRMEGYÉBEN

Baranya **aprófalvas településszerkezetű** megye sok **200 fő alatti** településsel, miközben **Pécs** a térség **domináns gazdasági-kulturális központja**. Ez a kettősség – **városi koncentráció** és **szétszórt kistelepülési háló** – alapvetően formálja a helyi élelmiszer-ökoszisztémát: a kínálat nem egy csatornára épül, hanem **termelői piacok, kosárközösségek és termelői boltok** együtt adják a mindennapi hozzáférést, kiegészítve a **szezonális rendezvényekkel** (szüreti, gasztro-, adventi vásárok). A turisztikai góccok (**Villány-Siklós, Harkány, Orfű**) **szezonális csúcsokat** hoznak, ami egyszerre lehetőség (láthatóság, forgalom) és **ütemezési-logisztikai** kihívás.

Az **Országos Kereskedelmi Nyilvántartás** szerint Baranyában **22 helyi termelői piac** működik, ami **országos átlagos ellátottság**. A megyék közötti eltéréseket több tényező együttesen magyarázza: **kereslet** (turizmus, üdülőtérsegek, városhálózati sűrűség), **kínálat** (kistermelői jelenlét, termékkör-diverzitás), **piacszervezői kapacitás** (önkormányzati/civil aktivitás), illetve az **adminisztratív besorolás** (önálló „helyi termelői piac” vs. általános heti piac/rendezvény). Ennek illusztrációja **Veszprém** kiugróan magas értéke (**36**; Balaton–Balaton-felvidék, sűrű településháló, erős gasztrókultúra), illetve **Jász-Nagykun-Szolnok (3)** és **Somogy (5)** alacsonyabb számai (ritkább városháló, kevesebb nagy látogatóvonzó góc, alternatív értékesítési gyakorlat).



1. ábra Helyi termelői piacok száma megyénként. Forrás: <https://oknyir.kh.gov.hu/Kereses/HelyiTermelőiPiac>. Saját szerkesztés

Baranya (22) tehát összességében **átlag körüli**, de a szám a **pécsi koncentrációt is alátámasztja**: a 22 nyilvántartott helyi termelői piacból **10 Pécsen működik**, vagyis **közel a fele a megyeszékhelyre összpontosul**. Ez a **kereslet- és infrastruktúra-koncentráció** a városban **gyorsabb forgást és jobb láthatóságot** ad a termelőknek, ugyanakkor **térségi egyenlőtlenségeket** rajzol ki: a kisebb településeken **ritkább a közvetlen értékesítés**.

Ahol a piac **ritkábban** jelentkezik (tematikus vagy időszakos formában), ott a **kosárpontok fix átadási időszákkal**, a **kisebb termelői boltok** pedig **állandó nyitvatartással** biztosítják a **folyamatos elérhetőséget** – vagyis átveszik a mindennapi ellátás szerepét ott is, ahol nincs heti piaci nap. A túlzott városi fókusz **sérülékenységet** is hordoz (szezonális vagy helyszínspecifikus sokkok, városban belüli időpont-ütközések), ezért a hálózat **kiegyensúlyozása** indokolt: **vidéki helyszínek** erősítésével, **időszakos piacokkal**, valamint a **kosár-bolt** csatornák tudatos kombinálásával **javítható a hozzáférés** megyei szinten.

Működési következményként **hálózati szemlélet** szükséges (városi gyűjtőpontok + vidéki átvételi pontok), **közös ritmus és ütközéskezelő naptár** a kínálat szétaprózódásának mérséklésére, **digitális láthatóság** (kataszter, térképes megjelenítés), valamint **közös, könnyen betartható minimumok** a jelölésben és a tájékoztatásban.

A cél, hogy a pécsi előnyök **ne elszívják**, hanem **megtámogassák** a kisebb települések kínálatát: a **piac** adja az **élményt és a találkozást**, a **kosár** a **kiszámíthatóságot és hatékonyságot**, a **bolt** pedig a **mindennapi hozzáférést** – így a megye egészében **kiegyensúlyozottabb hálózat és láthatóbb baranyai helyi kínálat** jön létre.

6 INTERJÚKON ALAPULÓ FELMÉRÉS EREDMÉNYE

A Pannon Európai Területi Társulás (Pannon ETT) a Baranya Vármegyei Önkormányzat megbízásából telefonos, online és személyes interjúkon alapuló felmérést végzett, amely átfogó képet ad a vármegyében működő termelői piacokról, kosárközösségekről és termelői boltokról.

A felmérésben 3 kosárközösség, 20 termelői piac és 4 termelői bolt vett részt, ami a baranyai szereplők köréhez mérten kiemelkedő részvételi arányt jelent, és erős alapot ad az eredmények értékeléséhez.

A következőkben a Baranyában működő termelői piacok, kosárközösségek és termelői boltok **empirikus felmérésen alapuló** eredményeit mutatjuk be.

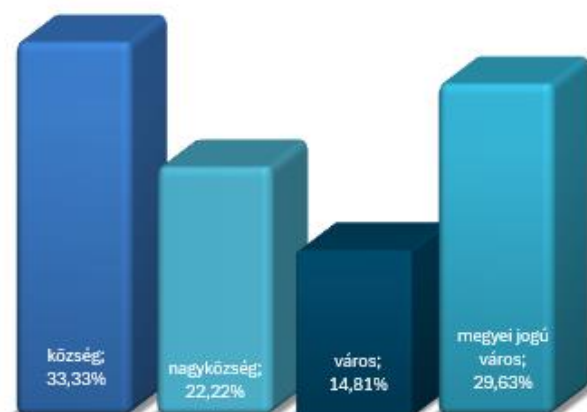
6.1 TELEPÜLÉSTÍPUS SZERINTI MEGOSZLÁS

A válaszadók **29,63%-a megyei jogú városban, azaz Pécsen, 14,81%-a városban, 22,22%-a nagyközségben, 33,33%-a községben** működik.

A kép kettős súlypontot mutat: egyrészt erős **megyei központi** jelenlét (Pécs több piaci helyszínnel), másrészt markáns **kistelepülési** beágyazottság, amely kistérségi ellátást és szétszórt, helyben elérhető kínálatot eredményez.

A **megyei jogú városi** jelenlét a nagy, folyamatos kereslethez és a jobb infrastrukturális háttérhez illeszkedik (stabil nyitvatartás, széles termékkör, erősebb kommunikáció).

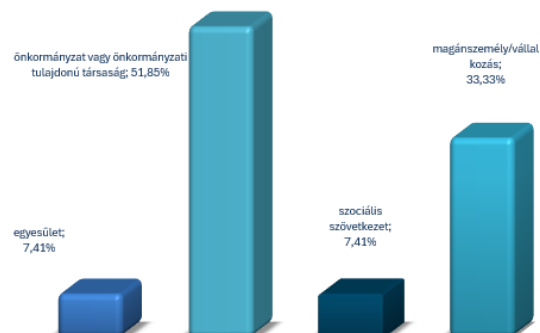
A **községi-nagyközségi** arány viszont arra utal, hogy a helyi termékek értékesítése nem „felköltözik” a nagyvárosba: a piacok jelentős része **közvetlenül a termelők lakóhelyének térségében** szolgálja ki a vevőket, gyakran **kistérségi vonzáskörzettel** (szomszédos településekről is érkeznek vásárlók), szezonális csúcsokkal és rendezvényekhez kapcsolódó piacnapokkal.



2. ábra Válaszadók településtípus szerinti megoszlása (%)

6.2 MŰKÖDTETŐI HÁTTÉR ÉS FENNTARTÓI SZERKEZET

A válaszadó egységek többségét önkormányzat vagy önkormányzati tulajdonú társaság működteti (52%). Jelentős a magánszemély/vállalkozás részaránya is (33%), míg a civil (egyesület) és a szociális szövetkezeti üzemeltetés egyaránt 7,41-7,41%.



3. ábra Válaszadók megoszlása működtetői szerkezet szerint (%)

Az összkép vegyes:

a **közszerelői dominancia** stabil infrastruktúrát és közszolgáltatási logikát jelez, mellette a vállalkozói jelenlét rugalmasságot és piac-közelit működést hoz. A civil és szociális szövetkezeti modellek kisebb, de közösségre beágyazott szerepet töltenek be — elsősorban helyi hálózatépítésben és rendezvényes értékesítésben erősek.

Az üzemeltetők között tapasztalt **önkormányzati dominancia** részben annak köszönhető, hogy a 2014–2020-as uniós források több felhívása (pl. **TOP** helyi gazdaságfejlesztés, **VP/RDP** „helyi piacok létesítése/fejlesztése”, illetve **CLLD** városi programok) kifejezetten a **települési önkormányzatokat és önkormányzati cégeket** jelölte meg fő kedvezményezettként. A beruházások nyomán a piacok tulajdon- és működtetési joga sok helyen az önkormányzati szférában maradt, ami ma is látszik a fenntartói szerkezeten.

Az alábbi táblázat az **elmúlt programozási időszakban** Baranya vármegyében **települési önkormányzatok és önkormányzati tulajdonú társaságok** által elnyert **piacépítési és -fejlesztési** támogatásokat tartalmazza.

Település	Projekt címe	Kód / Projektazono- sító	Kedvezményezett	Megítélt támogatás (Ft)
Pécs	Új pécsi vásárcsarnok megépítése	TOP-6.1.3-15- PC1-2016- 00002	Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata	3 661 974 729
Pécs	A Diána téri piac rekonstrukciója	TOP-6.1.3-15- PC1-2021- 00003	Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata	298 148 795
Pécs	A pécsi uránvárosi piac fejlesztése	TOP-6.1.3-15- PC1-2016- 00001	Pécs Megyei Jogú Város Önkormányzata	203 754 398
Komló	A Komló Város területén lévő piac és vásárcsarnok rekonstrukciója	TOP-1.1.3-15- BA1-2016- 00001	Komló Város Önkormányzata	637 235 777
Mohács	Mohácsi piac fejlesztése	TOP-1.1.3-15- BA1-2016- 00002	Mohács Város Önkormányzata	608 819 810
Szigetvár	Szigetvári piac fejlesztése	TOP_PLUSZ- 1.1.1-21-BA1- 2022-00005	Szigetvár Város Önkormányzata	410 741 114
Harkány	Őstermelői piac kialakítása és piacfejlesztés Harkányban	TOP-1.1.3-16- BA1-2017- 00003	Harkány Város Önkormányzata	329 346 936
Vajszló	Piac fejlesztése Vajszlón	TOP-1.1.3-16- BA1-2017- 00001	Vajszló Nagyközség Önkormányzata	179 893 607

Sellye	Piac és az ahhoz szükséges alapinfrastruktúra kialakítása Sellyén	TOP-1.1.3-16-BA1-2017-00006	Sellye Város Önkormányzata	149 999 998
Sásd	Fedett piac megvalósítása Sásdon	TOP-1.1.3-16-BA1-2017-00005	Sásd Város Önkormányzata	205 617 102
Szászvár	Szászi Piac kialakítása	TOP-1.1.3-15-BA1-2016-00004	Szászvár Nagyközség Önkormányzata	76 747 169 Ft
Bükkösd	Helyi termelők piacra jutásának támogatása Bükkösön	TOP-1.1.3-16-BA1-2017-00004	Bükkösd Községi Önkormányzat	99 085 921
Cserdi	Helyi termék raktár, hűtőház, csomagoló és logisztikai bázis létesítése Cserdiben	TOP-1.1.3-16-BA1-2017-00002	Cserdi Község Önkormányzata	250 000 000
Harkány	Őstermelői piac kialakítása és piacfejlesztés Harkányban	TOP-1.1.3-16-BA1-2017-00003	Harkány Város Önkormányzata	329 346 936
Hosszúhetény	Helyi termékértékesítést szolgáló piac kialakítása Hosszúhetényben	VP-3336508341	Hosszúhetény Község Önkormányzata	18 630 035
Villány	Helyi termelői piac kialakítása Villányban	VP-3198242625	Villány Város Önkormányzata	86 435 520

1. táblázat Elmúlt programozási időszakban Baranya vármegyében elnyert támogatások piaci létesítés és piacfenntartás témában

6.3 ONLINE JELENLÉT: HONLAP ÉS KÖZÖSSÉGI MÉDIA



A felmérés tapasztalatai szerint a helyi értékesítési szereplők digitális láthatósága **elsősorban közösségi médiára épül**, és csak részben honlapokra: a válaszadók **37%-ának van saját honlapja**, miközben **Facebookon 85% aktív**. A **Facebook** a domináns csatorna: a piacnapok, áruslisták és eseti rendezvények kommunikációja döntően itt zajlik (események, posztok, Messenger-kapcsolat).

A honlap kevésbé általános: ahol van, többnyire információs jellegű (nyitvatartás, helyszín, elérhetőség, árusok listája), ritkábban tranzakciós (webshop). Gyakori kihívás a **frissítés rendszeressége** és a **naprakész elérhetőségek** fenntartása.

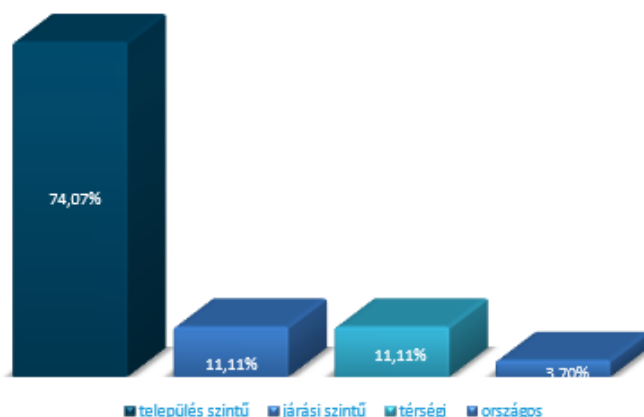
2 válaszadónak sem honlapja, sem FB oldala sincsen. A mai környezetben a digitális jelenlét hiánya gyakorlatilag **láthatatlanságot** jelent ott, ahol a vevők döntő többsége információt keres. Nem jelenik meg a piac a „közelben” típusú Google-keresésekben és térképeken, így kevesebb új vagy alkalmi vásárló, turista talál rá; bizonytalanabb a **bizalom** (nincsenek friss adatok, fotók, értékelések); nehézkes a **gyors tájékoztatás** (időpont-, helyszín- vagy időjárás-miatti változás), és szűkül a **kapcsolattartás** a fiatalabb, online szerző vevőkkel.

6.4 TERÜLETI LEFEDETSÉG

Az értékesítési elérés döntően **településszintű**: az egységek **74%-a** elsődlegesen a **saját településén** szolgálja ki a vásárlókat. Ez erős helyi beágyazottságot jelez, amit a személyes bizalom, a friss és gyorsan romló termékek helyben történő értékesítése, valamint az üzemeltetési és logisztikai kapacitások (hűtés, tárolás, szállítás) korlátai is magyaráznak.

Ugyanakkor az egységek **közel egynegyede** a településhatáron túl is elér fogyasztókat: **járási szinten 11%, térségi szinten 11%** értékesít, míg közel 4% országos szinten szállít.

Ezt jellemzően előrendelésen és **átvevőpontokon** alapuló működés, kialakított szállítási rutin, jól szállítható termékkör (pl. tartósított áruk, bor, méz) teszik lehetővé.



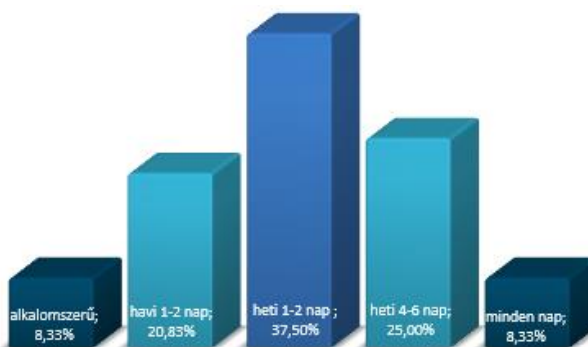
4. ábra Válaszadók megoszlása területi lefedettség szerint (%)

6.5 NYITVATARTÁSI REND

A válaszok alapján a működés **heti ritmusra épül**: a szereplők **37,5%-a** heti **1–2 napon**, további **25%-a** heti **4–6 napon** érhető el.

Vagyis az egységek **közel kétharmada (62,5%)** rendszeres, heti nyitvatartással dolgozik.

Havi 1–2 napos működés **20,83%**, **alkalomszerű** nyitás **8,33%**, míg **minden nap** nyitva tart **8,33%** – ez utóbbi a **termelői boltokra** jellemző, míg a havi és alkalmi kategória inkább **kisebb települések** és **rendezvényes** értékesítés sajátja.



