

## **„Fókuszban a foglalkoztatás”**

# **Jász-Nagykun-Szolnok Megyei helyi termék és turisztikai szolgáltatásfejlesztési program és akcióterv**

Készült a „Foglalkoztatási-gazdasági együttműködések erősítése Jász-Nagykun-Szolnok megyében” című, TOP 5.1.1-15–JN1-2016-00001 azonosítószámú projekt keretében

Megbízó: Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat  
Megbízott: Jász-Nagykun-Szolnok Megye Esély Szociális Közalapítványa  
Készítette: Dr. Nagyné Varga Ilona, Dr. Barancsi Ágnes, Göcző Ágnes

2019. október

## Tartalom

|                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bevezetés.....                                                                                                                                 | 4  |
| 1. Vezetői összefoglaló .....                                                                                                                  | 5  |
| 2. Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai versenyképessége .....                                                                               | 7  |
| 2.1 Általános helyzetelemzés – desztináció, turisztikai termékek, fogadóképesség, kereslet és kínálat.....                                     | 7  |
| 2.2 Versenytárs elemzés .....                                                                                                                  | 17 |
| 2.2.1 Versenytársak.....                                                                                                                       | 17 |
| 2.2.2 Versenyelőnyök .....                                                                                                                     | 17 |
| 2.3 Jogi szabályozás a turizmusban.....                                                                                                        | 20 |
| 2.3.1 Turisztikai relevanciával bíró települések rendeleteinek áttekintése.....                                                                | 21 |
| 2.3.2 Az idegenforgalmi adó bevételek szerepe Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusában .....                                                    | 26 |
| 2.3.3 Mikro-, kis- és középvállalkozások turisztikai célú támogatása a 2014-2020-as uniós fejlesztési ciklusban .....                          | 28 |
| 2.4 A helyi termékek társadalomra és kultúrára gyakorolt hatásai.....                                                                          | 31 |
| 2.4.1 A helyi termék fogalma.....                                                                                                              | 31 |
| 2.4.2 A helyi termékeknek több dimenzióban van szerepük a helyi társadalom és gazdaság fejlődésében .....                                      | 32 |
| 2.4.3 Jogi szabályozás a helyi termékek előállításában és kereskedelmében .....                                                                | 34 |
| 3. Munkahelyteremtés a turisztikai szektorban .....                                                                                            | 39 |
| 3.1 A turisztikai szolgáltatások humán erőforrás igényei és a fejlesztés irányvonalai.....                                                     | 39 |
| 3.2 Atipikus foglalkoztatási formák a turizmusban.....                                                                                         | 43 |
| 3.2.1 Atipikus foglalkoztatási formák.....                                                                                                     | 43 |
| 3.2.2 A helyi termékek munkaerő piaci hatása .....                                                                                             | 47 |
| 3.2.3 A helyi termék és szolgáltatásfejlesztés lehetőségei.....                                                                                | 54 |
| 3.2.4 Önkéntesség szerepe a turisztikai szektorban.....                                                                                        | 61 |
| 4. Fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás a turizmusban.....                                                                         | 65 |
| 4.1 A lakosság tudatos fogyasztói szemléletének erősítése.....                                                                                 | 65 |
| 4.2. Környezettudatosság és komplex szemléletformálás a turizmusban, különös tekintettel a helyi termékek előállítására és kereskedelmére..... | 66 |

|                                                                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.3. Akadálymentes turizmus lehetőségei Jász-Nagykun-Szolnok megyében.....                                                                           | 68  |
| 5. Hatékony érdekérvényesítés és menedzsment .....                                                                                                   | 70  |
| 5.1. A turisztikai desztináció menedzsment (TDM) hazai rendszere és Jász-Nagykun-Szolnok megye szerepvállalása .....                                 | 71  |
| 5.2. Turisztikai célú hazai és EU-s források felhasználása fejlesztések Jász-Nagykun-Szolnok megyében.....                                           | 74  |
| 5.3 A hálózatosodás lehetőségei a helyi terméket előállítók és forgalmazók esetében.....                                                             | 78  |
| 5.4 Helyi termék körkép .....                                                                                                                        | 81  |
| 5.4.1 A helyi termékek csoportosítása, .....                                                                                                         | 81  |
| 5.4.2 Az online adatbázisban szereplő helyi termelők Jász-Nagykun-Szolnok megyében, .....                                                            | 81  |
| 5.4.3 Internetes keresés alapján azonosított helyi termelők Jász-Nagykun-Szolnok megyében, .....                                                     | 87  |
| 6. Kínálatfejlesztés, innováció és marketing .....                                                                                                   | 95  |
| 6.1 Termékelemzés, tájra és településre épülő termékek .....                                                                                         | 95  |
| 6.1.1 Turisztikai termékek .....                                                                                                                     | 95  |
| 6.2 Szolgáltatások nemzeti tanúsító védjegy és minőségi díj rendszerének bemutatása és a csatlakozás lehetőségnek vizsgálata .....                   | 100 |
| 7. Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Marketing Akcióterv .....                                         | 102 |
| 7.1. Bevezető .....                                                                                                                                  | 102 |
| 7.2 Jövőkép, célrendszer és stratégia.....                                                                                                           | 108 |
| 7.3. Akcióterv .....                                                                                                                                 | 112 |
| 7.3.1 A helyi termékek (élelmiszerek, kézműves termékek) értékesítését támogató együttműködések a turisztikai szolgáltatás fejlesztés érdekében..... | 112 |
| 7.3.2 Márkázás/megyei szintű védjegy rendszer bevezetésének vizsgálata .....                                                                         | 114 |
| 7.3.2 Térségi szintű gasztroturisztikai és kézműves termékcsomagok kialakítása.....                                                                  | 121 |
| 7.3.3. Megyei helyi termék arculattervezés .....                                                                                                     | 125 |
| 7.3.4. Megyei marketing eszközök fejlesztése.....                                                                                                    | 127 |

## Bevezetés

A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat és a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Kormányhivatal együttműködésében 2016. ősze és 2020. február vége között megvalósuló „Foglalkoztatási-gazdasági együttműködések megvalósítása Jász-Nagykun-Szolnok megyében” elnevezésű (TOP 5.1.1-15-JN1-2016-00001), továbbiakban „Megyei Foglalkoztatási Paktum” projekt elsődleges célja a regisztrált álláskereső munkához juttatása Jász-Nagykun-Szolnok megyében. Ahhoz, hogy a Megyei Foglalkoztatási Paktum projekt mind a gazdaság, mind pedig a munkaerő-piac szereplőinek megalapozott iránymutatást és valós segítséget nyújtson, az első lépések egyike volt *Jász-Nagykun-Szolnok Megye Gazdasági és Foglalkoztatás Fejlesztési Stratégiájának* megalkotása, valamint az érintett szereplőket tömörítő Megyei Paktumszervezet és az operatív feladatokat ellátó Megyei Paktumiroda létrehozása.

A program másik fő célja, hogy ösztönözze különböző foglalkoztatást bővítő együttműködések kialakítását, képzések és szakmai rendezvények megvalósítását. A projekt továbbá felvállalta olyan hiánypótló, a turizmust érintő tevékenységek megvalósítását is, amelyek egymásra épülő szinergikus hatása Jász-Nagykun-Szolnok megye helyi termékeire épülő gasztroturisztikai kínálatának erősödését, ezzel a megye turisztikai kínálati profiljának dinamikus változását hozhatja magával, erősítve a térség 4 évszakos kínálatát, csökkentve a szezonalitást. Teszi mindezt úgy, hogy egyrészt épít a tradicionális értékekre, és visszanyúlik a vidék egyik legfontosabb vonzerőjéhez, az eredeti magyar ízekhez, másrészt a mai kor fogyasztóinak, vendégeinek igényeire szabva találja.

A „Fókuszban a Foglalkoztatás – Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Program és Akcióterv” elkészítését az alábbi, a Megyei Foglalkoztatási Paktum projekt keretében megvalósított tevékenységek és hazai fejlesztési dokumentumok alapozták meg:

- a projekt Megvalósíthatósági Tanulmánya;
- Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Gazdaság és Foglalkoztatás Fejlesztési Stratégia;
- Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termék adatbázis;
- kérdőíves kutatás a Jász-Nagykun-Szolnok megyébe érkező vagy itt tartózkodó vendégek utazási motivációjáról, szokásairól és az ehhez kapcsolódó Kutatási Jelentés;
- Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030;
- „Alföld Szíve” Térségi Turisztikai Egyesület Fejlesztési Stratégia 2016-2020.

A jelenlegi dokumentum két jól elkülöníthető részből áll. Az első – nagyobb lélegzetű – a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Program, amely a foglalkoztatási, munkaerő-piaci szempontokat is érintve mutatja be – az előzetesen megadott tartalmi szempontok alapján – Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusát, annak jogszabályi környezetét, a fenntartható és társadalmi felelősségvállaláson alapuló turizmus feltételeit, a hatékony érdekérvényesítés lehetőségeit és a kínálatfejlesztést. A másik rész a jövőbeni célokat megfogalmazó, ahhoz konkrét programokat rendelő Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Marketing Akcióterv.

## 1. Vezetői összefoglaló

A XXI. század globalizált világában, ahol a gazdaság kitörési pontjaként szinte már mindenhol a turizmust jelölik meg, az ágazati versenyben mindennél fontosabbá és szükségesebbé válik, hogy a piacon világos és egyértelműen besorolható turisztikai termékek, minőségi szolgáltatások jelenjenek meg egy adott turisztikai desztinációban. A hosszútávú siker csak akkor garantálható, hogy ha mind a desztináció, mind a termék, mint márka a **turisztikai piacon világosan pozicionált, stratégiai gondolkodás áll mögötte.**

„A nemzetközi trendek azt mutatják, hogy egyre nagyobb az igény a tömegeket távol tartó, a nagyközönség előtt felfedezetlen, egyfajta misztikus desztinációk felkeresésére, amelyben **dominálnak a helyi történetek, helyi emberek, helyi termékek, helyi érdekességek.** Az európai lakosság utazási szokásai azt mutatják, hogy általános trend a környezettudatosság, az egészségtudatosság mellett a **kulináris élvezetekre** épülő utazási élmények iránti vágy erősödése”<sup>1</sup>

Hosszútávon csak az a turisztikai desztináció számíthat a turisztikai túlkínálat versenyében maradandó sikerre, amely mint **turisztikai márka összetéveszthetetlen**, más desztinációval nem helyettesíthető turisztikai márkaterméke(ke)t kínál. A kiemelt fejlesztési térségek létrehozásával pedig azon térségekben, amelyek nem tartoznak a „kiváltságosok” közé – és Jász-Nagykun-Szolnok megye nagyobb része ide tartozik -, különösen felértékelődik a pozicionálás és az egyedi értékek márkázásának fontossága.

Jász-Nagykun-Szolnok megye, mint turisztikai fogadótérség sokrétű turisztikai kínálattal várja mindazokat, akik sokszínű élményért útra kelnek. Ugyanakkor az időbeli és térbeli koncentráció hosszú évek óta jellemzi a vendégforgalmat a megyében. Cserkeszőlő, Berekfürdő, Szolnok és Tiszafürdő településekre érkezik az éves összes vendég közel kétharmada. A vendégforgalom jelentős része pedig még mindig a nyári hónapokra, július-augusztusra koncentrálódik. Ahhoz, hogy ebben változás álljon be, a **4 évszakos kínálat fejlesztését kiemelten szükséges kezelni.** Ennek egyik fontos eleme lehet mindazoknak a saját erőforrásoknak a fejlesztése, amelyek a **helyi termelők kertjében, a kézműves termékekben és alkotásokban, a hagyományainkban és a tájjellegű ételeinkben** jelentenek még nem kellően kiaknázott potenciált.

A globalizáció ellentrendjeként a **helyi termékek** iránti kereslet növekedése tapasztalható nemzetközi és hazai szinten is. A fogyasztói tudatosság, a lokális gazdasági rendszerek felértékelődése tapasztalható. **A lokális gazdaságnak fontos alkotóelemei a helyi lakosság és az általuk előállított helyi termékek és szolgáltatások.**

A lokális/térségi értékekre épülő gazdaságban a vidéki terek egyre inkább építenek fejlesztési célkitűzéseik megvalósításában azokra a kulturális javakra, termékekre, amelyek egy adott térségre jellemző, belső vagy saját erőforrásként azonosíthatók, mint például a szokások, hagyományok, térségi vagy tájjellegű ételek, kézműves termékek. A helyi, térségi kulturális értékekre alapozott gazdasági tevékenység a lokális gazdaságfejlesztés, a fenntartható fejlődés

kiemelten fontos komponensévé válhat. A **helyi gazdaságfejlesztés** célja, hogy – alacsony rizikófaktor mellett - kiépítse egy térség gazdasági kapacitását, ezzel biztosítsa annak jövőjét a népesség megfelelő életszínvonala mellett. A folyamatban **a közszféra** (állam, önkormányzatok), **az üzleti szféra, és a non-profit, közösségi, vallási és szakmai szervezetek közösen vesznek részt** és működnek együtt gazdasági növekedéshez és a munkahelyteremtéshez szükséges feltételek megteremtése érdekében. Mindezek helyi kezdeményezéseken alapulnak, elsősorban a helyi erőforrásokra építve, a helyben keletkező haszon érdekében.

A program-és akciótervben meghatározott tevékenységek szervesen kapcsolódnak a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Gazdaság és Foglalkoztatás Fejlesztési Stratégiában meghatározott fejlesztési prioritásokhoz, mert

- hozzájárulnak a turisztikai vállalkozások versenyképességéhez és a helyi termék ágazatban működő mikro és középvállalkozások stabilizálódásához, a két ágazat foglalkoztatóképességének növeléséhez;
- növelik a munkalehetőségek számát; a munkalehetőség ezekben az ágazatokban – különösen a helyi termék ágazatban – nem első sorban a határozatlan idejű nyolc órás foglalkoztatást jelenti, hanem az atipikus formák bővülését;
- erősítik a szociális gazdaság szerepét, fenntarthatóságukat.

**A megyei önkormányzat turizmus és helyi termék fejlesztés iránti elkötelezettsége fontos garanciát jelent** ahhoz, hogy a következő időszakban a területfejlesztési, vidékfejlesztési és koordinációs feladatainak ellátásában az e dokumentumba foglaltakat belső és külső források mozgósításával megvalósítsa. Az erőforrások között kiemelendő a megyei önkormányzat presztízse, széleskörű kapcsolatrendszere, a megyei Foglalkoztatási Paktumban kialakított fenntartható foglalkoztatási partnerség. A külső erőforrások között meghatározók az a trendek mentén prognosztizálható pályázati források, amelyek a megyei önkormányzat számára elérhetők lesznek.

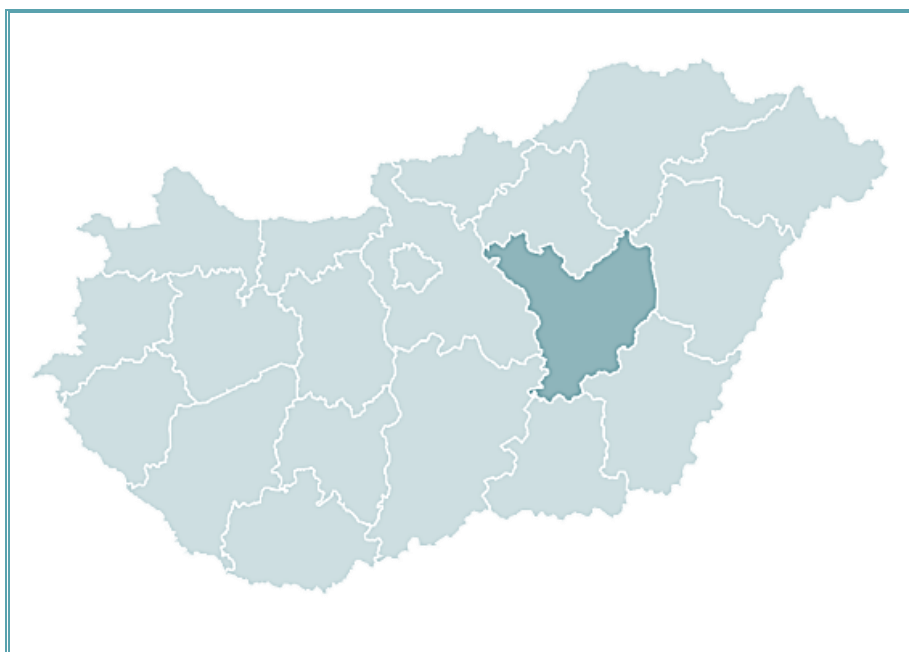
## 2. Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai versenyképessége

### 2.1 Általános helyzetelemzés – desztináció, turisztikai termékek, fogadóképesség, kereslet és kínálat

Bevezető

Jász-Nagykun-Szolnok megye az Alföld középső részén, hét megyével határosan helyezkedik el. Az alföldi sík vidék alapvetően határozza meg a térség terület-felhasználását, gazdasági lehetőségeit, és természetesen hatással van a turizmus desztinációs márkaprofiljára, arculatára is.

A megye területe 5.582 km<sup>2</sup>, az ország területének 6%-át öleli fel. Lakónépessége 2019. januári adat alapján 370.007 fő.<sup>2</sup>



1. ábra: Jász-Nagykun-Szolnok megye (forrás: <http://commons.wikimedia.org/>)

A megye földrajzi-geológiai adottságai turisztikai vonatkozásban kedvezőnek tekinthetők, természeti erőforrások széles palettáját kínálja. Gazdag gyógy- és termálvízkészlete egyedülálló. A pusztai táj és a ligetes térségek látványértéke, a vadregényes Tisza folyó és vízhalózata, a gazdag vadállomány jelentős turisztikai értéket képviselnek. A megye területének mintegy 5%-a természeti védelem alatt áll. A legnagyobb kiterjedésű védett területek a Hortobágyi Nemzeti Park és a Körös-Maros Nemzeti Park felügyelete alá tartoznak.

Jász-Nagykun-Szolnok megye, mint turisztikai fogadótérség (desztináció)

Mielőtt megvizsgáljuk részletesebben a térség turisztikai helyzetét, fontos pozícionálni Jász-Nagykun-Szolnok megyét, mint turisztikai fogadótérséget.

---

<sup>2</sup> KSH Kiadványok, Fókuszban a megyék, 2019.1 félév

A turisztikai térségek (desztinációk) fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény egy teljesen új szemléletet hozott a hazai turizmus rendszerébe, melynek lényegi eleme, hogy a turisztikai fejlesztések fókuszát az egyedi attrakciókról a turisztikai térségekre helyezi át.

Turisztikai fogadótérség, azaz desztináció alatt olyan földrajzilag körülhatárolható, beazonosítható területrész értendő, amelyet épített környezeti, természetföldrajzi vagy kulturális értékek tekintetében összefüggő elemek alkotnak és a turisztikai kínálati piacon egységes fogadóterületként jeleníthető meg. A fogalom keresleti kategóriát is jelöl, hiszen a vendégek jellemzően desztinációs szintű élményígéreteket választanak utazási döntéseikkor. A turisztikai térség kínálata együttesen hat az utazóra, és a desztinációs kínálat minden eleme elégedettség- és élménybefolyásoló tényező is egyben. Az új jogszabálynak köszönhetően lehetőség van kiemelt turisztikai fejlesztési térségek létrehozására. A kiemelt turisztikai térségek, olyan földrajzi egységek, amelyek a beutazó turizmus szempontjából kiemelkedő jelentőségűek vagy célzott fejlesztések eredményeként azzá tehetők, ezért koncentrált fejlesztésükhöz országos érdek fűződik.

A Magyar Kormány 1522/2017 (VIII.14.) Korm.határozata döntött arról, hogy létrehozza a *Debrecen-Hajdúszoboszló- Hortobágy- Tisza-tó kiemelt turisztikai fejlesztési térséget*. Ezzel a döntéssel tovább erősíti Jász-Nagykun-Szolnok megye, az Alföld Szíve, mint turisztikai fogadótérség megosztottságát, ugyanakkor ezzel a megosztottsággal duplán kínálja a lehetőséget a pozicionálásra. Hiszen egyrészt évtizedek óta létezik Jász-Nagykun-Szolnok megye, az Alföld Szíve, a maga jól körül határolható szív alakot formáló földrajzi határaival, benne a Tisza-tó területének mintegy 60%-ával, 2014-ben megújított arculattal: Jász-Nagykun-Szolnok megye, az Alföld szíve.

Emellett létezik a Tisza-tó, mint önálló fogadótérség, immár Debrecen-Hajdúszoboszló és a Hortobágy térségével együtt – kiemelt fejlesztési térségként.

A kormányhatározat települési szinten határolja le a térséghez tartozó városokat, községeket. Jász-Nagykun-Szolnok megye az alábbi tizenegy, mint a Tisza-tó vonzáskörzetéhez tartozó településsel érintett a kiemelt fejlesztési térségben: 1. *Abádszalók*, 2. *Berekfürdő*, 3. *Karcag*, 4. *Kunmadaras*, 5. *Tiszaderzs*, 6. *Tiszafüred*, 7. *Tiszaigar*, 8. *Tiszaörs*, 9. *Tiszaszentimre*, 10. *Tiszaszőlős*, 11. *Tomajmonostora*.

Jelen dokumentum Jász-Nagykun-Szolnok megyét egységes desztinációként vizsgálja.

#### Turisztikai termékek

Ugyan a desztinációs gondolkodás rendszer szintű, komplexen értelmezi a turisztikai kínálatot, de ez nem zárja ki azt, hogy a térségek márkaprofiljának kialakításában fontos szerepet kapjanak az egyes turisztikai termékek és attrakciók.

A megye turisztikai adottságokban bővelkedő terület, jelentős természeti értékekkel, gyógy- és termálvíz készlettel, kulturális hagyományokkal rendelkező szerkezeti egység, mely erősségét a komplexitása jelenti. A vidéki desztinációk egyre inkább építenek azokra a kulturális javakra, termékekre, amelyek egy adott térségre jellemző belső vagy sajátos erőforrásként azonosíthatók. Jász-Nagykun-Szolnok megye ilyen unikális értéke, sajátos erőforrása a Tisza-

tó és a térség kínálta aktív és víziturisztikai vonzerők mellett a történelmi gyökerekből táplálkozó jász és kun örökség, amelynek a gasztronómiában, a népzeneben, néptáncban, az építészetben, és a tárgyi kézműves alkotásokban is nyoma van, és amellyel a turizmusban, a helyi termék fejlesztésében is számolni érdemes.

Jász-Nagykun-Szolnok megye **termékcsoport szerinti meghatározó turisztikai vonzerői** az alábbiak:

- **Ökoturizmus**

Jász-Nagykun-Szolnok megye területének 5%-a természetvédelem alatt áll a Hortobágyi és Körös-Maros Nemzeti Park területéhez tartozva. Az ökoturizmus kiemelt desztinációja az önálló turisztikai régióként működő Tisza-tó, amely egyre népszerűbb és kedveltebb ökoturisztikai célpont. A négy megye – Borsod-Abaúj-Zemplén; Heves; Hajdú-Bihar és Jász-Nagykun-Szolnok – által körülölelt mesterséges tó hazánk második legnagyobb tava. A térség fővárosaként is ismert, Tiszafüred kiemelt ökoturisztikai célpontja a 200 madárfajt felsorakoztató, szigorúan védett madárrezervátum (Hortobágyi Nemzeti Park része), a Tiszavirág ártéri sétaút és tanösvény, valamint a térségre jellemző és közkedvelt csónakos madármegfigyelő túrák. További jelentős természeti értékeket képvisel a megyében:

- a Tisza-völgy,
- a Közép-Tiszai Tájvédelmi Körzet (Hortobágyi Nemzeti Park része),
- a Tiszazug (Körös-Maros Nemzeti Park),
- a Tiszaigari és Tiszakürti Arborétum,
- a kunhalmok,
- a Jászberényi Állat- és Növénykert,
- egészségturizmus.

Magyarországon, de főleg az Alföldön jelentős termálvízkészlet található. A megyében mintegy 126 működő termál kutat regisztráltak, 18 településen összesen 20 termálvizes fürdő, 1 melegített vizű strand van. Jelenleg 14 termálfürdő vize minősített gyógyvíz, de ugyancsak gyógyvizet szolgáltatnak a tiszajenői Mira keserűvíz kutak. Tisasüly-Kolopfürdőn egyedi értékű gyógyiszap kitermelése folyik. Az Országos Egészségturizmus Fejlesztési Stratégia 2007-2013 c. dokumentum bontása alapján az országos és regionális jelentőségű gyógytényezővel rendelkező települések közé Berekfürdő, Cserkeszlő, Martfű, Szolnok, Túrkeve tartozik, ám az elmúlt időszak eredményei alapján Kisújszállást is ebbe a kategóriába sorolhatjuk. A többi érintett település a helyi jelentőségű gyógytényezővel rendelkező települések közé sorolható. A termál- és gyógyfürdők elsősorban a pihenés, gyógyulás, egészségmegőrzés szolgáltatásait fogják össze, döntően emberközeli, családi légkörű környezetben. A fürdők egy része korszerű látványelemekkel, továbbá az egyre növekvő igényeknek megfelelő széles skálájú szolgáltatásokkal is rendelkezik, korszerű és széles körű célcsoport megszólítására alkalmas szálláshely kapacitással kiegészítve.

A folyamatban lévő nagyszabású egészség és wellness turisztikai szolgáltatásfejlesztés miatt Berekfürdő és Szolnok újra pozicionálása 2025-ig megtörténhet ezen a területen.

- **Kulturális örökség**

A **kulturális örökség** tekintetében ugyancsak széles a kínálati paletta. A számos műemlék jellegű látnivaló és speciális tematikus kiállítóhely mellett egyre nagyobb népszerűségnek örvendenek a népi-történelmi hagyományokat és tájspecifikus gasztro-kulturális örökséget látogatóbarát módon bemutató interaktív múzeumok.

Az elmúlt évek beruházásai közül kiemelkedik a RepTár – a Szolnoki Interaktív Repülőmúzeum, Kelet-Európa egyedülálló repüléstörténeti kiállítóhelye. Az attrakció 2016. őszi nyitását követően nagyon gyorsan nemcsak Szolnok és Jász-Nagykun-Szolnok megye vonatkozásában vált vezető attrakcióvá, hanem országosan is, amelyet a három év alatt, 2019.november közepéig mintegy 250 ezer látogató keresett fel.

Másik említésre méltó kezdeményezés, szintén 2016-ban megnyitott, gasztro- kulturális vonzerőt jelentő hely a Sörárium, a Szolnoki Interaktív Sör- és Gasztronómiai Pincemúzeum, mely a Városháza pincéjében működő interaktív kiállítás, látványsöröző és sörmúzeum, melynek hosszútávú működtetése jó példa lehet egy családbarát tematikus múzeum vonzerőfejlesztésére.

