

PIAC MŰKÖDTETÉSI STRATÉGIA

Pápa, 2026. 09.30.

Készítette: Ambrus Éva

Osztályozás 1.
Össz.
UTD
10.15.
h. pr. m.

A Pápai Piac több mint kereskedelmi helyszín: a közösségi élet és a városi identitás egyik meghatározó eleme. Hosszú évek óta biztosít értékesítési lehetőséget a helyi termelők és vállalkozások számára, miközben találkozási pontként is szolgál Pápa és a térség lakói számára.

Az elmúlt években a vásárlói szokások jelentősen megváltoztak. A kereskedelmi láncok térnyerése, az online vásárlás növekedése és a fogyasztói igények átalakulása új kihívások elé állította a hagyományos piacokat. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor egyre erősebb társadalmi igény mutatkozik a helyi termékek, a fenntartható élelmiszer-ellátás, a személyes kapcsolatok és a közösségi élmények iránt.

A Pápai Piac fedett része (vásárcsarnok) kedvező adottságokkal rendelkezik ahhoz, hogy ezekre a változásokra sikeresen reagálhasson. Magas az őstermelők aránya, működése stabil, elhelyezkedése kedvező, emellett gazdasági, közösségi és turisztikai szempontból egyaránt jelentős fejlesztési potenciállal rendelkezik.

Az Ady sétányon elhelyezkedő, elsősorban non-food termékeket kínáló piacrész jelenlegi infrastrukturális kialakítása – mind a vásárlók, mind az árusok visszajelzései alapján – fejlesztésre szorul. A murvás útburkolat nem teszi lehetővé a portmentes árusítást, és a gyalogosforgalom számára sem biztosít megfelelő közlekedési feltételeket. Emellett a kerékpárút közelsége közlekedésbiztonsági szempontból is problémát jelent, mivel az árusok az árumozgatás során rendszeresen igénybe veszik azt. Mindezek alapján indokolt a piac ezen területének fejlesztése és bővítése.

Jelen stratégia célja, hogy meghatározza a Pápai Piac 2026–2030 közötti fejlesztési irányait, és olyan intézkedéseket fogalmazzon meg, amelyek hosszú távon hozzájárulnak a piac versenyképességének megőrzéséhez, fenntartható működéséhez és térségi szerepének erősítéséhez.

A stratégia ugyanakkor elsősorban nem az infrastrukturális fejlesztésekre fókuszál. Ezek tervezése már a korábbi években megkezdődött, és jelenleg is több kidolgozott fejlesztési terv áll rendelkezésre. Megvalósításuk azonban jelentős anyagi ráfordítást igényel, amelyhez az elmúlt években nem állt rendelkezésre megfelelő forrás, és jelenleg sem biztosított a szükséges finanszírozás. Az infrastrukturális beruházások ezért a stratégia időszakában lehetőségként és hosszabb távú fejlesztési irányként jelennek meg, de nem képezhetik a koncepció megvalósításának biztos alapját.

A fejlesztési koncepció ennek megfelelően elsősorban a piac működésének megújítására tesz javaslatot. Kiemelt cél a helyi termelők támogatása, valamint számukra nagyobb és kulturáltabb árusítási lehetőség kialakítása a meglévő infrastruktúra felhasználásával. További cél a vásárlói élmény javítása, a partnerkapcsolatok bővítése, a piac turisztikai szerepének erősítése, valamint közösségépítő funkciójának fejlesztése.

A fejlesztési irányok összhangban állnak a Rövid Ellátási Lánc (REL) szemléletével, amely a helyben megtermelt termékek helyi felhasználását, a termelők és fogyasztók közvetlen kapcsolatának erősítését, valamint a helyi gazdaság támogatását helyezi előtérbe.

A Pápai Piac fejlesztése az alábbi alapelvekre épül:

Helyi értékek előtérbe helyezése

A piac elsődleges feladata továbbra is a helyi és térségi termelők támogatása, valamint a minőségi, helyben előállított termékek értékesítésének ösztönzése.