5. ábra Válaszadók megoszlása nyitvatartási rend szerint (%)

6.6 ÉRTÉKESÍTÉSI ÉS MEGRENDELÉSI MÓDOK

A válaszok alapján a helyi értékesítés döntően **személyes jelenlétre** épül: az egységek túlnyomó többsége a piaci standnál, a vásárcsarnokban vagy a boltban szolgálja ki a vevőket (**~ 85%**). Ez a kép jól illeszkedik a friss, rövid eltarthatóságú termékek logikájához, és ahhoz a bizalmi kapcsolathoz, amely a termelő és a vásárló találkozására épül. A személyes csatorna erőssége, hogy koncentrált forgalmat hoz a nyitást követő órákban, ugyanakkor érzékeny az időjárásra, a szezonálásra és a helyszíni infrastruktúrára.

A **kizárólag online** működés aránya alacsony (**~ 11%**), a kosárközösségekre korlátozódik. A **vegyes modell** (személyes és online együttes alkalmazása) még ritkább (**~ 4%**), ami arra utal, hogy a kettős csatorna fenntartásához szükséges szervezési és digitális kapacitások (árlista-kezelés, rendelésfogadás, visszaigazolás, készletnyilvántartás) sok helyen még hiányoznak, vagy nem térülnek meg a jelenlegi forgalom mellett.

Érdemi, de nem általános a **telefonos/online előrendelés** jelenléte: a minta körülbelül **egynegyedénél** érhető el ilyen lehetőség.

6.7 HÁZHOZZÁLLÍTÁSI LEHETŐSÉG

A termelői piacok és boltok esetében a szereplők **75%-ánál nincs** házhoz szállítás vagy átvételi pontra szállítás, míg **25%-nál van**, de **egyedi, termelőfüggő** megoldásként működik, **nem** piacszervezői szolgáltatásként. Ez azt jelzi, hogy a hálózat **alapvetően helyszíni vásárlásra** épül, a „last mile” kiszolgálás többnyire **ad hoc**, széttagolt, és nem intézményesült.

A korlátozott lefedettség fő okai tipikusan: **logisztikai kapacitások hiánya** (jármű, hűtőlánc, csomagolás), **munkaidő- és költségigény**, **hullámzó kereslet** (nem tölti ki a járművet), illetve az **élelmiszer-biztonsági előírások** miatti adminisztratív teher. Mindez különösen a kisebb szereplőknél teszi gazdaságtalanná az önálló kiszállítást.

6.8 TERMÉKKÍNÁLAT

A kínálat **alapélelmiszer-fókuszú**: a **friss zöldség-gyümölcs (85%)**, a **tej/tejtermék (82%)** és a **hús-húskészítmény (78%)** adják a gerincet, ami azt jelzi, hogy a piacok elsődleges funkciója a heti bevásárlás kiszolgálása.

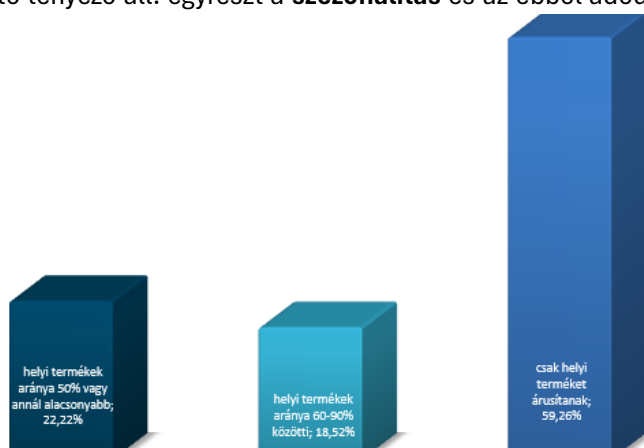
A **méhészeti termékek (63%)** és a **tartósított/feldolgozott áruk (56%)** stabil „háttéroszlopot” képeznek: segítenek kisimítani a szezonalitást (befőttek, szörpök, savanyúságok). A **tojás (44%)** és az **alkoholmentes italok (44%)** középerős jelenlétet mutatnak. A **kézműves termékek (41%)** és a **pékáru/tészták (41%)** hidat képeznek a bevásárló és az ajándék/jólét típusú kínálat között.

A ritkább kategóriák – **édesség/cukrász (26%)**, **növény-palánta-virág (22%)**, **magvak/lisztek/őrlemények (15%)**, **egyéb (18%)**, **olajok-ecetek-fűszerek (15%)**, **alkoholos italok (11%)**, **készétel/street food (8%)**, **hal/haltermék (7%)** – jellemzően **esemény-, évszak- vagy infrastruktúra-függők**. A hal és a készételek alacsony aránya hűtőlánc- és engedélyezési korlátokra utal; az alkoholos italoké a csomagolt értékesítés szabályaihoz, kóstoltatáshoz kapcsolódó feltételekre.

6.9 HELYI TERMÉKEK ARÁNYA A KÍNÁLATBAN

A minta erősen **helyi fókuszú**: az egységek közel **60%-a kizárólag helyi terméket** árusít. További **19%** esetében a helyi arány **60–90%** közötti, míg **22%-nál legfeljebb 50% az arány**. Összességében tehát a szereplők **négyötödénél** a helyi termék **domináns** a kínálatban.

A vegyes arány háttérében több, egymást erősítő tényező áll: egyrészt a **szezonális** és az ebből adódó **ellátási hézagok**: bizonyos időszakokban vagy termékkörökben (pl. téli zöldség-gyümölcs, speciális alapanyagok) szükség lehet kiegészítésre. Másrészt a **vevői elvárások** – „egy helyen mindent” – miatt gyakran megjelennek nem helyi kiegészítők (italok, fűszerek, péksütemények). Harmadrészt **működési adottságok**: nem minden településen vagy kistérségben áll rendelkezésre minden termékkör megfelelő mennyiségben; a logisztika és a hűtőlánc korlátai is befolyásolják a helyi arányt.



6. ábra Válaszadók megoszlása helyi termékek aránya szerint

6.10 KIEGÉSZÍTŐ SZOLGÁLTATÁSOK

A szereplők **többségénél (54%) nincs** rendszeres kiegészítő szolgáltatás. Ez a „csupasz piac” működés stabil és költségtakarékos, ugyanakkor korlátozza a **visszatérési motivációt** és a **kosárérték-növelés** lehetőségét. A kapacitás- és erőforráshiány (szervezés, engedélyezés, plusz eszközök) valószínű magyarázat.

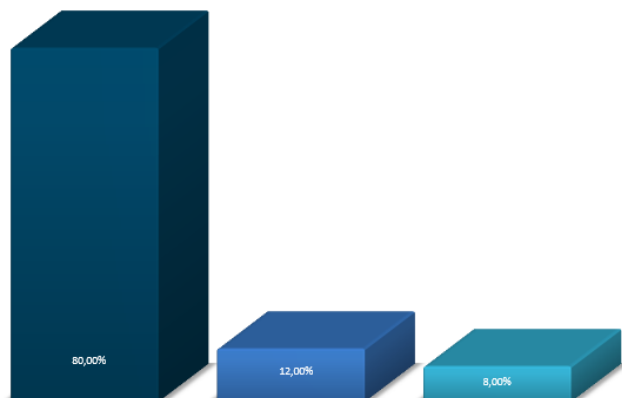
Pozitívum, hogy az egységek közel **egynegyede (23%) szervez rendezvényeket/közösségi programokat/kulturális eseményeket**; ezek bizonyítottan növelik a forgalmat, erősítik a **helyi identitást** és új vevőket hoznak. A **kóstolók (27%)** a bizalomépítés és az **új termék bevezetésének** leghatékonyabb eszközei. A **házhoz szállítás (15%)** ritkább – logisztikai és élelmiszer-biztonsági okokból –, inkább kiegészítő csatornaként érdemes kezelni, nem alapszolgáltatásként.

6.11 VEVŐI CÉLCSOPORTOK

A piacok elsődlegesen **lakossági** kiszolgálásra épülnek: a szereplők **80%-a** kizárólag magánvásárlókat céloz. Ez a profil a heti bevásárlásra, friss alapélelmiszerekre és a személyes bizalomra támaszkodik.

Intézményi vevőket (pl. óvoda, iskola, konyha, szociális ellátó) a szereplők **12%-a** szolgál ki, ami szűk csatornát jelez. Ennek tipikus akadályai a közbeszerzési/közétkeztetési szabályok, az egységesített csomagolás-címkézés igénye és a mennyiségi/folyamatos ellátási elvárás.

Turista célcsoporttal **8%** dolgozik – jellemzően szezonális, rendezvény- vagy fürdő/borvidék-kapcsolt helyszíneken. Itt a forgalom ingadozó, de magas kosárérték érhető el megfelelő programozással és láthatósággal.



7. ábra Válaszadók megoszlása a vevői célcsoport szerint (%)

6.12 VÁSÁRLÓI VISSZAJELZÉSEK

A vizsgált helyszínek döntő többségén, nagyjából 70%-nál, **nem működik** dokumentált vásárlói visszajelzési rendszer. A visszacsatolás itt legfeljebb esetleges, nem rögzített, ezért a tapasztalatok nem elemezhetők és nem követhetők időben.

A minta mintegy ötödében a visszajelzés **alapvetően szóbeli** formában jelenik meg. Ezek a jelzések hasznosak lehetnek a napi működésben, de standardizálás és adatgyűjtés híján nem összegezhetők, így a tanulságok csak lokálisan hasznosulnak.

A fennmaradó, körülbelül **tizednyi rész már használ online vagy digitális csatornákat** (például közösségi felületi kommenteket, hírlevél-felületeket vagy átvételi ponton rögzített észrevételeket). Ezek többsége azonban nem egységesített metrikákhoz kötődik, ritkán publikált és ritkán összehasonlítható, ezért a fogyasztói élmény alakulása és a trendek az egész hálózat szintjén továbbra is korlátozottan mérhetők.

6.13 TERMÉKMINŐSÍTÉSEK

A válaszok alapján a helyszínek többségén **nem jelenik meg termékminősítés** – a minősítési gyakorlat jellemzően hiányzik vagy nincs jelölve. Ahol mégis van utalás minősítésre, az többnyire pontszerű: egy-egy árus rendelkezik tanúsítvánnyal vagy díjjal, illetve előfordul országos védjeggyel megjelenő kínálat és díjnyertes termék. Külön említést érdemel a területi/tematikus védjegy jelenléte (pl. nemzeti parki termék), valamint a „Helyi Termék” megjelölés bolt-szinten.

A kosárközösségi gyakorlatok részben belépési feltételként kérik a bio tanúsítványt, máshol a NÉBIH-lista szerinti önbevallás és felelősség érvényesül, illetve található olyan előírás is, hogy növényvédelmi minősítés legyen a termelőnél.

Összességében **a minősítési kép széttagolt**: a legtöbb helyen nincs egységes, átlátható tanúsítás, néhány szereplőnél viszont már megjelennek hiteles védjegyek és formális követelmények.

Termékminősítés hiányában az átlagminőség ingadozik, a szervezőnek drágább a kontroll, a márka gyengébb, az intézményi és turisztikai piacokra jutás esélye kisebb, a prémium ár elvész.

6.14 A MŰKÖDÉS IDŐTARTAMA A VÁLASZADÓK KÖRÉBEN

A megkérdezett szervezetek többsége fiatal szereplő: **26 %** legfeljebb egy éve, **48 %** két-öt éve, **19 %** hat-tizenöt éve működik, míg mindössze **7 %** rendelkezik több mint ötvenéves múlttal.

Ez a megoszlás egyfelől élénk megújulást és innovációt jelez, másfelől nagyobb sérülékenységet a piaci és finanszírozási kockázatokkal szemben. A nagyon hosszú működési múlttal rendelkező szereplők alacsony aránya miatt különösen fontos lehet a tapasztaltabb szervezetek tudásának célzott megosztása, mentorprogramok indítása és a hosszú távú stabilitást erősítő pénzügyi-szervezeti megoldások kidolgozása, például közös marketing és hálózatos együttműködés révén.

6.15 A FENNTARTÁS FORMÁJA A VÁLASZADÓK KÖRÉBEN

A vizsgált szervezetek **többsége saját bevételből tartja fenn magát (56 %)**, ami a gazdasági önállóság erősödését jelzi. **20 %** esetében az önkormányzat biztosítja a működés alapját, míg ugyanekkora arányban a működés **önkormányzati támogatás és saját bevétel kombinációjára** épül. Mindössze **4%** működik teljes mértékben egyesületi fenntartásban.

Ez a szerkezet arra utal, hogy a helyi termékekhez kapcsolódó kezdeményezések többsége **piacorientált és saját erőforrásokra támaszkodó**, ami a rugalmasság és a függetlenség előnyeit hordozza, ugyanakkor **nagyobb kitettséget jelent a kereslet ingadozásának**. Az önkormányzati vagy vegyes finanszírozású szereplők esetében stabilabb a háttér, de **erősebb a pályázati és költségvetési döntésektől való függés**, ami lassíthatja a gyors reagálást. Az egyesületi működtetés elenyésző aránya pedig jelzi, hogy a közösségi, nonprofit fenntartás jelenleg kevésbé meghatározó forma.

6.16 HÁLÓZATI KAPCSOLÓDÁS MÁS SZEREPLŐKKEL

Az érintett szereplők körülbelül fele rendelkezik hálózati kötődéssel, míg a másik fele elszigetelten működik. A kapcsolatok többsége **informális és eseti jellegű** (alkalmi egyeztetések, egymásra szervezés elkerülése), míg a **formális tagságok és partnerségek ritkábbak és néhány csomópontonál koncentrálnak**.

A turizmushoz és helyi szolgáltatói körhöz jobban kapcsolódó piacok/boltok jellemzően több partnerrel és rendszeresebb kooperációval bírnak. A kosárközösségi ökoszisztémában **egy online központ erősíti a hálózati hatást és összefűzi a helyi egységeket**. Több helyen **szervezői személykapcsolatok** töltenek be **híd-szerepet**, amelyeken keresztül információ és együttműködési lehetőség áramlik.

A kapcsolat nélküli egységek jellemzően kisebb piacok vagy termelői boltok, ahol **nem látszik sem formális, sem informális beágyazottság**. Összességében a **hálózat mozaikos: néhány erősen kapcsolt csomópont mellett sok izolált szereplő**, és a kooperációk nagy része **ad hoc**, kevés a rendszerszintű, előre tervezett együttműködés.

6.17 HUMÁN KAPACITÁSOK

A válaszok szerint az önkormányzati fenntartású intézményekben működő helyi termékes egységek döntő része **kis létszámú csapattal dolgozik**: jellemzően **1-3 fő** látja el a feladatokat, ritka a **3 főnél nagyobb stáb** (ott jellemzően közfoglalkoztatottak is részt vesznek a piac üzemeltetési feladatok ellátásában), és több helyen **egyáltalán nincs állandó alkalmazott**. A magánszemély, szövetkezet, egyesület vagy vállalkozás által üzemeltetett kezdeményezések esetében is hasonló a kép: több helyen **nincs fizetett munkaerő**, sokszor **csupán egy fő** felel a napi működésért, vagy **önkéntesek, diákok** segítenek be.

Ez a szerkezeti helyzet **korlátozza a növekedési és fejlesztési lehetőségeket**, hiszen a mindennapi feladatok (szervezés, adminisztráció, kommunikáció, marketing) ellátása már a jelenlegi forgalom mellett is jelentős terhet ró a kis létszámú csapatokra. A humán kapacitások szűkössége miatt **nehezebb hosszú távú stratégiát kidolgozni**, új szolgáltatásokat bevezetni vagy nagyobb rendezvényeket megszervezni. Az utánpótlás biztosítása, az önkéntesek megtartása és a szakmai tudás átadása ezért kulcsfontosságú feladat a fenntartható működés érdekében.

6.18 A MŰKÖDÉS KÖRNYEZETI FENNTARTHATÓSÁGA

A megkérdezett szervezetek körében **többféle környezetbarát megoldás jelenik meg, részben egymást átfedve**. A legelterjedtebb a **szelektív hulladékgyűjtés (52%)**, ezt követik a **megújuló energiahasználat formái – például napelem vagy napkollektor (15 %)** –, valamint az **egyéb fenntartható gyakorlatok (22 %)**, mint a többutas csomagolás, komposztálás vagy papíralapú csomagolás. **30 %** jelezte, hogy egyelőre semmilyen környezeti intézkedést nem alkalmaz.