A megye települései számos régészeti emlékekkel, műemlékekkel és műemlék jellegű épülettel rendelkeznek. Vonzerejét tovább növeli, hogy egyedülálló hagyományok találkozásának színtere, hiszen gasztronómiai hagyományok, biogazdálkodás, kulturális örökségvédelmi területek és sokszínű épített környezeti emlékek jellemzik. Mindemellett unikális vonzerő a térség jász és kun öröksége, emlékanyaga, amelyet egyedülálló módon dolgoz fel a 13 település 16 állomáshelyéből álló „Jászkun kapitányok nyomában” tematikus túraútvonal. A túraútvonalnak is része a kiemelt kulturális vonzerővel bíró, Rákóczi falván található Macimúzeum és az Abádszalókon lévő Babamúzeum.

A Jászkunság sajátos jellemzői a népművészetben is jelen vannak. A jász és kunhímzés, az abádszalóki vert csipke, a mezőtúri, tiszafüredi és karcagi fazekasság kiemelkedő kulturális értéket képvisel, csakúgy mint a megye népzenei és néptánc hagyományai.

Az újjáépülő Szolnoki Művésztelep a látogatóközponttal bővülve, valamint az újraéledő Szolnoki Vár az egész régióban fontos turisztikai szerepet tölthet be 2020-tól.

- **Aktív turizmus**

Az aktív turizmus kínálta lehetőségekkel - az infrastrukturális feltételek javulásának és a szolgáltatások minőségi fejlődésének köszönhetően - az elmúlt két évben érezhetően és mérhetően több vendéget sikerült megszólítani, melynek kiemelt célpontja a Tisza-tó.

A megyében a kisforgalmú utak, gátak, töltések jó lehetőséget biztosítanak a kerékpáros turisták részére. A Tisza-tónál 2018. évben több mint 57 ezer kerékpárost regisztráltak, amely több mint az azt megelőző két évben összesen regisztrált kerékpáros létszám.

A kerékpáros infrastruktúra kiépítettsége is évről-évre folyamatosan növekszik. 2020. tavaszra elkészül az EuroVelo kerékpárút részeként, a Tiszafüred-Poroszló szakasz, amellyel teljesen körbe kerékpározhatóvá válik a gátkoronán a Tisza-tó. További közeli tervek között szerepel a Tisza-tó és a Hortobágy közötti kerékpárút kiépítése is. A kerékpáros turizmus szempontjából kiemelt jelentőséggel bír a 2015. novemberében átadott, hazánk legnagyobb kerékpáros centrumaként Tiszafüreden működő Tisza-tavi Kerékpáros Centrum.

Az aktív turizmus kínálati palettáján jelentett új színfoltot 2015-ben a kultúrát és a mozgást ötvöző „*Tour d’Opera*” elnevezésű rendezvény, mely már „Természet Operaháza – Tisza-tavi Fesztivál” néven vonzza a természet, a mozgás és a zene kedvelőit a Tisza-tó köré minden év július utolsó hétvégéjén.

A megyét keresztülszeli Magyarország második legnagyobb folyója, a Tisza, mely sokféle sportolási és kikapcsolódási lehetőséggel várja a turistákat, a vízi turizmus természeti feltételei kedvezőek a megyében. Abádszalók a legkülönbözőbb vízi sportok központja. Emellett a Tisza, a Hármaskörös és a Hortobágy-Berettyó vízi túrái és a sétahajózás is számos látogatót vonz. A Tisza-tó és környéke változatos igényeket képes kiszolgálni: a korlátozottan látogatható vízterek, az ökoturizmus övezete és az aktív turizmus területei vonzó turisztikai kínálatot jelentenek csónaktúrázásra, ártéri és vízi tanösvények látogatására, természetfotózásra.

2020. nyaratól a Tisza-tónál a nyaralóhajózás bevezetése újabb távlatokat nyit a víziturisztikai szolgáltatások tekintetében, Jász-Nagykun-Szolnok megye vonatkozásában – egyelőre – a Tisza-tónál, mely új vízitúra megállóhelyek építését és kikötők fejlesztését is magával hozza.

Meg kell említeni, hogy Jász-Nagykun-Szolnok megye és Heves megye határán, a Kiskörrei Hallépcső szomszédságában épül – és várhatóan 2021-re elkészül –, hazánk első vadvízi evező/rafting pályája.

A megyében található folyók és tavak összesen 4.500 hektár vízfelülete ideális lehetőséget kínál a horgászat kedvelői számára. Emellett jellemző a megye területére az apróvadak sokasága és a világ egyik legjobb őzállománya, mely a vadász-turizmus hódolóinak igencsak kedvező.

A megye területe alkalmas változatos és vonzó lovastúra útvonalak kialakítására, a lovasturizmus számos formája jelen van: lovas üdülés, túrázás, oktatás, edzőtáborozás, vadászat, fogathajtás. Ezek közül leginkább a lovastúrázás képvisel önálló vonzerőt.

- Falusi turizmus

A turizmus meghatározó eleme a megyében nagy hagyományokkal és még mindig jó szervezeti rendszerrel működő falusi turizmus, falusi szálláshely szolgáltatás, melynek keretében az ideérkező vendégek találkoznak a vidéki életformával, gasztronómiával és nem utolsósorban a kézműves hagyományokkal.

- Rendezvények, fesztiválok

A turisztikai kínálat színesítéséhez nagymértékben hozzájárul a különböző tematikájú rendezvények szervezése. A térség gazdag kulturális öröksége, gasztronómiai hagyománya lehetőséget és témát nyújt a szezon meghosszabbítására. A Jászság kiemelkedik a megye hagyományőrző rendezvényeinek magas számával. Az elmúlt években a kulturális és hagyományőrző rendezvényeken a gasztronómia kiemelt elemmé vált. A megye leglátogatottabb rendezvényei közé az alábbiak tartoznak (a látogatottsági adatok a szervezőktől kapott tájékoztatáson alapulnak): East Fest könnyűzenei fesztivál, Mezőtúr (+ 50.000 fő); Szolnoki Gulyásfesztivál (45.000 fő); ArTúr Fesztivál – Mezőtúri Művészeti Napok (30.000); Tiszafüredi Halas Napok (30.000 fő); Csángó Fesztivál, Jászberény (25.000); Szolnoki Tiszavirág Fesztivál (20.000 fő); Túri Vásár (20.000 fő); Alföldi Betyárétel Főző Fesztivál, Kétpó (15.000 fő); Karcagi Birkafőző Fesztivál (12.000 fő); Kevi Juhászfesztivál,

Túrkeve (10.000 fő); Szolnoki Csokoládé Fesztivál (7.500 fő), Adrenalin Extrém Gyorsulási Fesztivál és az Autós Motoros Majális, Kunmadaras (6-700 fő); Szolnoki Vasútmodell Kiállítás és Vásár (5.000 fő); Nagykőrüi Cseresznyefesztivál és Nagy Befőzés (4.000-4.000 fő), Természet Operaháza – Tisza-tavi Fesztivál (4.000 fő); Tisza-tó Tortája Fesztivál, Abádszalók (2.500 fő), Berekfürdői Tepertő és Pörce Fesztivál (2.500 fő).

#### A megye turisztikai fogadóképessége

A rendelkezésre álló vonzerők számbevétele mellett fontos a turisztikai fogadóképesség egyidejű vizsgálata, a kapacitások felmérése. Az alábbi táblázat adataiból kiderül, hogy az elmúlt tíz évben növekedés tapasztalható a kereskedelmi egységek (+7%) és a kiadható szobák (+14,3%) számában, azonban a kiadható férőhelyek száma 10,4%-os csökkenést mutat. A fogadóképesség és kapacitás átalakulásnak a gazdasági válság mellett további – jogszabályi változáson alapuló – okai is voltak. Ilyen például az online pénztárgépek bevezetése, amely elsősorban a magán szálláshely szolgáltatókat szűrte meg. Hatása nem feltétlenül negatív annak ellenére, hogy a szobák száma csökkent, mivel az alacsony színvonalú szolgáltatást nyújtók fejezték be tevékenységüket. Ez utóbbi jelenség tovább erősödhet a 2020. január 1-jén életbe lépő Nemzeti Turisztikai Adatszolgáltató Központ (NTAK) rendszerhez történő kötelező csatlakozással. Az NTAK rendszer célja a versenyképesség erősítése a szálláshely szolgáltatási szektor digitalizációján keresztül, valós, naprakész statisztikai és forgalmi adatok biztosításával. (Hasonló – valós idejű, naprakész - adatszolgáltatási kötelezettség kiépítése várható a fürdők, gyógyfürdők, strandok esetében is)

1. táblázat: Kereskedelmi szálláshely egységek kapacitása<sup>3</sup>

| Időszak  | Működő kereskedelmi szálláshely egységek száma (db) | Kiadható szobák száma (db) | Kiadható férőhelyek száma (db) |
|----------|-----------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|
| 2009. év | 112                                                 | 1 810                      | 13 523                         |
| 2010. év | 119                                                 | 1 930                      | 13 128                         |
| 2011. év | 120                                                 | 1 906                      | 14 954                         |
| 2012. év | 118                                                 | 1 860                      | 12 451                         |
| 2013. év | 106                                                 | 1 755                      | 11 887                         |
| 2014. év | 108                                                 | 1 847                      | 13 451                         |
| 2015. év | 113                                                 | 1 809                      | 13 003                         |
| 2016. év | 111                                                 | 1 802                      | 12 453                         |
| 2017. év | 116                                                 | 2 007                      | 11 910                         |
| 2018. év | 120                                                 | 2 069                      | 12 118                         |

#### A megye turisztikai kereslete

A Jász-Nagykun-Szolnok megye iránti turisztikai kereslet és a térségbe látogató vendégek utazási motivációjának felmérése céljából a Megyei Foglalkoztatási Paktum Projekt

keretében 2019. nyarán egy hiánypótló online és személyes adatgyűjtésen alapuló **kérdőíves kutatás** valósult meg. Ilyen jellegű kutatás nem zajlott még Jász-Nagykun-Szolnok megyében.

Az 1037 beérkezett kérdőív alapján megállapítást nyert, hogy az élményszerzés lehetősége kiemelkedő motiváló tényező, valamint a Jász-Nagykun-Szolnok megyébe irányuló utazások fő motivációinak sorrendje az alábbiak szerint alakul:

1. az egészségturisztikai szolgáltatások igénybevétele,
2. az aktív időtöltés élmény ígérete és az aktív turisztikai szolgáltatások iránti igény,
3. a kulturális és örökségturisztikai vonzerők,
4. a nagyobb rendezvények, fesztiválok felkeresése,
5. család- és rokonlátogatás,
6. a helyi termékek, helyi különlegességek felfedezése, beleértve a gasztronómiát, a helyi ételeket, borokat.

A kérdőíves kutatás további főbb megállapításai:

- Az utazási helyszín kiválasztását leginkább
  - az úti cél természeti adottságainak, látnivalóinak köre,
  - illetve az utazás kedvező ára, alacsony költsége,
  - kedvező ár/érték aránybefolyásolta.
- Az információszerzés csatornái közül kiemelkedik:
  - a korábbi látogatások kedvező tapasztalata,
  - az ismerősök, barátok ajánlása
  - és az online csatornák.
  - A felmérés eredményei alapján a megye *legismertebb* kínálati elemei, látnivalói közé tartozik:
    - a Tisza-tó,
    - Abádszalók,
    - a Jászberényi Állat- és Növénykert,
    - Cserkeszőlő - a felüdülőhely,
    - a Tiszavirág Fesztivál (Szolnok),
    - valamint a RepTár Interaktív Repülőmúzeum (Szolnok).

A kutatásból kiderült, hogy a válaszadók az „Alföld Szíve” márkanévvel nagyon jól beazonosítják Jász-Nagykun-Szolnok megyét.

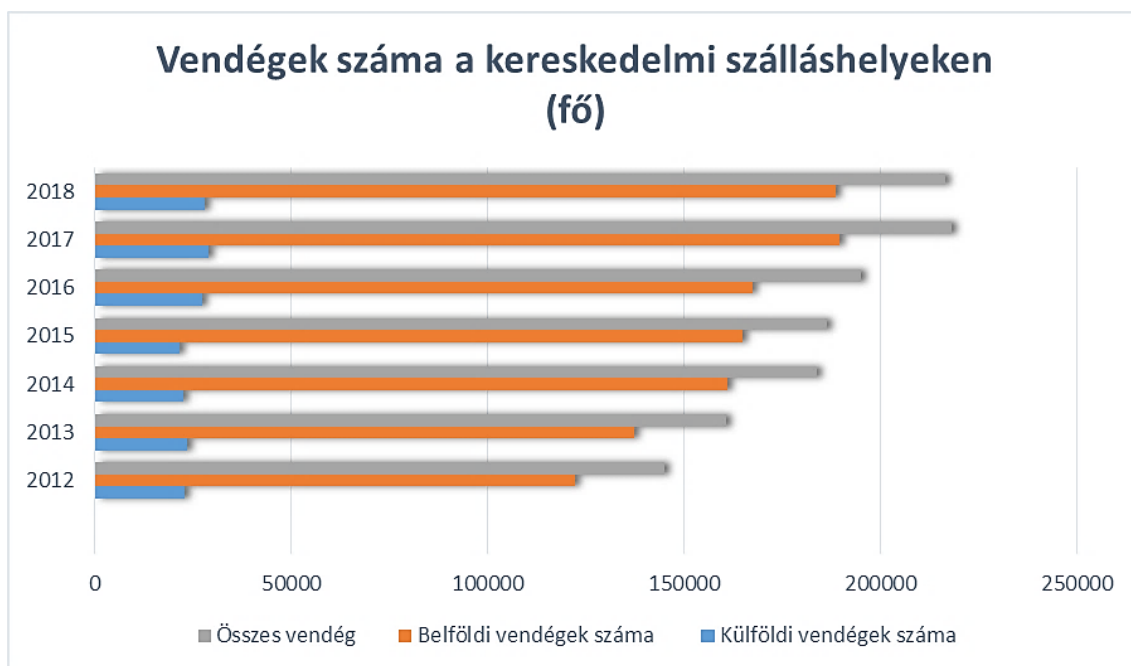
A válaszokból kiderült, hogy Jász-Nagykun-Szolnok megye maradéktalanul képes nyújtani a pihenést, a természet megtapasztalásának élményét, a hétköznapiól eltérő életritmust és más szokások, hagyományok megismerését. Alkalmas egyes sportok kipróbálására és a művészeti, kulturális, vallási, szórakozási és élmény-motivációk által alapozott szükségletek is kielégíthetőek.

Jelen dokumentum szempontjából figyelemre méltó következtetés, hogy a helyi termékek és helyi különlegességek felfedezése, amely magában foglalja a térség egyébként kiváló,

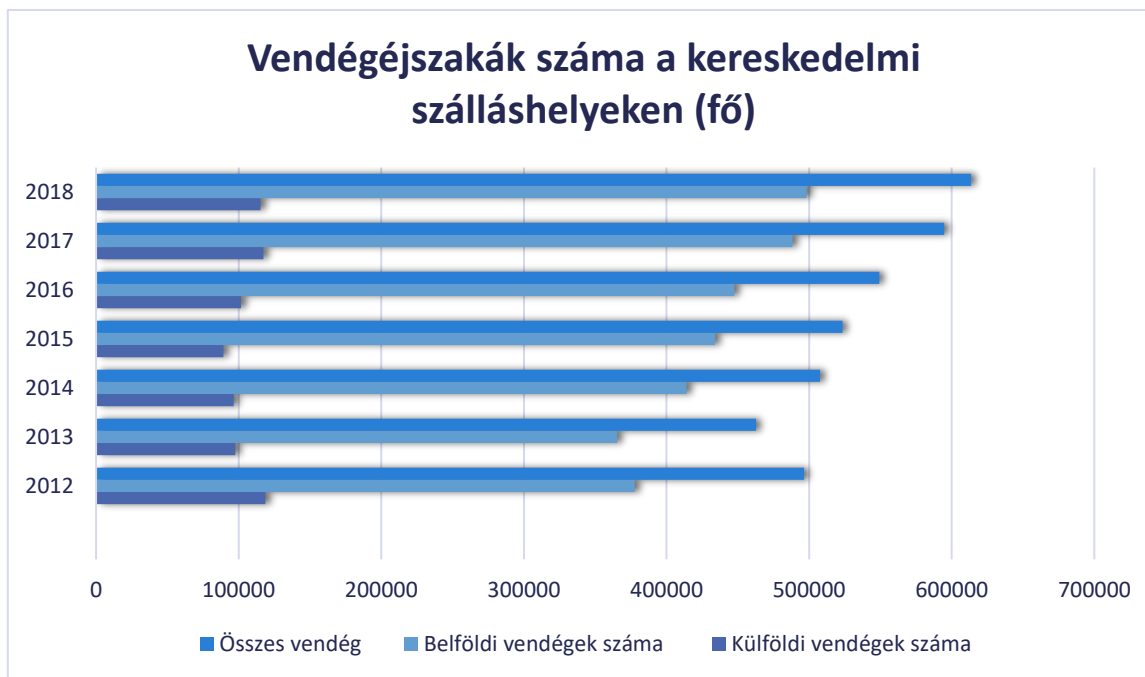
kiaknázatlan potenciállal bíró gasztronómiai kínálatát is, csak a 8. helyen szerepel az utazási motivációk között.

Jász-Nagykun-Szolnok megye vendégforgalmi adataiban a vizsgálat tárgyát képező elmúlt hét év során az alábbi főbb tendenciák körvonalazódtak:

- az átlagos tartózkodási idő a megyében 2,6 napról 2,8-napra növekedett, míg az országos átlag 2,6 napról 2,5 napra csökkent;
- a 2013-as év mélypontja után egy dinamikusan növekvő vendégforgalom tapasztalható a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számában, mely 2014-ben lépte át az 500 ezret, majd 2018-ban már a 600 ezret is meghaladta. Az országos vendégforgalmi adatok 2012-2018 között 49,6%-os bővülést, a vendégéjszakák száma 42,2%-os bővülést mutatnak.
- A külföldi-belföldi vendégek arányában 2014-ben és 2015-ben szignifikáns visszaesés volt tapasztalható a külföldi vendégek arányában, míg a belföldi vendégeknél egy jelentős emelkedés látható. A külföldi vendégek számának csökkenése 2016-ban megállt, ugyanakkor a belföldi vendégek bővülése tovább folytatódott. Az országos adatok szerint a külföldi vendégek száma mindössze 2%-kal csökkent a vizsgált időszakban, miközben a belföldi vendégéjszakák száma megközelítőleg 50%-kal bővült 2012-2018 közötti időszakban.



2. ábra Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken (fő)



3. ábra: Vendégéjszakák száma a kereskedelmi szálláshelyeken (db)

A TOP 5 küldő országok rangsora a külföldi vendégforgalom alapján az alábbiak szerint alakul Jász-Nagykun-Szolnok megyében (KSH, Tájékoztatási Adatbázis 2018.), mely jelentősen eltér az országos rangsortól (Németország, Nagy-Britannia, Csehország, Ausztria, USA).

2. táblázat: TOP 5 küldő országok rangsora

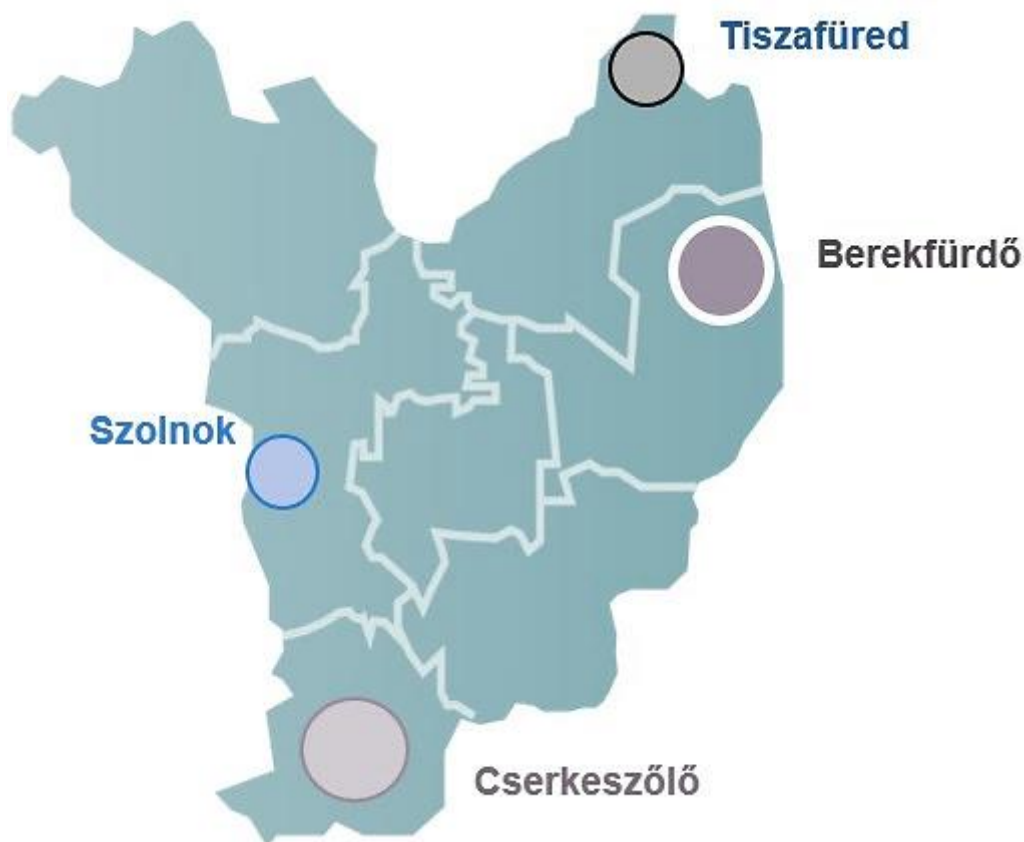
| Ország        | Vendégek száma a kereskedelmi szálláshelyeken | Vendégéjszakák száma | Átlagos tartózkodási idő |
|---------------|-----------------------------------------------|----------------------|--------------------------|
| Lengyelország | 6 581                                         | 32 8                 | 5,0                      |
| Németország   | 4 332                                         | 23 930               | 5,5                      |
| Románia       | 3 967                                         | 11 470               | 2,9                      |
| Szlovákia     | 1 708                                         | 4 139                | 2,1                      |
| Ausztria      | 1 468                                         | 4 561                | 3,1                      |

Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusában még mindig nagy kihívást jelent keresleti oldalon, hogy mind az időbeni, mind a területi koncentráció megfigyelhető. A látogatók többsége még mindig a klasszikus értelemben vett turisztikai főszezonban érkezik (július-augusztus) és elsősorban Szolnok, Berekfürdő, Cserkeszőlő és Tiszafüred településeket részesítik előnyben. Az elmúlt időszak fejlesztései csak tovább konzerválták a területi koncentrációban fennálló állapotot, azért a kínálat bővítésében az időbeni koncentrációt csökkentő, a négyévszakos kínálati elemeket tartalmazó programcsomagok kidolgozása és a szolgáltatások fejlesztése lehet a megoldás. Az egyik kézenfekvő irány a gasztroturisztikai kínálat fejlesztése, a helyi termékekre épülő gasztronómia értékekre alapozott egyedi programcsomagok kialakításával, a térségi gasztronómiát népszerűsítő akciók, valamint a MICE (üzleti) turizmus feltételeinek erősítése, illetve új attrakciók létrehozása. A gasztronómia megkülönböztethető kínálat

kialakítását, így egyedi turisztikai márkát képes biztosítani a meglévő kínálat kiegészítésével, mellyel a megye versenyelőnyre tehet szert. MICE terméken belül az üzleti találkozók és országos szakmai konferenciák szervezésére egyértelmű igény mutatkozik Szolnok város részéről, melyet vállalkozó befektetői szándék is alátámaszt a szakmai szervezésen túl. A Tisza-tó turisztikai kínálata a professzionálisan és magas profittal realizálható csapatépítő tréningek színhelye kell legyen a jövőben.

Jász-Nagykun-Szolnok megye tekintetében a teljes vendégforgalmi területen a vendégek eloszlása pontszerű – mozaikos szerkezetűnek tekinthető, hiszen a teljes forgalom mintegy 74%-a mindössze a fent említett 4 településen realizálódik (ld. 5. ábra). Legnépszerűbb úti célok a megyében a tradicionális fürdőhelyek (Berekfürdő, Cserkeszőlő), a Tisza-tó frekventált desztinációja (Tiszafüred), valamint Szolnok. A vendégek koncentrációja az elmúlt évtizedben a Tisza-tónál az Abádszalók-Kisköre tengelyről a Tiszafüred-Poroszló tengelyre tevődött át. Berekfürdő és Cserkeszőlő, mint hazai szinten is számottevő üdülési célterület, bőven 100 ezret meghaladó vendégéjszaka számmal hosszú évek óta őrzi vezető látogatottsági pozícióját a megye turizmusában.

Egyéb, jelenleg kisebb látogatottsággal és attraktivitással rendelkező települések bekapcsolására az elmúlt években a szakterület szereplői folyamatosan törekedtek. A folyamatban lévő uniós és hazai forrásból megvalósuló turisztikai fejlesztések ennek újabb lendületet adhatnak mind a Tisza-tó térségében, mind azon kívül Jász-Nagykun-Szolnok megyében különösen a természetközeli, aktív kikapcsolódást segítő élményszerzés terén.



4. ábra: Területi koncentráció Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusában

## 2.2 Versenytárs elemzés

Amikor Jász-Nagykun-Szolnok megye, mint turisztikai fogadótérség versenytársait határozzuk meg, akkor egyrészt az azonos kínálati elemekkel rendelkező földrajzi egységek, megyék között kell gondolkodnunk, másrészt a megyében meghatározó, egyes turisztikai termékekhez köthető attrakciókat is vizsgálni érdemes. A pozicionálás a potenciális vendégek fejében szeretné a lehető legjobb helyre elhelyezni a terméket, jelen esetben Jász-Nagykun-Szolnok megyét. Ebben az összefüggésben a versenytársakhoz képest is meg kell határozni a megye helyzetét. A turisztikai kínálat mellett az adott térség brandjét, turisztikai imázsát is érdemes megvizsgálni.

### 2.2.1 Versenytársak

A megyék szintjén a turisztikai kínálatot figyelembe véve Jász-Nagykun-Szolnok megye kiemelt versenytársaként a Békés megyét és Bács-Kiskun megyét jelölhetjük meg. Az érintett megyék földrajzilag a Dél-Alföld térségéhez tartoznak és mind földrajzilag mind természeti adottságok terén jelentős azonosságot mutatnak Jász-Nagykun-Szolnok megyével. A turisztikai termékek sorában a két versenytársnál is meghatározó az ökoturizmus és az egészségturizmus, ez utóbbi különösen Békés megye esetében domináns. Ugyanakkor épített örökségével, kulturális és gasztronómiai hagyományaival szintén azonosságot mutatnak a térségek.

A statisztika alapján a vendégforgalom vonatkozásában Jász-Nagykun-Szolnok pont a két megye közé ékelődik. A hármas rangsor elején Békés megye áll, mely térségben Gyula vonzerője kiemelkedik, a teljes megye vendégéjszaka számának és vendégforgalmának 60%-át adva.<sup>4</sup>

Ugyanakkor további versenytársat jelenthet az Észak-Alföldi régió Jász-Nagykun-Szolnok megyén kívüli további két megyéje, Hajdú-Bihar és Szabolcs-Szatmár-Bereg és tágabban értelmezve Tolna megye is.