Gazdaságfejlesztési szemlélet

A piac nem kizárólag kereskedelmi helyszín, hanem a helyi gazdaság fejlődésének egyik eszköze is lehet, amely hozzájárul a vállalkozások és termelők megerősödéséhez

Közösségépítés

A piac a személyes találkozások, a bizalom és a helyi kapcsolatok színtere. A fejlesztések célja ennek a közösségi szerepnek a további erősítése

Partnerség és együttműködés

A piac hosszú távú fejlődése csak széles körű együttműködésre épülhet. Ennek érdekében erősíteni kell a kapcsolatot a helyi termelőkkel, vendéglátóhelyekkel, szállásadókkal, intézményekkel, civil szervezetekkel és turisztikai szereplőkkel. PL: Camping, Múzeumok, Várkertfürdő, stb.

Fenntarthatóság

A fejlesztések során előnyt élveznek azok a megoldások, amelyek támogatják a környezetbarát működést, csökkentik a szállítási távolságokat

Élményalapú piacfejlesztés

A modern piac nem kizárólag vásárlási helyszín, hanem élményt kínáló közösségi tér. A jövő piacának egyszerre kell biztosítania a minőségi kínálatot, a személyes kapcsolatokat és bizonyos időközönként (lehetőség szerint 1-2 havonta legalább egyszer) közösségi programokat vagy tematikus piacnapokat minél szebb környezetben

A Pápai Piac 2030-ra a térség meghatározó helyi termék- és közösségi központjává válhat, amely egyszerre szolgálja a helyi termelői gazdaság fejlődését, a lakosság igényeit és Pápa turisztikai vonzerejének erősítését.

A stratégia megvalósításának eredményeként a piac:

- a helyi termelők első számú értékesítési és kapcsolatteremtési helyszíne;
- a város egyik meghatározó közösségi találkozóhelye;
- a helyi vendéglátás és turizmus fontos partnere;
- a városmarketing aktív szereplője;
- a térség egyik legismertebb helyi termék központja lesz.

A jövőkép megvalósításának alapja nem az infrastrukturális fejlesztés, hanem a helyi szereplők közötti együttműködés, a tudatos márképítés és a piac köré szerveződő közösség folyamatos erősítése.

HELYZETELEMZÉS

A Pápai Piac jelenlegi szerepe

A Pápai Piac a város és a térség egyik meghatározó kereskedelmi és közösségi tere, amely elsődlegesen a helyi és környékbeli termelők, kereskedők és kézművesek számára biztosít értékesítési lehetőséget. A piac nem csak kereskedelmi funkció: hozzájárul a helyi gazdaság élénkítéséhez, erősíti a közösségi kapcsolatokat, valamint fontos szerepet játszik a helyi identitás megőrzésében.

A rövid ellátási lánc (REL) elveinek megfelelően a piac lehetőséget biztosít arra, hogy a helyben előállított termékek közvetlenül a fogyasztókhoz kerüljenek. Ez nemcsak a termelők jövedelmezőségét javítja, hanem hozzájárul a fenntarthatóbb és tudatosabb fogyasztói szemlélet erősítéséhez is.

A piac jelenlegi működése stabil alapokat biztosít a további fejlesztésekhez, ugyanakkor számos olyan terület azonosítható, ahol célzott beavatkozásokkal jelentős előrelépés érhető el.

Gazdasági helyzet

A rendelkezésre álló adatok alapján a Pápai Piac működése pénzügyi szempontból stabil.

A piac bevételei elsősorban az üzlethelyiségek bérleti díjaiból, az árusítóhelyek bérleti díjaiból, valamint a napi helyhasználati díjakból származnak. A 2025. évi adatok alapján a piac közel 35,5 millió forint bevételt realizált, miközben működése pozitív eredménnyel zárult. Ez azt mutatja, hogy a piac nem veszteséges közszolgáltatás, hanem gazdaságilag is fenntartható önkormányzati vagyonelem.