Mivel egyes helyszíneken **többféle megoldás egyidejűleg is jelen van**, a százalékok **nem adódnak össze 100 %-ra**. Ez arra utal, hogy ahol már megjelent a környezeti tudatosság, ott gyakran **komplexebb, egymást kiegészítő lépések** történnek. Ugyanakkor az a tény, hogy közel harmaduknál **teljesen hiányoznak a zöld intézkedések**, jelzi: **jelentős tartalék van a fenntarthatóság erősítésére**, például megújuló energiaforrások, körforgásos csomagolási megoldások és egységes szemléletformáló programok támogatásával.

6.19 RÉSZVÉTEL FEJLESZTÉSI PROGRAMOKBAN

A megkérdezett szervezetek **többsége (72 %)** eddig **nem vett részt semmilyen fejlesztési programban**, míg **12 %** a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP), **16 %** pedig a LEADER vagy más vidékfejlesztési program keretében valósított meg fejlesztést.

Ez a megoszlás azt mutatja, hogy a helyi termékekhez kapcsolódó kezdeményezések döntő része **kihasználatlan lehetőségeket hordoz a külső támogatások bevonásában**. A forráshiány és a pályázati tapasztalatlanság **lassíthatja az infrastruktúra-fejlesztést, a marketinget és az innovációt**, miközben a kisebb arányban jelen lévő sikeres programrésztvevők **példát és tudást adhatnak a többieknek** a jövőbeni pályázatokhoz.

6.20 PIACSZERVEZÉSI TAPASZTALATOK

A felmérés szerint a működtetők **59%-ánál legalább egy fő rendelkezik piacszervezési tapasztalattal**, míg **41 %-nál nincs ilyen gyakorlattal bíró személy**.

Ez a megoszlás arra utal, hogy a helyi termékes kezdeményezések több mint fele **biztonságosabb szakmai alapokra épül**, ugyanakkor jelentős részükben **hiányzik a szervezési rutin**, ami kockázatot jelenthet a piacok folyamatos működése, a jogi előírások betartása, valamint az értékesítési és marketingstratégia tervezése szempontjából. A tapasztalathiány mérséklése érdekében **továbbképzések, mentorprogramok és tudásmegosztó hálózatok** indítása javasolt, hogy minden szereplő képes legyen önállóan, hosszú távon is fenntartható módon működni.

6.21 IGÉNY A HÁLÓZATI EGYÜTTMŰKÖDÉSRE

Az önértékelés alapján a megkérdezett szervezetek **felének alacsony az igénye a hálózati együttműködésre**, **27 %** közepes, míg **23 %** magas igényt jelzett.

Ez a megoszlás arra utal, hogy a helyi termékekhez kapcsolódó szereplők **jelentős része jelenleg inkább önállóan kíván működni**, és kevésbé látja a közös munkában rejlő előnyöket. Ugyanakkor a közepes vagy magas együttműködési igényű kisebb csoport **fontos kiindulópontot adhat a hálózatosodás erősítéséhez**, hiszen tapasztalataik és motivációjuk segítségével **példát mutathatnak**, valamint **fokozatosan bevonhatják a kevésbé nyitott szereplőket**. Az eredmények alapján érdemes **tudatosítani a hálózati munka előnyeit**, például a közös marketing, a költségmegosztás és a nagyobb piacokra jutás lehetőségeit.

6.22 RÉSZVÉTELI HAJLANDÓSÁG A BVPH MUNKÁJÁBAN

A válaszok szerint a megkérdezett szervezetek **48 %-a kifejezetten nyitott** a Baranya Vármegyei Piacszervezői Hálózat (BVPH) munkájában való részvételre, **41 %** egyelőre bizonytalan, és csak **8 %** utasította el a csatlakozást, míg **4 %** egyéb megoldást jelölt.

Ez a megoszlás arra utal, hogy **többségi érdeklődés mutatkozik**, ugyanakkor sokan még mérlegelik a részvétel feltételeit és előnyeit. A pozitív döntés valószínűségét erősítheti, ha a hálózat **egyértelműen bemutatja a tagoknak nyújtott szolgáltatásokat**, például közös marketinget, értékesítési csatornákat, képzéseket vagy pályázati lehetőségeket. A bizonytalanok megnyerése kulcsfontosságú lehet a hálózat széles körű kiépítése és a helyi termelői piac hosszú távú megerősítése szempontjából.

6.23 JAVASLAT A HÁLÓZATI EGYÜTTMŰKÖDÉS FEJLESZTÉSÉRE (NYÍLT KÉRDÉS)

Az alábbi tematikus összegzés a felmérésben részt vevő szereplők **online kérdőíves válaszaiból, személyes (helyszíni) beszélgetéseiből és telefonos interjúiból** készült. Nem arányokat ismertet, hanem azt foglalja össze, **milyen visszatérő igények, problémák és javaslatok** rajzolódtak ki a hozzászólásokból. A példák illusztratívák: nem minden megállapítás vonatkozik mindenre, de a **fő mintákat és hangsúlyokat** mutatják, amelyekre a javaslatcsomag épül.

Szabadválaszos visszajelzések – tartalmi összegzés

- **Közös adatbázis / kataszter iránti igény**
A visszajelzések egyik legerősebb vonala egy **nyilvános, naprakész megyei kataszter** létrehozása. A hozzászólók szerint ennek tartalmaznia kell a **termelők és kézművesek adatait**, az általuk kínált termékeket, a **piacok és rendezvények** listáját, valamint a **szervezők elérhetőségeit és részvételi feltételeit**. Több megfogalmazás kifejezetten úgy írja le ezt az eszközt, mint a meghívások és standfoglalások alapját: a helyi szervező jelenleg gyakran **nem tudja, kit hívhatna**, és **nincs egy helyen a szakmai információ**. Felmerül, hogy a kataszter kapcsolódjon naptárhoz és – ahol értelmes – országos hálózatokhoz is.
- **Időzítés és koordináció**
Több válasz a „**ne szervezzünk egymásra**” problémát emeli ki. A javaslat szerint egy **közös portál** segítené a piaci napok összehangolását; a gyakorlatban még egy **Facebook-alapú** közös szervezés is közelebb vinne a célhoz, ha a kulcsszereplők ugyanazt a naptárt használják. A cél, hogy a térségi helyszínek **futószalag-logikában** kövessék egymást, ne pedig egymás forgalmát bontsák meg.
- **Humán kapacitás és bevonás**
A szervező oldalról többen **emberhiányt és szakértelemhiányt** jeleznek. Konkrét javaslatként megjelenik, hogy a **Munkaügyi Központ** bevonásával legyen lehetőség **részmunkaidős, nyugdíj előtt álló, diák vagy közfoglalkoztatott** erőforrások bevonására. A megjegyzések alapján a működtetés gyakran **1–3 főn** múlik; a feladatok (szervezés, kommunikáció, beléptetés, logisztika) szétosztása és a **mintadokumentumok** nagy terhet vennének le a vállakról.
- **Tudásmegosztás és találkozási alkalmak**
Erős igény jelenik meg **jó gyakorlatok megosztására és rendszeres fórumokra**. A javaslat a **féléves** ritmust tartja ideálisnak, **informális hálózattal** kiegészítve. Külön említés történik arról, hogy egyes szereplők már tartják a kapcsolatot **szomszédos települések** piacszervezőivel, és ezt a **szervezett tapasztalatcserét** tennék szélesebbé.
- **Termelői aktivizálás és piacra jutás**
A vélemények szerint a termelőket **jobban kell mozgatni és informálni**: ki hová tud menni, milyen feltételekkel, milyen tematikák vannak. Felbukkan pozitív példa működő kosárközösségre is (Völgységi kosár), amely a **turisták számára is megszokottá** tette a kínálatot. Egy válasz külön kiemeli, hogy van olyan „**összekötő**” **személy**, aki termelőt és vevőt összehangol, átvételi időpontokat szervez, sőt egy kosár is **rajta keresztül** működik – ez a szerep intézményesítve komoly kapacitásnyerést adna.
- **Védjegy és közösségi márka**
Több hozzászólás megyei, illetve **térségi (Hegyháti)** védjegyet javasol, amely mögött **szigorú, de életszerű** minősítési rendszer áll. A cél a **bizalom** és az **azonosíthatóság** növelése; a védjegy mellett természetes igény az **egységes arculat** (stand-fejlécek, piktogramok, sablonok).

A visszajelzések óvatosságot is megfogalmaznak: a védjegy ne jelentsen **túlzott adminisztratív terhet**, legyen **belépési útmutató** és – kezdőknek – átmeneti státusz.

- Szervezeti és helyszíni sajátosságok
Egyes helyszíneken a **Művelődési Ház / önkormányzat** a mértékadó, az üzemeltetés és a tér biztosítása hozzájuk kötődik. Ez **stabil háttér** ad, ugyanakkor a rugalmasságot időnként korlátozza; a javaslatok a **partnerségi rend** tisztázását és a **kapcsolattartók** egyértelmű kijelölését szorgalmazzák.
- „Delikátesz” vs. „termelői bolt”
Megjelenik olyan megjegyzés, amely szerint a helyi kínálat néhol **delikátesz-jellegű** boltban működne jobban, mint szigorúan vett „termelői” formában. Ez pozicionálási kérdés: a válogatott, kurátor-szemléletű bolt **nem gyengíti** a helyi hálózatot, ha a származás- és minőséginformáció **átlátható**, és a kínálat kapcsolódik a megyei arculathoz.
- „Nincs javaslat / nem tudja” jellegű válaszok
Érdemi rész mutat arra, hogy a válaszadó **nem rendelkezik** kidolgozott javaslattal. Ez két dolgot jelez: egyrészt **idő- és kapacitáshiányt**, másrészt azt, hogy **iránytűt** vár – sablonokat, példaanyagokat, amelyekhez csatlakozni lehet. Ezt az elvárást a tanulmány **módszertani fejezete** kifejezetten kezeli.

Összességében a szabadválaszok azt üzenik, hogy a hálózat gyorsan, viszonylag alacsony ráfordítással akkor tud érdemben előrelépni, ha egyrészt létrehozza a közös, nyilvános megyei katasztert és naptárt, amely egy helyen teszi elérhetővé a termelőket, termékköröket, rendezvényeket és kapcsolattartókat, és előre jelzi az időpont-ütközéseket. Másrészt megerősíti a humán oldalt: bevonási csatornákat nyit (például nyugdíj előttiek, diákok), rövid, gyakorlati képzésekkel és kész mintadokumentumokkal tehermentesíti a szervezést, így a mindennapi működés kiszámíthatóbbá válik. Végül egységesíti a külső ígéretet egy megyei márkával és szigorú, de életszerű védjegyrendszerrel, amely átlátható szabályokhoz köti a „helyi” ígéretet, és láthatóvá, összehasonlíthatóvá teszi a kínálatot a piacokon, a boltokban és a kosárközösségekben.

7 FEJLESZTÉSI MÓDSZERTAN A HELYI ÉRTÉKESÍTÉSI TEREKHEZ

A fejezet célja, hogy a „Baranya segít – együttműködés a foglalkoztatás fejlesztéséért” projekt keretében **megyei végrehajtásra alkalmas, gyakorlati módszertant** adjon a baranyai helyi termék-értékesítési terek – **termelői piacok, kosárközösségek és termelői boltok** – megerősítéséhez és összehangolásához. Kiindulópontként röviden összefoglalja a jelenlegi helyzetet és a tipikus működési problémákat, majd **közös megyei keretrendszert** rögzít a következő pilléreken: **hálózati koordináció, minimumkövetelmények és bizalom, digitalizáció és adatkezelés, fenntarthatóság és turisztikai integráció.**

A megközelítés **elsődleges fókusz**a a **vidéki lemaradás csökkentése**: olyan, **megyei szintű, nyitott és skálázható együttműködési modell** körvonalazása, amely képes a különböző csatornákat összehangoltan működtetni – **megyei kosár** logikára támaszkodva.

7.1 KIINDULÓ HELYZET ÉS FEJLESZTÉSI SZÜKSÉGLETEK

A kiinduló helyzet feltárása **interjú megkeresésekre** épült: **szóbeli, online és telefonos interjúk** során kerültek összegyűjtésre a termelői piacok, kosárközösségek és termelői boltok tapasztalatai, amelyeket a megyei kataszter és háttérelmések egészítettek ki. **A jelen módszertan kifejezetten ezekre a visszajelzésekre épül**, vagyis a gyakorlati működésben azonosított mintázatokra ad rendszerszintű választ.

Baranyában a helyi élelmiszer-ökoszisztéma több csatorna együttélésére épül (termelői piacok, termelői boltok, kosárközösségek), **erős megyei központtal (Pécs)** és kiterjedt **aprófalvas háttérrel**. A kínálat bázisát a zöldség- és gyümölcstermelés, a tejtermékek, a méhészeti termékek és a kézműves feldolgozás adják. A kereslet időben és térben egyenetlen: Pécsen stabilabb a felvétel, míg a kisebb településeken a forgalom erősen hullámzó.

A **szervezői háttér heterogén**: egyes egységek saját bevételre támaszkodnak, mások önkormányzati vagy vegyes finanszírozásban működnek; a **humán kapacitás többnyire kicsi**, sok helyen önkéntes-alapú. A hálózati kapcsolódás túlnyomórészt informális, a formális együttműködések aránya alacsony; a fejlesztési programokba való bekapcsolódás szórványos, jellemzően az önkormányzati fenntartású termelői piacoknál koncentrálódik. **Megyei szinten jelenleg nem működik egységes, mandátummal rendelkező koordinációs pont**: a piacszervezői kezdeményezések többnyire **egymástól függetlenül**, eseti, informális kapcsolatok mellett zajlanak. Ennek következtében a **hálózatos működés előnyei** csak részben érvényesülnek (időzítemi ütközések, szigetszerű adatok, egyenetlen kihasználtság).

A digitális jelenlét és a fenntarthatósági gyakorlatok terjednek, de **szigetszerűen**. **A vidéki településszerkezetben koncentrálódnak a lemaradások**: ritkább és kiszámíthatatlanabb nyitvatartás, korlátozott logisztikai/hűtőlánc-kapacitás, gyengébb digitális láthatóság és szűkebb humán erőforrás – ezek összességében rontják a hozzáférést és a hálózati teljesítményt.

Összegzés: a szóbeli, online és telefonos interjú tapasztalatok egybehangzóan jelzik, hogy a baranyai helyi csatornák nem újratervezést, hanem összehangolt finomhangolást igényelnek: **megyei szintű koordinációt** egy **hiteles összefogó személy** kijelölésével és **piacszervezői egyeztető fórum** létrehozásával, továbbá **egységes alapstandardokat, láthatóbb és koordináltabb jelenlétet, célzott eszközöket és kisléptékű, gyorsan skálázható megoldásokat.**

7.2 OPERATÍV CSELEKVÉSI PROGRAM - ÖSSZEFOGLALÓ

7.2.1 ELŐKÉSZÍTÉS ÉS ALAPOK (0-3 HÓNAP – 1. FÁZIS)

1. Hiteles koordinátor kiválasztása

A megyei folyamat koordinátorának kiválasztása, aki hitelesen képviseli és kommunikálja a teljes kezdeményezést, valamint a stratégiai és operatív döntéseket előkészíti.

Output: mandátum + feladatleírás + ütemterv.

2. Piacszervezői fórum összehívása

Elindítja a piacszerzők közötti párbeszédet és létrehozza az operatív munkacsoportot.

Output: taglista + éves ülésnaplár.

3. Alapok: „megyei kosárközösség” gerincháló létrehozása + keretek meghatározása

Meghatározza a finanszírozási alapelveket és a minimumkövetelmények I. szintjét, felállítja a megyei kosárközösséget, kijelöli a vidéki átvételi pontokat.

Elindítja a közös megyei katasztert és a piac- és rendezvénynaptárt.

Output: alapelv-csomag + átvételi pontlista + kataszter v1 + naptár v1.

7.2.2 TERMELŐI BEVONÁS, MÁRKA- ÉS DIGITÁLIS ALAP, ELSŐ LÁTHATÓ EREDMÉNYEK (3-6 HÓNAP – 2. FÁZIS)

4. Termelői tájékoztató és bevonó nap

Megyei nyílt fórum, ahol bemutatják a program céljait, a rendszer működését és a csatlakozás előnyeit; kérdéseket gyűjtenek és az első jelentkezőket regisztrálják.

Output: jelenléti és érdeklődői lista + kérdés-válasz összefoglaló + első regisztrációk.

5. Kommunikáció és márka – 1. fázis (ernyőmárka)

Kialakítja az egységes név-, üzenet- és vizuális minimumot, valamint a csatorna-mátrixot.