### 2.2.2 Versenyelőnyök

Jász-Nagykun-Szolnok megye jelenlegi turisztikai versenyképességét vizsgálva az alábbi következtetések vonhatók le:

- a **természeti erőforrások** széles köre található itt, a megye turisztikai szempontból előnyös földrajzi-geológiai adottságokkal rendelkezik. Gazdag gyógy- és termálvízkészlete egyedülálló. A pusztai táj és a ligetes térségek látványértéke, a Tisza folyó és vízhálózata, valamint a gazdag vadállomány jelentős turisztikai értéket képvisel.
- **kulturális erőforrások** tekintetében egyedülálló a térség jász és kun öröksége, emlékanyaga, amelyet egyedülálló módon dolgoz föl a 16 állomáshelyből álló Jászkun kapitányok nyomában tematikus túraútvonal. A megye eltérő hagyományok találkozásának színtere, hiszen gasztronómiai hagyományok, biogazdálkodás, kulturális örökségvédelmi területek és sokszínű épített környezeti emlékek jellemzik.

- **humán erőforrás** tekintetében a megye rendelkezik olyan oktatási központtal (Szolnok), ahol turisztikai szakembereket képeznek, de a foglalkoztatási lehetőségek szűkössége miatt a felsőfokú képzéssel rendelkezők elvándorlása a jellemző. Alacsony az általános és a speciális képzettségi színvonal, valamint kevés a nyelveket beszélő szakszemélyzet. Pozitívum viszont, hogy a megye lakossága vendégszerető.
- Az **infrastrukturális erőforrások** elemei közül kiemelkedő jelentőségűek a közlekedési hálózatok és szolgáltatások, mivel az adott desztináció versenyképességi potenciálja döntő mértékben múlik a terület megközelíthetőségén. Jász-Nagykun-Szolnok megyére lassan, de folyamatosan javuló infrastruktúrális alapellátottság a jellemző. Bár kedvezőtlen a megye megközelítése, fejletlen a közlekedési infrastruktúra, a közutak állapota nem megfelelő, pozitívum viszont a 4-es főút szakaszos kétsávosítása. Szintén pozitívum, hogy a budapesti repülőtér egy órára, a Debreceni Repülőtér másfél órára autóúttal megközelíthető a megyeszékhelyről. A kerékpáros infrastruktúra bővülése is pozitívum, annak további fejlesztése fontos feladat (szervízhalózat, hulladéktárolók, esőbeállók, pihenőhelyek stb.)
- **Pénzügyi erőforrás** tekintetében Jász-Nagykun-Szolnok megyére alapvetően a tőkehiány a jellemző, öröndetes tény azonban, hogy az elmúlt időszakban növekedett a külföldi tőkebefektetések aránya (pl.: Electrolux, Stadler, Samsung).

A versenyképességi tényezők figyelembevételével a megye turisztikai pozícióját az alábbi területeken kívánatos tovább erősíteni a jövőbeni kínálati profil kialakításakor:

- egészségturizmus: termál- és gyógyturizmus, wellness;
- kulturális örökség: Jász és Kun hagyományok, kézművesség, népzene és néptánc, gasztronómia;
- természet-közel élmények: öko- falusi- és aktív turizmus.

Ezeket alátámasztó keresleti trendek:

Egészségsturizmus keresleti trendjei

Az egészségsturizmus – az egészség szerepének felértékelődése miatt – a turizmus egyik leggyorsabban fejlődő területe. Az IMF (Nemzetközi Valutaalap) átlagosan évi 4,8%-os turisztikai növekedést prognosztizál 2020-ig, a wellness turizmusnak viszont az előrejelzések szerint 7,5%-os lesz az éves növekedési üteme (Global Wellness Institute, 2017). A tradicionális – természetes gyógytényezőkre épülő – gyógyturizmus alapját és folyamatosan bővülő keresletét az egyre jobban előregedő társadalom, valamint a 21. századi civilizációs betegségek biztosítják, fő vendégkörét elsősorban az orvosi javallatra gyógykezelést igénybevevő vendégek (betegek) jelentik. A gyógyturizmus legnagyobb innovációja az utóbbi években, hogy a régi, tradicionális kezelési módszereket a modern technológia minden vívmányának felhasználásával, a legfrissebb tudományos kutatási eredményekre támaszkodva alkalmazza világszinten. A wellness ágazat fogyasztóit elsősorban az egészségtudatos életmód iránt érdeklődők és azt életstílusuként élők jelentik. Meghatározó szerepét igazolja, hogy 2015-ben, csak Európában 250 millió wellness utazást regisztráltak (Global Wellness Institute, 2017). A medical (más megnevezéssel orvosi) turizmuson mindazon utazásokat értjük, amelyek során az utazó saját döntéséből, egészségügyi beavatkozáson vesz részt. Az orvosi turizmust évi 100-

150 milliárd dollár forgalmat generáló üzletnek tartják, amely évről évre megbízhatóan 15-25%-os növekedést képes felmutatni. Az egészségturizmus valamennyi említett terméke közül a legmagasabb fajlagos költség itt realizálódik. A KSH adatai alapján a Magyarországra irányuló külföldi utazások 12,9%-ának fő motivációja a gyógy- és egészségturizmus.<sup>5</sup> (Hazánk egyedi termékértékesítési előnyét ma elsősorban kedvező ár-érték arányú szolgáltatásai jelentik.)<sup>6</sup>

#### Kulturális turizmus keresleti trendjei

A kulturális turizmus a turisztikai piac legösszetettebb termékcsoportja, idesorolható többek között a (világ)örökségturizmus, kastély- és várturizmus, a szellemi örökségen, népi hagyományokon alapuló turizmus, filmturizmus, vallási, zarándok- és elvonulásturizmus, a városlátogatások és a kortárs művészeti turizmus is. A kulturális látnivalók jellemzően szélesebb rétegeket vonzanak, növekszik az igény a kulturális és egyéb turisztikai termékek komplex igénybevételére, autentikus, egyedi élményekre, melyek előállításában az utazó is közreműködik. Az épített örökség és az örökségi helyszínek továbbra is a legfontosabb vonzerőt jelentik a világ kulturális utazói számára, ugyanakkor az egyes altermékek súlya változik. A galériák, az előadó művészetek és a fesztiválok részesedése folyamatos növekedésen ment keresztül, a múzeumok közül pedig a látogatóbaráttá váló, interaktivitást és szórakoztatást biztosító klasszikus létesítmények népszerűek. A városlátogatások jelentősége megnő, különösen az élhető, hangulatos, barátságos légkörű helyszínek vonzóak a turisták számára. Az élménykeresés térhódítása és a digitális technológiák elterjedése szintén kiváló lehetőség a kulturális turizmus fejlődése számára. A magyarországi kulturális utazások résztvevői jellemzően belföldi turisták.<sup>7</sup>

#### Trendek a falusi turizmusban

A vidéki turizmus és ezen belül a falusi turizmus keresleti trendjei a turizmus nagy motivációs folyamataihoz csatlakoznak. A falvakat felkereső vendégkör vágyai, elvárásai jellegzetes csomópontokat alkotnak.

A turisták részéről fokozódó érdeklődés tapasztalható a csaknem érintetlen természeti tájak, a tiszta és szép természet iránt. Felértékelődnek a védett területek, a turisták motivációiban átrétegződés figyelhető meg az élvezet- központúság irányából az élmény és új tudás megszerzése felé. A védett természeti értékeket bemutató, egyedi élményeket nyújtó turisztikai termékek, amelyek eredeti, hagyományőrző és tiszta, környezeti ártalmaktól mentes térségekbe települnek, és nem járnak tömeges igénybevétellel, növekvő érdeklődésre tarthatnak számot. A természetjárás, a tájat bemutató ökoturizmus és a csendes, természetközeli falvakba szervezett falusi turizmus piaci esélyei javulnak.

A teljes csend, nyugalom, a „tökéletes” kikapcsolódás iránti vágyakozás szintén az „érintetlen” vidéki térségek utazási célpontként várható felértékelődését hozhatja. A csendes vízpartok, a forgalmas helyektől távoli, de vendégfogadásra felkészült települések kedvező helyzetbe kerülnek.

---

<sup>5</sup> KSH, 2017

<sup>6</sup> NTS 2030

<sup>7</sup> Forrás: NTS 2030

Növekszik az esélye az egyéni arculatú vendégfogadó helyeknek, a kisebb, családiasabb panzióknak, a hobbi igényeket – pl. természet-megfigyelés, madárfotózás – is kielégíteni képes üdülőhelyeknek. Ugyanígy a tematikus, egy-egy meghatározott kínálati egység iránti érdeklődés is erősödik. A saját hobby, az individuális érdeklődés kielégítése meghatározó keresleti irányvá válik.

A kínálatokban előnyt jelent a jövőben is a minőségi jegyek megerősödése. Az egyéni és különleges, mindazonáltal magas minőségi igényeknek megfelelni tudó vendégfogadóknak javul a pozíciójuk. A tömeges és középszintű szolgáltatások időszaka lejárt.<sup>8</sup>

A térségre vonatkozó pozicionálási és versenyképességi stratégia elkészítése a közeljövő kiemelt feladata.

Magyarország turisztikai területeken tapasztalható fejlődési képességét a nehéz gazdasági helyzet és a 2011-es euró válság súlyosan visszavetette. A desztináció szintű termékfejlesztést mai napig jelentősen korlátozza az egységes, országos szintű stratégiai tervezés hiánya. A nemzeti turisztikai fejlesztési koncepció megalkotása megfelelő alapot teremtené a hosszú távon eredményes és fenntartható fejlődésnek, melynek generátorát a megyei szinten történő tervezés és megvalósítás, továbbá a TDM szemléletű együttműködés és desztináció-fejlesztés jelentenék.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Koncepció 2014-2024 készülő tervezési dokumentum, mely az alábbi specifikus célok mentén kívánja meghatározni a magyarországi turisztikai fejlesztések irányát, a rendelkezésre álló források elosztását:

- 1) Erőt adó Magyarország – innovatív, kreatív és minőségi termék- és kínálatfejlesztés;
- 2) A turisztikai versenyképességet javító környezet kialakítása, munkahelymegőrzés és munkahelyteremtés;
- 3) A turizmus intézményrendszerének fejlesztése;
- 4) Nemzetközi és keleti nyitás, külpiaci marketing és értékesítés ösztönzés;
- 5) Horizontális célkitűzések.

Fentiek alapján Cselekvési terv további fejezeteiben Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai adottságai, fejlesztési potenciáljai és releváns fejlesztési tevékenységei kerülnek meghatározásra, melynek megfelelően képessé válik a nemzeti turizmus fejlesztésbe történő integrálódásra megvalósítására.

## **2.3 Jogi szabályozás a turizmusban**

A turizmus Magyarországon stratégiai fontosságú ágazat, a gazdaság egyik motorja. Versenyképes, fenntartható növekedésének biztosítása, pozícióinak javítása minden gazdasági szereplő közös érdeke. E cél biztosítására jött létre 2016-ban a Magyar Turisztikai Ügynökség, a turisztikai ágazat kormányzati szervezete.

---

<sup>8</sup> Pécsi Tudomány Egyetem, 2011)

[https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051\\_turisztikai\\_termektervezes\\_es\\_fejlesztes/ch03s04.html](https://regi.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0051_turisztikai_termektervezes_es_fejlesztes/ch03s04.html)

A turizmusban 2016 év elején meghirdetett paradigmaváltás, mely „A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló” 2016. évi CLVI. törvénnyel az állami irányítás teljes rendszerét új alapokra helyezte, új – desztinációs – alapokon nyugvó szemléletet hozott a szektorba. Ezt követően a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia megalkotásával és 2017. év végi, a Magyar Kormány által történő elfogadásával megteremtette az állami turizmusirányítás célrendszerét és eszközrendszerét 2030-ig meghatározó alapidokumentumot.

Ugyanakkor az Aktív Magyarországért Felelős Kormánybiztosi poszt 2018. évi létrehozása némileg árnyalja és megosztja az MTÜ kizárólagos irányító szerepét a turizmus, aktív szabadidő eltöltéséhez kapcsolódó, egyes területein.

A közelmúltban meghozott jogszabályi változások ellenére a hazai jogi környezet a mai napig kihívások elé állítja a turizmusban érintett szereplőket, mivel Magyarországon többszintű és széttagolt jogi szabályozás jellemzi az ágazatot. Jelenleg az ágazat szereplőinek tevékenységét és a rendszer működési kereteit:

- *törvény* (pl. költségvetési törvény; kereskedelmi törvény; helyi adókról szóló – IFA – törvény; helyi önkormányzatokról szóló törvény; fogyasztóvédelmi törvény; területfejlesztésről és területrendezésről szóló törvény)
- *kormányrendelet* (pl. utazási szolgáltatásokról szóló rendelet; Korm. rendelet a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek, valamint a szeszes italok földrajzi árujelzőinek oltalmára irányuló eljárásról és a termékek ellenőrzéséről; szálláshely-szolgáltatási tevékenységgel összefüggő Korm.rendelet)
- *kormányhatározat* (pl. Korm.határozat az egyes kiemelt turisztikai fejlesztési térségekről; turizmusdiplomáciai feladatok finanszírozásához kapcsolódó Korm.határozat);
- *miniszeri rendelet* (pl. lovas szolgáltató tevékenységről szóló rendelet, Turisztikai Célelőirányzat feladatterve, légiforgalmi tájékoztatás rendjéről szóló rendelet)

szabályozza.

### **2.3.1 Turisztikai relevanciával bíró települések rendeleteinek áttekintése**

A rendszerváltást követően, az önkormányzati rendszer kialakításával a 1990. évi C. törvény teremtette meg a feltételeket az önkormányzatok számára a helyi adóztatási jog gyakorlására. A törvényben meghatározott adónemeket, illetékességi területükön, az önkormányzat képviselő testülete által alkotott *rendelet útján* vezetik be. A helyi adó bevezetésének célja az önkormányzat önállóságának biztosítása és a helyi adóztatási jog gyakorlása. Az új rendszer az önkormányzatokat nagyobb önállóságra és több feladatellátásra készíti, ugyanakkor megteremti annak feltételét is, hogy a helyi adóztatási rendszeren keresztül növeljék a társadalmi és gazdasági jólétet.

Az egyes településeken befolyó idegenforgalmi adó és az ezt kiegészítő állami támogatás felhasználásáról ugyanis a helyi önkormányzatok döntenek, és a helyi településfejlesztési céloknak megfelelően a *helyi turisztikai tevékenység támogatását szolgálják*.

(Helyi rendelet útján ugyanakkor egyéb, a turizmussal összefüggő, illetve arra hatással lévő tevékenységek is szabályozhatók. Ilyen például a településképző szabályozása, zaj rendelet,

városmarketing és turisztikai stratégiák elfogadása, helyi rendelet védett természeti értékké nyilvánításról, helyi és megyei értéktár bizottságok létrehozásáról és működtetéséről szóló rendelet.)

Magyarország helyi önkormányzatairól szóló 2011. évi CLXXXIX. törvény a 13. § (1) 13. pontjában rögzíti a helyi adóval, gazdaságszervezéssel és a turizmussal kapcsolatos feladatok ellátási kötelezettségét a települési önkormányzatokra vonatkozóan. A helyi turizmust támogató tevékenységnek minősül minden olyan turisztikai tevékenység, amely az önkormányzat turisztikai célú kiadásai keretében valósul meg. A hatályos jogi szabályozás alapján turisztikai célú kiadásnak minősül:

- turisztikai fejlesztések végzése összhangban a stratégiával
- turisztikai fejlesztéseket és marketing tevékenységet megalapozó kutatások
- a település népszerűsítésével kapcsolatos marketing kiadások
- rendezvényekkel kapcsolatos költségek
- turisztikai tevékenységet folytató intézmények fenntartásához kapcsolódó kiadások
- infrastrukturális kiadások

Jász-Nagykun-Szolnok megyében 78 település található, melyből 22 város 56 község. A települések eltérő turisztikai adottságokkal rendelkeznek, ezért annak megállapítására, hogy mely települések rendelkeznek turisztikai relevanciával, az alábbi kritériumrendszert tartjuk szakmailag megalapozottnak.

*Turisztikai relevanciával bíró településnek* azt tekintjük jelen program során, amely település:

- **kereskedelmi szálláshelyeinek vendégéjszaka száma** az elmúlt 5 év során elérte vagy meghaladta az **5.000 db/év** mutatószámot (KSH adatbázis alapján) és/vagy
- rendelkezik legalább egy darab regionális vagy országos hatókörűnek tekinthető attrakcióval, programmal.

A szempontrendszer alapján az alábbi települések tekinthetők „turisztikai relevanciával bíró település”-nek Jász-Nagykun-Szolnok megyében:

*3. táblázat: Turisztikai relevanciával bíró települések besorolása Jász-Nagykun-Szolnok megyében*

| Település            | Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka száma eléri az 5.000 db/év-et (2013-2018) | Rendelkezik legalább egy regionális/országos attrakcióval, programmal | Megjegyzés                                                                                                                         |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Abádszalók</b> | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része; Tisza-tó; szabadstrand; vízisportok; Tisza-tó Tortája, „Egy csepp Tisza-tó” termékek |

| Település          | Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka száma eléri az 5.000 db/év-et (2013-2018) | Rendelkezik legalább egy regionális/országos attrakcióval, programmal | Megjegyzés                                                                                                                                                                                       |
|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Berekfürdő      | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része, gyógy- és strandfürdő; Nagykunság aranya gyógyvíz                                                                                                  |
| 3. Cserkeszőlő     | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *gyógy- és strandfürdő                                                                                                                                                                           |
| 4. Jászapáti       | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *strandfürdő                                                                                                                                                                                     |
| 5. Jászberény      | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *állat- és növénykert, Jász Múzeum, Csángó Fesztivál, jász hagyományok, Lehel kürt                                                                                                               |
| 6. Jászszentandrás | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *fürdő                                                                                                                                                                                           |
| 7. Karcag          | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | * Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része; lombkorona tanösvény, Györffy István Nagykun Múzeum, Ferdinánd, Karcagi Birkafőző Fesztivál, kun lovas hagyományok, biogazdálkodás és biotermékek |
| 8. Kétpó           | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Almásy-kastély, lovastúra, Alföldi Betyárétel Főző Fesztivál                                                                                                                                    |
| 9. Kisújszállás    | nem ismert*                                                                        | ✓**                                                                   | *a település nem rendelkezik min. 3 kereskedelmi szálláshellyel, ezért nem érhető el adat<br>**Kumánia Hotel és Fürdő komplexum                                                                  |
| 10.Kunhegyes       | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Kunkapitány ház, falusi turizmus, strandfürdő                                                                                                                                                   |
| 11.Kunmadaras      | -                                                                                  | ✓*                                                                    | * Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része; Hungarian Drag                                                                                                                                    |

| Település        | Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka száma eléri az 5.000 db/év-et (2013-2018) | Rendelkezik legalább egy regionális/országos attrakcióval, programmal | Megjegyzés                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |                                                                                    |                                                                       | Aréna motoros rendezvényei                                                                                                                                                                                                     |
| 12.Martfű        | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *Martfű Termal Spa                                                                                                                                                                                                             |
| 13.Mezőtúr       | -                                                                                  | ✓                                                                     | *East Fest, Túri Fazekas Múzeum                                                                                                                                                                                                |
| 14.Nagykörű      | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *cseresznye, Nagy Befőzés, helyi termelői vásárok                                                                                                                                                                              |
| 15.Rákóczi falva | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Macimúzeum és Madárpark                                                                                                                                                                                                       |
| 16.Szolnok       | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *RepTár, Damjanich János Múzeum, szolnoki habos isler, Sörárium, Tiszaligeti fürdő (2022-től), Szolnoki Vár (2020-tól), gyógyvíz, Szolnoki Gulyás Fesztivál, Szolnoki Tiszavirág Fesztivál                                     |
| 17.Tiszaderzs    | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt turisztikai fejlesztési térség része                                                                                                                                                                       |
| 18.Tiszaföldvár  | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tiszazugi Földrajzi Múzeum, fürdő                                                                                                                                                                                             |
| 19.Tiszafüred    | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | * Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része, Tisza-tó; Tiszafüredi Halasnapok, Természet Operaháza, Tisza-tavi Kerékpáros Centrum, szabadstrand, vízitúra központok és tanösvény hálózat, Mancsos Pancsoló, tiszai halételek |
| 20.Tiszaigar     | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része, arborétum                                                                                                                                                                        |
| 21.Tiszajenő     | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Mira keserű-gyógyvíz                                                                                                                                                                                                          |
| 22.Tisza kört    | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *arborétum                                                                                                                                                                                                                     |

| Település            | Kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszaka száma eléri az 5.000 db/év-et (2013-2018) | Rendelkezik legalább egy regionális/országos attrakcióval, programmal | Megjegyzés                                                       |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 23. Tiszaörs         | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része, fürdő              |
| 24. Tiszasüly        | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *kolopi gyógyiszap                                               |
| 25. Tiszaszentimre   | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része                     |
| 26. Tiszaszőlős      | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része                     |
| 27. Tomajmonostora   | -                                                                                  | ✓*                                                                    | *Tisza-tavi kiemelt fejlesztési térség része                     |
| 28. Törökszentmiklós | ✓                                                                                  | -                                                                     |                                                                  |
| 29. Túrkeve          | ✓                                                                                  | ✓*                                                                    | *termál és strandfürdő, Kevi Juhászfesztivál, kevi birkapörkölt, |

A fenti táblázat alapján Jász-Nagykun-Szolnok megye **29 települése** sorolható a meghatározott szempontok alapján a „turisztikai relevanciával bíró települések” közé, ez az összes település 37,1%-át jelenti.

Ha következtetéseket kívánunk levonni, akkor szükséges azt is vizsgálni, hogy Jász-Nagykun-Szolnok megye hány településének képviselő-testülete hozott rendeletet idegenforgalmi adó kivetéséről.

A nyilvánosan elérhető adatok alapján 2018.december 31-ig az alábbi 25 településen van hatályban olyan önkormányzati rendelet, amely idegenforgalmi adó megfizetését írja elő Jász-Nagykun-Szolnok megyében:

*4. táblázat: Kimutatás az idegenforgalmi adót szedő településekről Jász-Nagykun-Szolnok megyében*

| Település          | IFA mértéke Ft/éj/fő | Vonatkozó rendelet meghozatalának éve | Megjegyzés Turisztikai relevanciával bíró település, I/N |
|--------------------|----------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1. Abádszalók      | 450                  | 2015                                  | I                                                        |
| 2. Berekfürdő      | 450                  | 2016                                  | I                                                        |
| 3. Csépa           | 300                  | 2015                                  | N                                                        |
| 4. Cserkeszlő      | 500                  | 2018                                  | I                                                        |
| 5. Jászapáti       | 250                  | 2018                                  | I                                                        |
| 6. Jászberény      | 300                  | 2011                                  | I                                                        |
| 7. Jászboldogháza  | 250                  | 2015                                  | N                                                        |
| 8. Jászszentandrás | 350                  | 2016                                  | I                                                        |
| 9. Karcag          | 440                  | 2015                                  | I                                                        |

|                      |        |                            |   |
|----------------------|--------|----------------------------|---|
| 10. Kétpó            | 400    | 2012                       | I |
| 11. Kisújszállás     | 400    | 2011                       | I |
| 12. Kunhegyes        | 200    | 2007                       | I |
| 13. Kunszentmárton   | 100    | 2016                       | N |
| 14. Martfű           | 500    | 2015                       | I |
| 15. Mezőtúr          | 200    |                            | I |
| 16. Nagykörű         | 200    | adat nem áll rendelkezésre | I |
| 17. Szolnok          | 350    | 2003                       | I |
| 18. Tiszaderzs       | 100    | 2015                       | I |
| 19. Tiszaöldvár      | 390    | 2012                       | I |
| 20. Tiszafüred       | 450    | 2017                       | I |
| 21. Tiszaörs         | 150    | 2015                       | I |
| 22. Tiszaroff        | 300    | 2010                       | I |
| 23. Tiszaszőlős      | 300    | 2015                       | I |
| 24. Törökszentmiklós | 200    | 2016                       | I |
| 25. Túrkeve          | 400    | 2002                       | I |
| JNSZ megyei átlag:   | 317,20 |                            |   |

### 2.3.2 Az idegenforgalmi adó bevételek szerepe Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusában

A helyi adókról szóló, többször módosított 1990. évi C. törvény (a továbbiakban: Htv.) ad felhatalmazást a települési önkormányzatoknak arra, hogy illetékességi területükön, saját rendeletükkel helyi adókat vezessenek be. A helyi adó egy olyan eszköz, amelyet az önkormányzatok saját bevételei közé sorolhatunk, hiszen döntési jogkörrel rendelkeznek a helyi adó mértékének meghatározása tekintetében. Fiskális jellegéből fakadóan a helyi adók – a helyi haszonelvű adóztatás is – azon alapszik, hogy aki önkormányzati szolgáltatást vesz igénybe, attól joggal elvárható, hogy hozzá is járuljon a közterhekhez.

A hatályos jogszabályok alapján a helyi adóknak az alábbi típusait és fajtáit különböztetjük meg:

- I. Vagyoni típusú adók:
  - o Épitményadó
  - o Telekadó
- II. Kommunális jellegű adók:
  - o Magánszemélyek kommunális adója
  - o Vállalkozók kommunális adója
  - o Idegenforgalmi adó
- III. Helyi iparüzési adó

Az üdülőépület után fizetendő idegenforgalmi adókötelezettség 2011. január 1-től megszűnt, míg a tartózkodás után fizetendő idegenforgalmi adó továbbra is hatályos.

*Idegenforgalmi adó fizetési kötelezettség* azt a magánszemélyt terheli, aki nem állandó lakosként az önkormányzat illetékességi területén *legalább egy vendégéjszakát eltölt*. A tevékenység sajátosságaihoz igazodó szabályok működnek az idegenforgalmi adó

érvényesítésére, mivel a tartózkodási idő (vendégéjszaka) utáni idegenforgalmi adót az úgynevezett adóbeszedésre kötelezett (pl. az üzemeltető, az üdülőt fenntartó szerv, a helyiség tulajdonosa, a rendelkezni jogosult) szedi be. A helyi idegenforgalmi adó összegéről és átvételéről a vendégnek bizonylatot állít ki. A beszedésre kötelezett a megállapított adót akkor is tartozik megfizetni, ha azt elmulasztotta beszedni. A beszedett adó - a bevallással egyidejűleg - a beszedést követő hónap 15. napján esedékes. Az adófizetési kötelezettség alól mentességet élveznek például a 18 év alattiak; a fekvőbeteg-szakellátásban vagy szociális intézményben ellátott személyek; az üdültulajdonos hozzátartozói; a közép- és felsőfokú oktatási intézmény tanulói vagy hallgatói jogviszonya alatt állók akkor, ha szakképzés keretein belül tartózkodnak az önkormányzat illetékességi területén, és töltenek ott legalább egy vendégéjszakát. Önkormányzati rendelet ezen felül egyéb mentességi jogosultságokról is rendelkezhet. Az idegenforgalmi adó mértékéről az önkormányzatok döntenek. Mértéke nem haladhatja meg a szállásért kért ellenérték 4%-át, amely 2018-ban *maximum 506 Ft*. Egységes mértékről azonban nem beszélhetünk, hiszen mint ahogy a 4. táblázat is mutatja, településenként eltérő összeg állapítható meg.