A fejlesztések szempontjából fontos megállapítás, hogy a piac további fejlődésének elsődleges forrása nem a költségek csökkentése, hanem a bevételi lehetőségek bővítése. Ezt elsősorban az árusítókapaacitás fejlesztése, új partnerkapcsolatok kialakítása, valamint a látogatószám növelése támogathatja.

Árusi szerkezet

A Pápai Piac egyik legnagyobb értéke a magas őstermelői arány.

A rendszeresen értékesítők között:

- 42 őstermelő,
- 20 kereskedő,
- 2 adószámos magánszemély

található, amely közel 66%-os őstermelői arányt jelent. Ez országos összehasonlításban is kedvező mutató, és jelentős versenyelőnyt biztosít a piac számára.

Míg számos városi piac mára elsősorban kereskedői piaccá vált, a Pápai Piac megőrizte termelői jellegét. Ez kiváló alapot teremt arra, hogy kommunikációjában hangsúlyosan jelenjen meg a helyi termelők személyes jelenléte, a friss, helyben előállított termékek kínálata és a közvetlen kapcsolat a vásárlók és a termelők között.

Kihasználtság

A piac kihasználtsága összességében magas, a tavaszi és őszi időszakban több alkalommal eléri a teljes kapacitást.

Stratégiai szempontból éppen ezért a fejlesztések során kiemelt figyelmet kell fordítani az időszakos területbővítésekre, a külső árusítófelületek fejlesztésére.

Infrastrukturális helyzet

A piac alapinfrastruktúrája biztosítja a napi működést, azonban több olyan műszaki probléma is fennáll, amelyek hosszabb távon befolyásolhatják a szolgáltatás színvonalát.

A legfontosabb fejlesztési igények:

- a tetőszerkezet beázásának megszüntetése;
- a csapadékvíz-elvezetés rendezése;
- a külső árusítóterületek komfortjának javítása (átköltöztetése)
- tárolókapacitás növelése;
- a vásárlói és árusi komfort javítása.

Az infrastruktúra fejlesztése nem kizárólag műszaki kérdés, hanem közvetlenül hozzájárul a látogatói élmény javításához, az árusok elégedettségéhez és a piac bevételtermelő képességének növeléséhez.

Marketing és kommunikáció

A piac kommunikációja jelenleg elsősorban tájékoztató jellegű. Bár rendszeresen jelennek meg információk a közösségi médiában, a tudatos márkaépítés, az élményközpontú kommunikáció és a termelői történetek bemutatása még jelentős fejlesztési lehetőséget rejt.

Hiányzik:

- egységes piacmárka;
- következetes vizuális arculat;
- rendszeres videós tartalom;
- turisztikai kommunikáció;
- célzott kampányok.

A jövőben a kommunikáció elsődleges célja nem csak a piacnapok, termékcsoporthoz és a piac programjainak népszerűsítése, hanem a Pápai Piac márkájának építése, a helyi termékek értékének bemutatása és a vásárlói közösség erősítése.

Partnerkapcsolatok

A piac működésének jelenlegi formájában a termelők és a lakosság közötti kapcsolat erős, ugyanakkor a szervezett együttműködések még fejlesztésre szorulnak.

Különösen indokolt a kapcsolatok erősítése:

- a helyi vendéglátóhelyekkel;
- a szállásadókkal;
- az oktatási intézményekkel;
- a kulturális szervezetekkel;
- a civil szervezetekkel;
- a turisztikai szolgáltatókkal.

A partnerkapcsolatok fejlesztése új értékesítési lehetőségeket nyithat a termelők számára, valamint hozzájárulhat a piac városi és térségi szerepének erősítéséhez.

A fejlesztés stratégiai szemlélete

A helyzetelemzés alapján megállapítható, hogy a Pápai Piac nem új alapokra építendő intézmény, hanem olyan stabil működésű közösségi és gazdasági tér, amely tudatos fejlesztésekkel képes jelentősen növelni szerepét a város életében.

A stratégia alapvető célja ezért nem a piac működési modelljének megváltoztatása, hanem meglévő értékeinek megerősítése és új funkciókkal történő bővítése.