Output: ernyőmárka-minimum + sabloncsomag.

6. Digitális alapegységesítés

Létrehozza a megyei katasztert, a rendelési űrlapot/ rendeléskezelő űrlapot, a közös naptárt ütköztetéssel, a térképes megjelenítőt, a jogosultságkezelést és a termelői profilekat; elkészül az egységes dokumentumcsomag és a tudásmegosztó.

Output: működő digitális v1 + sablondokumentumok.

7.2.3 KAPACITÁSEPÍTÉS ÉS MŰKÖDÉSI PROTOKOLLOK (6-9 HÓNAP – 3. FÁZIS)

7. Humán kapacitás – mikroképzések, protokollok és mentorhálózat

2–3 órás tréningek árképzés, kommunikáció, digitális eszközök és étel-miszer-biztonság témákban; műszakszervezési sablonok, önkéntes/diák protokoll és termelői belépő tréning bevezetése. Mentorhálózat felállítása.

Output: képzési naptár + tananyagok + sabloncsomag.

8. Logisztika

Rögzíti a gyűjtőnapokat és fix útvonalakat, a sérülés-/reklamációkezelést, a no-show szabályt, valamint a leadási ablakokat és csomagolási elvárásokat.

Output: logisztikai működési rend + útvonalterv + eszközlista.

9. Visszajelzés & alapmutatók (KPI)

Bevezeti a standard online/helyszíni űrlapokat, elkészíti a megyei dashboardot és elvégzi a bázismérést.

Output: KPI-keret + mérőeszközök + baseline riport.

10. Csatornaprotokoll – termelői piacok

Egységesíti az árusító-csomagot (pult, címke, higiénia), az átvételi rendet, a kóstoló/upsell lehetőségeket, a visszajelzés-falat és az esőtervet; a nyitvatartás-ritmust a közös naptárban teszi közzé.

Output: Piac-működési rend + ellenőrző listák.

11. Csatornaprotokoll – termelői boltok

Meghatározza a „helyi polc” arculati minimumát, az eredet-nyomonkövetést (QR), az átvételi ablak igazítását a kosár ritmusához, a mini-merchandising elemeket és a beszállító-tájékoztatást.

Output: Bolt-működési rend + arculati lap.

12. Kosárközösségek – integrációs hullám

A 3–6. pont elvei szerint csatlakoztatja a kosárközösségeket; rögzíti a szerepeket és szolgáltatási vállalásokat, valamint a termelői jelentkezéscsatornákat (kataszter űrlap + nyílt felhívás).

Output: onboarding-terv + szolgáltatási vállalás csomag + felhívás.

7.2.4 FENNTARTHATÓSÁG, MÁRKA 2. FÁZIS ÉS PIACBŐVÍTÉS (9-12 HÓNAP - 4. FÁZIS)

13. Fenntarthatósági minimum

Bevezeti a többutas csomagolást, a hulladék-naplót, az energiahatékonysági lépéseket, az éves „zöld audit light”-ot és a visszaváltható csomagolást a termelőknél.

Output: zöld-minimum + auditlapok.

14. Kommunikáció & márka – 2. fázis (tematikus rotáció és élményprogramok)

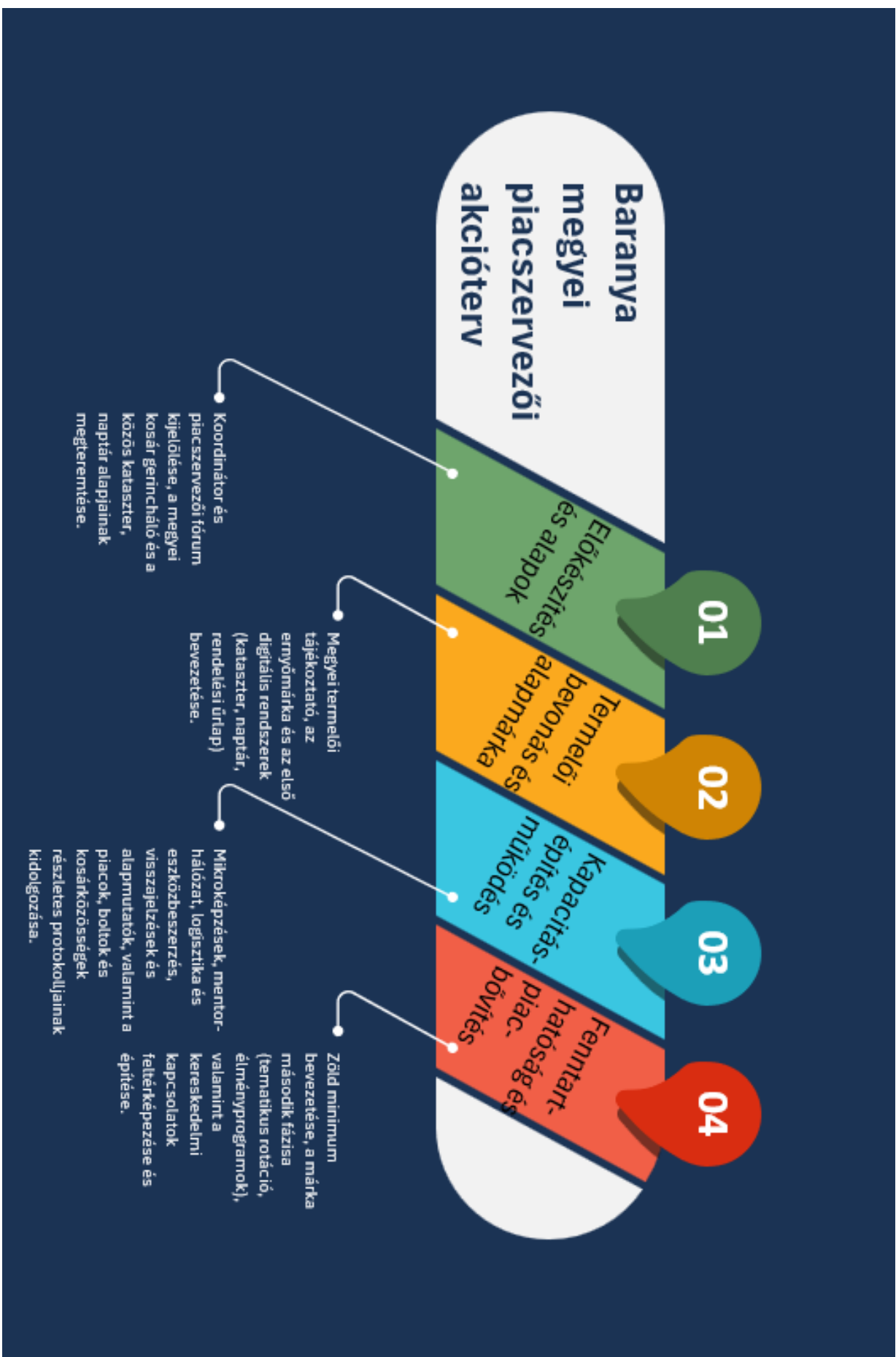
Finomhangolja az üzenetet és a vizuális minimumot, előkészíti a védjegyet, kidolgozza a tematikus rotációt (évszak, ünnep, termék) és az élményprogramokat (nyílt nap, kóstoló, workshop), valamint a visszafogott turisztikai integrációt és a termelői arculati segédcsomagot.

Output: védjegy-konceptió + tematikus naptár + élményprogram-terv + arculati csomag v2.

15. Kereskedelmi kapcsolatok feltérképezése és építése

Feltérképezi a kereskedelmi láncokat, éttermeket, vendéglátókat, közétkeztetőket és intézményi vásárlókat; elkészíti a partnerségi ajánlatcsomagokat, beszállítói keretszerződés-mintákat és B2B pilotokat indít.

Output: partnerlista + ajánlatcsomag + pilot-jelentés.



8. ábra A Baranya megyei piacszervezői hálózat akcióterve

1. FÁZIS ELŐKÉSZÍTÉS ÉS ALAPOK

A megyei rövid ellátási lánc fejlesztésének alapvető szervezeti és működési feltételei ekkor jönnek létre.

Ebben a szakaszban a legfontosabb feladat a **hiteles koordinátor kiválasztása**, aki a kezdeményezés szakmai és nyilvános arca, és **előkészíti a stratégiai és operatív döntéseket**. A **piacszervezői fórum összehívása** biztosítja a szereplők – önkormányzatok, civil szervezetek, kosárközösségek, termelői piacok, boltok – közötti párbeszédet, és létrehozza az **operatív munkacsoportot**, amely a későbbi fejlesztések motorja lesz.

A fázis kulcslépése a **megyei kosár gerincháló és a minimumkövetelmények I. szintjének kidolgozása**, valamint a **közös megyei kataszter és piac- és rendezvénynaptár** elindítása. Mindez megteremti a keretrendszert, amelyre a későbbi fázisok – a termelői bevonás, a márkaépítés és a digitális integráció – épülhetnek.

Fejlesztési irányok:

1) A megyei folyamat koordinátorának kiválasztása, aki hitelesen képviseli a programot, és átlátható mandátummal rendelkezik.

A megyei folyamat koordinátorának kiválasztása kulcsfontosságú, mert ő lesz a program szakmai és nyilvános arca, valamint a stratégiai és operatív döntések előkészítője. Olyan személyt érdemes kijelölni, aki egyszerre bír szakmai felkészültséggel, közösségi beágyazottsággal és kommunikációs hitelességgel. A koordinátor feladata nem pusztán adminisztratív: ő teremti meg a bizalmat a termelők, piacszervezők, önkormányzatok és vásárlók között, és képes arra, hogy a megye teljes területét összekapcsolja a közös cél érdekében.

Elvárt kompetenciák és személyes jellemzők

- **Közösségi elfogadottság és hitelesség**
 - Megyei vagy regionális szinten ismert és elismert, jó kapcsolatrendszerrel rendelkező személy.
 - Nem kötődik szorosan egyetlen szervezethez sem, így a szereplők széles körének bizalmát élvez.
- **Projekt- és hálózatmenedzsment tapasztalat**
 - Komplex, több szereplős fejlesztési projektek koordinálásában jártas.
 - Ismeri a pályázati, pénzügyi és szervezési folyamatokat.
- **Erős kommunikációs és reprezentációs készség**
 - Képes szakmai és laikus közönség előtt is érthetően bemutatni a kezdeményezést.
 - Megbízható, következetes arculatot ad a programnak a médiában, rendezvényeken és a digitális csatornákon.
- **Stratégiai szemlélet és döntés-előkészítő képesség**
 - Látja a megyei helyi termék- és élelmiszer-ellátási rendszer összefüggéseit.
 - Képes a döntési alternatívákat a piacszervezői fórum és a szakmai partnerek számára előkészíteni.
- **Semlegesség és integráló hozzáállás**

- Képes közös nevezőre hozni a különböző érdekeket.
- Elkerüli, hogy a folyamat bármely szereplői kör egyoldalúan dominálja.

Feladatok részletezve

- A megyei piacszerzői fórum összehívásának előkészítése és lebonyolítása.
- Az operatív munkacsoport működésének folyamatos támogatása, napirendek és javaslatok összeállítása.
- A finanszírozási alapelvek és minimumkövetelmények I. szintjének előkészítése.
- Kapcsolattartás a helyi termelőkkel, piacokkal, kosárközösségekkel, önkormányzatokkal és civil szervezetekkel.
- Kommunikációs és arculati megjelenés koordinálása, sajtómegjelenések, online felületek gondozása.

2) Piacszerzői fórum létrehozása, az operatív munkacsoport megalakításával.

A piacszerzői fórum a megyei rövid ellátási lánc hálózat döntéshozó és szakmai koordináló testülete.

Feladata, hogy összefogja a megye piacszerzőit, termelői piacokat, kosárközösségeket, termelői boltokat, önkormányzatokat és civil kezdeményezéseket, és megteremtse az együttműködés tartós kereteit. A fórum keretében jön létre az operatív munkacsoport, amely a mindennapi megvalósítás motorja.

Fő célok

- Közös stratégia megalkotása: a megye helyi termékforgalmának és ellátási láncainak egységes fejlesztési irányba terelése.
- Döntés-előkészítés és konszenzusépítés: a legfontosabb szakmai és pénzügyi kérdések közös megalapozása.
- Hálózatépítés: kapcsolat a termelőkkel, vásárlókkal, vendéglátókkal és önkormányzatokkal.

Fórum összetétele

- Piacszerzők és termelői piacok képviselői
- Kosárközösségek, termelői boltok delegáltjai
- Önkormányzatok, kistérségi szintű koordinátorok
- Civil szervezetek és közösségi kezdeményezések
- Szükség szerint meghívott szakértők (élelmiszer-biztonság, marketing, logisztika)

Működés

- Alakuló ülés: a koordinátor hívja össze; napirendje a célok rögzítése, az ügyrend megalkotása és az operatív munkacsoport felállítása.
- Rendszeres ülések: javasolt kéthavi gyakoriság, írásos összefoglalókkal.
- Átláthatóság: minden döntés és anyag nyilvánosan elérhető a hálózat szereplői számára.

Operatív munkacsoport feladatai

- Központi fejlesztések előkészítése és koordinálása: digitális alapegységesítés, kommunikációs és márképítési lépések.
- Finanszírozási és belépési keretek előkészítése (következő fejezet témája).
- Közös megyei kataszter és piac- és rendezvénynaptár kialakítása.
- Napi működés támogatása: információcsere, gyors reagálás az új igényekre.

Fejlesztési irányok

- A fórum ügyrendjének pontos kidolgozása, döntéshozatali mód rögzítése.
- Digitális együttműködési felület (pl. belső portál vagy zárt online csoport) bevezetése.
- Motivációs rendszer kialakítása a tagok aktív részvételére (képzési kedvezmények, közös marketing).

Output: taglista + ügyrend + éves ülésnaplár.

3) Megyei kosárközösség gerincháló létrehozása, keretek meghatározása

a) Finanszírozási alapelvek

A megyei rövid ellátási lánc elindításához elengedhetetlen a várható költségek körének előzetes rögzítése. A cél tehát azon költségtypusok rögzítése, amelyek a megyei rövid ellátási lánc működtetéséhez biztosan felmerülnek – függetlenül attól, hogy a konkrét forrás (pl. paktumprojekt, pályázat, önkormányzati támogatás stb.) később honnan érkezik.

Várható fő költségkategóriák:

- Személyi jellegű kiadások
 - Koordinátor és esetleges asszisztens díja.
 - Szakértők, képzők, moderátorok díja (képzések, workshopok).
- Szervezési és működési költségek
 - Fórum- és munkacsoport-ülések, terem bérlés, eszközök, jegyzőkönyvvezetés.
 - Tájékoztató és bevonó rendezvények.
- Kommunikáció és marketing
 - Arculati elemek (logó, sablonok), sajtómegjelenések, online kampányok.
- Digitális fejlesztés és fenntartás
 - Közös kataszter, rendelési űrlap/ rendeléskezelő űrlap, ütközéskezelő naptár, térképes megjelenítő, tárhely- és szoftverköltések.
- Logisztika és eszközök
 - Hűtőládák, pultok, csomagolási kellékek, járműhasználat gyűjtőnapokra.
- Fenntarthatósági és minőségbiztosítási tételek
 - Zöld audit, többutas csomagolás, hulladék-kezelés, higiéniai ellenőrzések.

Fejlesztési irányok

- Részletes költségbecslés készítése minden kategóriára.
- Finanszírozási forgatókönyvek (pl. paktumprojekt, pályázati vagy önkormányzati forrás) előkészítése.
- A költségstruktúra rendszeres felülvizsgálata a projekt előrehaladásával.

Output: költségkategóriák listája + elsődleges költségbecslés.

b) Minimumkövetelmények I. szintjének kidolgozása

Cél: meghatározni azokat az alapkövetelményeket, amelyek minden csatlakozó piacszervezőre, termelőre és értékesítési csatornára kötelezőek – biztosítva az átlátható és biztonságos működést.

Alapvető elemek

- Élelmiszer-biztonság és minőség
 - Minden termelő rendelkezzen a szükséges engedéllyel, HACCP-előírásokkal.

- Átlátható eredet és nyomonkövethetőség
 - Termékadatokat és származási igazolás feltöltése a közös kataszterbe.
- Digitális jelenlét
 - Regisztráció a megyei kataszterben, a közös naptár használata.
- Közös működési szabályok elfogadása
 - Nyitvatartási rend, higiéniai alapszabványok, adatkezelési irányelvek.