A költségvetésről szóló törvények biztosították a helyi önkormányzatok számára, hogy a beszedett idegenforgalmi adó minden forintja után további kiegészítő támogatást kapjanak a központi költségvetésből. Ez 2017. előtt 1,55 forint volt. *2017-től 1,0 Ft az IFA után járó állami kiegészítő támogatás*. Ugyanebben az évben az ún. nagy adóerő-képességű önkormányzatoknál megjelent a szolidaritási hozzájárulás, amelyet a magas – 32.000 Ft feletti - egy lakosra jutó adóerőképességgel rendelkező települések egy része teljesít a központi költségvetés felé. Amennyiben fennáll a szolidaritási hozzájárulási fizetési kötelezettség, úgy azt az IFA után járó kompenzációból írja jóvá az állam, csökkentve az önkormányzatok saját bevételét.

Az idegenforgalmi adó napjainkban is fontos bevételi tényező az önkormányzati turisztikai feladatellátásban, ugyanakkor településenként eltérő jelentőséggel bír.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 dokumentumban kitűzött nagyszabású célok megvalósításához a turizmusban érintett valamennyi szereplőnek – beleértve az önkormányzatokat – minden pénzügyi forrásra szüksége van. Ebben van szerepe az idegenforgalmi adónak, hiszen az IFA és a kiegészítő állami támogatás legfontosabb célja a turizmus fejlesztése. Ezért **fontos, hogy „az önkormányzatok felismerjék a turizmusba visszaforgatott források** – más ágazatoknál nagyobb multiplikátorral bíró – **gazdaságösztönző, munkahelyteremtő hatását és az így befolyó összeget akkor is turisztikai célokra használják, ha az adóbevétel felhasználásáról nem kell számot adniuk, csak a beszedett adó összegéről kell évente tájékoztatással élni.**

**Jász-Nagykun-Szolnok megye vonatkozásában** az idegenforgalmi adóval kapcsolatban az alábbi megállapítások tehetők:

- Az idegenforgalmi adó mértéke Jász-Nagykun-Szolnok megyében 100-500 Ft/fő/éj között mozog.
- Jász-Nagykun-Szolnok megyében az **IFA átlagos összege: 317,2 Ft**.
- a megye településeinek **32,0%-a szed IFA-t.** ( 78-ból 25)
- **Cserkeszlő és Martfű országos szinten is a kiszabható legmagasabb IFA összeget (500 Ft) szedi.** Ha megnézzük a két település kereskedelmi és magán szálláshelyein

eltöltött vendégéjszaka számra vonatkozó statisztikát (KSH, Tájékoztatási adatbázis, 2018), akkor a következő nagyságrendű bevétel keletkezhetett idegenfogalmi adóbevétel címén 2018. évben:

- **Cserkeszlő:**  $152.260 \text{ (ker. szálláshely vendégéjszaka)} + 51.666 \text{ (üzleti célú szálláshely vendégéjszaka)} = 203.916 \times 500 = \mathbf{101\,958\,000 \text{ Ft}}$
- **Martfű:**  $28.485 \text{ (ker. szálláshely vendégéjszaka, üzleti célú adat nem regisztrált)} \times 500 \text{ Ft} = \mathbf{14\,242\,500 \text{ Ft}}$
- Igaznak tekinthető a megyére vonatkozóan az az általános megállapítás, hogy a turisztikailag frekvenciált területeken fizetendő IFA jelentősen meghaladja a kevésbé népszerű, kevésbé látogatott településeken meghatározott összeget.

Fentiekből látható, hogy egy jelentős turisztikai adottsággal és vendégforgalommal rendelkező kis méretű település költségvetésében jelentős bevételt jelenthet az IFA, mely sokrétű turisztikai tevékenység ellátását – kiadványok készítése, honlap és közösségi felületek működtetése, TOURINFORM iroda működtetése, turisztikai szereplők képzése, helyi turisztikai együttműködések ösztönzése, turisztikai vonzerővel bíró programok szervezése – támogathatja, és a foglalkoztatásra is kedvező hatást gyakorol.

Végezetül érdemes összevetni, hogy a turisztikai relevanciával bíró települések közül melyek azok, ahol nincs IFA bevétel, majd megvizsgálni, hogy az önkormányzatnak mely településeken érdemes fontolóra venni IFA kivetését.

Turisztikai relevanciával bíró település kategóriába sorolt, de IFA rendelettel nem rendelkező települések a megyében: Kunmadaras, Rákóczi falva, Tiszaigar, Tiszajenő, Tiszakürt, Tisasüly, Tiszaszentimre, Tomajmonostora.

A felsoroltak közül a kunmadarasi Hungarian Drag Arénában szervezett több napos, több ezer motorsport rajongót megmozgató rendezvények és az ide érkező vendégek szálláshely igénye alátámaszthatja az IFA bevezetésének létjogosultságát Kunmadaras településen.

A Tisza-tavi kiemelt turisztikai térséghez tartozó települések – Tiszaigar, Tiszaszentimre, Tomajmonostora - a térségbe érkező megnövekvő látogatószám és korlátozott szálláshely kapacitásra alapozva vehetik fontolóra az IFA bevezetését.

### **2.3.3 Mikro-, kis- és középvállalkozások turisztikai célú támogatása a 2014-2020-as uniós fejlesztési ciklusban**

A 2014-2020-as európai uniós fejlesztési ciklusban a turisztikai piac szereplői számára mind hazai forrás mind európai uniós forrás rendelkezésre áll fejlesztéseik támogatására. Ha egy kicsit távolabbra tekintünk, és a hazai turizmusfejlesztés nagykönyvének számító Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 dokumentumot nézzük, akkor az abban foglaltak szerint az ágazat támogatására az elkövetkező tíz esztendőben

- 574,6 milliárd forint hazai költségvetési forrás és
- 262,18 milliárd forint uniós fejlesztési forrás kerül a rendszerbe.

Nézzük meg, hogy turisztikai szektorban működő mikro-, kis- és középvállalkozások számára 2014-2020 között milyen támogatási lehetőségek állnak rendelkezésre.

- Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP)

A Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program a magyar gazdaság fenntartható növekedését, a magas hozzáadott értékű termelés és a foglalkoztatás bővítését tűzte ki fő célként úgy, hogy a hazai foglalkoztatási ráta elérje a 75%-ot. A GINOP keretein belül közvetve vagy közvetlenül is lehet/lehetett pályázatot benyújtani turisztikai célú beruházásokra a kevésbé fejlett régiók területén, azaz Pest megye és Budapest kivételével :

- 1.prioritástengely: kis- és középvállalkozások versenyképességének javítása
- 3.prioritástengely: Infokommunikációs fejlesztések (vállalati folyamatmenedzsment, vállalati mobilalkalmazás fejlesztése, szemléletformálás, felhőalapú szolgáltatások fejlesztése)
- 4.prioritástengely: Energetikai fejlesztések (épületenergetikai fejlesztések, megújuló energiaforrás hasznosítása)
- 5. prioritástengely: Foglalkoztatás ( álláskereső támogatása – itt nem pályázhatnak kkv-k, de hasznélvezői a megvalósításnak; gyakornoki program; rugalmas foglalkoztatás elterjesztése)
- 6. prioritástengely: Versenyképes munkaerő ( munkavállalók idegen nyelvi készségének fejlesztése)
- 7. prioritástengely: Turizmus ( *kkv-k nem pályázhatnak!*)
  - o Nemzeti Kastély és Várprogram
  - o Aktív turisztikai hálózatok infrastruktúrájának fejlesztése
  - o Gyógyhelyek komplex turisztikai fejlesztése
  - o Egyházi kulturális örökség turisztikai fejlesztése
  - o Nemzeti parkok komplex turisztikai fejlesztése
  - o Világörökségi helyszínek fejlesztése
  - o Turisztikai attrakciók minősítési feltételrendszerének kidolgozása
  - o Turisztikailag frekventált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése
- 8. prioritástengely: Pénzügyi eszközök ( kkv-k versenyképesség növelése- hitel)
- a Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP)  
Ld. GINOP prioritások Pest megye és Budapest területi illetékességgel.
- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)

A TOP 1344,9 milliárd forintos hazai keretéből összesen 119,1 milliárd forint turizmusfejlesztési célú beruházások megvalósítását szolgálja. A TOP küldetése, hogy valamennyi megye, térség és település vonatkozásában megtalálja és erősítse azokat a fejlődési elemeket, amelyek segítségével lehetőségeik, erőforrásaik kibontakoztathatóvá és aktivizálhatóvá válhatnak. A célok megvalósításához a TOP *elsősorban az önkormányzatok fejlesztései* számára biztosít forrásokat, közvetlen kedvezményezettjei nem lehetnek kkv-k, mégis szót kell ejteni róla a turisztikai források tekintetében, mert a megvalósuló projektek esetében kiemelten fontos a helyi vállalkozások és a turizmusban érintett szereplők közötti együttműködések fejlesztése, a szolgáltatói és infrastrukturális hiányosságok csökkentése, a vendégek számára teljes körű élmény biztosítása, valamint a szezonális ingadozás mérséklése.

A Terület- és Településfejlesztési Operatív Program keretében Jász-Nagykun-Szolnok megyében a társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztési

projektekre 4,803 Mrd forint áll rendelkezésre, amely a teljes megyei TOP keret 9%-a. A TOP-os források részletesebb elemzése az 5.3. pontban olvasható.

- Vidékfejlesztési Program

A Vidékfejlesztési Program elsődlegesen a mikro-, kis- és középvállalkozások támogatásával a munkaerő-igényes ágazatok beruházásaira – mint pl. a kertészet, az állattenyésztés, az élelmiszeripar – helyezi a hangsúlyt, valamint a környezeti változásokhoz való alkalmazkodást segíti. A program egyik fő célja, a Közös Agrárpolitikával összhangban, életképes élelmiszer előállítás, fenntartható gazdálkodás a környezeti erőforrásokkal, és a vidéki területek kiegyensúlyozott fejlődésének biztosítása. A Vidékfejlesztési Program közvetlen vagy közvetett kedvezményezettjei lehetnek mezőgazdasági termelők, erdőgazdálkodók, élelmiszerfeldolgozók.

A VP keretében a turizmushoz közvetve vagy közvetetten kapcsolódó alábbi tevékenységek támogatására lehet pályázni: pl. tájékoztatási szolgáltatás, szakmai tanulmányút, gyakornoki program, borászati fejlesztés, kertészeti ágazat fejlesztése, mezőgazdasági termékek feldolgozásának fejlesztése, ökológiai gazdálkodás támogatása, termelői csoportok létrehozása, kis gazdasági szereplők együttműködése, fiatal gazdák támogatása, nem mezőgazdasági tevékenység – falusi turizmus, agroturizmus – beindításának és fejlesztésének támogatása.

A **LEADER program** keretében a Helyi Fejlesztési Stratégiákhoz (HFS) illeszkedő projektek támogatása kapcsán lehetőség van turisztikai vonatkozású programok megvalósítására mikro-kis- és középvállalkozások számára is.

- Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program

A Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program minden idők legnagyobb hazai turisztikai fejlesztéseket összefogó kormányzati ernyőprogramja, amelynek célja, hogy 2030-ig Magyarországot Közép-Európa turisztika központjává tegye. Ezt olyan desztinációs szemléletű, innovatív és komplex turisztikai fejlesztési projektek támogatásával éri el, amelyek gazdaságilag fenntarthatók, és az egyes termékek összekapcsolódásán keresztül erősítik a térségi kínálatot, oldják a turizmus szezonális egyenlőtlenségeit. A Kisfaludy Program az uniós támogatások mellett jelentős hazai költségvetési forrásokra is épít, így a hagyományos beavatkozási pontokon - kiemelt attrakciófejlesztés - túl olyan területeken is alkalmazható (pl. szálláshelyfejlesztés), amelyekre a 2014-2020-as tervezési időszak pályázati konstrukciói keretében uniós fejlesztési forrás nem biztosítható.

Jelentőségét mutatja, hogy egyik meghatározó alappillére a kormány által elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030-nak, amelynek kiemelt célja a minőségi élménykínálat létrehozása a hazánkba érkező külföldi és belföldi turisták számára.

A minőségi élménykínálat kialakításához szorosan kapcsolódik a turisztikai infrastruktúra meghatározó elemének számító szálláshelyek fejlesztése is. A Kisfaludy Program zászlóshajójaként hazai forrásból újtúra indított Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Konstrukció 2030-ig tartó futamideje alatt mintegy 300 milliárd forintos fejlesztéssel lehetővé teszi a szálláshelyek minőségi megújulását, szintlépését.

Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2017-ben nyílt meg a Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Konstrukció keretében panzió üzemeltetők, tulajdonosok számára szálláshelyfejlesztési forrás megpályázására.

## 2.4 A helyi termékek társadalomra és kultúrára gyakorolt hatásai

### 2.4.1 A helyi termék fogalma

A helyi termék meghatározása nincs merev szabályok és fogalmi definíciók közé szorítva<sup>9</sup> Fő jellemzője, hogy a termelés, feldolgozás és az értékesítés, valamint a fogyasztó a lehető legközelebb vannak egymáshoz, rövid az ellátási lánc. A távolságok azonban értelemszerűen a terméktől, a régiótól és a körülményektől függően változhatnak.

A helyi termékek domináns csoportját alkotják az élelmiszerek (feldolgozás nélküli és feldolgozott élelmiszerek). Az élelmiszer bizalmi termék. A fogyasztó bizalma vagy bizalmatlansága befolyással van egy-egy termék pályájára, sikerére vagy kudarcára. A termelés, élelmiszer előállítás módja és technológiája, az alapanyagok származása, minőségi jellemzői, vagy a termelő-, előállító személye is alakítja a helyi termékek iránti bizalmat. A bizalom alapulhat tapasztalaton, vagy sok egyéb információn. A bizalmat élvező, minőségi helyi termék előállításához legfontosabb a – sok esetben hagyományokból táplálkozó – termelői tudás és tapasztalat.

Rendkívül fontos a helyi termékek iránti bizalom megszilárdításában a termelők tudásának fejlesztése, még akkor is, ott is, ahol nincs jogszabályban előírt képesítési, vagy továbbképzési követelmény.

A helyi termék jogszabályi definíciója, a 123/2009 FVM rendelettel módosított és kiegészített 141/2008. (X. 30.) FVM (1) m) pontja meghatározása szerint „*helyben előállított, helyben honos vagy helyben megtermelt alapanyagból hagyományos, illetve az adott térségre jellemző technológiával, eljárással készült nem nagyüzemi termék, vagy gyáripari technológiával, eljárással készült, mikro- vagy kisvállalkozás által előállított, feldolgozott termék*”

A helyi termék meghatározását kiegészítik, ill. árnyalják a következő szakirodalmi idézetek: „...helyben megtermelt vagy összegyűjtött alapanyagokból, helyben kialakult eljárások (receptek) alkalmazásával, többnyire kisüzemi keretek között előállított, esetleg csomagolásukban is helyi anyagokat, helyi kulturális elemeket felhasználó, ily módon a hely sajátosságait megjelenítő termékeket. Másrészt a helyi munkaerővel a helyi – kb. 50 km sugarú körön belüli – lakossági igényeket kielégítő termékek sorolhatók ebbe a körbe.”<sup>10</sup>

Magosfa Alapítvány definíciójában szereplő kritérium, hogy minimum 51%-ban helyi hozzáadott értéket (munkaerő, alapanyag) tartalmaz.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Helyi termék kézikönyv. Szerk.: Szomi Edina. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, 2016.

<sup>10</sup> A helyi termék szerepe és jelentősége a vidékfejlesztésben, márkáépítés. Nagy Katalin turisztikai szakértő, mesteroktató, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

<sup>11</sup> Mi a helyi termék. [http://www.orszagoshelyitermek.hu/helyi\\_termek](http://www.orszagoshelyitermek.hu/helyi_termek)

Huflesz Mihály meghatározásában a helyi termékek olyan termékek, amelyek általában kisebb mennyiségben készülnek, egyedi adott térségre jellemző karakterük van.<sup>12</sup>

A helyi termékek másik jelentős csoportját alkotják a kézműves termékek. A kézműves szó klasszikus jelentése: önálló termelőtevékenységet alapjában véve gépek igénybevétele nélkül folytató iparos. Tudjuk ugyanakkor, hogy korunkban a „kézműves szakkör”, a „kézműves bolt” kifejezések általában hobbitevékenységet takarnak, tehát fontos tisztázni, hogy gyűjtésünk kifejezetten csak azoknak a szakmáknak a gyűjtését vállalta fel, amely hagyományos alapokon nyugszik és műveléséhez szaktudás megszerzése szükséges. (Így a még oly népszerű dekupázs, vagy az üvegfestés és még néhány szakköri tevékenység kimaradt a gyűjtésünkéből.)

A szakirodalom – különösen az utóbbi évtizedeket e témájú tanulmányai – a kézművesség fogalmának meghatározásakor egy tágabb és egy szűkebb értelmezését látja szükségesnek. Tágabb értelemben az önálló gazdálkodáshoz kötődő házkörűli munkáktól a gyáriparral bezárólag minden tevékenység a kézművességhez sorolandó.

A szűkebb értelmezés szerint csak azok a kézművesek, kisiparosok tartoznak ebbe a körbe, akik valamilyen önálló tevékenységet üznek vagy/és szolgáltatást biztosítanak.

Gazdag tárgyalkotó népművészeti, kézműves hagyományunk mély, ezeréves gyökerekre nyúlik vissza. Nemzeti, kulturális identitásunk része, nemzeti önkifejeződésünk eszköze, jellegénél fogva egyedi, rendkívüli értéket hordoz magában. A kézművesség, mint gazdasági és kulturális tevékenység, közösségformáló, egészségterápiában, rehabilitációban alkalmazható módszer és lehetőség, személyiségformáló, identitásalakító erő.<sup>13</sup>

#### **2.4.2 A helyi termékeknek több dimenzióban van szerepük a helyi társadalom és gazdaság fejlődésében**

A helyi élelmiszer rendszerek, helyi termékek támogatják a helyi és regionális gazdaságot<sup>14</sup>; alapvető szintű élelmiszer-önellátást biztosítanak; önfoglalkoztatási lehetőséget, munkahelyeket teremtenek; autentikus, hagyományos, eredeti, fenntartható, szezonális, vagy egyéb, a helyi lakosság által nagyra értékelt tulajdonságai révén kínálatuk erősíti a társadalmi kohéziót és a közösségi szellemet, környezetbarát magatartásra, aktív állampolgári részvételre ösztönzi a helyi közösséget; a helyi termékek értékesítése révén a fogyasztók és a termelők szorosabb kapcsolatban állnak egymással, a személyes ismeretség révén bizalmi kapcsolat jön létre; értékesítése során a termelési rendszerek környezetileg fenntarthatóbbak, csökken az élelmiszerek szállítási útja, egyúttal lehetőség nyílik a szerves hulladékon, maradékanyagokon és megújuló energián alapuló körfolyamatok létrehozására; hozzájárulnak a biológiai sokféleség fenntartásához és a kipusztulóban lévő gyümölcs-, zöldségfélék, valamint állatfajok fennmaradásához.<sup>15</sup>

---

12 Huflesz M., *Termeljünk helyi terméket: lesz munka, jobb lesz a gazdaság és még értékeket is őrzünk!* [http://munkaado.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403\\_termeljunk\\_helyi\\_termeket\\_lesz\\_munka\\_jobb\\_lesz\\_es\\_is](http://munkaado.nyugat.hu/tartalom/cikk/34403_termeljunk_helyi_termeket_lesz_munka_jobb_lesz_es_is).

13 Dr. Barancsi Ágnes, Debreceniné Barancsi Emese, Pusztai Zsolt, Szabó András, Takácsné Bán Erzsébet *Népi kismesterségek hagyományai és művelői Jász-Nagykun-Szolnok megyében (Kihalóban lévő vidéki kézművesség). Túr-Agro Bt., Mezőtúr, 2013.*

14 Szakértői tanulmányok szerint a helyben elköltött 100 Ft a helyi gazdaság szereplői számára 200 Ft bevételt jelent. A termelés során létrejövő hozzáadott érték helyi szinten jelenik meg, helyi szinten járul hozzá az egzisztenciák fejlődéséhez.

15 Helyi termék kézikönyv. Szerk.: Szomi Edina. Nemzeti Agrárgazdasági Kamara, 2016.

A helyi termékek fogyasztása kevésbé szennyezi a környezetet, mert a környezetet kevésbé terheli a szállítással járó szennyezés. A vegyszertakarékos gazdálkodást az újonnan nemesített „nagyüzemi” gyümölcsfajták kevésbé bírják, viszont a régi, hagyományos fajták sokkal ellenállóbbak a betegségekkel szemben, így mivel a fogyasztó ezt igényli, újra visszatérhetnek a régi idők ízei.

A helyi ételkészítés segíti a fogyasztót az évszakokkal harmóniában élni. A helyi élelmiszerek íze jobb, a helyi zöldségek, gyümölcsök tovább érnek. Minden helyi termékhez tartozik egy helyi történet is. A hagyományos receptek, őshonos gyümölcsfák, régi mesterségek művelői mind hozzájárulnak ahhoz, hogy a régről hozott örökséget mi is továbbadhassuk az utóknak. A helyi termékek értékesítése hozzájárul a diverzitáshoz.

A helyi termék előállításának erősíti a térségi identitást, arculatot formáló, térséget azonosító szimbólumrendszert biztosít a lokalitásnak. Továbbá hozzájárul a helyi tudás bővítéséhez, a lokálpatriotizmus erősödéséhez, pozitívan hat a fogyasztói magatartásra.

A helyi termékek térségi szintjei G. Fekete Éva meghatározása alapján<sup>16</sup>

Belső piac ellátása és önellátás: Értékesítés az ott élőknek; az alapellátás biztosítása. Olcsó, egészséges, mindennapi szükségleteket kielégítő termékek. Tipikus értékesítési helyek a helyi kisboltok, termelői piacok.

A belső piac és a térségbe látogatók igényeinek kielégítése: Helyben értékesítés, de már megjelennek az egyedi, táji jellegzetes tulajdonságok. A termék lényege a termelő ismertségéből származó bizalom, egyedi, helyi anyagok, ízek, formák. Jellemzőek a kulturális hagyományok, az értékesítés programként is felfogható. Az előállítás helye önmagában garancia, ezt további tanúsítványok, védjegyek is erősíthetik.

Külső piacra előállított termékek: A térségre jellemző sajátosságokkal rendelkeznek, egyedi, exkluzív termékek. Előállításuk települési szinttől felfelé értelmezhető. (pl. hungarikumok). Ugyanezen szempontokat követve Kiss Márta szintén három típust határoz meg, a „szükségletellátó”, a „márkaépítő” és a kevert típusokat.<sup>17</sup>

A kézművesség, benne a tárgyalakító népművészet nemcsak kulturális kincs, hanem a vidéki gazdaságba szervesen illeszkedő, a falusi turizmussal, vendéglátással, sok más vidéki szolgáltatással, a mezőgazdasági melléktermékek hasznosításával összekapcsolható, a vidéki foglalkoztatásban szerepet játszó, a vidék lakossága számára fő vagy kiegészítő gazdasági tevékenységet jelentő terület.

Hozzájárul a helyi munkahelyteremtéshez és ezáltal a vidék népességmegtartó képességének erősítéséhez; növeli a termékek értékét, és a helyi értékesítéssel a jövedelem helyben tartásához járul hozzá, ugyanakkor csökken a termékek szállítási igénye, ezzel a közvetítői (elosztási csatornák) költségei is csökkenthetők; a környezetkímélő termesztési/gyártási technológiákon

---

16 Idézi: Dr. G. Fekete Éva: *Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálfölgyében. Kutatási zárótanulmány*, 2009.november 30.

17 Kiss Márta: *Helyi termék, mint továbbélés? A helyi termék-előállítás szerepe és típusai a hátrányos helyzetű térségekben. Erdélyi Társadalom – 14. évf. 1. szám - Vidékfejlesztés*

kívül a kisebb szállítási igény alacsonyabb környezetterhelést okoz; erősíti a helyi/regionális identitást, kötődést; elősegíti a falusi, zöld, aktív turizmus fejlődését a vidéki térségekben; friss, egészséges termékek gyors eladása, gyors visszacsatolás, szabályozás termelő és fogyasztó között.

A kulturális alapú gazdaságfejlesztés egyik eszköze a helyi termék előállítás és értékesítés.

A muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. Törvény (Kultv.) 76. § (1) szerint a települési önkormányzat kötelező feladata a helyi közművelődési tevékenység támogatása. A közművelődési alapszolgáltatások között nevesíti a kulturális alapú gazdaságfejlesztést.

Az önkormányzat mint feladatellátó az alapszolgáltatás biztosítása érdekében programokat, tevékenységeket és szolgáltatásokat szervez, támogatja azok megvalósítását, hozzásegít az információs és kommunikációs technológiák, a digitalizáció kulturális alapú használatához.

A kulturális gazdaságfejlesztés eszközei: a helyi szellemi, épített és természeti örökségre építő közösségi és kreatív gazdaságot fejlesztő programok; az egyéni és közösségi tudást és kreativitást erőforrásként értelmező helyi gazdaságfejlesztés; a kulturális terület- és településfejlesztés, a helyi vállalkozás- és termékfejlesztés, a kreatív iparral, a kulturális turizmussal; valamint az információs és kommunikációs technológiák, a digitalizáció kulturális alapú használatával kapcsolatos szakmai tevékenységek.

### **2.4.3 Jogi szabályozás a helyi termékek előállításában és kereskedelmében<sup>18</sup>**

Jellemző gazdálkodási módok a helyi termékek előállításában: mezőgazdasági őstermelő, egyéni vállalkozó, társas vállalkozás (bt., kft.).

Mezőgazdasági őstermelő (egyszemélyes őstermelő, közös őstermelők):

- 16. életévét betöltött, nem egyéni vállalkozó magánszemély, aki a saját gazdaságában a meghatározott termékek előállítására irányuló tevékenységet folytat, és ennek igazolására őstermelői igazolvánnyal rendelkezik.
- Termőföldről szóló törvény szerint családi gazdálkodónak minősülő magánszemély és e magánszemélynek a családi gazdaságban nem foglalkoztatottként közreműködő családtagja.
- Saját gazdaság alatt a termelést ténylegesen végző magánszemély rendelkezési jogosultságát kell érteni az eszközei (ideértve a bérelt eszközöket is), a termelés szervezése és - a vetőmag-bértermelés, a bérnevelés, a bérhizlalás és a kihelyezett állat tartása esetének kivételével - a termelés eredményének felhasználása felett.