A következő évek fejlesztései során a piacnak egyszerre kell megfelelnie három elvárásnak:

- gazdaságilag fenntartható módon működjön,
- erősítse a helyi közösséget,
- váljon Pápa város egyik meghatározó turisztikai és városmarketing elemévé.

Ennek érdekében a fejlesztések öt stratégiai pillérre épülnek.

A piac mint a helyi gazdaság központja

A Pápai Piac elsődleges feladata továbbra is a helyi termelők és vállalkozások támogatása.

A fejlesztések célja, hogy a piac a rövid ellátási lánc egyik meghatározó térségi központjává váljon, ahol a helyben előállított termékek minél nagyobb arányban jutnak el közvetlenül a fogyasztókhoz.

Ennek érdekében:

- ösztönözni kell új termelők piacra lépését; Felelős: PIAC MANAGER
- erősíteni kell az őstermelői jelenlétet; Felelős: PIAC MANAGER
- fejleszteni kell az értékesítési lehetőségeket; Felelős: PIAC MANAGER

- támogatni kell a helyi termékek ismertségének növelését. Felelős: Város Marketing és Piac manager

A stratégia hosszú távú célja, hogy a Pápai Piac a térség legfontosabb helyi termék központjává váljon.

Közösségi szerep erősítése

A modern piacok már nem kizárólag kereskedelmi helyszínek, hanem közösségi terek is.

A személyes találkozások, a bizalom, a termelőkkel kialakuló kapcsolatok és a közös programok olyan értéket képviselnek, amelyet az online kereskedelem nem tud helyettesíteni.

A stratégia célja ezért, hogy a Pápai Piac:

- rendszeres közösségi programoknak adjon otthont; Havi 1 elegendő
- támogassa a generációk közötti találkozásokat;
- növelje a családok és fiatalok jelenlétét;
- erősítse a helyi identitást.

A piac fejlesztésének egyik legfontosabb mérőszáma ezért nemcsak a bevétel, hanem a közösségi aktivitás növekedése is.

Partnerkapcsolatok fejlesztése

A piac hosszú távú fejlődése csak széles körű együttműködésre épülhet.

A stratégia célja egy olyan partnerhálózat kialakítása, amely összekapcsolja:

- a helyi termelőket,
- a vendéglátóhelyeket,
- a szállasadókat,
- az oktatási intézményeket,
- valamint a turisztikai szereplőket.

A partnerkapcsolatok fejlesztése új értékesítési csatornákat nyithat a termelők számára, miközben hozzájárul a helyi gazdaság erősítéséhez.

Ennek egyik kiemelt eleme a később részletesen bemutatott „Pápán termett – Pápán főzve” partnerprogram.

Turisztikai integráció

Pápa jelentős turisztikai adottságokkal rendelkezik, ugyanakkor a piac jelenleg csak korlátozott mértékben kapcsolódik a város turisztikai kínálatához.

A stratégia célja, hogy a Pápai Piac a város egyik kiemelt turisztikai állomásává váljon.

Ennek érdekében:

- erősíteni kell a kapcsolatot a szálláshelyekkel;
- meg kell jelenni a városi turisztikai kommunikációban;
- fejleszteni kell a helyi termékek bemutatását;
- rendszeres gasztronómiai programokat kell szervezni.

A piac így nem csupán vásárlási helyszíneként, hanem élményként jelenhet meg a városba érkező látogatók számára.

Tudatos márkaépítés

A jövő piacai nem kizárólag termékeket, hanem élményeket és értékeket kínálnak.

A Pápai Piac hosszú távú versenyképességének egyik feltétele egy egységes és következetes márka kialakítása.

A kommunikáció középpontjában nem a termékeknek, hanem az embereknek, a történeteknek és a helyi értékeknek kell állniuk.

A márkaépítés célja, hogy a Pápai Piac neve egyet jelentsen:

- a friss helyi termékekkel;
- a megbízható termelőkkel;
- a közösségi élményekkel;
- valamint Pápa gasztronómiai hagyományaival.