Fejlesztési irányok

- Többszintű (alap–haladó) követelményrendszer kidolgozása.
- Olyan ösztönzők beépítése, amelyek támogatják a minimum feletti teljesítést (pl. marketingkedvezmény, kiemelt megjelenés).
- Rendszeres ellenőrzési protokoll (pl. éves audit, önellenőrző checklist) kialakítása.

Output: jóváhagyott minimumkövetelmények + belépési nyilatkozat-minta.

c) Megyei kosár gerincháló létrehozása

A megyei kosár a helyi termékek egységes rendelési–átvételi rendszere, amely a termelőktől a vásárlókig rövid, átlátható láncot biztosít.

Feladata a rendelés, összekészítés, szállítás és átvétel összehangolása, egységes ritmusban, a minőség és a hűtőlánc garantálásával.

Alapelvek

- Egységes megyei ritmus: fix rendelési ablak és átvételi időszáv, hogy a termelők és vásárlók előre tervezhessenek.
- Átláthatóság és biztonság: eredetigazolás, minőség-ellenőrzés, hűtőlánc-felügyelet.
- Rövid ellátási lánc: közvetlen kapcsolat a termelőkkel, a közösségi fogyasztás erősítése.
- Zöld minimum: többutas csomagolás és hulladékcsökkentés.

Működés

- Rendelési ablak meghatározása
- Gyűjtő raktárak kijelölése
- Átvételi pontok meghatározása (vidéki helyszínek, jellemzően olyan piacok, melyek részesültek támogatásban, így infrastruktúrájuk alkalmas átvételi pontnak)
- Átvételi időszakok meghatározása (értelmes az adott piac nyitvatartási idejével átfedésben lennie, így plusz forgalom generálható a piacnak is)

Szereplők

- Koordinátor: a megyei kosár teljes működésének szervezője és arca.
- Operatív munkacsoport: a digitális, logisztikai és kommunikációs részletek kidolgozója.
- Pontgazdák: a helyszíni rendért felelős kapcsolattartók, akik átveszik a termelők áruit, és kiadják a vevőknek.
- Termelők: a minőségért, jelölésekért, csomagolásért és határidőikért felelnek.

Finanszírozási alapelv

- Forgalomarányos hozzájárulás: minden értékesített termék után a termelő meghatározott jutalékot fizet a megyei kosárnak, amely a logisztika, a működtetés és a későbbi digitális fejlesztések költségét fedezi.
- Átlátható elszámolás: havi jelentések a termelőknek, a jutalékszint a piacszerzői fórum döntésével véglegesedik.
- Pilot tapasztalatokra épülő pontosítás: a kezdeti időszakban kedvezményes bevezetés, majd a fenntartható szint beállítása.

Kapcsolódás az ernyőmárkához és a digitális rendszerhez

- Márka: a megyei kosár egységes vizuális és kommunikációs megjelenése elvi szinten már most körvonalazódik, de a tényleges arculat és nyilvános kampány az 5. pont (Kommunikáció és márka – 1. fázis) keretében valósul meg.
- Digitális egységesítés: a későbbi 6. pont alapjait képezi, ezért már itt rögzíteni kell a szükségleteket (rendelési űrlap, közös naptár, kataszter, jogosultságok), de a gyakorlati fejlesztés csak a következő lépcsőben indul.

Output: működési koncepció + hálózati térkép (gyűjtőpontok és átvételi pontok) + közös szolgáltatási és minőségi minimumcsomag + pilot ütemterv.

d) Közös megyei kataszter és piac- és rendezvénynaptár első verziójának létrehozása.

A megyei kataszter és a piac- és rendezvénynaptár az egész hálózat alapinformációs rendszere. Feladatuk, hogy összegyűjtsék és egységes szerkezetben tegyék elérhetővé a megye összes termelőjére, piacára, kosárközösségére, rendezvényére és kapcsolódó szolgáltatására vonatkozó adatokat.

Az első verzió létrehozása még nem teljes digitális fejlesztés, hanem adatgyűjtési és szerkezeti előkészítés, amely később zökkenőmentesen építhető be a 6. pontban megvalósuló digitális alapegységesítésbe.

Közös megyei kataszter – adatgyűjtési kör

- Termelők: elérhetőség, termékkör, engedélyek, szezonális kínálat.
- Piacok és piacszerzők: helyszín, nyitvatartás, szervező elérhetősége, működési területe, kapcsolattartó.
- Kosárpontok és termelői boltok: cím, nyitvatartás, kapcsolattartó.
- Kézműves és nem élelmiszeres árusok: profil, elérhetőség.
- Rendezvényszervezők: elérhetőség, szervezett események típusa, kapcsolódó termelői profilok.

Piac- és rendezvénynaptár – alapelvek

- Megyei lefedettség
 - Minden rendszeresen működő piac, vásár, helyi termékes rendezvény és tematikus vásár időpontja és helyszíne.
- Ütközéskezelési alaplogika
 - Előzetes figyelmeztetés, ha két jelentős esemény azonos időre esik.
- Digitális előkészítés
 - Struktúra kialakítása térképes és online megjelenítéshez, de most még Excel/CSV-alapú pilotként.

Megvalósítás lépései

- Adatgyűjtés
 - Önkormányzatoktól, termelői szervezetektől, piacszervezőktől, rendezvényszervezőktől.
 - Online kérdőív és célzott megkeresés.
- Adattisztítás és ellenőrzés
 - Hiányzó vagy pontatlan adatok kiegészítése, hitelesség ellenőrzése.
- Első verzió összeállítása
 - Közös megyei kataszter v1 + piac- és rendezvénynaptár v1, egységes formátumban.

Kapcsolódás a későbbi fejlesztésekhez

- Digitális alapegységesítés (6. pont): a most létrehozott adatbázis közvetlenül betölthető lesz az online felületbe, az ütközéskezelő és rendelési űrlap modulokba.
- Kommunikáció és márka (5. pont): az egységes adatkörök megkönnyítik az arculati megjelenítést és a közös promóciót.

Fejlesztési irányok

- Adatfrissítési protokoll kialakítása (pl. negyedéves önellenőrzés).
- Nyilvános felület előkészítése a későbbi online térképes megjelenítéshez.
- Integrációs tervek a megyei turisztikai és gazdasági adatbázisokkal.

Output: közös megyei kataszter v1 + piac- és rendezvénynaptár v1 (Excel/CSV formátum) + adatfrissítési és jogosultsági elv.

ÖSSZEFOGLALVA AZ 1. FÁZIS VÉGÉRE ELÉRT EREDMÉNYEK:

Szervezet & működés

- Koordinátor kiválasztva, mandátum + feladatléírás + ütemterv rögzítve.
- Piacszervezői fórum megalakult, ügyrend és éves ülésnaplár elfogadva.
- Operatív munkacsoport létrejött, feladat- és témalistával.

Keretek

- Költségkategóriák listája elkészült (személyi, szervezési, kommunikáció, digitális, logisztika, fenntarthatóság) + elsődleges becslés.
- Minimumkövetelmények I. szintje jóváhagyva (élelmiszer-biztonság, eredet/nyomonkövetés, digitális jelenlét, közös szabályok).

Megyei kosár (konceptió)

- Működési koncepció lefektetve: rendelési ablak, átvételi időszáv, gyűjtőpont + vidéki átvételi pontok elve.
- Finanszírozási alapelv rögzítve (forgalomarányos jutalék + átlátható elszámolás, pilot-alapú finomhangolás).
- Közös működési és minőségi minimumcsomag vázlata kész.
- Pilot ütemterv: 1 gyűjtőpont + 3 átvételi pont, fokozatos bővítéssel.

Adat & naptár

- Közös megyei kataszter v1: termelők, piacok + piacszervezők, kosárpontok/boltok, kézművesek, rendezvényszervezők.
- Piac- és rendezvénynaptár v1: megyei lefedettség + ütközésjelzés elve, Excel/CSV-ben.

Ebben a szakaszban beindul az **operatív működés**: a **termelői bevonó nap** megteremti a széles részvételt és a bizalmi keretet, közben megszületik az **ernyőmárka-minimum** és a hozzá tartozó **sabloncsomag**. Élesedik a **digitális v1** (**kataszter**, **rendeléskezelő űrlap**, **közös naptár** ütköztetéskezeléssel, **térképes nézet**, **jogosultságok**), és lefut az első, kicsiben tesztelt **kosár-pilot**. A fázis végére láthatóvá válik a **megyei ritmus**, **kézzelfogható eszközök** állnak rendelkezésre, és kialakulnak azok a működési elemek, amelyekre a kapacitásépítés és a protokollok egységesítése épülhet.

4) Termelői tájékoztató és bevonó nap

Megyei nyílt fórum, ahol a program céljai, a rendszer működése és a csatlakozás előnyei *bemutatásra kerülnek*; a kérdések *összegyűjtésére*, valamint az első jelentkezések *rögzítésére* kerül sor.

Output: jelenléti és érdeklődői lista + kérdés–válasz összefoglaló + első regisztrációk.

Meghívólista és toborzás

- Forrás: kataszter v1 (termelők), önkormányzati listák, piacszervezők ajánlásai.
- Csatornák: közvetlen e-mail/telefon, önkormányzati hírlevél, helyi kamara/civil csatornák, piaci hirdetőtáblák.
- Szegmensek: friss hűtött • száraz áru • nem élelmiszer kézműves – a programban külön asztalokkal.

Program és forgatókönyv példa

- Nyitó – Koordinátor: célok, ütemezés, mit nyer a termelő.
- Megyei kosár koncepció – ritmus, pontok, logisztika, minőség.
- Minimumkövetelmények I. szint – élelmiszer-biztonság, nyomonkövetés, digitális jelenlét.
- Elvi finanszírozási modell – forgalomarányos hozzájárulás, átlátható elszámolás, pilot-finomhangolás.
- Digitális és márka előkép – csak elvi keretek, részletes kidolgozás később (5–6. pont).
- Tematikus asztalok – kategória szerint: kérdések, igények, belépési feltételek tisztázása.
- Q&A plénum – összegző válaszok, következő lépések.
- Helyszíni regisztráció

Átadandó anyagok (nyomtatott/QR)

- Belépési nyilatkozat minta + előminősítő checklist.
- Minimumkövetelmények I. szint 1 oldalas kivonata.
- Megyei kosár folyamatábra (rendelés → szedés → átvétel).
- GYIK: jutalék elve, no-show, reklamáció, hűtőlánc.
- Rövid adatkezelési (GDPR) tájékoztató a regisztrációhoz.

Output: jelenléti és érdeklődői lista + kérdés–válasz összefoglaló + első regisztrációk.

5) Kommunikáció és márka – 1. fázis (ernyőmárka)

Cél: az egységes név-, üzenet- és vizuális minimum kialakítása, valamint a csatorna-mátrix rögzítése, hogy minden megyei megjelenés azonos, felismerhető és könnyen alkalmazható legyen.

Hatókör (mi kerül most kialakításra)

- Ernyőmárka: Név és rövid szlogen (helyi eredet, kiszámítható ritmus, minőség fókusz).
- Üzenetház (message house): 1 fő üzenet + 3–5 alüzenet (termelőközelség, megbízhatóság, egyszerűség, fenntarthatóság).
- Vizuális minimum: logó (alap + fekete/fehér változat), színpaletta, tipográfia, alaprács, piktogram-készlet (kosár, hűtőlánc, átadás, reklamáció).
- Hangnem és nyelvi irányelvek: következetes, közérthető, „túlígérés” nélkül; helyesírási és magyarázó stílusminimum.
- Hozzáférhetőség: olvashatósági kontrasztok, minimum betűméret, alt-szövegek alapelve.
- Csatorna-mátrix: belső (fórum, pontgazdák), külső (FB/IG, egyszerű landing/oldal, hírlevél, helyszíni anyagok), partnercsatornák (önkormányzat, piacok).

Sabloncsomag (azonnal használható minták):

- Plakát / A3, szórólap / A5, roll-up alap.
- Közösségi poszt (négyzete és álló), story sablon.
- Pultcímke, árlista/terméklap, közös pult-branding (piacokra).
- Hírlevél-fejléc, e-mail aláírás, sajtóközlemény sablon.
- Kosár-folyamat piktogram-sor (rendelés → szedés → átvétel).

Folyamat és ütem (2–4 hét):

- Mini-workshop: név/szlogen, üzenetház, vizuális irány kiválasztása.
- Vizuális minimum vázlat → gyors körös véleményezés (koordinátor + operatív).
- Pilot-teszt: 1 piac + 1 kosárpont helyszíni anyaggal (olvashatóság, útbaigazítás).
- Finomhangolás → véglegesítés és sablonok kiadása (forrásfájlokkal).

Irányítás és kezelés:

- Márka-kézikönyv v1 (10–12 oldal): logóhasználat, tilalmak, szín/typó, fotóstílus, példák.
- Asset-tár (megosztott mappa): logók, betűkészletek licenccel, sablonok szerkeszthető formátumban.
- Jóváhagyási rend: nyilvános megjelenés előtt gyors ellenőrzés (kommunikációs felelős).

Output: ernyőmárka-minimum + sabloncsomag

Megjegyzés az ernyőmárkához

A „Baranya kincse” megjelölést egy helyi egyesület már használja, ezért a projekt számára nem javasoljuk ernyőmárkaként az összetéveszthetőségből és márkautközésből fakadó jogi és kommunikációs kockázatok miatt.

Néhány ötlet: **Baranya Közel** — „Helyiből, első kézből.”; **Közvetlen Baranya** — „Termelőtől közvetlenül.”; **Baranya Helyiből** — „Kevesebb út, több bizalom.”

Az ernyőmárka elsődleges üzenete a közelség és a helyi eredet: rövid út a termelőtől a vásárlóig, ismerhető termelők, baranyai kötődés. Ugyanilyen fontos a megbízhatóság és kiszámíthatóság: fix rendelési-átvételi ritmus, pontos teljesítés, következetes minőség. A márka legyen a transzparencia garanciája is: érthető árképzés (termelői ár + szolgáltatási elemek), nyomonkövethető eredet, világos szabályok és visszajelzési csatornák.

A megjelenés és a hangneme sugallja a minőséget és élelmiszer-biztonságot (hűtőlánc, ellenőrzött engedélyek), miközben egyszerűséget ígér: könnyű rendelés, egyértelmű időpontok, közérthető kommunikáció. Emellett jelenjen meg a fenntarthatóság (többutas csomagolás, felesleges fuvarok és hulladék csökkentése) és a befogadás: nem elit klub, hanem mindenki számára hozzáférhető, barátságos rendszer.

6) Digitális alapegységesítés

A megyei rövid ellátási lánc egységes, átlátható és skálázható működéséhez szükséges digitális alapfunkciók v1-je kerül bevezetésre. A fókusz a no-/low-code megoldásokon, az adatstruktúra egységesítésén és a folyamatok minimálisan szükséges digitalizálásán van, hogy gyorsan tesztelhető, majd bővíthető rendszer álljon rendelkezésre.

Alapelvek

- Egységes adatmodell: minden szereplő (termelő, piac/piacszervező, kosárpont/bolt, rendezvényszervező) azonos mezőlogikával.
- Folyamat-első megközelítés: rendelés → összekészítés → átvétel → reklamáció folyamatai egyszerű, jól követhető űrlapokkal.
- Szerepkör-alapú hozzáférés: koordinátor, operatív, pontgazda, termelő – tiszta jogosultsági szintek.
- Átláthatóság és naplózás: minden módosítás naplózása; exportálhatóság (CSV/Excel).
- Adatminimalizálás és GDPR: csak a működéshez szükséges személyes adatok, egyértelmű tájékoztatóval és megőrzési idő rögzítésével.

Modulok (v1)

- Katalógus v1 betöltése és karbantartása
 - Termelők, piacok/piacszervezők, kosárpontok/boltok, kézművesek, rendezvényszervezők – egységes táblákban.
 - Kötelező mezők: név, cím/GPS, kapcsolattartó, elérhetőség, termékkör(ök), engedély státusz; Verziózás és dátumbélyeg a frissítésekhez.
- Rendelési űrlap / rendeléskezelő űrlap v1
 - Rendelésfelvétel időablakkal; visszaigazolás; lemondási szabály.
 - Automatikus szedési listák termelőnként és átvételi pontonként.
 - Összesítők: darab/súly, hűtött vs. száraz bontás.
- Közös megyei naptár ütköztetéskezeléssel
 - Piaci napok, átvételi sávok, rendezvények egy nézetben.
 - Ütköztetésjelzés nagy eseményeknél (figyelmeztetés).
- Térképes megjelenítő v1
 - Gyűjtőpontok és átvételi pontok alapadatai (nyitvatartás, kontakt, szolgáltatások).
 - Link a rendelési űrlaphoz / információs oldalhoz.
- Hozzáférés- és jogosultságkezelés
 - Szerepkör-mátrix: koordinátor (teljes jog), operatív (modul-admin), pontgazda (pont-szint), termelő (saját profil).
 - Belépésmód: meghívásos, e-mail alapú azonosítással.
- Egységes dokumentumcsomag
 - Belépési nyilatkozat, házirend, pontgazda-checklista, reklamációs űrlap, adatkezelési tájékoztató v1.