Őstermelői igazolvány az őstermelői tevékenységből származó bevételek nyilvántartására alkalmas, hitelesített, kormányrendelet által előírt eljárási rendben kiadott, illetve érvényesített igazolvány, amely tartalmazza

- a mezőgazdasági őstermelő azonosító adatait;

---

*18 A 2019. októberben hatályos jogszabályok alapján.*

- az adókötelezettség teljesítéséhez szükséges egyéb, a kormányrendeletben meghatározott adatokat.

A mezőgazdasági őstermelői tevékenység kezdetének az őstermelői igazolványban feltüntetett időpontot kell tekinteni.

#### Családi gazdálkodó

A családi gazdaság a legfeljebb 300 hektár nagyságú termőföld (ideértve a mező-, erdőgazdasági művelés alatt álló belterületi földet is) tulajdonával, illetőleg haszonbérletével, használatával rendelkező gazdálkodó család valamennyi termőföldje, az ahhoz tartozó leltárban megjelölt ingatlan és ingó vagyontárgyak (épület, építmény, mezőgazdasági berendezés, felszerelés, gép, állatállomány, készlet stb.) hasznosításával, legalább egy családtag teljes foglalkoztatásán és a többi családtag közreműködésén alapuló gazdálkodási forma.

Családi gazdálkodó a Mezőgazdasági Szakigazgatási Hivatalnak a családi gazdaság központja szerinti illetékes területi szervénél nyilvántartásba bejegyzett azon személy, aki

- a családi gazdaság vezetőjeként annak tevékenységi körében jogokat szerezhet és kötelezettségeket vállalhat,
- élethivatalosként mezőgazdasági, illetve mezőgazdasági és kiegészítő tevékenységet folytat,
- mezőgazdasági vagy erdészeti szakirányú képzettséggel rendelkezik, vagy ennek hiányában igazolja, hogy legalább 3 éve folytatja a mezőgazdasági, illetve mezőgazdasági és kiegészítő tevékenységét és ebből árbevétele származott,
- legalább 3 év óta a bejelentett állandó lakhelye a családi gazdaság központjaként megjelölt településen van.

#### Járulékfizetési szabályok, mértékek.

A mezőgazdasági őstermelőtől a kifizetőnek akkor nem kell adóelőleget levonnia, ha a kifizetőnek bemutatja az adóévre hitelesített értékesítési betétlapját, vagy a családi gazdaság tagja e jogállását igazolja a kifizető felé. A mezőgazdasági kistermelőnek - a választott adózási módtól függetlenül - mindaddig nem kell adóelőleget fizetnie, amíg az adóévben elszámolt jogszabály alapján kapott támogatások összegével csökkentett őstermelői tevékenységből származó bevétele a 4 millió forintot nem haladja meg. Az adóelőleg megállapításakor az év elejétől az adott negyedév végéig kell a jövedelmet megállapítani. Az összevont adóalap csökkenthető a feltételek megléte esetén a családi kedvezmény és az első házaspár kedvezménye összegével is. A fennmaradó összeg után az adó mértéke 15 százalék. Ez az összeg tovább csökkenthető az őstermelői adókedvezmény összegével, amennyiben a jövedelmét az őstermelő nem az átalányadózókra vonatkozó szabályok szerint állapítja meg. A fizetendő adó összege tovább csökkenthető a személyi kedvezmény összegével is, amely havonta az adóév első napján érvényes minimálbér 5 százaléka. Az így megállapított összegből le kell vonni az adóév során már befizetett előleget, és a különbözetet kell az adott negyedévre, a negyedévet követő hónap 12-éig befizetni.

Az adóelőleget a magánszemélynek mindaddig nem kell megfizetnie, amíg a fizetendő összeg nem haladja meg a 10 ezer forintot. Amennyiben a mezőgazdasági őstermelőnek - függetlenül

attól, hogy a jövedelmét milyen módszerrel állapítja meg - a támogatások összegével csökkentett őstermelői tevékenységből származó éves bevétele nem haladja meg a 600 ezer forintot, akkor nem kell jövedelmet számolnia és ezt a bevételét nem is kell bevallania. Amennyiben a magánszemély tételesen számolja el költségeit és az előzőekben ismertetett szabályok szerint arról nyilatkozik, hogy az adóévben nem volt a mezőgazdasági kistermelésből jövedelme (nemleges nyilatkozatot ad), akkor nem kell az őstermelői tevékenységre tekintettel a jövedelmét levezetnie. A nyilatkozat a személyi jövedelemadó bevallásban tehető meg.

2018. január 1-jétől módosult az őstermelőkre vonatkozó bevallási rendszer, ugyanis – már a 2017. adóévre vonatkozóan is – adóbevallási tervezetet készít a részükre az adóhatóság a kifizetők által megadott adatok alapulvételével. Az őstermelő választása szerint vagy az adóbevallási tervezet javításával, kiegészítésével és elfogadásával, vagy az 'SZJA – 2018. évre vonatkozóan a 18SZJA – nyomtatvány benyújtásával tehet eleget a bevallási kötelezettségének. Szintén változik az őstermelőkre vonatkozó bevallási határidő: az adóévet követő május 20.

Kistermelői szabályok, kistermelői élelmiszer előállítás bejelentése, értékesítési terület beállítása

A regisztrált kistermelő kis mennyiségű, saját maga által megtermelt alapterméket, illetve abból saját maga által előállított élelmiszert értékesíthet közvetlenül a végső fogyasztóknak, és kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítményeknek a kistermelői tevékenységre vonatkozó rendeletben (52/2010. (IV. 30.) FVM rendelet) meghatározottak szerint.

Kistermelő: az a természetes személy, aki kis mennyiségű, általa megtermelt alaptermékkel, vagy általa betakarított, összegyűjtött vadon termő alaptermékkel, vagy kis mennyiségű, általa megtermelt alaptermékéből előállított élelmiszerral közvetlenül a végső fogyasztót, illetve a régióon belüli vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva a Magyar Köztársaság területén legfeljebb 40 km távolságon belüli kiskereskedelmi vagy vendéglátó, illetve közétkeztetési létesítményt (a továbbiakban együtt: vendéglátó létesítmény) látja el.

A kistermelő által előállított élelmiszer értékesíthető a kistermelő – saját gazdaságában (lakóhelyén), – saját megyében és Budapesten, vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva az ország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő piacon, – vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve – kiskereskedelmi vagy vendéglátó – melybe beletartozik a közétkeztetés is – létesítménynek, - – saját gazdaságában falusi vendégasztal keretében.

A kistermelő az általa megtermelt alapterméket, általa betakarított, összegyűjtött vadon termő alapterméket, az abból előállított élelmiszert, jogszerűen kifogott halat értékesítheti a végső fogyasztóknak és kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítményeknek mennyiségi és területi korlátozással.

A kistermelő által forgalmazható, az egyes termékekre vonatkozó kis mennyiséget a rendelet 1. melléklet A része tartalmazza, heti, illetve éves maximális mennyiség megadásával.

A kistermelő szolgáltatásokat (pl. füstölés, aszalás, szárítás) végezhet magánszemélyek és más kistermelők részére.

A kistermelő falusi vendégasztalt üzemeltethet, melynek keretében vidéki környezetben a házi élelmiszerekhez és gasztronómiai hagyományokhoz kapcsolódó tevékenységek bemutatására, és az elkészített élelmiszerek helyben fogyasztására kerülhet sor.

A kistermelői tevékenység megkezdését a kistermelőnek írásban kell bejelenteni a gazdaságának helye szerint illetékes járási állategészségügyi és élelmiszer-ellenőrző hivatalnál, nyilvántartásba vétel céljából. A következő adatokat kell megadni: a kistermelő neve, címe, a gazdaság vagy élelmiszer-előállítás helye, az értékesíteni kívánt élelmiszerek megnevezése.

Ha a kistermelő gazdaságában nem biztosíthatóak az élelmiszer előállítás és forgalmazás feltételei, azt más – az előírásoknak megfelelő – helyen, így a lakóhelyén is végezheti.

### **Az értékesítés területi lehetőségei**

- Nem állati eredetű alapterméket (pl. nyers zöldség és gyümölcs), mézet, méhészeti termékeket és élő halat
  - saját gazdaságában, Magyarországon lévő valamennyi piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak,
  - régióon belüli (saját megyében és Budapesten), vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva az ország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet. (A vendéglátó létesítmény fogalmába a közétkeztetés is beleértendő.)
- Állati eredetű alapterméket (pl. tej, tojás, hal) és általa előállított élelmiszert (pl. sajt, gyümölcslé, szalámi)
  - saját gazdaságában, régióon belüli (saját megyében és Budapesten) vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva az ország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő piacon, vásáron, rendezvényen és engedélyezett ideiglenes árusító helyen a végső fogyasztónak, illetve kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet.
- Saját gazdaságában nevelt és közfogyasztás céljára engedélyezett vágóhídon levágott sertés, juh, kecske, szarvasmarha, strucc és emu húsát
  - saját gazdaságában a végső fogyasztónak,
  - régióon belüli (saját megyében és Budapesten) vagy a gazdaság helyétől légvonalban számítva az ország területén legfeljebb 40 km távolságra lévő kiskereskedelmi vagy vendéglátó létesítménynek értékesíthet. (Vásáron, piacon kistermelőként húst értékesíteni nem lehet.)

Az értékesítés – a területi korlátok betartásával – a vásárló kérésére házhoz szállítással is történhet.

### **Csomagolatlan kistermelői élelmiszer árusítása esetén**

- a gazdaság helyén, piacon, vásáron, rendezvényen, engedélyezett ideiglenes árusító helyen a kihelyezett termék előtt a kistermelő nevét, címét vagy a gazdaság helyének címét, valamint a termék nevét kell feltüntetni.

- kiskereskedelmi, vagy vendéglátó létesítmény részére történő értékesítésnél a kiskereskedelmi létesítménynek az árusítás helyén fel kell tüntetni a kistermelő nevét és a termék nevét. A termék megnevezése előtt fel kell tüntetni a „kistermelői” jelzőt. A kistermelő dokumentált módon köteles tájékoztatni a kereskedőt és a vendéglátót az élelmiszer fogyaszthatósági vagy a minőség-megőrzési időtartamáról, valamint a szükséges tárolási hőmérsékletéről.

### **Csomagolt kistermelői élelmiszer árusítása esetén**

- a gazdaság helyén, piacon, vásáron, rendezvényen, engedélyezett ideiglenes árusító helyen a termék csomagolásán fel kell tüntetni: a kistermelő nevét, címét vagy gazdaságának címét, a termék nevét és a minőség-megőrzési időtartamát vagy fogyaszthatósági idejét, a fogyaszthatósági időtartammal rendelkező termékek esetén a tárolási hőmérsékletet, a termék tömegét, amennyiben nem a vásárló jelenlétében mérik.
- kiskereskedelmi, vagy vendéglátó létesítmény részére történő értékesítésnél a csomagoláson az élelmiszerek jelöléséről szóló 19/2004. (II. 26.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet 4. § előírásai szerinti adattartalmat és a termék megnevezése előtt a „kistermelői” jelzőt kell feltüntetni.

Állati eredetű alap-, feldolgozatlan és feldolgozott termék csak hatósági állatorvosi bizonyítvány birtokában hozható forgalomba, melyet a kistermelő kérelmére a járási hivatal hatósági állatorvosa állítja ki. A hatósági állatorvosi bizonyítvány a kiállítástól számított egy évig hatályos, és a kistermelő kérelmére évente meghosszabbítható.

A kistermelő által előállított élelmiszerről adatlapot kell készíteni, melynek tartalmaznia kell a kistermelő nevét, címét, az élelmiszer előállításának helyét, az élelmiszer megnevezését, az összetevők felsorolását csökkenő sorrendben, a minőség-megőrzési időtartamot, és a tárolási hőmérsékletet.

A kistermelői élelmiszer előállításának általános higiéniai követelményeit a rendelet 4. számú mellékletének I. szakasza határozza meg, amely előírás kiterjed az élelmiszer előállításához használt helyiségre, berendezésekre, eszközökre, az élelmiszer csomagolására.

A kistermelőnek nyilvántartást kell vezetnie a saját maga által előállított termékek mennyiségéről, az előállítás idejéről, az értékesített mennyiségről, az értékesítés helyéről és idejéről. A nyilvántartást, vagy annak másolatát az értékesítés helyén kell tartani, és 2 évig megőrizni.

Az élelmiszer előállításával és forgalmazásával csak olyan személy foglalkozhat, akinek az egészségi állapota erre orvosilag igazoltan megfelelő.

Kistermelői élelmiszer értékesítését a kistermelőn kívül a vele egy háztartásban élő személy, valamint a kistermelő házastársa, bejegyzett élettársi kapcsolatban élő élettársa, nagykorú gyermeke, testvére, szülője, nagyszülője is végezheti.

A kistermelő felelős az általa forgalomba hozott élelmiszer biztonságáért, minőségéért, a nyomonkövethetőség biztosításáért és dokumentálásáért.

Értékesítési terület beállítása

A kereskedelemről szóló 2005. évi CLXIV. törvény 2§. 5) a) bekezdése rögzíti a helyi piac fogalmát, eszerint helyi termelői piac: olyan piac, ahol a kistermelő a piac fekvése szerinti megyében, vagy a piac 40 km-es körzetében, vagy Budapesten fekvő piac esetében az ország területén bárhol működő gazdaságából származó mezőgazdasági, illetve élelmiszeripari termékét értékesíti. A helyi termelői piacok létrehozásának alapvető célja az volt, hogy megkönnyítse a kistermelők által megtermelt alaptermékek, és azokból előállított élelmiszerek eljuttatását a fogyasztókhoz.

- Kötelező az árusítás helyszínén tartani (eredetiben vagy másolatban) a termék előállításáról és az értékesítéséről vezetett nyilvántartást.
- Kötelező az állati eredetű termékek értékesítéséhez az árusítás helyszínén tartani a hatósági állatorvosi bizonyítványt, vagy annak a hatósági vagy jogosult állatorvos által hitelesített másolatát.
- Kötelező vágott állat értékesítése esetén az értékesítés helyszínén tartani a hússzállítási igazolást.
- Ajánlott az árusítás helyszínén tartani a jegyzőtől, illetve a Megyei Kormányhivatalok ÉbÁI kerületi hivatal által kiállított igazolást a nyilvántartásba vételről és a regisztrációs számról.
- Ajánlott az árusítás helyszínén tartani az orvos által kiadott egészségügyi nyilatkozatot is, ugyanis az élelmiszer előállításával és forgalmazásával csak olyan személy foglalkozhat, aki orvosi igazolással bizonyítani tudja megfelelő egészségi állapotát.
- Gyűjtött gomba csak szakellenőri engedéllyel értékesíthető. Az engedélyt jól látható módon kell elhelyezni.

### **3. Munkahelyteremtés a turisztikai szektorban**

#### **3.1 A turisztikai szolgáltatások humán erőforrás igényei és a fejlesztés irányvonalai**

A turizmus szerepe a gazdaságban

A turizmus a szolgáltató szféra részeként munkaigényes tevékenységek összessége. 2016-ban a turisztikai ágazatokban betöltött állások száma 428 ezer volt, 3,8%-kal magasabb az előző évinél. A turizmusban betöltött állások aránya a nemzetgazdaságban foglalkoztatottak tizedrészét tette ki, túlnyomó többségük alkalmazotti státuszban volt. A közvetett, tovaggyűrűző hatásokat is figyelembe véve a foglalkoztatottak mintegy 14%-a dolgozik a turizmusban, tehát az ágazat munkahely-teremtő, megélhetést biztosító szerepe meghatározó jelentőségű (A rész- és idényfoglalkoztatást is tekintve a családok egynegyedének származik közvetlenül vagy közvetve jövedelme a turizmusból).

A turizmus fejlődését az évtizedben az tette lehetővé, hogy jelentős fejlesztések történtek a fogadóképesség (pl. szállásférőhelyek) és az infrastruktúra, illetve a foglalkoztatottság bővítésében. A legjelentősebb, az ágazat versenyképességét alapvetően befolyásoló átalakulás a szálláshelyek minőségi szerkezetében, a szolgáltatások választékában történt. A kínálat minőségének átalakulása egybeesett a kereslet módosulásával, és az olcsó légi közlekedés

terjedésével. Ez a szinergikus kölcsönhatás fejezi ki a jelenlegi turisztikai fejlődés legfontosabb jellemzőjét.

A fogadókapacitások összetételének minőségi irányba történő átalakulása növelte a munkaerő iránti keresletet, mennyiségi és minőségi szempontból egyaránt. Ugyanis a magasabb kategóriájú (minőségű) szálláshelyek fajlagos munkaerőigénye kétszer-háromszor nagyobb az alacsonyabb komfortfokozatú szálláshelyekénél. Ugyanakkor a kétszer-háromszor magasabb munkaigényesség, nyolc-tízszer magasabb jövedelemtermelő képességgel jár együtt, ami a magasabb kategóriájú szálláshelyek kétszer-háromszor magasabb munkatermelékenységét is kifejezi egyben.

#### Kis- és mikrovállalkozások túlsúlya

A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás ágazatban a vállalkozások zöme (95,5%-a) 4 főnél kevesebbet foglalkoztat, egyéni-családi kis (mini) szervezet. Ennek a szervezeti szétaprózottságnak alapvető befolyása van a munkavégzés körülményeire, szervezettségére, a termelékenység és technikai fejlődés alakulására. Az utóbbi években csökken az egyéni és nő a társas vállalkozások aránya, ami összefügg a minőségi jellegű (magasabb igényeket kielégítő) turisztikai kínálat térhódításával. A szállodai szolgáltatások területén a szervezetek négyötöde társas vállalkozás, ezen belül 3-4%-a 50 főnél többet foglalkoztat.

5. táblázat A szálláshely-szolgáltatás és vendéglátás szervezeti struktúrája, 2018<sup>19</sup>

|                          | <b>egyéni<br/>vállalkozás</b> | <b>társas<br/>vállalkozás</b> | <b>összesen</b> |
|--------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-----------------|
| <b>2015</b>              | 203 353                       | 334 313                       | 537 666         |
| <b>2018</b>              | 198 916                       | 294 758                       | 493 674         |
| <b>étkezőhelyek 2015</b> | 17 760                        | 32 428                        | 50 188          |
| <b>étkezőhelyek 2018</b> | 16 975                        | 310 287                       | 327 262         |

#### Bérek, jövedelmek

A szálláshely-szolgáltatásban és vendéglátásban teljes munkaidőben foglalkoztatottak átlagkeresete „hagyományosan” egyike a legalacsonyabbnak a nemzetgazdaság ágai között. A bruttó átlagkereset a nemzetgazdasági átlagnak alig több mint 60%-a, míg a nők átlagkeresete a férfiak átlagkeresetének a háromnegyede. Emellett a fizikai foglalkozásúak a szellemi foglalkozásúak bérének felét keresik meg átlagosan. A tényleges jövedelmek nem tükrözik az ágazati, és szálláshely-szolgáltatáson belüli kereseti arányokat. A hivatalosan kifizetett béreket –munkahelytől, beosztástól függően – vendégektől kapott „borravalók”, egyéb nem adózott jövedelmek egészítik ki. A feketegazdaság aránya a GDP-hez mérve az átlagosnál magasabb, 16-17%.

#### Intenzív, ágazaton belüli munkaerőmozgás

A turizmusra legjellemzőbb (értsd: vele legszorosabb kapcsolatban lévő) ágazatban évente a foglalkoztatottaknak mintegy tizede változtat munkahelyet. A szálláshely-szolgáltató és vendéglátó ágazat népszerű az álláskereső körében, amit az is mutat, hogy a munkaerő-

---

19 Forrás: KSH, Turisztikai Statisztikai Évkönyv

forgalom egyharmada származik az ágazaton kívüli területekről, kétharmada pedig az ágazaton belül marad (A munkáltató változik, de a foglalkoztatott tevékenységi, szakmai területe változatlan marad.)

A turizmussal legszorosabb kapcsolatban levő ágazatokban a foglalkoztatás elvesztése nagymértékben függ a turisztikai kereslet szezonális jellegétől, az adott szakmai terület (pl. alacsonyabb kategóriájú magánszálláshely, vendéglátás) versenyképességétől, illetve a térség turisztikai versenyképességétől, általános hátrányos helyzetétől.

A turizmusban akkor versenyképes egy munkavállaló, ha:<sup>20</sup>

- szakmailag felkészült;
- szakmai és általános tudása (műveltsége) alapos, naprakész;
- rendelkezik szakmai gyakorlattal;
- egyéni képességei, rátermettsége alkalmassá teszik arra, hogy a szolgáltatóiparban dolgozzon;
- megfelelő szolgáltatói attitűddel bír, sajátjának tudja a „mindig a vendégeknek van igaza” szemléletet;
- jó kapcsolatteremtő képességgel rendelkezik;
- jól kommunikál, a meghatározó külföldi vendégkörnek megfelelő idegen nyelve(ke)n is;
- tudja használni szakterületén is a korszerű infokommunikációs eszközöket;
- jellemző rá az empátia, a kreativitás, az improvizációs készség, a nyitottság, a szintetizáló képesség;
- megjelenése ápolat, személyi higiéniája kifogástalan;
- munkája során pontos, kiszámítható, rendszerető, képes csapatszellemben gondolkodni és dolgozni;
- a vendégekkel rendszeresen (fő tevékenységként) kapcsolatba kerülők pozitív kisugárzással, meggyőző erővel rendelkeznek.

Kelet-Magyarország turisztikai fejlettsége a nyugati térségeknek csupán a felét éri el. Kisebb a fogadókapacitás, amit túlnyomórészt a szerényebb igények kielégítésére alkalmas szálláshelyek alkotnak. A jövedelemtermelő-képességhez, a fogadóképességhez mérten viszonylag magas a foglalkoztatottság, szerényebb átlagkeresetek mellett. Kelet-Magyarország turisztikai felzárkózása megkezdődött, amit a magasabb kategóriába tartozó szálláshely-szolgáltatáshoz, vendéglátáshoz kapcsolódó fejlesztések, valamint a szakképzés és a felsőfokú oktatás gyors terjedése is jeleznek. A térség turisztikai megközelíthetősége az autópálya építkezésekkel javul. (Forrás: Ágazati jelentés, Turizmus munkaerőpiaca Magyarországon, 2006, ICEG European Center)

Javaslatok a munkaerőpiaci helyzet javítására:

---

20 Dr. Ruzinkó Ádám- Vizi István: Az egészségturisztikai munkaerőpiac helyzete, Turizmus Bulletin XIV. évf. 4. szám)

Az alábbi javaslatok egy szektor, az egészségturizmus munkaerő piaci helyzetének javítására irányulnak, azonban a legtöbb javaslat tökéletesen átemelhető és alkalmazható más turisztikai termékekre épülő vállalkozásokban.

1. **Munkaerő-piaci igények és képzési kapacitások szinkronizálása**, azaz az oktatás-képzés legyen folyamatosan hozzáigazítva a munkaadók igényeihez. A potenciális (felmérhető, nyomon követhető) munkaerő-piaci igények és képzési kapacitások tudatos szinkronizálása érdekében célszerű lenne – akár a JNSZ Megyei Önkormányzat koordinálásával - a megyéről aggregált éves összesítést készíteni arról, hogy a turisztikai területen a pályázatok kapcsán hány egészségturisztikai profilú munkahely fog létrejönni. A pályázati projektek megvalósulását és üzemelését (ötéves fenntartási időszak) monitoringozva pontos képet alkothatunk a létrejött munkahelyek számát illetően.
2. **A turisztikai oktatás, képzés eredményességének mérése**: erősíteni szükséges az egyes képzések (kibocsátások) **utánkövető vizsgálatait** (hallgatói elégedettség-vizsgálat, elhelyezkedés sikeressége, pályakövetés, alkalmazói vélemények), és gondoskodni kellene a tapasztalatok képzési programba történő folyamatos adaptálásáról. Ehhez megfelelő – a jelenleginél hatékonyabb – minőségbiztosítási rendszer kidolgozása és bevezetése szükséges.
3. **Több szakmai gyakorlati lehetőség biztosítása** a hallgatók számára: a tanulmányban hivatkozott 2009-es egészségturisztikai munkaerőpiaci helyzet felmérésére irányuló kutatás tulajdonképpen minden részéből egyértelműen kiderült a tanulás közben megszerezhető gyakorlat hiánya. Az utóbbi időben sajnos e téren a helyzet nemhogy javult volna, hanem romlott: több képző **kevésnek találja a 15 hetes szakmai gyakorlatot**, és ezen a területen ezt egyértelmű visszalépésnek tekintik ahhoz képest, hogy a korábbi főiskolai szakok rendeletben előírt oktatási programja két félév szakmai gyakorlatot tartalmazott. Kezdeményezni javasolt annak lehetőségét, hogy a hallgatók két féléves szakmai gyakorlaton vegyenek részt, akár úgy is, hogy a második félévet az állam nem, vagy csak részben finanszírozza az intézmény részére, ugyanakkor a hallgatói jogviszony fennmaradna a plusz gyakorlati félév idején is.
4. **Intézményi és szakmai összefogás** a komplexebb szolgáltatóipari felkészültség érdekében:
  - Alapvetően a turizmus, gazdaság, egészségtudomány, sporttudomány területeit érinti, valamint a korábban kiemelt műszaki területet; a társszakmák ismerete szükséges.
  - A fent említett területek felsőfokú képzései magas színvonalúak hazánkban, ezt kihasználva javasolt az adott területre, tudományágra alapozva a társterületeknél hiányzó tudás ráépítése az alapvégzettségre.
  - Az egészségturizmus területe komplex ismereteket tesz szükségessé, ám elengedhetetlen az egy- egy területen való elmélyült, biztonságos, alapos tudás és háttér.
  - Az egészségturizmust érintő felsőoktatásban szükséges az összefogás, a közös tartalomfejlesztés és a szakmával kialakított párbeszéd. Csak így biztosítható a képzési igényekhez való hatékonyabb alkalmazkodás, az intézményi specializáció

és a minőségi oktatás. Javaslat: az állami turizmusirányítás hozzon létre egy állandó fórumot az érintett felsőoktatási intézmények együttműködésének erősítésére, a gazdaság felől érkező igények koordinált megjelenítésére, a felsőoktatási intézmények és a szakma képviselőinek együttes részvételével. Ezt az összefogást segíthetnék elő az olyan pályázatok, amelyekben feltétel több oktatási intézmény és gazdasági szereplő együttműködése.