STRATÉGIAI INTÉZKEDÉSI TERV (2026 - 2030)

A stratégiai célok megvalósítása érdekében az alábbi intézkedések végrehajtása javasolt.

Fejlesztési terület	Fő intézkedések	Időtáv
Infrastruktúra	Tetőszerkezet javítása, vízelvezetés korszerűsítése, árusítóasztalok felújítása, fedett árusítófelület bővítése, tárolókapacitás fejlesztése	2026 -2028
Marketing és kommunikáció	Egységes arculat kialakítása, közösségi média fejlesztése, videós tartalmak készítése, termelői bemutatkozások, helyi média együttműködések	Folyamatos
Partnerkapcsolatok	Együttműködés kialakítása éttermekkel, szálláshelyekkel, oktatási és kulturális intézményekkel, civil szervezetekkel	2026 -2030
Turizmus	A piac bekapcsolása a városi turisztikai kínálatba, helyi termékprogramok, piaci kóstolók és tematikus rendezvények szervezése	2027 -2030
Közösségépítés	Éves rendezvénynaptár megvalósítása, családi programok, szezonális események, termelői bemutatók	Folyamatos

Fejlesztési terület	Fő intézkedések	Időtáv
Gazdaságfejlesztés	Új árusok bevonása, árusítókapa-citás bővítése, új bevételi lehetőségek kialakítása	Folyamatos

A megvalósítás szervezeti feltételei

A fent leírt stratégia sikeres végrehajtásának alapja az üzemeltetési és fejlesztési feladatok tudatos összehangolása melyhez egy piacmanager munkakör létrehozása válik szükségessé.

Piacmenedzser – feladatkör

A piacmenedzser feladata a Pápai Piac fejlesztési stratégiájának gyakorlati megvalósítása, a piac közösségi és gazdasági szerepének erősítése, valamint korszerű, emberközpontú működésének támogatása.

Főbb feladatai:

- a REL (rövid ellátási lánc) szemlélet gyakorlati megvalósítása, helyi termelők és vállalkozások bevonása;
- új árusok, termelők felkutatása, a meglévő árusokkal való kapcsolattartás;
- piacnapok, tematikus vásárok, rendezvények és közösségi programok szervezése;
- a piac weboldalának és Facebook-oldalának kialakításában, majd működtetésében való közreműködés;
- közösségimédia-tartalmak készítése, fotózás, videózás és a piac folyamatos kommunikációja;
- a Pápai Piac egységes, Pápa városi arculatához illeszkedő megjelenésének kialakítása;
- vásárlói és árusi igények, visszajelzések folyamatos gyűjtése, fejlesztési javaslatok megfogalmazása;
- együttműködések kialakítása helyi vállalkozásokkal, civil szervezetekkel, intézményekkel és turisztikai szereplőkkel és a hatóságokkal,
- a piac látogatottságának, ismertségének és vonzerejének növelése.

A pozíció célja röviden: olyan aktív piacmenedzsment kialakítása, amely a piacot nem pusztán kereskedelmi helyszínként, hanem helyi termékeket összekapcsoló, közösségi és városi találkozópontként működteti és fejleszti.

Összegzés:

A Pápai Piac stabil működési alapokkal rendelkező, meghatározó helyi intézmény, amely jelentős gazdasági, közösségi és turisztikai potenciállal rendelkezik. A következő évek feladata a meglévő értékeinek tudatos fejlesztése és új együttműködések kialakítása.

A stratégiában megfogalmazott fejlesztések célja, hogy a Pápai Piac 2030-ra a térség meghatározó helyi termék- és közösségi központjává váljon, amely hatékonyan támogatja a helyi termelőket, hozzájárul Pápa város gazdasági fejlődéséhez, erősíti a közösségi életet és növeli a város turisztikai vonzerejét.

A stratégia sikerének feltétele az összehangolt fejlesztési munka, a folyamatos partnerségépítés, a tudatos kommunikáció és az eredmények rendszeres értékelése.