- Tudásmegosztó (how-to)
 - 1–2 oldalas útmutatók és rövid screencastok: rendelés kezelése, szedési lista, naptárhasználat.

Adatvédelem és biztonság (GDPR-minimum)

- Jogi alap: szerződéses teljesítés és jogos érdek – tájékoztatóban rögzítve.
- Megőrzés: rendelési adatok max. 12 hónap (összesítő, anonimizált KPI marad).
- Jogérvényesítés: hozzáférés/helyesbítés/törlés kérése – dedikált űrlappal.
- Biztonság: szerepkör-alapú hozzáférés, erős jelszó, rendszeres export-mentés.

Bevezetési ütem (2–4 hét)

- Konfiguráció: adatmezők, szerepkörök, űrlapok és naptár beállítása.
- Adatbetöltés: kataszter v1 import + minőségellenőrzés.
- Pilot-élesítés: 1 gyűjtőpont + 3 átvételi pont; próbarendelés és száraz futás.
- Finomhangolás: visszajelzések alapján űrlap- és lista-korrekciók.
- Képzés: pontgazdák és termelők mikroképzése (30–45 perc).

ÖSSZEFOGLALVA A 2. FÁZIS VÉGÉRE ELÉRT EREDMÉNYEK:

Szereplők és bevonás

- Termelői tájékoztató megtartva; jelenléti és érdeklődői lista rögzítve, első regisztrációk felvéve és előminősítve.
- Onboarding-folyamat elindítva (dokumentumok, engedélyek, próbaszállítás, első ciklus egyeztetése).

Kommunikáció & márka – 1. fázis kész

- Ernyőmárka-minimum elkészült: név/szlogen, üzenetház (fő üzenet + 3–5 alüzenet), vizuális minimum (logó, színek, tipó).
- Sabloncsomag kiadva: plakát, poszt, story, pultcímke, hírlevél-fejléc, sajtó-sablon.
- Márka-kézikönyv v1 és jóváhagyási rend elérhető; asset-tár rendezve.

Digitális alapegységesítés v1 működik

- Kataszter v1 betöltve és tisztázva (termelők, piacok/piacszervezők, kosárpontok/boltok, kézművesek, rendezvényszervezők).
- Rendelési űrlap / rendeléskezelő űrlap v1 él: visszaigazolás, lemondási szabály, automatikus szedési listák.
- Közös megyei naptár ütközésjelzéssel, térképes nézet v1 publikálva (alapadatokkal).
- Szerepkörös hozzáférések kiosztva (koordinátor, operatív, pontgazda, termelő).
- Dokumentumcsomag v1: belépési nyilatkozat, házirend, pontgazda-checklist, reklamációs űrlap, GDPR-tájékoztató.
- Tudásmegosztó minileírások és rövid screencastok rendelkezésre állnak.

Kosár-pilot lefutott (1 gyűjtőpont + 3 átvételi pont)

- 8 hetes pilot végigfuttatva a meghatározott ritmusban és szűkített kínálattal.
- Záróértékelés elkészült: rendelésszám, átvételi pontosság, no-show arány, reklamációk, hűtlánc-incidensek.
- Finomhangolási javaslatcsomag rögzítve (időablakok, csomagolás, pultfolyamatok, kommunikáció).

Monitoring és KPI

- Dashboard v1 működik (rendelés/pont; no-show %; reklamáció szolgáltatási vállalás; átvételi pontosság).
- Bázisértékek rögzítve a 3. fázis célértékeihez és működési rend mélyítéséhez.

Ez a szakasz a **stabilizálásról** szól: a **mikroképzések** és a **mentorhálózat** szervezetszintű tudást és napi támogatást ad a piacszerzőknek, pontgazdáknak, termelőknek és bolti partnereknek. Véglegesedik a **közös fuvarszervezési rend**, bevezetésre kerül a **közös eszközbeszerzés / eszközkönyvtár**, és élesednek a **csatornaprotokollok** a piacokban és a boltokban. Egyszerű, követhető **KPI-lite** mérési ciklus indul a gyors visszajelzéshez. Párhuzamosan megnyílik a **moduláris, önkéntes integráció** útja a működő kosárközösségeknek, így a megyei keretrendszer egységes szabályok mellett is rugalmasan fogadja a helyi sajátosságokat.

7) Humán kapacitás - mikroképzések , protokollok és mentorhálózat

Cél: a 2–3 órás, gyakorlatközpontú mikroképzések és azonnal használható sablonok bevezetése, valamint egy mentorhálózat felállítása, amely a mindennapi működésben támogatja a termelőket, pontgazdákat és piacszerzőket.

a) Mikroképzések

Az alábbi képzési javaslatok a 2. fázisban validált működési elemekre épülnek, és a piacszerzők, pontgazdák, termelők, önkéntesek, valamint bolti partnerek felkészítését szolgálják:

Piacszerzők / szervezői stáb

- Piacmenedzsment alapok: üzemrend, területkiosztás, sor- és ütközéskezelés a megyei naptárral.
- Jog & minőség a gyakorlatban: árujelölés, allergének, hulladék, alap higiéniai minimum; dokumentálás.
- Kommunikáció & márka-minimum: sablonok használata, helyszíni táblák, egyszerű kampányterv.

Pontgazdák / műszakvezetők

- Hűtőlánc és kiadás: hőmérő-log vezetése, átadás-átvételi lapok, incidenskezelés.
- Ügyféli irányítás & reklamáció: sorvezénylés, 48 órás reklamációs protokoll, no-show eljárás.

Termelők (gazdák)

- Digitális rendeléskezelés: rendelési űrlap/ rendeléskezelő űrlap használata, lemondás, helyettesítés, profilkarbantartás.
- Árképzés & csomagolás: termelői ár + szolgáltatási díjlemek logikája; egységes címkézés, többutas csomagolás.
- Élelmiszer-biztonság röviden: hűtött vs. száraz kezelés, szállítási előkészítés, önellenőrző lap.

Önkéntesek / diákok

- Kiadás alapismeretek: pultfolyamat, eszközhasználat, adatrögzítés és adatvédelem.

Termelői boltok / üzletvezetők

- „Helyi polc” és nyomonkövetés: arculati minimum, QR-információk, polcelhelyezés.

Rendezvénysszervezők (ha releváns)

- Tematikus napok & élményprogramok: termelői jelenlét, kóstoló-higiénia, visszajelzés-fal szervezése.

b) Mentorhálózat

A tudás megtartásához és a belépők aktívvá válásához **folyamatos, személyes támasz** szükséges.

Mentorszerep:

- járási lefedésben dolgozó, gyakorlott szervező/pontgazda, aki ért a digitális felülethez és a helyszíni folyamatokhoz.
- Lefedés: 1 mentor ~ 20–30 termelő; megyei szinten 6–8 mentor ajánlott.
- Feladatok:
 - új termelők onboarding-kísérése (első 2 rendelési ciklus kézenfogva),
 - heti „office hours” (2×90 perc online/telefon),
 - terepi körút (havonta 1 alkalom/ponton egyeztetve),
 - tipikus hibák gyűjtése → gyors útmutató frissítések,
 - közösségi motiváció: „hónap kérdése”, mini-sikertörténetek.

c) Anyagok és sabloncsomag (azonnal használható)

- Ellenőrző listák: piaci higiénia, hűtlánc, nyitás–zárás, incidenslap.
- Dokumentumok: átadás-átvételi lapok (termelő→pont, pont→vásárló), reklamációs űrlap, no-show értesítő.
- Kommunikáció: poszt-/plakátsablonok, pulthímke, „helyi polc” arculati lap.
- Digitális segédletek: rendeléskezelő-gyorsútmutató, naptárhasználati lépéslista, ár kalkulátor-sablon.

Ütemezés

- Hét 1–2: képzési naptár véglegesítése; mentorok kiválasztása és 1 napos felkészítése.
- Hét 3–10: mikroképzések futtatása (kétheti forduló, szerepkörönként); online ismétlők.
- Hét 4–12: mentor „office hours” + terepi körutak; gyors útmutató-frissítések.
- Hét 12: összegző értékelés (részvétel, utóteszt, KPI), korrekciós javaslatok.

Output (7. pont): képzési naptár + tananyagok (ppt/1-pager) + sabloncsomag (checklistek, űrlapok, arculati lap, kalkulátor) + **mentorhálózat** (névjegyzék, lefedés, ügyeleti rend).

8) Logisztika és eszközbeszerzés

a) Logisztika – közös fuvarszervezés

Cél: egységes, átlátható és skálázható fuvarszervezési rend kialakítása a megyei kosár, a termelői piacok és a termelői boltok között.

Megjegyzés: a hűtést igénylő termékkörök kezelése későbbi fázisban kerül kidolgozásra.

Hálózati modell és szerepek

- Alapmodell (gyűjtőpont-központú): termelők → Megyei Gyűjtőpont (összekészítés/összegyűjtés) → átvételi pontok / Piac / Bolt.

Kivétel: közeli termelő közvetlen pontleadással is szállíthat, egyeztetett ablakban.

- Szerepek: koordinátor (ritmus, útvonalterv), operatív (OMS, szedési listák), pontgazda (helyszíni átadás), sofőr/terítő (útvonal), termelő (leadási ablak betartása, csomagolás).

Minimum szabályok

- Heti ritmus és leadási ablakok meghatározása
- Minden pontnak rögzített leadási és kiadási időszaka van (közös naptárban közzétéve).
- Minden csomag címkés (termék, termelő, mennyiség; ha releváns: allergén).
- Eltérés/hiba: 48 órás visszajelzési rend; ismétlődésnél javító akció.
- Útvonaltervezési elv: cluster → útvonal → időablak (településcsoportok, legrövidebb útvonalak).
- Átadás-átvételi dokumentumok kidolgozása
- Sablonok kidolgozása (reklamációs jegyzőkönyv, no-show értesítő és eljárásrend)

b) Közös eszközbeszerzés

Cél: az átvételi pontok, piacok és kosárközösségek hiányzó alapfelszereléseinek **közös specifikáció** alapján történő pótlása (beszerzés vagy bérlet), hogy a működés egységes, biztonságos és kiszámítható legyen. (például mobilitás és szállítás, tárolás és anyagmozgatás, ő-és minőségvédelem, helyszíni infrastruktúra stb.)

Működési keret:

- Igényfelmérés
- Közös specifikáció
- Beszerzés vagy bérlet indítása (mennyiségi kedvezmény, központi garancia/javítási rend).
- Nyilvántartás vezetése
- Finanszírozási forrás kijelölése
- Használati rend alkalmazása (rövid átadási jegy, visszahozatali határidő; járműnél biztosítás/felelősségi rend).

9) Visszajelzés & alapmutatók (KPI)

Cél: egységes, adatvezérelt visszajelzési és mérési keret kialakítása, amely heti/havi ciklusban láthatóvá teszi a működést, támogatja a döntéseket, és alapot ad a 3. fázis célértékeihez.

Mérőeszközök (standard űrlapok és naplók)

- Vásárlói minikérdőív (QR): 3 kérdés (elégedettség 1–5, mi tetszett, mit javítsunk).
- Gyors problémabejelentő: sérülés/hiány/téves tétel jelölése, fotó opcionális. 48 órán belül válasz.
- Pontzáró „pipa-lap” (pontgazda): 4 mező: időben kiadva? / no-show darab / problémák száma / 1 mondatos megjegyzés.

Alapmutatók

- Időben átadott rendelések aránya (%)
- Problémás csomagok aránya (%)
- No-show arány (%)
- Elégedettség (1–5)

Megjelenítés és ritmus

- Heti egyoldalas összesítő megyei szinten + pontonként egy mini-kártya (a 4 mutatóval).
- Havi 15 perces minimegbeszélés: 1 piros jelzés kiválasztása → 1 javító lépés kijelölése.

Adatkezelés

- Csak működési adatok; személyes adatot nem kérünk feleslegesen.
- A problémabejelentésre 48 órán belül visszajelzés megy.

10) Csatornaprotokoll – termelői piacok (közös márkaelemekre fókuszálva)

Cél: egységes, könnyen felismerhető megjelenés és egyszerű, átlátható kommunikáció minden piaci helyszínen – a megyei kosár ritmusához igazítva.

- Közös megjelenési elemek (helyszíni brand-minimum)
 - Bejárat tábla (kapu/roll-up): ernyőmárka-jel + rövid márkaígéret.
 - Zónajelölések: Kosár átvétel, Információ, Visszajelzés – egységes piktogramokkal.
 - Pultfej-sablon: termelő neve + település; kis ernyőmárka-jel a sarokban.
 - Árlista-sablon: jól olvasható tipó, egységes ár- és mértékegység-jelölés.
 - Információs kártyák: eredet/összetevők/allergének piktogramok (ha releváns).
 - QR-kódok:
 - termelői profil/„többet rólam”,
 - 1 perces vásárlói visszajelző,
 - (opció) aktuális tematikus hét ismertető.
 - Tematikus grafikai modul: szezon (pl. „Tavaszi zöldek”) egységes fejléc és színkód.
- Kommunikációs szabályok (rövid)
 - Árkommunikáció: átlátható, egységes megjelenés; „helyiből” üzenet következetes használata.
 - Logóhasználat: méret- és elhelyezési minimum; „ne torzítsd/árnyékkold” tilalmak.
 - Fotóstílus: valós helyzetképek (termelő, átadás), nem stock-hangulat.
- Átvételi rend (ha piacon van kosár-átvétel)
 - Dedikált átvételi zóna és egyértelmű irányítás (nyilak/piktogram).
 - Átvételi időszáv közzététele a közös megyei naptárban.
 - Rövid rögzítés: pontzáró „pipa-lap” (időben kiadás, no-show, probléma darab, 1 mondatos megjegyzés).
- Visszajelzés és esőkommunikáció
 - Visszajelzés: QR-minikérdőív + opcionális fizikai „kérdés/fal” panel.
 - Esőterv-kommunikáció: előre elkészített poszt- és tábla-sablon (helyszín/óra frissíthető).
- Sabloncsomag (piaci csomag)
 - Bejárat tábla/roll-up / Zónajelölések (3 féle) / Pultfej / Árlista / Információs kártyák
 - QR-matricák (profil, visszajelzés) / Tematikus fejléc / Esőközlő sablon (poszt+tábla)

Output: Piac-működési rend (vizuális minimum + rövid rend) + ellenőrző listák

11) Csatornaprotokoll – termelői boltok

Cél: a „helyi polc” minden boltban ugyanolyan könnyen felismerhető és átlátható legyen, illeszkedve a megyei kosár ritmusához.

- Közös megjelenési elemek (helyszíni brand-minimum)
 - Polcfej: ernyőmárka-jel + rövid márkajelzés (1 sor).
 - Ársín-címkék sablonja: terméknev, ár, egységár, termelő neve/települése – egységes tipó.
 - Eredet-piktogram: „helyiből” jelölés egységes ikonnal.
 - QR-matrica: termelői profil / tételinformáció; mellette 1 mondatos magyarázat („Tudd meg, kitől jött!”).
 - Megállító / polcvégi kis tábla: aktuális tematikus hét (szezón, ünnep, tájegység).
- Információ- és címkerendszer (egyszerű, érthető)
 - Polccímke kötelező elemei: terméknev, ár, egységár, termelő neve/települése.
 - Opcionális (ha van): tételazonosító, minőségmegőrzés/fogyaszthatóság, allergén-jelölés.
 - Rövid „helyi infókártya”: 3 sor a termelőről (max. A6 méret).
- Ellátási ritmus és átvétel illesztése
 - A bolt beérkezési/kiadási rendje a megyei kosár rendelési-átvételi ritmusához igazodik.
 - Rövid átadás-átvételi lap a bolt és a beszállító között (idő, mennyiség, megjegyzés).
 - Készletjelölés: „Elfogyott-érkezik” kártya sablonnal (ne legyen zavar).
- Mini-merchandising (gyors nyerők)
 - Polctérkép minta: kategóriablokkok, szemmagasság, ismétlő címkézés.
 - Kiemelés: polcvégi mini-display / wobblers sablonok.
 - Kereszthivatkozás: „Ugyanez a piacon/kosárban is elérhető” piktogram.
- Visszajelzés és promó
 - QR-visszajelző (1 perces) a polcnál; havi gyors összesítő.
 - Tematikus hetek: közös fejléccel; ha van kóstoló, egyértelmű jelölések és rövid szabálytábla.
- Beszállító-tájékoztatás (1 oldal)
 - Belépési és jelölési minimumok összefoglalója.
 - Beérkezési időszavak és kapcsolattartó.
 - Rövid reklamációs rend (kihez, hogyan, milyen határidővel).
- Sabloncsomag (bolti csomag)
 - Polcfej • ársín-címkék • eredet-piktogram • QR-matrica + magyarázat
 - Megállító tábla / polcvégi mini-display • wobblers • „Elfogyott-érkezik” kártya
 - „Helyi infókártya” A6 • beszállító-tájékoztató (1 oldal)

Output: Bolt-működési rend + arculati lap (polckép-mintákkal és sablonokkal).