- Kerüljön kiírásra olyan pályázat az oktatási intézmények számára, amely több különböző oktatási intézmény tananyagfejlesztésére vonatkozik az egészségturizmus területén (például műszaki, közgazdasági, turisztikai, egészségturisztikai). A közös tananyagfejlesztéssel elérhető lenne, hogy egységes nyelvet beszéljenek mind a munkaadók, mind a munkavállalók. Hosszú távon, ennek eredményeként nem lenne elhanyagolható az egészségturizmus egészségmegőrzésre, egészségtudatosságra gyakorolt hatása sem.
5. **Az élethosszig tartó tanulás lehetőségének megteremtése**, javasolt folyamatos tovább- és utóképzések kialakítása a „fürdős” és spa hotel szakmákban is. A több szakma együttes elsajátítását szükségessé tette a gazdasági válság, az alkalmazottak több területen történő alkalmazása, forgatása is elengedhetetlenné vált. Az egészségturisztikai szakmai képzés átdolgozása az Európai Képesítési Keretrendszer (EKKR) alapján, amely összhangba hozható az EU képzési struktúrájával.
  6. **Nyelvtanulás:** minden „frontember” tudjon legalább alapszinten valamilyen – főként a jellemző külföldi célcsoportnak megfelelő – idegen nyelven kommunikálni.
  7. **Informatika oktatása:** a vállalatirányítási rendszerek ismerete mindenkinek fontos, aki a munkája során kapcsolódik hozzá. A mindennapi gyakorlatban használható informatikai ismereteket be kell építeni a tantervbe.
  8. **Szabályozás, akkreditáció:** ki kell alakítani annak rendszerét, hogy az alkalmazott gazdaságtudományok területén a Magyar Akkreditációs Bizottság (MAB) akkreditációs eljárásai során, illetve az oktatási folyamatban a szakma gyakorló képviselői nagyobb szerepet kaphassanak. A tudományosság biztosítása mellett feltétlenül szükséges a nagyobb gyakorlatorientáltság (a tudomány eredményei hatékonyabban szolgálják a gazdaság igényeit), főként az alapképzési szakon. Az új szabályozás magában foglalná a gyakorló szakemberek oktatóként történő alkalmazhatóságát. A jelenlegi rugalmatlan akkreditációs és foglalkoztatási követelményrendszer ezen a területen inkább csak formálisan szolgálja a minőséget, és a felsőoktatási intézményeket nem egyszer kikapuk keresésére ösztönzi. A szakirányok rugalmasabb indíthatósága pedig lehetőséget adna kisebb létszámú csoportok vagy egyedi képzések indítására. (Forrás: dr. Ruszinkó Ádám- Vizi István: Az egészségturisztikai munkaerőpiac helyzete, Turizmus Bulletin XIV. évf. 4. szám)

## 3.2 Atipikus foglalkoztatási formák a turizmusban

### 3.2.1 Atipikus foglalkoztatási formák

Atipikusnak nevezzük azon foglalkoztatási formákat, amelyek eltérnek a határozatlan idejű, hagyományosan alkalmazott munkaviszonyban történő teljes munkaidős foglalkoztatástól. Ezek közül a Munka Törvénykönyve a következőket nevesíti és szabályozza:

| Foglalkoztatás formája        | Jellemzői                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Turisztikai szolgáltatás fejlesztés |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Határozott idejű munkaviszony | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Időtartamát munkaszerződésben naptár szerint vagy más alkalmas módon (pl.: egy adott feladat elvégzéséhez kötötten) kell meghatározni.</li> <li>• Általában projekt munkára vagy egy beosztott hosszabb távú helyettesítéskor szokták kötni a munkáltatók.</li> <li>• Határozott idejű munkaszerződést maximum öt éves időtartamra lehet kötni.</li> </ul> <p>(Forrás: <a href="https://www.rsm.hu/blog/2012/09/atipikus-foglalkoztatasi-formak-minden-amit-tudnia-kell">https://www.rsm.hu/blog/2012/09/atipikus-foglalkoztatasi-formak-minden-amit-tudnia-kell</a>)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                     |
| Részmunkaidő                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A munkakörre megállapított teljes napi munkaidőnél rövidebb napi munkaidőre általában napi 4-6 órára- szól.</li> <li>• A részmunkaidős foglalkoztatás szerződéses munkaviszony keretében végzett tevékenység.</li> <li>• A részmunkaidős munkavállaló díjazása és egyéb juttatásai megállapításánál legalább az időarányosság elve alkalmazandó.</li> </ul> <p>A nők, kiemelten a kisgyermekes anyák előszeretettel élnek a részmunkaidős foglalkoztatás nyújtotta lehetőségekkel, melyre a hatályos jogszabályok is lehetőséget biztosítanak, hiszen a munkáltató a munkavállaló ajánlatára a gyermek hároméves koráig köteles a munkaszerződést a napi munkaidő felének megfelelő tartamú részmunkaidőre módosítani. De ez a foglalkoztatási forma népszerű a szellemi szabadfoglalkozásúak, illetve a tanácsadók körében is. A részmunkaidős állásban való elhelyezkedés esetén mindenképp célszerű megvizsgálni a nyugdíj-jogosultság alakulását, hisz az elismert szolgálati idő nagymértékben csökkenhet.</p> <p>(Forrás: <a href="http://hvg.hu/vallalat_vezeto/20160823_resz_munka_atipikus_foglalkoztatasi_tavmunka">http://hvg.hu/vallalat_vezeto/20160823_resz_munka_atipikus_foglalkoztatasi_tavmunka</a>)</p> |                                     |
| Munkavégzés behívás alapján   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Behívás alapján történő munkavégzés a munkaidő rugalmas, hatékony felhasználását teszi lehetővé.</li> <li>• Ez esetben a munkaszerződésnek kifejezetten ilyen jellegű, tartalmú munkaviszony létesítésére kell irányulnia.</li> <li>• A felek a jogviszonyt részmunkaidőben történő foglalkoztatásra hozzák létre, a munkaidő tartama legfeljebb napi 6 óra lehet, a munkaidőkeret időtartama pedig a négy hónapot nem haladhatja meg.</li> <li>• A munkáltatónak lehetősége van a munkakörbe tartozó feladatok esedékességéhez igazodva elrendelni a munkavégzést, de a munkavégzés időpontját a munkavállalóval legalább három nappal előre közölnie kell.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                     |

| Foglalkoztatás formája                      | Jellemzői                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Turisztikai szolgáltatás fejlesztés                     |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Munkakör megosztása                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Munkakör megosztás esetén egy feladatkörre több munkavállalót szerződött a munkáltató.</li> <li>• A munkaszerződésben meg kell állapítani minden egyes munkavállalóra vonatkozó feltételeket.</li> <li>• Együttesen vállalnak kötelezettséget.</li> <li>• A munkaidő beosztására a kötetlen munkarendre vonatkozó szabályokat kell alkalmazni. (Forrás: <a href="https://www.hrportal.hu/hr/munkakor-megosztas-csak-elmeletben-szepelkepzes-20130527.html">https://www.hrportal.hu/hr/munkakor-megosztas-csak-elmeletben-szepelkepzes-20130527.html</a>)</li> <li>• A megosztott munkakör Nyugat-Európában viszonylag bevett gyakorlat: általában két munkavállaló felosztja a munkakört egymás között és tulajdonképpen kettejük munkája tesz ki egy teljes munkaidős munkakört. Ez működhet úgy, hogy az egyik nap az egyik munkavállaló dolgozik, a másik nap a másik, vagy akár úgy is, hogy a délelőtti és a délutáni munkaidőt osztják a munkavállalók ketté.</li> </ul> |                                                         |
| Több munkáltató által létesített jogviszony | <p>A jogviszony 1 munkavállaló és több munkáltató között jön létre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feladatok ellátása történhet úgy, hogy a munkavállaló munkaideje megoszlik az egyes munkáltatók között és bizonyos óraszámot az egyik majd munkaideje másik részére dolgozik.</li> <li>• Meg kell határozni, hogy a munkáltatók közül melyik teljesíti a munkabér fizetési kötelezettséget.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | szellemi, vezető beosztású munkavállalók                |
| Távmunka                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Munkaszervezési forma.</li> <li>• A távmunkás számára a vállalati központtól eltérő helyen biztosított egy olyan munkakörnyezet, ahol infokommunikációs eszközök segítségével egyes munkafeladatait teljes értékűen el tudja végezni.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | sales munkatársak, marketing és kommunikációs feladatok |
| Bedolgozói jogviszony                       | <p>Olyan önállóan végezhető munkára létesíthető, amelyre a felek munkabért kizárólag teljesítménybér formájában határozzák meg.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• A munkavégzés helye a bedolgozó lakóhelye vagy más általa a munkavégzés céljára biztosított helység.</li> <li>• Saját munkaeszközökkel önállóan közvetlen irányítás nélkül végzi munkáját.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | vendéglátás                                             |
| Egyszerűsített-alkalmi foglalkoztatás       | <p>Mezőgazdasági, turisztikai és alkalmi munkavégzésre létesített munkaviszony.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• egy főtől öt főig terjedő munkavállaló foglalkoztatása esetén a két főt,</li> <li>• hattól húsz főig terjedő munkavállaló foglalkoztatása esetén a négy főt,</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | vendéglátás, programok, attrakciók üzemeltetői          |

| Foglalkoztatás formája                                  | Jellemzői                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Turisztikai szolgáltatás fejlesztés |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
|                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• húsznál több munkavállaló foglalkoztatása esetén a munkavállalói létszám húsz százalékát.</li> <li>• A fent meghatározott napi alkalmi munkavállalói létszámkeretet a munkáltató a tárgyév napjaira egyenlőtlenül beosztva is felhasználhatja,</li> <li>• Ha a munkáltató és a munkavállaló időnyomára, vagy időnyomára és alkalmi munkára létesít egymással több ízben munkaviszonyt, akkor ezen munkaviszonyok együttes időtartama a naptári évben a százhusz napot nem haladhatja meg. Az egyszerűsített foglalkoztatásra vagy alkalmi foglalkoztatásra irányuló munkaviszony létesítéséhez írásos munkaszerződést nem kell kötni. A felek az alapvető feltételekben szóban is megállapodhatnak. A feleknek arra is van lehetőségük, hogy minta-munkaszerződés felhasználásával szerződjenek.</li> <li>• Az egyszerűsített foglalkoztatásra vagy alkalmi munkára irányuló munkaviszony nem a munkaszerződés megkötésekor jön létre, hanem amikor a munkáltató eleget tesz az adóhatóság felé teljesítendő, a munkavállaló biztosítási jogviszonyba vételéhez szükséges bejelentési kötelezettségének.</li> </ul> |                                     |
| Köztulajdonban álló munkáltatóval fennálló munkaviszony | <p>A közalapítvány és azok az egyébként hagyományos gazdasági társaságok, amelyben az állam az önkormányzat és az önkormányzati társulás külön-külön vagy együttesen többségi befolyással rendelkeznek.</p> <p>Előnyei:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rugalmasság</li> <li>• a munkafolyamat könnyebben megtervezhető és könnyen igazítható a partnerek tevékenységéhez</li> <li>• csökkenthető a rendkívüli munkavégzés díjazására fordított munkaköltség</li> </ul> <p>Hátrányai:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• alacsony munkabér</li> <li>• olyanoknak ajánlott, akik csak a munkájukra képesek koncentrálni</li> <li>• nem minden munka esetében alkalmazhatóak.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                     |
| Vezető állású munkavállaló fennálló munkaviszony        | <p>Minden munkáltatónál vezető állásnak minősül a munkáltató első számú vezetője és az e személy közvetlen irányítása alatt álló és helyettesítésére jogosított más munkavállaló. Ők az általános vezetők. Jogkörük a cég teljes működését és gazdálkodását átfogja.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                     |

| Foglalkoztatás formája                           | Jellemzői                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Turisztikai szolgáltatás fejlesztés |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Munkaerő-kölcsönzés                              | Egy olyan három oldalú munkavégzésre irányuló jogviszony, amelyben a munkavállaló egy kölcsönbe adott céggel munkaszerződést köt azzal a céllal, hogy egy vagy több harmadik félnél a kölcsönvevőknél végezze a munkát.<br>(Forrás: <a href="https://www.humancentrum.hu/cegeknek/munkaero-kolcsonzes">https://www.humancentrum.hu/cegeknek/munkaero-kolcsonzes</a> ) |                                     |
| Iskolaszövetkezet és tagjai közötti munkaviszony | Rendeltetése olyan közösség létrehozása, amelyben a tagok személyesen közreműködnek, ill. vagyoni hozzájárulást teljesítenek, és a tagok érdekeit szolgáló vállalkozási valamint más tevékenységet folytat                                                                                                                                                            |                                     |
| Cselekvőképtelen munkavállalói munkaviszony      | A cselekvőképtelen munkavállaló csak olyan munkakörre létesíthet munkaviszonyt, amelyet egészségi állapotánál fogva tartósan és folyamatosan képes ellátni. Jognyilatkozatot csak törvényes képviselőjük tehet helyettük, vagy nevükben.                                                                                                                              |                                     |

Forrás: <http://www.balansz.info/az-atipikus-foglalkoztatasarol>

### Munkaerőpiaci jellemzők

A szálláshely-szolgáltatás és a vendéglátás jellemzője a rész- és idényfoglalkoztatás, a rugalmas szerződések, a többműszakos munkarend, az éjjeli, hétvégi munkavégzés, és a fekete (szerződés nélküli) foglalkoztatás. Az egyműszakos munkarend az ágazatban a legalacsonyabb (46-47%), a hétvégi munka (két és három műszak keretében) a legmagasabb (31-32%). A nők munkarendje a férfiakénál valamivel kedvezőbb. A fizikai foglalkozások körében több a 2-3 műszak hétvégi munkával. A magasabb iskolai végzettségűeknél pedig szélesebb körben elterjedt a kevésbé kötött, rugalmas munkaidő. A magyar turizmus vonzerőjének, a kereslet motivációjának, területi szerkezetének átalakulásával a hosszabb tartózkodással járó „főutazások” visszaszorulásának, a rövidebb időtartamú, megváltozott célú (ún. második-harmadik) utazások előtérbe kerülnek, ami a turizmus szezonális jellegét, így a foglalkoztatás szezonális jellegét is mérsékli.<sup>21</sup>

### 3.2.2 A helyi termékek munkaerő piaci hatása

A helyi termékek foglalkoztatási hatása komplex. A helyi munkavállalók számára a helyi termék ágazat kiszélesíti a munkavállalási lehetőségeket. Egyrészt az alacsony iskolai végzettségűeknek, a nyílt munkaerő piacról kiszorulóknak biztosíthat legális – társadalombiztosítási jogviszonnyal járó – munkát. Másrészt a helyi terméket előállító vállalkozások növelik a kvalifikált munkaerő foglalkoztatottságát, melynek eredményeként a képzett népesség elvándorlása csökken. A munkaerő piaci hatásban jelentős elem, hogy

21. (Forrás: Ágazati jelentés, Turizmus munkaerőpiaca Magyarországon, 2006, ICEG European Center)

alternatív foglalkoztatási lehetőséget biztosít – a termelőknek, a családoknak a megélhetéséhez járul hozzá. Ez lehetőség a munkaerőpiacon az inaktív-nyugdíjas státuszban lévők számára is.

A helyi termékek foglalkoztatási hatását alapvetően befolyásolja, hogy mi az elsődleges célja a termelésnek. A „szükségletellátó” típus jellemzője: a „szükségletellátó” típus a helyi alapanyagokból, helyben megtermelt javakkal alapvetően a szűkebb környezet szükségleteinek fedezését célozza.<sup>22</sup> Az elsősorban önellátásra – csak a családi vagy szűkebb közösség részére – termelés foglalkoztatási hatása sem elhanyagolható. Bár a háztáji gazdálkodás visszaszorulóban van, a háztartásgazdaságok szerepe még mindig fontos szerepet tölt be a vidéki életformában, a háztartásban végzett tevékenység pozitívan hat a foglalkoztathatósági szintre.<sup>23</sup>

A háztartásban előállított termékek, szolgáltatások általában a piaci szektoron kívül vannak, nem jelennek meg a nemzeti jövedelem részeként. Az egyének és családok életminősége szempontjából azonban jellegénél fogva meghatározó mértékkel bírnak a háztartásban végbemenő folyamatok. A háztartási folyamatok által szorosan meghatározott egyéni életminőség közvetlen módon befolyásolja a munkavállalói magatartást, hatékonyságot. A háztartás munkavégző képességének megerősítése, kiemelten a hátrányos helyzetű háztartások esetében kiegyenlítőleg hat a társadalmi különbségekre, csökkenti a kirekesztődés kockázatát, valamint javítja az egyéb szociális juttatások hatékonyságát. A társadalmi esélyegyenlőség érvényesülésének érdekében tehát a szociálisan hátrányos helyzetű háztartás gazdaságok támogatása egy lehetséges, de kevésbé járt út.<sup>24, 25</sup>

Az önellátó gazdálkodás szociális célú támogatásának egyedi példája a több mint huszonöt éves Szociális földprogramok rendszere. A 25 év alatt a Szociális földprogram a hátrányos helyzetű kistelepüléseken a helyi szociálpolitika szerves részévé vált. A segélyből élők gazdasági aktivizálásával a cél a képessé tétel és a motiváció, nem pedig a szankció. Az önkormányzatok a résztvevők számára folyamatos segítőrendszert működtetnek (vetőmagok és tenyészállatok biztosítása, szakértői támogatás, képzésben való részvétel, mezőgazdasági gépekkel biztosított ingyenes vagy alacsony költségű szolgáltatás nyújtása stb.), s az érintettek több éven keresztül részesülhetnek a támogatásban. Az eredményes programokban megvalósul a korábban nagy

---

22 Kiss Márta: *Helyi termék, mint továbbélés? A helyi termék-előállítás szerepe és típusai a hátrányos helyzetű térségekben.* Erdélyi Társadalom – 14. évf. 1. szám - Vidékfejlesztés

23 A foglalkoztathatóság jelentése. a mobilitás azon mértéke, amelyet az egyén bizonyítani tud egy állás megszerzése, megtartása és a szakmai kompetenciák fejlesztése érdekében. (Munkaerő piaci ismeretek. Szerk. Henczy Lajos. NSZFI, Budapest, 2008)

24 Serafin József, *Földközösség, Közösségi munka a családsegítésben* (szerk. Nagyné Varga Ilona). Debrecen, 2011.

25 A szociális földprogram kutatási tapasztalataira és a földprogramot működtetők közötti hálózat kezdeményezésére alapozva 2017-2020 között a megyéből 5 település (Besenyszög, Jászládány, Kőtelek, Kunszentmárton, Tiszaörs) részvételével a Debreceni Egyetem és a JNSZ Megye Esély Szociális Közalapítványa szakmai koordinációjával és támogatásával nemzetközi konzorciumban CoSIE nevű projektet valósít meg az EU Horizon 2020 projekt keretében. A Magyarországon megvalósuló pilot program célja közszolgáltatások tervezése és kipróbálása. A bevont településeken cél az, hogy erősödjön és fejlődjön a családi háztartásgazdaság.

hagyományokkal rendelkező, de mára a peremhelyzetű csoportokban elfeledett önellátó háztartásgazdaság újrateremtése, a célcsoport önfenntartó képességének javulása.<sup>26</sup>

6. táblázat Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2010 és 2019 között a Konyhakerti és Kisállattartási Szociális Földprogramban támogatást nyert települések (ezer Ft)<sup>27</sup>

| Település        | 2010         | 2011          | 2012         | 2013         | 2014         | 2015         | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | Összesen      |
|------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| Jászládány       |              |               |              |              | 900          | 1 100        | 700          | 730          | 1 000        |              | 4 430         |
| Kenderes         |              |               |              |              | 500          | 600          |              |              |              |              | 1 100         |
| Kisújszállás     |              |               | 1 099        | 750          |              |              |              |              |              |              | 1 849         |
| Csépa            | 700          | 1 489         |              |              |              |              |              |              |              |              | 2 189         |
| Kunszentmárton   |              |               |              |              |              | 500          |              |              |              |              | 500           |
| Öcsöd            |              |               |              |              |              | 650          |              |              |              |              | 650           |
| Besenyszög       | 890          | 2 000         |              |              |              |              |              |              |              | 920          | 3 810         |
| Kőtelek          |              |               |              |              |              | 900          |              | 800          |              |              | 1 700         |
| Nagykörű         |              | 3 200         |              | 1 199        |              |              |              |              |              |              | 4 399         |
| Szolnok          |              |               |              |              |              |              |              | 600          |              | 850          | 1 450         |
| Tiszasüly        |              |               |              |              |              | 600          |              | 990          |              |              | 1 590         |
| Tiszabura        | 660          | 2 200         |              |              |              | 1 100        | 700          |              |              |              | 4 660         |
| Tiszaörs         |              |               | 560          |              |              |              |              |              |              |              | 560           |
| Tiszaszentimre   | 1 000        |               |              |              |              |              |              |              |              |              | 1 000         |
| Tomajmonostora   | 850          | 1 550         |              |              | 600          |              |              |              |              |              | 3 000         |
| Tiszaabő         | 750          |               |              |              |              |              |              |              |              |              | 750           |
| Törökszentmiklós | 1 100        |               |              |              |              |              |              |              |              |              | 1 100         |
| <b>ÖSSZESEN</b>  | <b>5 950</b> | <b>10 439</b> | <b>1 659</b> | <b>1 949</b> | <b>2 000</b> | <b>5 450</b> | <b>1 400</b> | <b>3 120</b> | <b>1 000</b> | <b>1 770</b> | <b>34 737</b> |

Jász-Nagykun-Szolnok megyében 17 településen működött szociális földprogram az elmúlt 10 évben. A működtetést települési önkormányzat vagy roma nemzetiségi önkormányzat vagy szociális szövetkezet vállalta. Településenként évenként átlagosan 15-20 családot vonnak be a programba. A tapasztalatok azt mutatják, hogy néhány család képessé válik arra, hogy östermelőként folytassa a programban szerzett tapasztalatai alapján a tevékenységét.

A helyi termék előállítás sajátos helyszínei a tanyák. A Magyar Kormány az elmúlt időszakban forrásokat biztosított a tanyák fejlesztésére. Országosan egyedülálló módon Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2015 tavaszán teljes körű felmérésére került sor. A felmérés 3304 tanyát érintett.<sup>28</sup> A megyei települések külterülete összesen 5581 km<sup>2</sup>. A tanyasűrűség-mutató megyei szinten: 0,59 (tanya/km<sup>2</sup>). A megye tanyáinak több, mint fele (52,4%) állandóan lakott tanya. A tanyák negyede lakatlan (24%). 12%-uknak azonban van gazdasági funkciója is. A tanyák 8%-a rekreációs célokra létrehozott hobbitanya. A megye tanyáinak 17%-a összedőlt, romos állapotban van. A tanyák kétharmadában található valamiféle racionális tevékenység (mint egy lehetséges pályázati kategória). A külterületi tanyák 8%-a azonban a szociális szolgáltatások célterülete.

26 Nagyné Varga Ilona, Tájékoztató, <http://eselyfk.hu/wp-content/uploads/2018/04/A-szoci%C3%A1lis-f%C3%B6ldprogram%C3%B3l-%C3%A1ltal%C3%A1ban.pdf>

27 Emberi Erőforrás Támogatáskezelő, <http://www.emet.gov.hu/>

28 Szarvák Tibor, Nagyné Varga Ilona, Tanyáink sorsa az Alföld szívében. Acta Medsóc, Vol. 8, 2017.

A megyei tanyák közel fele csak saját fogyasztásra termel. Közel hasonló azok aránya, akik kizárólag értékesítenek (24%) és azon tanyasi gazdálkodóké, akik a felesleget adják el (27%). Az értékesítés szegmens a tanyák több, mint a felében szerepel. A járások összehasonlítása alapján három markáns irány különíthető el. A Jászságban, a Szolnoki és a Kunszentmártoni járásban alapvetően a saját fogyasztásra való termelés, az értékesítés-orientáció a Karcagi és a Tiszafüredi járásban, a „középutas” (ha marad, értékesít) tanya-gazdasági stratégia a Törökszentmiklósi és a Mezőtúri járás tanyáin jellemző inkább. Az adatok alapján a fentiek mellett egy másik gazdálkodási „minta” is kirajzolódni látszik. A Tisza-tó által határolt járásokban (Kunhegyesi, Tiszafüredi, Karcagi járások) erős a tanyasi gazdálkodás terén az értékesítési mozzanat. A mezőgazdasági művelési ágak szerint a legtöbb megyei tanyán állattenyésztéssel foglalkoznak (42%). A kertészeti kultúra és a szántóföldi növénytermesztés kultúrájának értéke közel hasonló (31-28%). Mindkét jársági járásban többségben van a kertészeti tevékenység. A Jászapáti járásban az állattartás gyakoribb, mint a Jászberényiben (38-31%).

7. táblázat A felmért tanyák gazdasági funkciók szerinti megoszlása<sup>29</sup>

| Járás             | Kizárólag saját fogyasztásra termel | A saját fogyasztáson felüli felesleget értékesíti | Elsősorban értékesítésre termel |
|-------------------|-------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------|
| Jászapáti         | 68                                  | 20                                                | 13                              |
| Jászberényi       | 59                                  | 19                                                | 22                              |
| Karcagi           | 30                                  | 29                                                | 41                              |
| Kunhegyesi        | 23                                  | 44                                                | 34                              |
| Kunszentmártoni   | 65                                  | 18                                                | 17                              |
| Mezőtúri          | 37                                  | 39                                                | 24                              |
| Szolnoki          | 67                                  | 18                                                | 15                              |
| Tiszafüredi       | 7                                   | 10                                                | 83                              |
| Törökszentmiklósi | 25                                  | 52                                                | 24                              |

A kutatás egyik következtetése, hogy az önellátás-piacra termelés értékpár mentén a megyei tanyák jórészt a család számára biztosíthat megélhetést. Vannak olyan települések, ahol komoly mezőgazdasági tevékenység zajlik, az egykori tanyaépületek ma már közművesített, a gazdálkodást segítő terekként funkcionálnak.

A helyi termékellátásnak fontos színterei a közfoglalkoztatási programok is. A Kormány által jóváhagyott Magyar Munka Terv (2011) három pilléren biztosítja a foglalkoztatás növeléséhez szükséges támogatásokat. Az egyik ilyen pillér a szociális gazdaság támogatása. A hátrányos helyzetű vidéki emberek életminőségének javítását, munkaerő-piaci integrációjuknak elősegítését agrárszemléletű helyi gazdaságfejlesztési programok megalkotásával segíti az állam. A kistérségi Startmunka mintaprogramot kísérleti jelleggel a Belügyminisztérium indította el 2011 októberében az egész országot átfogó közfoglalkoztatási

<sup>29</sup> saját kutatás.

rendszer részeként. Az önkormányzatok által szervezett hagyományos közfoglalkoztatási és az országos közfoglalkoztatási programok mellett jött létre a kistérségi mintaprogram.<sup>30</sup>

A közfoglalkoztatás kulcsszerepet tölt be a résztvevők jövedelemszintjének növelésében és életkörülményeinek javításában. Emellett jelentős szerepe van a közfoglalkoztatás során létrejött új értékeknek (épületek építése, felújítása, termelőeszközök beszerzése). A közfoglalkoztatási programokban előállított termékek, szolgáltatások piactorzító hatása elhanyagolható, a közfoglalkoztatás munkaerő-elszívó hatásáról egyre kevésbé beszélhetünk. A közfoglalkoztatásra épülő szociális szövetkezetek néhány településen a közfoglalkoztatásból való kivezetés hatékony eszközeivé tudtak válni.<sup>31</sup>

A Közfoglalkoztatási portálon<sup>32</sup> 2015. április – 2019. augusztus között 17 Jász-Nagykun-Szolnok megyei település közfoglalkoztatási jó gyakorlatai jelentek meg.<sup>33</sup>

A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Gazdaság és Foglalkoztatás Fejlesztési Stratégia a közfoglalkoztatás mellett a szociális gazdaságot is megjelöli mint az átmenetileg az elsődleges munkaerő piacon elhelyezkedni nem tudók foglalkoztatási lehetőségét.