12) Kosárközösségek – integrációs hullám

Cél: a már működő kosárközösségek számára önkéntes, moduláris csatlakozási lehetőség biztosítása a megyei keretrendszerhez – úgy, hogy saját márkájukat és működésük önállóságát megőrizhessék, mégis hozzáférjenek a közös naptárhoz, sablonokhoz, fuvarszervezési rendhez és (igény szerint) a digitális eszközökhöz.

- A/Light – „Láthatóság & ritmus”

- Közös megyei naptár, egységes nyitvatartás-közzététel, alap kommunikációs sablonok, QR-visszajelzés.
- Kinek jó? Stabil, önálló kosaraknak, akik elsősorban láthatóságot és ütközéskezelést keresnek.
- B/Mid – „Kommunikáció & visszajelzés”
 - A/Light + KPI-lite (4 mutató), egységes pult-/polc-elemek, közös akciók/tematikus hetek.
 - Kinek jó? Akik szeretnének egységesebb megjelenést és alap méréseket.
- C/Full – „Folyamat & logisztika”
 - B/Mid + közös fuvarszervezés, rendeléskezelő űrlap/ rendeléskezelő űrlap integráció, egységes átadás-átvételi lapok.
 - Kinek jó? Akik kapacitást bővítenének, és a közös rendszer előnyeit teljes körűen használnák.

Elv: bármely csomag választható; később **szintet lehet lépni**. A csatlakozás **nem kötelező**.

ÖSSZEFOGLALVA A 3. FÁZIS VÉGÉRE ELÉRT EREDMÉNYEK:

Szereplők & kapacitás

- Mikroképzések lefutottak (piacszervező/pontgazda/termelő/bolt/önkéntes), tananyagok átadva.
- Mentorhálózat működik (járás lefedés, office hours, terepi körutak); új belépők kísérése 1–2 cikluson át.

Működési protokollok

- Piac-működési rend és ellenőrző listák élesek
- Bolt-működési rend és arculati lap kint (polcfej, ársín-címke, eredet-piktogram, QR-matrica, polctérkép minták).
- Sabloncsomag frissítve (poszt/plakát/megállító/pultcímke/QR-készlet).

Fuvarszervezés

- Egységes heti ritmus és leadási/átvételi időszavok rögzítve; útvonalterv és alternatívák elkészültek.
- Átadás-átvételi lapok használatban; esőterv-kommunikációs sablon működik.

Visszajelzés & KPI-lite

- 3 db rövid űrlap éles: vásárlói minikérdőív, problémabejelentő (48 órás válasz)
- Négy alapmutató gyűjtése zajlik (időben átadás %, problémás csomag %, no-show %, elégedettség).
- Heti egyoldalas összesítő + pontonként mini-kártya, havi 15 perces minimegbeszéléssel.

Integráció – kosárközösségek

- Nyílt felhívás kint; csatlakozási A/Light–B/Mid–C/Full csomagok leírása elérhető.

Output (kézzelfogható anyagok)

- Képzési naptár + tananyagok + sabloncsomag (checklistek, űrlapok, arculati minták, ár kalkulátor).
- Piac-működési rend + ellenőrző listák; Bolt-működési rend + arculati lap.
- Fuvarszervezési működési rend (időszavok, útvonalterv, esőközlés sablonok).
- KPI-lite mérőeszközök (3 űrlap) + baseline-riport + heti összesítő sablon.
- Integrációs csomagok leírása + onboarding-terv + nyílt felhívás (szöveg + űrlapmezők).

A záró fázis a rendszer értéknövelését és kiterjesztését célozza: bevezetésre kerül a zöld-minimum (többutas/visszaváltható megoldások, hulladék-napló, éves „zöld audit light”), finomhangoljuk az üzenetet és a vizuális minimumot, és előkészül a védjegyszoftver. Elindul a tematikus rotáció és az élményprogramok sora, amelyek növelik a láthatóságot és a visszatérő vásárlást, miközben feltérképezés és pilóták révén megnyílnak a B2B-csatornák (üzleti értékesítési csatornák, például kiskereskedelem, vendéglátás, közétkeztetés, intézmények). A fázis végére a hálózat fenntarthatóbbá, márka-érettebbé és piacképesebbé válik, új partnerségekkel és mérhető közösségi-gazdasági hatással.

13) Fenntarthatósági minimum

Cél: egyszerű, mérhető „zöld” alapok bevezetése, amelyek nem terhelik túl a szereplőket, mégis látható javulást hoznak.

Tartalom

- Többutas csomagolás: láda/rekesz/üveg visszagyűjtési rend (jelölés, átvételi ponton visszaadás).
- Visszaváltható csomagolás a termelőknél: letéti összeg elv, jelölési minta, jóváírás rendje.
- Hulladék-napló (light): havi 1 oldalas pipa-lap (csomagolási, élelmiszer-, vegyes).
- Energiahatékonyság – gyors nyerők: világítás, hűtés/nyitvatartási ritmushoz igazított működtetés, papírmentesítés.
- Éves „zöld audit light”: önellenőrző lista + 3 kiemelt javító akció kijelölése.

Megvalósítás

- Mintadokumentumok és piktogramok kiosztása.
- Visszagűjtési pontok és felelősök jelölése az átvételi helyeken.
- Havi hulladék-napló beküldése (fotó/űrlap).
- Éves önellenőrzés és rövid összegzés.

KPI-lite

- Visszagűjtött többutas egységek aránya (%).
- Hulladék-napló beérkezési arány (%).
- Éves „3 javító akció” teljesülése (igen/nem).

Output: zöld-minimum leírás + auditlapok (önellenőrző és hulladék-napló).

14) Kommunikáció & márka – 2. fázis (tematikus rotáció és élményprogramok)

Cél: a márka üzeneteinek és vizuális minimumának finomhangolása; tematikus jelenlét és élményformátumok bevezetése; védjegy-előkészítés.

a) Kommunikáció & márka

Tartalom

- Üzenet- és vizuális minimum v1.1: fordulatok pontosítása, tipó/szín finomhangolása, sabloncsomag frissítése.
- Tematikus rotáció: évszak/ünnep/termék szerinti naptár (pl. „Tavaszi zöldek”, „Születi hét”).
- Élményprogramok: nyílt nap, kóstoló, mini-workshop (egylapos szervezési checklist).
- Visszafogott turisztikai integráció: jelenlét megyei eseményeken, tematikus kitelepülés.
- Termelői arculati segédcsomag v2: pultfej, árlista, poszt, csomagcímke szerkeszthető mintákkal.

Megvalósítás

- Márka v1.1 jóváhagyása; sablonok frissítése és kiosztása.
- Tematikus naptár publikálása; első 2–3 téma kiválasztása.
- Élményprogram-forgatókönyvek tesztje (piac/bolt/kosár csatornákon).

KPI-lite

- Tematikus hetek száma és résztvevők/forgalom az adott témában.
- Termelői segédcsomag átvételi arány (%).
- Védjegy-koncepció státusz (elkészült/elfogadott).

b) Védjegyrendszer – működési keret

Cél és szerep: egységes, jól felismerhető jel, amely a megyei keretrendszer minimumainak teljesítését jelzi a vásárlóknak és partnereknek. A védjegy használata bizalomépítő pecsét, nem „extra admin”.

- Modellválasztás (irányelv)
 - Tanúsító védjegy (ajánlott):
A jel közös szabályok teljesítését tanúsítja (eredet, minőség, működési minimumok). Előny: nem kell mindenkinek azonos szervezethez tartoznia, elég, ha megfelel a feltételeknek.
 - Kollektív védjegy (akkor jó, ha szervezethez kötött tagságot szeretnénk):
A jel csak a tagok által használható, a tagság feltételeit a tulajdonos határozza meg.
Javaslat: a hálózat nyitott, moduláris logikája miatt első körben tanúsító védjegy irány.
- Jogosultsági alapok („mit tanúsítunk”)
 - Minimumkövetelmények I. szint (élelmiszer-biztonság, engedélyek, nyomonkövetés).
 - Digitális jelenlét: kataszter-adatlap rendben, közös naptár használata.
 - Kommunikációs minimum: ernyőmárka-elemek helyes használata (pult/polc, címkék, QR).
 - (opció) Zöld-minimum light: többutas/visszaváltható csomagolás rendje bevezetve.
 - KPI-lite: pontzáró pipa-lapok beérkeznek, 48 órás válasz a bejelentésekre.
- Admin és jogi keret
 - Védjegyjogosult: a megyei hálózat kijelölt szervezete.
 - Oltalmi kör: először nemzeti bejelentés, később (ha indokolt) EU-szint.
 - Dosszié: grafikai jel + használati szabályzat + jogosulti adatok + alapigazolások.

Output: védjegy-koncepció + tematikus naptár + élményprogram-terv + arculati csomag v2.

15) Kereskedelmi kapcsolatok feltérképezése és építése

Cél: a megyei hálózat B2B lábának elindítása; célzott, kis kockázatú pilotok létrehozása.

Tartalom

- Partner-térkép: kiskereskedelem, vendéglátás, közétkeztetés, intézményi vásárlók – kontakt + igényprofil.
- Értékajánlat: „helyi polc” minta, ritmus-illesztés, egyszerű rendelési és átadás-átvételi folyamat.
- Dokumentumok: partnerségi ajánlatcsomag, beszállítói keretszerződés-minta, szállítási/átvételi lapok.
- Pilotok: 2–3 célzott megállapodás különböző szegmensekben; rövid záróértékelés.

Megvalósítás

- Prior lista (top 10–15 partner) és megkeresési sor.
- Ajánlatcsomag kiküldése; 20 perces bemutató egyeztetése.
- Pilot indítása (idősáv, választék, dokumentumok); 4 hét utáni értékelés.

KPI-lite

- Megkeresett partnerek száma és válaszadási arány.
- Elindult pilotok száma és státusza.
- Piloton mért rendelési darabszám / átvételi pontosság.

Output: partnerlista + ajánlatcsomag + pilot-jelentés.

ÖSSZEFOGLALVA A 4. FÁZIS VÉGÉRE ELÉRT EREDMÉNYEK:

Fő eredmények

- Fenntarthatóság működik (zöld-minimum): többutas/visszaváltható csomagolás rendben, havi hulladék-napló fut, az éves „zöld audit light” lezárva, 3 javító akció kijelölve és elindítva.
- Márka 2. és élményprogramok: az üzenet- és vizuális minimum v1.1 jóváhagyva; védjegy-konceptió elkészült; tematikus rotáció (évszak/ünnap/termék) és élményprogramok (nyílt nap, kóstoló, workshop) legalább 2–3 alkalommal lefutottak; termelői arculati segédcsomag v2 használatban.
- Kereskedelmi kapcsolatok: partner-térkép összeállítva (kisker, vendéglátás, közétkeztetés, intézmények); ajánlatcsomagok és keretszerződés-minták készek; min. 2 pilot B2B együttműködés elindult és kiértékelt.
- Kommunikáció és láthatóság: tematikus hetek egységes helyszíni és online sablonokkal; visszafogott turisztikai jelenlét összehangoltan fut.
- Mérés (KPI-lite): zöld-minimum mutatók (visszagyűjtési arány, naplók beérkezése), tematikus programok részvétel/forgalom adatai, B2B pilotok státusza rendszeresen jelölve.

Kézzelfogható kimenetek (Output)

- Zöld-minimum leírás + auditlapok (önellenőrző, hulladék-napló).
- Védjegy-konceptió (használati alapelvek) + arculati csomag v2 (frissített sablonok).
- Tematikus naptár + élményprogram-terv (egylapos szervezési checklistákkal).
- Partnerlista + ajánlatcsomag + pilot-jelentések (B2B).

Mit érzékelnek az érintettek?

- Vevő: egységesebb megjelenés, tematikus kínálat, egyszerű visszajelzés, látható „zöld” megoldások.
- Termelő: kézzelfogható arculati eszközök, tematikus bevonódási alkalmak, egyszerű zöld-követelmények.
- Szervezők/partnerek: kész sablonok, tiszta ajánlatcsomagok, gyorsan indítható B2B pilotok.

7.4 PROBLÉMÁK ÉS VÁLASZLÉPÉSEK

Az alábbi táblázat összefoglalja, hogy a 6. fejezetben azonosított hiányosságokra és problémákra a 7. fejezet 15 pontja milyen konkrét választ ad. Soronként megjelenik a probléma megnevezése és a hozzá tartozó megoldási lépés(ek) sorszáma (a 7. fejezet pontszámai alapján).

Szint (Gyökérok / Közvetlen ok / Tünet)	Probléma / ok megnevezése	Rövid leírás	Javasolt módszertani megoldás	Megoldási lépések
Gyökérok	Egységes minimumkövetelmény-rendszer hiánya	Nincs közös, érthető elvárás az eredetre, minőségre, jelölésre; a fogyasztói igények nőnek.	Minimumkövetelmények és bizalmi standard; Megyei márka és védjegyrendszer	3, 14
Gyökérok	Megyei védjegy/márka és kommunikáció hiánya	Nincs egységes, felismert megyei márka; a bizalom és az azonosíthatóság korlátozott.	Megyei márka és védjegyrendszer; Közös kommunikáció és láthatóság	3, 14, 5
Közvetlen ok	Széttagolt minősítési gyakorlat	Pontszerű tanúsítások, eltérő belépési feltételek, kevés átláthatóság.	Megyei márka és védjegyrendszer; Minimumkövetelmények és bizalmi standard	3, 14
Közvetlen ok	Hiányos digitális jelenlét	Kevés honlap, rendszertelen frissítés; 2 szereplő teljesen láthatatlan online.	Közös kommunikáció és láthatóság; IT-eszköztár és light digitalizáció	3, 5, 6
Közvetlen ok	Vevői visszajelzési rendszer hiánya	Nincs egységes űrlap/KPI; a szóbeli jelzések nem mérhetők és nem összegezhetők.	Vásárlói visszajelzések	9
Tünet	Bizalomhiány és ingadozó minőségérzet	Nehezebb prémium árazás és intézményi/turisztikai nyitás.	Megyei márka és védjegyrendszer; Minimumkövetelmények és bizalmi standard	3, 14
Tünet	Alacsony láthatóság a vásárlók szemében	Nehezen megtalálható online jelenlét; gyengébb elérés új/alkalmi vevőknél.	Közös kommunikáció és láthatóság; IT-eszköztár és light digitalizáció	5, 6
Gyökérok	Megyei szintű irányítás/koordináció hiánya	Kezdődő BVPH; folyamatok és eszközök még kialakulatlanok.	Piaci naptár és egymásra szervezés elkerülése; Közös adatbázis és kontakt-infrastruktúra	3, 14
Gyökérok	Aprófalvas térszerkezet és logisztikai korlátok	Szétszórt kínálat; hűtőlánc és szállítás költséges.	Last-mile és közös útvonaltervezés;	8