A szociális gazdaság értelmezése körül ma is számtalan vita dúl. Abban megegyezés van, hogy a szociális gazdaság igyekszik a profitszerzés primátusát letörni és a gazdaságot a társadalomba visszahelyezni. Alapértékei a szolidaritás, a méltányosság és a párbeszéd. A szolidáris gazdaságot gyakorta tekintik a kapitalista fejlődés alternatívájának, egy lehetséges új fejlődési modellnek is. Európában a szociális gazdaság koncepciója terjedt el, melynek lényege: a szociális gazdaság a piaczgazdaság keretei között, de nonprofit alapon működő társadalmi vállalkozások tevékenységét foglalja magába.<sup>34</sup>

A szociális gazdaság fejlesztése kapcsán rendre visszatérő dilemmákkal szembesülnek a szakértők és a döntéshozók. Vannak, akik azt fogalmazzák meg problémaként a modell elterjesztésével kapcsolatban, hogy a szociális gazdaság eredményeit nem lehet közgazdasági kategóriákkal mérni. Hatékonysága és eredményessége messze elmarad a piaci szervezetek mögött, ezért életképessége, a piacon való maradás eleve megkérdőjeleződik. A szociális gazdaságban megfogalmazódó teljesítményelvárások valóban mások, mint a piaci szervezeteknél. De azt látni kell, hogy a másság elsősorban minőségi és nem mennyiségi oldalról tapasztalható. Eredménynek tekintenek sok olyan csak „soft indikátorral” mérhető eredményt, mely nem a mennyiségi, hanem a minőségi változásokat követi. Idetartozik pl. a készségek, képességek változása, a kapcsolatrendszer szélesedése, az énkép formálódása, a kreativitás feltételeinek megteremtése vagy a rekreáció. A legfőbb mérce pedig a mennyiségi mutatók mellett az életminőség alakulása... Mindezek mellett azonban fontos a gazdasági tevékenység is, hiszen a szervezet életképessége mégiscsak közgazdasági mércékkel mérve

---

30 Dr. Nagyné Varga Ilona, Dr. Barancsi Ágnes, *A szociális gazdaság szervezeteinek lehetőségei a vidékfejlesztésben. Jász-Nagykun-Szolnok Megye Esély Szociális Közalapítványa. Szolnok, 2013.*

31 HÉTFA Kutatóintézet: *A közfoglalkoztatás hatása a helyi gazdaságra, helyi társadalomra. Szerk.: Koltai Luca. Budapest, 2018. július 31.*

32 <https://kozfoglalkoztatatas.kormany.hu/>

33 *A jó gyakorlatok helyi termék előállítását érintő összegzése a 5.4 Helyi termék körkép c. fejezetben található.*

34 *Szociális és szolidáris gazdaság a poszt-szocialista perifériákon. Szerk.: G. Fekete Éva † – Nagy Zoltán – Lipták Katalin – Kiss Julianna. Miskolc, 2018.*

kell, hogy biztosítható legyen. Igaz, itt a profitszerzés, mint a gazdaság működésének célja háttérbe szorul, s elsődleges a közösség működőképessége lesz, ami profit nélkül a működési költségek előállításával is megvalósítható.”<sup>35</sup>

Az Európai Unió értelmezésében a szociális gazdaság szervezeteinek általános jellemzői, hogy helyi csoportokkal és egyénekkal dolgoznak gazdasági, szociális és a közérdekű célok megvalósulásáért; továbbá olyan szükségletekre reagálnak, melyeket sem az állami, sem pedig a forprofit szektor nem elégít ki, ill. kielégítését közvetlenül nem finanszírozza; nonprofit alapon szerveződnek; saját, önálló menedzsmentjük van, melynek munkájába igyekeznek bevonni az alkalmazottakat, önkénteseket stb is. A szociális gazdaság szervezetei – szociális elkötelezettségüknek megfelelően – a foglalkoztatottak számára általában komplex, a munka világába történő beilleszkedést segítő rehabilitációs szolgáltatásokat, és esetenként szakmai képzést is nyújtanak.<sup>36</sup>

A szociális gazdaság szervezeti formái: foglalkoztatási célú nonprofit szervezetek (pl. nonprofit kft.) foglalkoztatás-bővítést vállaló civil/nonprofit szervezetek (pl. egyesület, alapítvány), szociális szövetkezet.

Nemzetközi tapasztalatok szerint az utóbbi 10-15 évben a szociális szövetkezet a legnagyobb jelentőségű és hatású, illetve a legdinamikusabban növekvő társadalmi vállalkozási formává vált az Európai Unió legtöbb országában és a világ más térségeiben is. A szociális szövetkezetek hozzájárulhatnak: új munkahelyek teremtéséhez főként a válsághelyzetben levő, illetve bezárással fenyegetett ágazatokban; a munkahelyek stabilitásának növeléséhez; munkahelyeknek a feketegazdaságból a hivatalos gazdaságba történő átvezetéséhez; a különböző mesterségek felélesztéséhez, életben tartásához és új foglalkozások kialakításához; a különösen hátrányos helyzetű és a társadalmi kirekesztettség szélén álló csoportok számára a munkához vezető utak kiépítéséhez. A szociális szövetkezetek jó része helyi termék előállító. Az eddigi tapasztalatok szerint a szociális szövetkezetek kezdetben ösztönösen a társadalmi vállalkozások alapmodelljét követik: alapvetően a helyi szükségletek kielégítését célozzák, a helyi munkanélküliek foglalkoztatásával. A határok azonban lassan-lassan kitérülnek, a szűkös helyi felvevőpiac távolabbi piacokra jutásra ösztönöz.<sup>37</sup>

A szociális szövetkezet speciális formája a közfoglalkoztatás bázisán működő szociális szövetkezet. A megyében több ilyen szövetkezet alakult.

---

35 Csoba Judit: *A tisztességes munka. A teljes foglalkoztatás: a 21. század esélye vagy utópiája?* L'Harmattan Kiadó, 2010

36 Dr. Nagyné Varga Ilona, Dr. Barancsi Ágnes, *A szociális gazdaság szervezeteinek lehetőségei a vidékfejlesztésben. Jász-Nagykun-Szolnok Megye Esély Szociális Közalapítványa. Szolnok, 2013.*

37 *Szociális szövetkezetek kialakítása, működtetése – ismeretterjesztő anyag* Összeállította a Jász-Nagykun-Szolnok Megye Esély Szociális Közalapítványa (szerzők: Dr. Nagyné Varga Ilona és Dr. Soltész Anikó) a Magyar Ökumenikus Segélyszervezet megbízásából. Szolnok, 2015. február

8. táblázat A közfoglalkoztatás bázisán működő szociális szervezetek Jász-Nagykun-Szolnok megyében<sup>38</sup>

| Település               | Szociális szervezet neve                                           | Termékek                                    |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>Jászszenetandrás</b> | Jászszenetandrás Gyümölcsfeldolgozó Start Szociális Szövetkezet    | gyümölcslé készítmények                     |
| <b>Túrkeve</b>          | Túrkevei Zöldség-és Gyümölcsfeldolgozó Start Szociális Szövetkezet | konyhakész tisztított zöldségek, savanyúság |
| <b>Tiszaigar</b>        | API-GAR Kiskereskedelmi Start Szociális Szövetkezet                | szikvíz és üdítő gyártás                    |
| <b>Tiszaörs</b>         | Tiszaörsi Barázda Élelmiszer-előállító Start Szociális Szövetkezet | tésztagyártás                               |

A „szükségletellátó” típus mellett a helyi termék-előállítás másik típusa a „márkateremtő”<sup>39</sup>. Ennek legfontosabb jellemzője, hogy a piacorientált gazdasági szereplők termékeiket elsősorban a fizetőképes városi célközönség és a turisták számára pozicionálják. Erre a típusra jellemző, hogy a szociális gazdaság szereplői mellett megjelennek más vállalkozási formák is.

A helyi termékek közvetlen foglalkoztatási hatása az őstermelői, önfoglalkoztatási státuszokkal igazolható. A helyi termék definíciójából következően a helyi termékeket jellemzően őstermelők, kistermelők, mikro- és kisvállalkozások termelik.

A projekt<sup>40</sup> keretében készült online adatbázis<sup>41</sup> kialakításához a Jász-Nagykun-Szolnok megyében található helyi termékek, tájjellegű ételek, italok gasztronómiai specialitások felméréséhez 107 db kitöltött adatlap érkezett be.

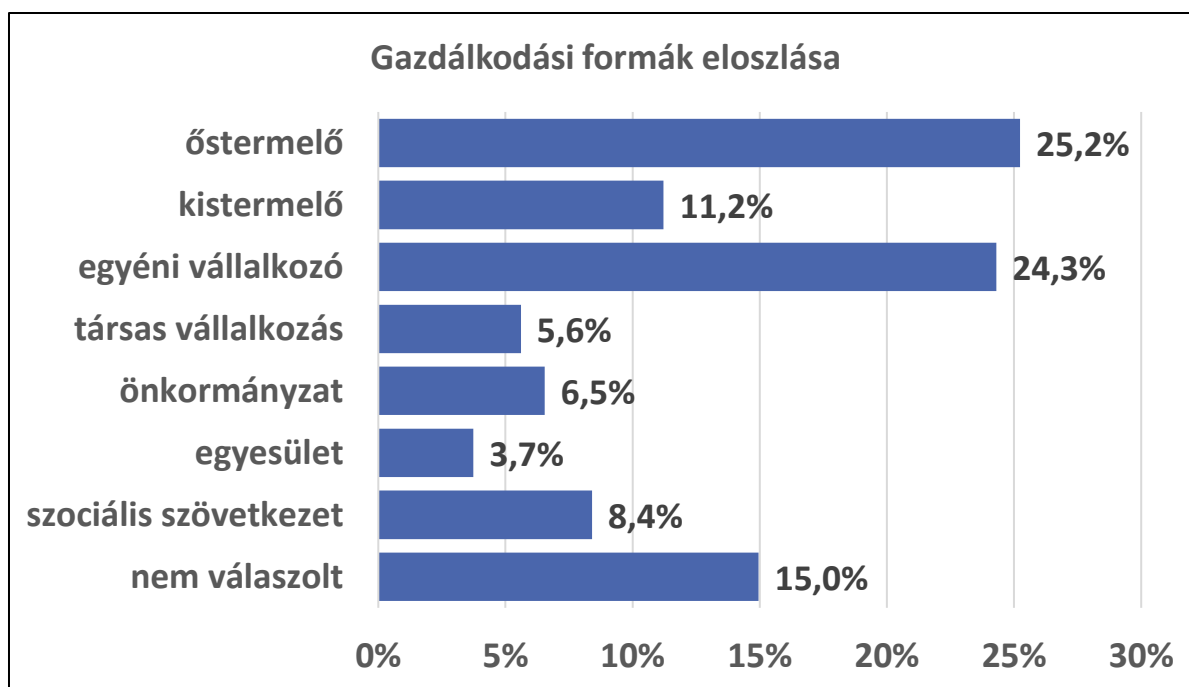
Az online adatbázisban szereplők között legnagyobb arányban őstermelők (25,2%) és egyéni vállalkozók (24,3%) vannak. Jelentősen kevesebb a kistermelők (11,2%) mértéke, míg az egyéb szervezeti formák aránya 10% alatt van (szociális szövetkezet 8,4%, önkormányzat 6,5%, társas vállalkozás 5,6%, egyesület 3,7%,).

38 <https://kozfoglalkoztataskormany.hu/kozfoglalkoztataskbazisan-mukodo-szocialis-szovetkezetek>

39 Kiss Márta: *Helyi termék, mint továbblépés? A helyi termék-előállítás szerepe és típusai a hátrányos helyzetű térségekben.* Erdélyi Társadalom – 14. évf. 1. szám - Vidékfejlesztés

40 TOP-5.1.1-15-JNI-2016-00001

41 <http://eselyfk.hu/helyi-termek-adatbazis/>



5. ábra Gazdálkodási formák eloszlása az online adatbázisban szereplő termelők között

A helyi termék ágazat foglalkoztatóképességének növeléséhez támogató (financiális és szakmai) környezetre és időre van szükség. A kutatási tapasztalatok azt mutatják, a sikeres termék-előállítók 3-5 év alatt juthatnak el arra a szintre, amellyel már helyi tartós munkahelyteremtésre is képessé válhatnak.<sup>42</sup>

A két jól elkülöníthető („szükségletellátó” és „márkateremtő”) típus – mely mögött a helyi termék szerepének különböző értelmezése rejlik<sup>43</sup> – mellett számottevő a vegyes (vagy kevert) típusúak aránya. A helyi termékekre alapozott turizmusfejlesztésben a „márkateremtő” helyi termék előállítóknak van jelentősége. Ahhoz, hogy a helyi termék ágazatban szereplők nagyobb szerepet vállaljanak a turizmusban (a turisztikai szolgáltatásokban), szükséges, hogy felismerjék a termékükben rejlő potenciált, a helyi termékek gasztronómiai jelentőségét és képessé váljanak – minőségben és mennyiségben – a piac kihívásainak megfelelni. A turisztikai szolgáltatók fogadókészsége mellett ez a másik alapfeltétel ahhoz, hogy a versenyképesség növekedjen.

### 3.2.3 A helyi termék és szolgáltatásfejlesztés lehetőségei

A helyi termékfejlesztés általános célja a helyi piac élénkítése és a helyi gazdasági kereskedelmi kapcsolatok szélesítése. A helyi termék és szolgáltatás fejlesztésnek a gazdaságélénkítésben van szerepe. Az olyan térségekben és településeken van a legnagyobb haszna, ahol más fejlesztési intézkedés nem képes a helyi erőforrások felhasználására.

<sup>42</sup> Balázs Bálint, *Alternatív élelmiszer-hálózatok szocioökonómiai elemzése. Doktori értekezés. Szent István Egyetem, Gödöllő, 2019.*

<sup>43</sup> Az online adatbázis kialakításakor megkeresett termelők jelentős része azzal utasította el a megyei szintű megjelenés lehetőségét, hogy nem akarja a termékét népszerűsíteni, mert számára az a fontos, hogy a helyi ismeretségi körben ismerjék: „Nekünk az a fontos, hogy magunknak termeljünk.”

| Termékfejlesztés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                         |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
| <b><i>Térséghez kötődő arculat kialakítása:</i></b> a kiválasztott termékcsoporthoz a térséghez való egyértelmű hozzárendelést segíti a termékfajták pontos beazonosítása és a tájjellegű receptúrák rögzítése (bor, méz, pálinka, alma, szőlő, tésztafélék ...), valamint a térség ökológiai és kulturális adottságait idéző formavilág (kerámia, szalmafonat, hímzés ...) megalkotása.                                                                                                                                                                  | közepes                 | erős                 |
| <b><i>Kombinált termékek kifejlesztése:</i></b> az eladhatóság növelése és a kevésbé jelentős mesterségek árukapcsoláson keresztüli felfuttatása érdekében célszerű a több lábon állás, a többféle alapanyag és mesterség ötvözésével készített termékek kifejlesztése. Ilyenek lehetnek pl.: alma, szőlő helyi fonott kosárban; mézeskalács, sütemény kosárban vagy vászonzacskóban; méhviaszgyertyák kovácsoltvas gyertyatartón; méz, lekvár kerámia edényben; savanyúságtartósító cseréphordó; bor, pálinka festett üvegben; kecskesajt csuhéfonatban. | közepes                 | erős                 |
| <b><i>Nagyobb hozzáadott érték, magasabb feldolgozottság elérése:</i></b> a magasabb jövedelem elérését teszi lehetővé a helyben megtermelt alapanyagok további feldolgozása. Ilyen termékek lehetnek pl.: szárított alma chips; mézben eltett dió; öko-búzából őrölt lisztből sült sütemények                                                                                                                                                                                                                                                            | erős                    | erős                 |
| <b><i>Kereslettel rendelkező, de a kínálatból jelenleg hiányzó helyi termékek bevezetése:</i></b> a házi jellegű csirke, kolbászáruk, szalonna.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | közepes                 | közepes              |
| <b><i>Gazdaságosságot garantáló és a keresletet ösztönző termelési mennyiségek előállítás, optimális kiszolgálás kialakítása.</i></b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | közepes                 | közepes              |
| <b><i>Minőségbiztosítás, oltalom alá helyezés:</i></b> A fogyasztók bizalmát, vásárlási tudatosságának érvényesülését erősíti a minőség tanúsítása.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | közepes                 | erős                 |
| Vállalkozásfejlesztés                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                         |                      |
| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
| <b><i>Legális vállalkozási szervezeti keretek megteremtése:</i></b> jelenleg a helyi termékek előállítóinak jelentős része                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | közepes                 | erős                 |

<sup>44</sup> A területek meghatározása G. Fekete Éva, *Helyi termékek előállítása és értékesítése a Zala Termálvölgyében. Kutatási zárótanulmány alapján*

| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| nem legálisan, vagy hobby szinten végzi tevékenységét. Számukra szükséges a jogi szabályozásban való eligazodást segítő tanácsadás, esetleg adminisztratív segítség.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |                      |
| <b>Engedélyek megszerzésében, szerződések kötésében jogi segítség:</b> indokolt az előző ponthoz hasonlóan, de a már legálisan működő termelők és értékesítők számára is hasznos közösségi szolgáltatás megszervezése.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | közepes                 | közepes              |
| <b>Technológiai fejlesztés, innovációk közvetítése:</b> a termelőknek az egyes termékkategóriákhoz kapcsolódó innovációs központokkal (kutatóintézetek, felsőoktatási intézmények, vállalat K+F) való közvetlen kapcsolatfelvétel.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | közepes                 | közepes              |
| <b>Képzések:</b> részben az innovációk terjesztése, részint az új termelők belépése, részint a szakmai ismeretek mellett a piaci, vállalkozási ismeretek, az együttműködési készségek és a turisták fogadásában való jártasság fejlesztése érdekében van szükség képzésekre. Ennek megfelelően lehetséges indítandó kurzusok: szakmai képzések (borász, méhész, cukrász, kézműves); helyi termékeket, azok előállítását bemutató turisztikai programok szervezése és vezetése; ökológiai gazdálkodás és hagyományőrzés a helyi termékek előállításában. | erős                    | erős                 |

### Értékesítés

| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| <b>Termelői telephelyek fogadókészségének kialakítása:</b> a vásárlók körében a helyi termékek vásárlásának jelenleg leginkább elfogadott formája a termelők telephelyén történő beszerzés. Különösen azon termékek esetében indokolt a termelői telephelyek rendbetétele, amelyekhez a termék előállítását bemutató programok is szervezhetők. | közepes                 | erős                 |
| <b>Mintaboltok, gazdapiacok létesítése és működtetése</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | közepes                 | közepes              |
| <b>Helyi termék vásárok, fesztiválok rendezése:</b> A helyi termékek értékesítésében a kívánt hatás térségi koordinációval érhető el.                                                                                                                                                                                                           | gyenge                  | erős                 |
| <b>Turisztikai fogadópontok kialakítása:</b> a turisztikai programokkal együtt, azok részeként ajánlhatók ki a helyi termékek a térségbe látogató turisták számára.                                                                                                                                                                             | közepes                 | erős                 |
| <b>Turisztikai szolgáltatókhoz helyi termékek kihelyezése:</b> a szálláshelyeken, vendéglátóhelyeken, a programszolgáltatóknál bemutató polcok/szekrények helyezhetők ki, valamint speciálisan e célra                                                                                                                                          | közepes                 | erős                 |

| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| összeállított termék katalógus segítségével a szolgáltatók meggyőzhetők a helyi termékek szolgáltatásukba való beépítésének előnyeiről.                                                                                                                                                                                                                                              |                         |                      |
| <b>Vendéglátóhelyek számára helyi termékek beszállításának megszervezése</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | közepes                 | erős                 |
| <b>Közzolgáltatások számára helyi termékek beszállításának megszervezése:</b> a közkonyhák jelentős felvevő piacot képeznek. A közzolgáltatásban a helyi kézműves termékek, mint ajándéktárgyak bevonásához szintén egy katalógus összeállítása, ill. az egyedi igények kielégítéséhez a potenciális fogyasztók és a kézművesek közötti közvetlen kapcsolatok kialakítása szükséges. | közepes                 | gyenge               |
| <b>Turisztikai programcsomagok szervezése:</b> útvonalak részletes kidolgozása, ehhez a szolgáltatókkal való egyeztetések lefolytatása, majd a programok szervezését és értékesítését bonyolító menedzsment háttér megteremtése.                                                                                                                                                     | gyenge                  | közepes              |

#### Szervezeti kapacitások erősítése

| Tevékenység                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Munkaerő<br>piaci hatás | Turisztikai<br>hatás |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------|
| <b>Együttműködések, szövetkezők szervezése:</b> a már létező szervezeti keretek közötti tagtoborzáshoz, ill. újabb termelői és értékesítői, esetleg fogyasztói többszektoros együttműködések elindításához, az adminisztratív feltételek biztosításához.                                                                                        | erős                    | közepes              |
| <b>A térségi fejlesztő szervezetek közötti munkamegosztás kialakítása:</b> A helyi termékekre épülő turisztikai programok térségi szervező háttere vagy a turisztikai irodákhoz kapcsolható, vagy a helyi termékekkel összefüggő többi termékfejlesztési és marketing feladattal összevonva egy önálló marketing centrum hatáskörébe sorolható. | erős                    | erős                 |
| <b>Új szervezeti egység létrehozása:</b> a helyi termékek termékfejlesztési és marketing feladatainak térségi koordinálására új, kimondottan ezzel a feladattal foglalkozó szervezeti egység is létrehozható.                                                                                                                                   | közepes                 | erős                 |

## A helyi termék- és szolgáltatásfejlesztés külső és belső feltételrendszere a megyében<sup>45</sup>

- A kormányzati intézkedések és a pályázati lehetőségek segítették a helyi termékek/vállalkozások fejlesztését.
- Pozitív feltételt jelent, ha egy településen jelentős kereslet mutatkozik a helyi termékek iránt, és az állampolgárok mellett települési önkormányzatok, közéletiek is keresik a helyi termékeket.
- Több településen kialakítottak LEADER pályázati támogatással piactereket, ahol a helyi termelőknek lehetőségük van értékesíteni termékeiket.
- A Helyi Vidékfejlesztési Stratégiákban szerepet kapott a helyi termékek előállításának segítése, a közösségi rendezvényeken lehetőségük van a mesterembereknek a bemutatkozásra, és a termékek a népszerűsítésére.
- A Helyi Akciócsoportok (HACS) kiemelten kezelik a helyi termékek előállítói közötti együttműködés kialakítását, fejlesztését pl.: helyi termékek eljuttatása a fővárosba, rendezvények szervezése több HACS együttműködésével.
- A helyi termékek fogyasztását népszerűsítő kampányok ösztönző hatással voltak a vásárlókra és a termelőkre egyaránt.
- A helyi termékek és hungarikumok „újra felfedezése”, a helyi termékek és szolgáltatások előállítása és versenyképes értékesítésének támogatása, a helyi termékek feldolgozását és piacra jutását elősegítő fejlesztések támogatása 2010 óta növekszik.
- A helyi termékek előállításának, valamint értékesítésének jogi szabályozása kevésbé rugalmas. A külföldi tapasztalatok szerint lehetséges flexibilisebb szabályozás is.
- Számos helyi erőforrásra lehetne építeni a helyi termékek előállításakor – a helyi erőforrásokat csak részben hasznosítják a térségekben –, de a fejlesztés hosszú és nehéz folyamat, mivel alacsony az emberek vállalkozó kedve és nincs tőkéjük az induláshoz, illetve nehéz a fiataloknak átadni ezeket a mesterségeket.
- A helyi termékek előállításában/értékesítésében további gátló tényezők lehetnek: a kevés helyi termék a boltok polcain, összefogás és együttműködés hiánya az adott térségben, feldolgozó üzemek hiánya, a meglévő fürdőturizmusra nem épülnek további szolgáltatások, a helyi termékek előállításához hiányoznak eszközök, gépek pl. csomagolástechnika, nem megfelelő vagy nincs piackutatás, nem megfelelő a helyi termékek marketingje, nem megfelelő jogszabályi környezet (a támogatások és kötelezettségek nem veszik figyelembe a termelők, pályázók lehetőségeit, igényeit).

---

<sup>45</sup> Helyi termékekre, helyi szolgáltatásokra alapozott jó gyakorlatok feltérképezése és hálózatba szervezése Jász-Nagykun-Szolnok megyében c. LEADER térségek közötti együttműködés pályázathoz kapcsolódó alapozó kutatás. Szerk.: Nagyné Varga Ilona. Szolnok, 2014. A tanulmány a Helyi Akciócsoportok - 6 Akciócsoport működik Jász-Nagykun-Szolnok megyében: Jászsági Kistérségi Helyi Közösség Egyesülete (Jászapáti), Közép-Tisza-Zagyva Vidékfejlesztési Egyesület (Rákóczi falva), Tisza-menti LEADER Közhasznú Egyesület (Kuncsorba), Tisza-tó Térsége Leader Egyesület (Abádszalók), Tiszazugi Leader Egyesület (Kunszentmárton), a Nagykunságért Térségi Vidékfejlesztési Nonprofit Kft. helyett 2013-ban alakult új szervet a Nagykunságért Vidékfejlesztési Egyesület (Kétpó) - munkaszervezet vezetőivel készített interjúkat dolgozta fel. Az interjúk összegzésének felhasználásával és aktualizálásával készült az összefoglaló.