			Mobil/rotációs piacformák támogatása	
Közvetlen ok	Nincs közös megyei naptár és ütközéskezelés	Időpontok egyeztetése hiányzik; egymásra szervezés gyakori.	Piaci naptár és egymásra szervezés elkerülése	3, 14
Közvetlen ok	Széttagolt adatkezelés, hiányzó kataszter	Termelők/piacok/boltok adatai nem egy helyen; meghívások nehezek.	Közös adatbázis és kontakt-infrastruktúra	3
Közvetlen ok	Last-mile és logisztikai együttműködés hiánya	Nincs intézményesített átvételi pont/házhoz szállítás; magas egységköltség.	Közös logisztika	8
Közvetlen ok	Pécsre torlódó kínálat, kevés mobil/rotációs forma	Perifériák ritkábban elérhetők; sérülékeny koncentráció.	Piaci naptár és egymásra szervezés elkerülése; vidéki átvévpontok kijelölése	3
Tünet	Időpont-ütközések és forgalom-kanibalizáció	Egyidejű programok bontják egymás forgalmát.	Megyei piac-és rendezvénynaptár	3
Tünet	Vidéki lefedettség alacsony	Fogyasztók nehezebben férnek hozzá a kínálathoz periferián.	Last-mile és közös útvonaltervezés; vidéki átvévpontok kijelölése	8, 3
Tünet	Házhoz/átvételi szolgáltatás hiánya	Beszűkül a piac és a rugalmasság.	Last-mile és közös útvonaltervezés; IT-eszköztár és light digitalizáció	8, 6, 3
Gyökérok	Humán és pénzügyi kapacitáskorlát	Kis létszám, önkéntes jelleg; fejlesztések finanszírozása nehéz.	Tudásmegosztás és képzési program; egységes dokumentumcsomag	7, 3, 5, 6
Gyökérok	Adatvezérelt működés és teljesítménymérés hiánya	Nincsenek egységes KPI-k és riportolás.	KPI-keret és visszacsatolás; Közös adatbázis és kontakt-infrastruktúra	3, 9
Közvetlen ok	Piacszervezési tapasztalat és képzések hiánya	Mentorálás ritka; gyakorlati sablonok hiánya.	Tudásmegosztás és képzési program; Mentorhálózat; dokumentumcsomagok	7, 3, 5, 6
Közvetlen ok	Digitális és adminisztratív eszközök hiánya	Előrendelés, készlet- és átvételi logika, arculati/posztsablonok hiányosak.	IT-eszköztár és light digitalizáció; Jogi-adminisztratív minták	6, 3, 5
Közvetlen ok	Közös marketing és tudásmegosztás hiánya	Jó gyakorlatok és közös promóciók szervezetlenek.	Tudásmegosztás és képzési program; Közös kommunikáció és láthatóság	7, 3, 5
Tünet	Szűk humán kapacitás miatt fejlesztési elmaradás	A napi üzem lekötöti az energiát; új szolgáltatások indítása akadozik.	Tudásmegosztás és képzési program; közös eszközbeszerzés	3, 5, 6, 8
Tünet	Alacsony együttműködés és kevés közös program	Ad-hoc hálózati aktivitás; kevés rendszeres fórum.	Tudásmegosztás és képzési program; Közös kommunikáció és láthatóság	3, 4, 5, 14
Tünet	Digitális rendelés/előrendelés ritka	A vásárlói elvárásokhoz képest lemaradás.	Digitális alapegységésítés, logisztika szervezése	6, 7

2. táblázat Feltárt problémák és a módszertan által azokra nyújtott válaszlépések

7.5 HATÁSOK ÉS KIMENETEK – A 15 LÉPÉS MÉRLEGE

A 15 pontos program nem „plusz admin”, hanem egy egymásra épülő keretrendszer, ami átlátható ritmust, közös eszközöket és mérhető eredményeket ad. Ennek hatása: kevesebb szervezési súrlódás, stabilabb forgalom, egységesebb megjelenés – és ami a megyének különösen fontos: helybentartás (a vásárlói forint nagyobb része marad helyben) és foglalkoztatás (piacszervezés, logisztika, bolti/pontgazdai, rendezvényszervezői szerepek erősödnek).

Termelők.

A kiszámítható rendelési-átvételi ritmus csökkenti a bizonytalanságot, tervezhetővé teszi a termelést és a szállítást. Az egységes űrlapok és rendek mérséklék az adminisztrációt, a panasz- és reklamációkezelés gyors, átlátható rendben zajlik. Az ernyőmárka és a tematikus programok megnövelik a láthatóságot, új vevőket hoznak. A mikroképzések és a mentorhálózat kézzelfogható belépési és megtartási támogatást adnak. A közös eszközbeszerzés révén hozzáférnek a nyilvántartott eszközkönyvtárhoz (kiadópult, jelölések, anyagmozgatás stb.), ami csökkenti az egyedi beruházási terheket és hatékonyabbá teszi a működést.

Vásárlók.

A térképes nézet, az egységes naptár és az átvételi pontok könnyű megtalálhatóságot és tervezhetőséget adnak. Az átlátható eredet, az egységes jelölés és a védjegykoncepció bizalmat épít. A kóstolók, nyílt napok és tematikus hetek élményt adnak, miközben a gyors visszajelzés és a 48 órás reakció közvetlen párbeszédet teremt. A közös eszközbeszerzés eredménye a rendezettebb, megbízhatóbb átadás – kevesebb csúszás és hiány, jobb kiszolgálási élmény.

Piacszervezők.

A közös fórum és az operatív háttér gyors konszenzust és összehangolt ütemezést tesz lehetővé, így csökkennek az ütközések, a forgalom kiegyenlítettebbé és növelhetővé válik. A kész sablonok és a mérési rend könnyen összerakható beszámolókat biztosítanak. A kosárközösségek moduláris integrációja úgy kapcsolható, hogy a helyi márka megőrizhető marad. A közös eszközbeszerzés egységes specifikációt és foglалható eszközparkot ad a gördülékeny üzemhez.

Termelői piacok (helyszínek).

Az egységes, felismerhető arculat és információs rendszer javítja a tájékozódást és az élményt. A rendezett átvételi zóna és az előre közzétett időszáv átlátható folyamatokat biztosít. Az élmény- és zöld-minimum elemek (tematikus megjelenés, visszagyűjtés, jelölések) kommunikálhatók a közönség felé, emelve a piac reputációját.

Termelői boltok.

A „helyi polc” arculati minimum és a QR-alapú eredetjelölés világosan mutatja a kínálatot és a forrást. Az ellátási ritmus illesztése a kosárhoz kevesebb készlethiányt és stabilabb polcképet hoz. A mini-merchandising és a tematikus kiemelések forgalomművelő impulzusokat adnak.

Kosárközösségek.

Az önkéntes, moduláris csatlakozás lehetővé teszi, hogy a közösség a saját márkáját megőrizve használja a közös naptárt, fuvarszervezést, sablonokat és könnyű mérést. A szervezési teher csökken, a ritmus és az átadás kiszámíthatóbbá válik.

Megye (közösségi és gazdasági haszon).

Erősödik a térségi értékkeremtés: a vásárlói költség nagyobb része térségi vállalkozásoknál hasznosul, aktiválódnak a helyi beszállítói körök. A foglalkoztatás bővül (piacszervezői, pontgazdai, logisztikai, bolti és rendezvényszervezői munkaórák), miközben az adatalapú tervezés (kataszter + alapmutatók) célzott támogatást és jobb turisztikai-gazdasági összehangolást tesz lehetővé. A fenntarthatósági célok (visszaváltható megoldások, hulladékcsökkentés) mérhetővé válnak. A közös eszközbeszerzés helyi beszállítókat von be; az eszközkönyvtár nyilvántartott vagyon, amelynek fenntartása helyi szolgáltatási igényt és munkaórát generál.

Vendéglátás és turizmus (HoReCa, szállásadók).

Megbízható, szezonális helyi beszerzéshez és egységes információkhoz jutnak; erősebb gasztromárkát és tematikus ajánlatokat építhetnek.

Közétkeztetés és intézményi vevők.

Stabil, szezonális ellátás rövid láncon, egyszerűbb eredetkövetés, kiszámítható menütervezés.

Szakképzés és oktatás.

Valós terepgyakorlatok, duális együttműködések, adatalapú projektfeladatok.

Foglalkoztatási és szociális partnerek.

Belépési lehetőségek részmunkaidős és szezonális feladatokkal; mérhető társadalmi hatás.

Logisztikai és eszközpartnerek.

Előre tervezhető menetrend, közös specifikációk, jobb kapacitáskihasználás.

Kreatívipar és helyi média.

Rendszeres arculati és kampányfeladatok, helyi történetek.

Hulladékgazdálkodási partnerek.

Visszagyűjtés, újrahasználat, mérhető „zöld” mutatók.

Pénzügyi/fejlesztési szereplők.

Transzparens adatok alapján célzott finanszírozás, jobb kockázatértékelés.

Rendezvényhelyszínek és közösségi terek.

Látogatóvonzó, identitáserősítő programokkal javuló kihasználtság.

Ernyőszervezetek (kamarák, TDM, LEADER).

Integrált adatbázis, egységes üzenetek, összehangoltabb projektek.

8 TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. táblázat Elmuló programozási időszakban Baranya vármegyében elnyert támogatások piactétesítés és piactenntartás témában.....	13
2. táblázat Feltárt problémák és a módszertan által azokra nyújtott válaszlépések.....	46

1. ábra Helyi termelői piacok száma megyénként.	10
2. ábra Válaszadók településtípus szerinti megoszlása (%)	11
3. ábra Válaszadók megoszlása működtetői szerkezet szerint (%).....	11
4. ábra Válaszadók megoszlása területi lefedettség szerint (%)	14
5. ábra Válaszadók megoszlása nyitvatartási rend szerint (%)	14
6. ábra Válaszadók megoszlása helyi termékek aránya szerint.....	15
7. ábra Válaszadók megoszlása a vevői célcsoport szerint (%)	16
8. ábra A Baranya megyei piactszervezői hálózat akciótérve	25

9 FOGALOMTÁR

átvételi pont	Helyi átvevőhely, ahol a vásárlók a megrendelt csomagjaikat átveszik.
B2B-pilotok	próbaegyüttműködések boltokkal, vendéglátókkal, intézményekkel
baseline, baseline-riport	projekt indulásakor rögzített kiinduló adatok összessége – például hány termelő aktív, milyen gyakoriak a rendelések, hány piac működik, mekkora a forgalom. Ezek az értékek szolgálnak összehasonlítási alapként a későbbi fejlesztési szakaszok eredményeinek értékeléséhez („mennyit javult a rendszer az induláshoz képest?”). A „baseline riport” tehát az első állapotot bemutató jelentés.
brand-minimum	Az alap arculati elemek kötelező készlete (logó, színek, betűk, piktogramok), egységes használati szabállyal. Célja, hogy minden szereplő (piac, bolt, termelő) azonosan felismerhető legyen az ernymárka alatt.
cluster	Településcsoport (közeli települések logisztikai csoportja, amelyek egy fuvarútvonalba szervezhetők)
dashboard	Áttekintő kimutatás. Digitális, vizuális felület (pl. diagramok, grafikonok, táblázatok), amely egy helyen mutatja a projekt legfontosabb teljesítménymutatóit és trendjeit. Segít a döntéshozóknak abban, hogy gyorsan átlássák a működés aktuális állapotát – például hány rendelés érkezett, mekkora volt az átvételi pontosság, hány panasz érkezett.
Dashboard v1 / digitális rendszer v1	A digitális rendszer vagy kimutatás első, működő (teszt)verziója, amely már alapfunkciókat tartalmaz (pl. rendelési űrlap, naptár, térképes nézet), de még fejlesztés alatt áll. A v1 („version 1”) a próbaidőszakban használt verzió, a további fejlesztések kiindulópontja.
digitális alapegységesítés	A megyei rendszer működéséhez szükséges közös digitális alapok (adatmezők, űrlapok, jogosultságok, közös naptár, térképes nézet). Ezek biztosítják, hogy minden szereplő azonos adatstruktúrával dolgozzon.

ernyőmárka	Közös, megyei szintű márkaernyő, amely alá a piacok, boltok, kosárközösségek és termelők egységes arculattal, kommunikációval és minőségi alapelvekkel kapcsolódnak. Az ernyőmárka célja, hogy felismerhetővé és hitelessé tegye a helyi termékeket a vásárlók szemében. Példa: egységes logó, színek, pultrcímkek, plakátok és kommunikációs sablonok.
HACCP	Élelmiszer-biztonsági szabályrendszer és gyakorlat (kötelező követelmények a biztonságos élelmiszer-kezeléshez).
HoReCa	Vendéglátó szektor: szállodák (Ho), éttermek (Re), kávézók (Ca).
hub	Központi összekészítő- és elosztópont, gyűjtőpont.
Kataszter	Megyei nyilvántartás - Egységes adatbázis, amelyben minden piac, bolt, termelő, kézműves, rendezvényszervező és átvételi pont szerepel elérhetőséggel, nyitvatartással és egyéb minimumadatokkal.
közös pult-branding	Egységes pultrmegjelenés (közös arculati elemek a pultron - logó, színek, táblák, címkek, dekoráció), amely a közös márkához tartozást mutatja.)
KPI (Key Performance Indicator) / KPI-lite	Teljesítménymutató, amely segít mérni, hogy a projekt egyes elemei (pl. rendelések száma, részvétel, kommunikációs elérés, pontosság, visszajelzések) mennyire működnek hatékonyan. A „lite” változat azt jelenti, hogy nem egy bonyolult, sok adatot igénylő rendszer, hanem néhány, egyszerűen mérhető alapmutató alapján történik az értékelés – például: hány rendelés érkezett egy adott ciklusban, hányan vették át a csomagjukat, hány termelő csatlakozott, hány visszatérő vásárló van.
Last-mile	A kiszállítás „utolsó kilométere” – az áru eljuttatása a gyűjtőponttól az átvételi pontig vagy a vevőig. A rövid ellátási lánc egyik legkritikusabb, optimalizálendő eleme.
Low-/no-code megoldások	Low-/no-code megoldások - Olyan digitális eszközök (pl. űrlapok, táblázatok, adatbázisok), amelyekhez nem kell programozói tudás. Segítségükkel gyorsan, olcsón lehet új funkciókat bevezetni.
Message house	Üzenetház - Kommunikációs sablon, amely egy fő üzenetet és 3–5 alüzenetet tartalmaz, hogy minden szereplő egységesen kommunikáljon a márkáról. Példa: „Helyi termék, közös márka, megyei összefogás.”
No-show	Az az eset, amikor a vásárló nem jelenik meg az átvételi ponton vagy nem veszi át a rendelését. A „no-show arány” mutatja, hogy hány rendelés maradt át nem véve; ennek csökkentése a rendszer megbízhatóságát javítja.
OMS	Order Management System - Rendeléskezelő rendszer: a megrendelések rögzítését, státuszkövetését, szedési listák és kimutatások készítését segíti.
Onboarding	Beléptetés - Az új szereplők (termelők, boltok, piacok) csatlakoztatási folyamata a rendszerhez: dokumentumok, engedélyek, tesztidőszak, első rendelési ciklus. Célja az egységes belépés és a hibamentes indulás.
Pilot	próbaüzem / tesztidőszak - Korlátozott időre és területre indított kísérleti működés, amelyben a folyamatokat, szabályokat és digitális eszközöket valós körülmények között próbálják ki. A cél a tapasztalatgyűjtés és finomhangolás, mielőtt a rendszer teljes megyei szinten elindul.
Reklamációs protokoll	Egységes eljárás hiba, sérülés vagy hiány esetén (bejelentés módja, határidők, jóvátétel). Biztosítja az átlátható panaszkezelést a vásárlók felé.

Szerepkör-alapú hozzáféres	Jogosultsági rendszer, amely meghatározza, ki mit láthat vagy szerkeszthet a digitális felületen (koordinátor, pontgazda, termelő stb.). Biztonságos, átlátható működést biztosít.
Tematikus rotáció	Időszakos, előre tervezett kommunikációs és értékesítési fókusz (pl. „tavaszi friss piac”, „ünnepi asztal”, „bor és sajt hét”). Növeli a láthatóságot és a visszatérő vásárlást.
Ütközéskezelés	Az egymásra szerveződő események (pl. vásárok, piacok) időpont-ütközéseinek megelőzése a közös naptárban. Cél: átláthatóbb szervezés, erőforrások jobb kihasználása.
Védjegy / tanúsító jel	Olyan közös, megyei szintű jelölés, amely igazolja, hogy a termelő vagy piac megfelel az elfogadott működési és minőségi minimumoknak. Hosszú távon a védjegy segít bizalmat építeni a vásárlókban, és megkülönbözteti a hiteles helyi szereplőket.
Zöld-minimum	Olyan alapvető, kötelező környezetbarát gyakorlatok összessége, amelyet minden szereplőnek vállalnia kell a hálózatban. Ilyenek például: többutas vagy visszaváltható csomagolások, hulladék-napló vezetése, éves „zöld audit light” (egyszerűsített környezetvédelmi önellenőrzés). Célja, hogy a rendszer mérhetően csökkentse a környezeti terhelést és jó példát mutasson.

3. táblázat Fogalomtár