- Mára a kézművesség jelentősen háttérbe szorult, általában jelentős részük hagyományörző jelleggel, alapvetően esztétikai, kulturális örökség értéke miatt működik. A kézműves tevékenységeknek azonban számos olyan területe van, amelyek korszerű, innovatív formában megújíthatók. Számos kézműves mesterség – pl. asztalos, fazekas, bőr-díszműves – ma is fontos használati tárgyakat gyárt, egyedi gyártással, kiváló minőségben, magas esztétikai értékkel. A kézműves mesterségek a lakosság csak szűk körének nyújtanak megélhetést, a mai ipari tevékenységek kiszorítják ezt a tevékenységekört.
- Kapacitásbeli probléma, hogy a vásárlói igényeket ne csak szezonálisan, hanem folyamatosan ki tudják elégíteni. Erre a helyi termelők többsége nem képes.
- További akadályozó tényezőt jelent, hogy a helyi termék előállítás nem termel annyi jövedelmet, hogy önfenntartóvá váljon. Legalább 3 éven át nyújtott segítségnyújtás kell ahhoz, hogy a termékek piacra kerüljenek és jelenlétük biztosított legyen.
- A helyi termékek versenyképességét akadályozza a multinacionális cégek dominanciája.
- További akadályozó tényező a lakosság szemléletmódja, illetve a hazai termék vásárlásához szükséges egyfajta biztonságérzet és megfelelő anyagi háttér.
- Mobilizáló hatásúak lehetnek a turizmus területén jelentkező fejlesztések, mivel ezek a helyi termékek piacára is kedvező hatást fejthetnek ki.
- Jász-Nagykun-Szolnok megye specialitása, legnagyobb egyedi terméke a megye elnevezésében is benne van: a jász és kun identitás, valamint a jász és kun hagyományok, illetve a történelmi múlt jelenlét és megőrzése.
- Igény jelentkezik vállalkozói oldalról eszközbeszerzésre.
- A civil szervezetek megerősítése, általuk végzett tevékenységek támogatása ösztönző hatású.
- Olyan hálózatok kiépítése, melyek a helyben termelt és többletként jelentkező termést vagy terméket az ország más területére eljuttatnák.
- A helyben termelt zöldségek, gyümölcsök feldolgozása alapvetően nem az adott térségben történik, ezért fontos lenne a jövőben feldolgozóüzemek, hűtőházak kialakítása, így a feldolgozott élelmiszerekkel jelentősen bővíthetne az érintett térség helyi termékkínálata. Ezen fejlesztések az adott terület munkaerőpiacára is pozitív hatást gyakorolnának.
- Települési szintű márkák, brandek kialakítása, azonos logóval, azonos stíluselemekkel.
- Az egészségturisztikához, mint felfutó ágazathoz kapcsolódóan az egészséges termékek, egészséges ételek előállításához kapcsolódó fejlesztések.
- Több évre szóló, tartós pályázati, támogatási lehetőségek biztosítása, melyeket járási, mikrotérségi szinten elvégzett rétegzett mintavételen alapuló piackutatás alapoz meg, mivel a helyi termékek előállítása és értékesítése szempontjából lényeges tényező a valós fogyasztói igények feltérképezése.
- A képzési igények: marketing, olyan szakmai képzések, melyek „kézzelfogható” tudást adnak, és ahol el lehet sajátítani, hogy hogyan lehet a megtermelt kiskerti termésből terméket előállítani; olyan képzések szervezése, amelyek a helyi termék

gyártáshoz közvetlenül kapcsolódnak, pl.: gépkezelés, vállalkozóvá válást segítő szakmai képzések stb.

- Egy adott térség települései, önkormányzatai és a helyi termék-előállítók, szolgáltatók, vállalkozók közti partnerség fejlesztése, az együttműködés javítása szükséges. (Jellemző egy adott térségben az együttműködés hiánya, mivel a helyi termelők, szolgáltatók inkább konkurenciát látnak egymásban, nem pedig az együttműködésben rejlő lehetőségeket.)

Összegezve: a HACS-ok számos erőfeszítést tettek és tesznek a helyi termelők/vállalkozók fejlesztésére. Ezen belül kiemelten kezelik a partnerség térségi szintű fejlesztését és alapvető feladatnak tartják a szereplők célirányos összefogását, hálózatba szervezését, az együttműködések segítését. Általános vélekedés, hogy az együttműködést segíthetik a különböző nagy rendezvényeken való megjelenések, pl.: az évente megrendezett vidékmustra, helyi termelői vásárok, hagyományőrző rendezvények, illetve a Hungaricum és AMC pályázatok. A hálózatba szervezésnél azonban akadályozó tényező a hasonló terméket előállítók közti rivalizálás, az érdektelenség, illetve a hiányzó humán erőforrás.

Fejlesztendő területnek tartják a helyi termék ágazat egészével és a helyi termékekkel kapcsolatos információknak, szolgáltatóknak az összefogását, összegyűjtését és az információk megosztását országhatáron belül és országhatáron túl is. A helyi termékek piacán kevés a jól működő információs csatorna. Helyi kezdeményezések mellett egy megyei, vagy egy térségi szintű információs csatorna, vagy kommunikációs rendszer/marketing csatorna kiépítése és koordinálása mindenképp szükséges lenne.

A vélemények megegyeztek abban, hogy a helyi termelésre vonatkozó jogszabályokat is át kellene alakítani úgy, hogy „életszerűbbek” legyenek.

A képzés területén indokolt a helyi terméket előállítók kompetenciafejlesztése és ismereteik bővítése, pl.: higiéniai és élelmiszerbiztonsági témákban; továbbá sürgető igény a helyi terméket előállítóknál meglévő tudás átadása a fiatalabb generációnak, pl.: kézműves oktatással, szakkörökkel, alkotó táborokkal és ehhez a tanárok továbbképzésével is. A képzésben fontos cél kell, hogy legyen a piaci igényekkel történő összehangolás is.<sup>46</sup>

Sajnos a népi kézművesség mára jelentősen visszaszorult, egy része már csak hagyományőrző jelleggel, alapvetően esztétikai, kulturális örökség értéke miatt működik, mindennapi használati tárgyat nem, vagy alig állít elő. A kézműves mesterségek a lakosság csak szűk körének nyújtanak megélhetést, a mai ipari tevékenységek kiszorítják ezt a tevékenységekört. A fiatalok közül is kevesen választják - sőt nem is igazán ismerik már - ezeket a szakmákat. Az utánpótlás,

---

46 Forrás: A programkészítés időszakában a terület megyei prominenseivel készült szakértői interjúk: Bárádiné Nikolényi Edit - Tourinform szolnoki irodájának vezetője, a Helyi Termékek Vására szervezője; Barát József Nagykőrű község alpolgármestere, egyesületi elnök; Bodonné Gyöngy Erika, Tiszaörs polgármestere; Dr. Barancsi Ágnes, a Túri Kamra vezetője; Dr. Kóródi Márta főiskola tanár Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Szolnoki Campus; Galó Anita az Alföld Szíve Térségi Turisztikai Egyesület titkára, Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzati; Hivatal Térségfejlesztési- és Külgügyi Irodájának irodavezetője; Kovács Lajos – Karcagi Ízek termékek ötletgazdája; Kovácsné Szabó Katalin, Munkás Szent József Szociális Szövetkezet elnöke; Öhlbaum Emese a szolnoki Város Marketing és a Turisztikai Osztály osztályvezetője; Szabó István „Egy csepp Tisza-tó” projekt ötletgazdája

a képzés sem megoldott. A kézműves társadalom előregedőben van, a jövő generációra történő átmentés hiányában, az idős mesterek eltávozásával eltűnik hazánkból a ma még élő hagyományként művelt kézművesség. Ennek elkerülése érdekében alapvető cél, hogy biztosítsuk a fennmaradásukat, a mesterség, a szakmai tudás továbbadását. Megteremtjük az ehhez szükséges szakképzési, oktatási és ismeretátadási háttérrel, szakmai (tan)anyagokkal, kiadványokkal tovább segítsük a folyamat haladását. A népi kézművesek hagyományörző jellegük által kardinálisan kiemelendő nemzeti értékrendet hordoznak, hozzájárulhatnak a közösségek megerősítéséhez, valamint egy-egy kistérség minőségi vendéglátásának, idegenforgalmi vonzerejének növeléséhez. Ezek a szakmák munkahelyeket biztosíthatnak, megakadályozhatják a munkaerő elvándorlását, ráépülhetnek a kistérség sajátos mezőgazdasági és kisipari termékeire. Jász-Nagykun-Szolnok megye majd minden településén fellelhető még egy-egy olyan kézműves mesterség, kismesterség, a háziipar keretei között megmaradt szakma, amely hagyományos tudást őriz.

### **3.2.4 Önkéntesség szerepe a turisztikai szektorban**

A 2012-ben megalkotott Nemzeti Önkéntes Stratégia (2012-2020)<sup>47</sup> meghatározása szerint az önkéntesség olyan tevékenység, amelyet a személy szabad akaratából, egyéni választása és motivációja alapján, a pénzügyi haszonszerzés szándéka nélkül végez más személy, személyek vagy a közösség javát szolgálva. Sajátos értékeket hordoz magában, amely megkülönbözteti a fizetett munkától. Önmagában jó és értékes, egy mód, mellyel képessé tehetjük a társadalom tagjait, hogy aktív szerepet vállaljanak mind tágabb földrajzi, mind szűkebb érdekközösségekben, mely egyidejűleg hasznos a támogatásra szorulóknak és az önkéntes munkát végzőknek is. Az önkéntesség az egyik eszköze az esélyegyenlőség fejlesztésének, hozzájárul a szegénység, a kirekesztődés csökkentéséhez és a foglalkoztatottság növeléséhez, segíthet a munkanélküliek munkaerőpiacra történő visszatéréséhez, de nem helyettesítheti a fizetett munkaerőt.

A stratégia kiemeli, hogy az önkéntes tevékenység az egész társadalmi és gazdasági életet behálózza, ezért a stratégia fogódzókat és iránymutatást kíván adni más háttérágazatok (pl. szociális és jótékonyági tevékenységek, érdekvédelem, egészségügy prevenció, sport, környezet- és természetvédelem) számára.

Foglalkoztatási szempontból kiemelkedően fontos, hogy az önkéntes tevékenység elősegítheti új ismeretségek, barátságok kialakulását, hozzájárulhat egy szélesebb kapcsolati tőke kialakításához, csökkentheti az előítéletek kialakulásának lehetőségét, elősegítheti az önismeret fejlődését, új kihívásokat, gyakorlati tudást, új munkahely megszerzésének lehetőségét, jövedelmet, a munka világához való hosszú távú kapcsolódást jelenthet.

Az önkéntes tevékenységet a közérdekű önkéntes tevékenységről szóló 2005. évi LXXXVIII. törvény szabályozza.

A hazai szakirodalom leggyakrabban az önkéntesség két alapvető típusát különbözteti meg. A hagyományos (rég típusú) és a modern (új típusú) önkéntességet. A hagyományos típusban az

---

47 1068/2012. (III. 20.) Korm. határozat a Nemzeti Önkéntes Stratégia 2012–2020 elfogadásáról és a végrehajtásához szükséges közéleti feladatokról

önkéntesek jellemzően a szociális területeken tevékenykednek (adományosztás, adományozás, étel- és ruhaosztás, egyéb segítségnyújtó programok), elsődleges motivációjuk a humánumhoz köthető értékekhez, vagy vallási indíttatáshoz, és/vagy a másokon (többnyire rászorulókon, esetleg természettudatosság által) való segítséghez kapcsolódik. Az új típusú önkéntesség motivációs bázisa a személyiség- és készségfejlődés, a gyakorlati tapasztalatszerzés, a kihívások keresése, a kapcsolati háló bővítése, a tudásalapú, információs társadalom értékei felé fordulás, illetve a szabadidő minőségi eltöltése. A kutatások azt bizonyítják, hogy az önkéntességben egyre kevésbé érvényesül a tiszta típusú forma, sokkal inkább jellemző a két típus ötvözete. Ebben a harmadik típusú önkéntességben egyszerre van jelen az altruista, közösségközpontú motívum és az önmegvalósító, élménykereső attitűd.

Témánk szempontjából különösen figyelemre méltó a viszonylag újszerű és az információtechnológiai fejlődéssel párhuzamosan a 2000-es évek elejétől elterjedt ún. virtuális önkéntesség (e-önkéntesség, online önkéntesség). Az e-önkéntes részben vagy teljes egészében a segített szervezettől vagy személytől földrajzi értelemben távolról fejt ki tevékenységét, lényegében bármely ma használatos, internetkapcsolatra alkalmas eszköz segítségével. Tipikus tevékenységi területnek talán a távtanítás bármely, nem fizetett példáját tekinthetjük, de népszerű feladatkör még a támogatott szervezetnek végzett virtuális termék létrehozása, mint a nyílt forráskódú szoftverfejlesztés, a Wikipédia-szerű szócikkek szerkesztése, weboldalak, művészeti termékek (videó, dal, zene) létrehozása, internetes lelkigondozás, virtuális tartalmak szerkesztése.

Egyre inkább népszerű az ún. természeti (environmental) öntevékenység. A csatlakozók tágan értelmezett környezet- és katasztrófavédelmi feladatokban vesznek részt, azaz holisztikus, a természettel való együttélés egyensúlyának fenntartását célzó tevékenységeket folytatnak. Például környezeti beavatkozást igénylő területek monitoringját, ökológiai helyreállításokat (gyomnövény-eltávolítást, tereprendezést), veszélyeztetett állatok élőhelyének védelmét látják el, valamint ezekkel kapcsolatos technológiai fejlesztésekben vesznek részt. Képzéseket tartanak továbbá a természeti környezettel való együttélésről a legkülönbözőbb módon érintettek számára. A helyi termék alapú turizmusfejlesztésben az új típusú és a kevert típusú, továbbá – a következő időszak fejlődési trendjeihez illeszkedő – az e-önkéntesség és az environmental jellegű önkéntességnek nyújthat optimális feltételrendszert.

A Századvég kutatói tanulmányukban<sup>48</sup> megállapítják, hogy a magyar felnőtt lakosság bő negyede, 27,4 százaléka, azaz megközelítőleg 2 millió 209 ezer felnőtt végzett önkéntes tevékenységet a kérdezést megelőző 12 hónap során.

A különböző településtípusok lakosai közül a legnagyobb arányban a megyeszékhelyeken, valamint a falvakban lakó válaszadókra jellemző a gyakori önkénteskedés, mindkét csoport fele tartozik a magukat sűrűn aktivizálók közé.

---

<sup>48</sup> Gyorgyovich Miklós, Menich Dóra, Simon Nikolett, Kollár Dávid, Szodorai Dóra, *Önkéntesség Magyarországon 2018. Gyorsjelentés, és forrás még a Társadalmi szerepvállalás erősítése a közösségek fejlesztésével a Jászságban (EFOP-1.3.5-16-2016-00312) c. projekt konferenciáján elhangzott előadás; Önkéntesség Magyarországon 2018. Az önkéntességekutatás első eredményei, előadó: Gyorgyovich Miklós kutatásvezető.*

Az önkéntesség haszonélvezői, akiken vagy akiknek az önkéntesek valamilyen módon segítenek, értelemszerűen nemcsak civil szervezetek vagy alkalmi önkéntes akciók célcsoportjai lehetnek, hanem magánszemélyek, állami intézmények, szomszédok, akár nagyobb lokális közösségek is.

A programkészítés időszakában a Civil Információs Portálról<sup>49</sup> kigyűjtöttük a megyei regisztrált önkéntes fogadószervezeteket. (A szervezetek listája nem teljes, ennél lényegesen több az önkénteseket fogadó szervezet működik a megyében.) A fogadó szervezetek típusai járási megoszlását mutatja be az alábbi táblázat.

9. táblázat Az önkénteseket fogadó szervezetek típus szerinti megoszlása Jász-Nagykun-Szolnok megyében<sup>50</sup>

| Fogadó szervezetek típusai          | Járások   |             |         |            |                 |          |          |             |                   |          |
|-------------------------------------|-----------|-------------|---------|------------|-----------------|----------|----------|-------------|-------------------|----------|
|                                     | Jászapáti | Jászberényi | Karcagi | Kunhegyesi | Kunszentmártoni | Mezőtúri | Szolnoki | Tiszafüredi | Törökszentmiklósi | Összesen |
| alapítvány                          | 3         | 0           | 2       | 1          | 6               | 7        | 34       | 7           | 6                 | 66       |
| közalapítvány                       | 0         | 0           | 0       | 0          | 0               | 0        | 3        | 0           | 0                 | 3        |
| nonprofit szervezet                 | 0         | 0           | 0       | 1          | 0               | 0        | 7        | 2           | 0                 | 10       |
| egyesület                           | 6         | 6           | 4       | 2          | 13              | 10       | 76       | 7           | 5                 | 129      |
| egészségügyi intézmény              | 0         | 0           | 1       | 0          | 0               | 0        | 2        | 0           | 0                 | 3        |
| egyházi szervezet                   | 1         | 0           | 1       | 1          | 3               | 1        | 2        | 1           | 0                 | 10       |
| közoktatási intézmény               | 2         | 2           | 4       | 0          | 1               | 3        | 8        | 1           | 0                 | 21       |
| közoktatási intézmény (egyházi)     | 3         | 2           | 6       | 0          | 0               | 0        | 1        | 0           | 1                 | 13       |
| művelődési intézmény                | 0         | 1           | 3       | 0          | 1               | 0        | 4        | 1           | 0                 | 10       |
| szociális intézmény                 | 1         | 0           | 4       | 0          | 1               | 3        | 4        | 0           | 3                 | 16       |
| települési önkormányzati szervezet  | 8         | 7           | 3       | 3          | 3               | 3        | 6        | 0           | 8                 | 41       |
| települési nemzetiségi önkormányzat | 1         | 0           | 2       | 0          | 0               | 0        | 1        | 0           | 0                 | 4        |
| forprofit szervezet                 | 0         | 1           | 0       | 0          | 0               | 0        | 1        | 0           | 0                 | 2        |
| Összesen                            | 25        | 19          | 30      | 8          | 28              | 27       | 149      | 19          | 23                | 328      |

A regisztrált fogadó szervezetekre vonatkozó adatok azt mutatják, hogy a szolnoki járásban található a legtöbb szervezet, intézmény (az összes fogadó szervezet több mint 45%-a található ebben a járásban). A szervezetek szerinti megoszlásban kitűnik az egyesületek dominanciája

49 <http://www.civil.info.hu/web/guest/onkentesseg>

50 saját adatgyűjtés

(az összes fogadó szervezet 39%-a egyesületi formában működik). A tiszafüredi járásban – ahol a Tisza-tó is található – fejlesztésre szorul az önkéntes szektor annak érdekében, hogy a turisztikai szolgáltatások kapacitásai az önkéntességgel mint külső erőforrással bővüljenek (az összes regisztrált fogadó szervezet kevesebb mint 6%-a található ebben a járásban).

A Századvég kutatói választ kerestek arra a kérdésre, hogy a magyar társadalom hogyan tekint az önkéntességre általánosságban. Az összes válaszadó alig több mint fele (51,6%) véli úgy, hogy a magyarok inkább vagy teljes mértékben elfogadó módon tekintenek az öntevékenységre. Mindösszesen harmaduk perceptualizál semleges álláspontot, és lényegében elenyésző mértékben, minden tizedik felnőtt véli úgy, hogy a magyarok többé-kevésbé, de elutasítók a tevékenység kapcsán.

A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 fogalmazza meg az ágazatban dolgozók küldetését, és helyezi megfelelő megvilágításba az önkéntes munka szerepét a turizmusban. A Stratégia indíttatása: „azért dolgozunk, hogy megoszthassuk Magyarország iránti szeretetünket”. A turizmusban és vendéglátásban dolgozók feladata, missziója: „Elmesélni Magyarország történetét, a turizmus fejlesztésén keresztül biztosítani az ország gyarapodását”.

Ennek értelmében minden, a turizmus ágazatban dolgozó vezető szakember, oktatók feladata a példamutatás, a turizmusba vetett hit és elkötelezettség közvetítése a munkavállalók és az utánpótlás számára. A szemléletformálás a kulcsa az önkéntes munkavállalás terjedésének.

Az önkéntes munka számos formája létezhet a turisztikai ágazatban, melyek elsősorban a vendégélmény növelésében játszanak kiemelkedő szerepet, továbbá a vendégfogadás infrastrukturális és humánerőforrás hiányosságait képesek csökkenteni, kompenzálni.

A fogadó szervezet lehetőségei, az önkéntesek motivációi és kompetenciái határozzák meg, hogy milyen tevékenységbe vonják be az önkéntest. Fontos követelmény, hogy az önkéntes folyamatos támogatást, visszajelzést kapjon. Az önkéntes tevékenységek lehetőségei rendkívül széleskörűek lehetnek. Pl. információs pult/szolgálat működtetése; tárlatvezetés; fordítás; adminisztráció, adatrögzítés, digitalizálás, nyilvántartási feladatok, raktári jelzet készítése, borítékolás; rendezvényszervezés, lebonyolítás; kommunikációs és marketing feladatok (blogírás, cikkírás arculattervezés, rendezvényfotózás, videofelvétel készítés a programokról, kisfilm készítés, szóróanyagok tervezése); piackutatás, kérdőívezés; informatikai feladatok (weboldal, hírmondó, hírlevél szerkesztése); egyéb szakmai feladat (pl. képzésszervezés, ismeretterjesztés); fizikai munka (kertészkedés, festés, tereprendezés, ültetés, felújítási munkákban való részvétel).<sup>51</sup>

Jász-Nagykun-Szolnok megyében kettő megyei hatókörű szervezet foglalkozik az önkéntesség kultúrájának terjesztésével, az önkéntesség szervezésével.<sup>52</sup>

---

51 A tevékenység lista összeállításához felhasználtuk: <https://cskwiki.hu/onkentes-tevekenysegek-kore/>

52 A Jász-Nagykun-Szolnok megyei Civil Információs Centrum címbirtokosa Contact Mentálhigiénés Konzultációs Szolgálat (Szolnok), Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkéntes Centrum és a Jász-Nagykun-Szolnok megyei Család, Esélyteremtő és Önkéntes Ház (CSEÖH) címbirtokosa a Jász-Nagykun-Szolnok Esély Egyesület (Szolnok).

## 4. Fenntarthatóság és társadalmi felelősségvállalás a turizmusban

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH, 2017) adatai alapján a magyar lakosság fele vesz részt többnapos belföldi utazáson. 2017-ben 14,4 millió ilyen utazás történt. A belföldi utazások 2014 és 2015 évi emelkedését követően ugyan 2016 és 2017 év vonatkozásában stagnálás figyelhető meg, a szám mégis figyelemreméltó. (forrás: mtu.gov.hu: A belföldi turizmus fontosabb adatai 2017)

Ha világviszonylatba kitekintünk, az World Tourism Organisation (UNWTO) adatai alapján a nemzetközi turistaérkezések száma elérte a 1,323 milliárdot<sup>53</sup>. Ez azt jelenti, hogy a turizmus a harmadik legtöbb exportot generáló ágazat, bővülése 2010 óta töretlen.

A pozitív perspektívát némileg árnyalja a gondolat, hogy az egyre drasztikusabb méretet öltő iparág miként birkózik meg a jövőben működésének következményeivel. Ebben van kiemelt jelentősége és szerepe a tudatos fogyasztásnak, a lakosság tudatos fogyasztói szemlélete erősítésének.

### 4.1 A lakosság tudatos fogyasztói szemléletének erősítése

A tudatos fogyasztás leginkább a fogyasztók előre megfontolt, valamilyen szempontokat fokozottan érvényesítő vásárlói döntéseiben érhető tetten. Ugyanakkor a tudatos fogyasztásnak létezik egy kiterjedtebb értelmezése is, amikor a saját érdekek érvényesítésén túl a mások érdekeire való odafigyelést is figyelembe veszi.

Számos kutatás eredménye mutatja azt, hogy a fogyasztók világszerte – és hazánkban is – egyre tudatosabbak. A vállalatoknak, szolgáltatóknak alkalmazkodniuk kell a megváltozott elvárásokhoz, ki kell elégíteniük a tudatos fogyasztók szerteágazó igényeit, legyen szó akár a kínálatról, az árakról, információkról.

A fogyasztói magatartás szakirodalmában számos olyan terminus megtalálható, melyben a „tudatosság” szó jelen van, vagy más módon tűnik egyértelműnek, hogy valami módon kapcsolódik a témához: minőségtudatosság, ártudatosság, márkatudatosság, értéktudatosság, fogyasztói jogok tudata, pénzügyi tudatosság, egészségtudatosság, tudatos táplálkozás, táplálkozástudatosság, származék-tudatosság, energiatudatosság, környezettudatosság, társadalmilag felelős fogyasztás (társadalomtudatosság).

A fogyasztói társadalomban napi szinten rengeteg impulzus éri a fogyasztókat minden tekintetben, és ahhoz, hogy a legjobb döntés szülessen, tudatosnak kell lennünk.

A fogyasztókat, és különösképpen a tudatos fogyasztókat, a gyártók, szolgáltatók, termelők igyekeznek a terméken elhelyezett címkékkel, piktogramokkal, védjegyekkel, leírásokkal tájékoztatni felelős üzleti magatartásukról, felelős üzleti gyakorlatukról. Ezáltal fel lehet hívni a fogyasztók figyelmét arra például, hogy egy termék:

---

53 UNWTO Annual Report 2017

- helyi termelők alapanyagait felhasználva készült,
- helyi receptúra alapján készült,
- az adott térségre jellemző technológiával készült
- védjegyezett,
- biogazdálkodásból való,
- csomagolása környezetbarát,
- újrahasznosítható vagy éppen újrahasznosított alapanyagokból készült,
- nem alkalmaztak gyermekmunkát,
- hazai munkaerő előállításával készült,
- alacsony az energiafelhasználása,
- szakmai díjjal elismert szolgáltatóról/termékről van szó, stb.

A tudatos, felelős gondolkodású fogyasztók fogyasztói döntésük meghozatalakor nem pusztán csak a termék árát, ár-érték arányát veszik figyelembe, hanem fontos szerepet játszanak társadalmi, környezeti, etikai szempontok, megfontolások is.

## **4.2. Környezettudatosság és komplex szemléletformálás a turizmusban, különös tekintettel a helyi termékek előállítására és kereskedelmére**

A turizmus azt az egyedi lehetőséget rejti magában, hogy felhívja a látogatók figyelmét a fejlődést érintő környezetvédelmi és etikai kérdésekre, egyben formálja a témával kapcsolatos gondolkodásmódjukat. Emberek milliói kelnek útra évente, kilépve megszokott rutinjaikból, többé-kevésbé nyitottan az új impulzusok befogadására. A turizmus ennek megfelelően ideális közeget biztosíthat a környezeti tudatosság fejlesztésére. Mindazok a természethez vagy kultúrához kapcsolódó termékek, szolgáltatások és élmények, amelyekkel utazása során találkozik a látogató, elősegítik a probléma tudatosulását, ami csatornát jelent a fogyasztói szokások megváltoztatásához.<sup>54</sup>

Az így megszerzett ismeretek olyan komplex viselkedésváltozást is előmozdíthatnak, amelyre az egyén lakóhelyi környezetében nem feltétlenül kerülne sor. A viselkedés lehetséges új formái visszahathatnak az egyén életstílusára és fogyasztói döntéshozatalára, ezzel együtt a turizmus iránt támasztott keresletére is. Ez az út azonban csak lehetőség, mely során azzal is számolnunk kell, hogy a rekreációs céllal töltött idő a pihenés, kikapcsolódás ideje, amikor az egyén gyakran levetkőzni igyekszik felelősségtudatát. Szükséges tehát, hogy a kikapcsolódás keretétől szolgáló feltételek vonzóak, de egyben nyomásgyakorló tényezők legyenek. A turisztikai szektor fenntartható fejlődésben betöltött szerepe tehát a lehetőség mellett felelősség is.

A turisztikai szektor felismerte, hogy működésének fenntartható irányba történő alakítása elkerülhetetlen. Az iparág drasztikus változások előtt áll. A folyamatnak nyilvánvalóan vannak és lesznek győztesei, mint ahogy vesztesei is. Lesznek szolgáltatók, amelyek hatékonyabban adaptálják a fenntarthatóság elveit, mint mások: új lehetőségeket fedeznek fel, új fogyasztókat nyernek meg, új termékeket fejlesztenek, valamint új piacokat teremtenek.

---

<sup>54</sup> UNWTO, 2010a; Amendah és Park, 2008

Magyarországon jellemző, hogy „a környezet iránti aggodalom magas, de az ezzel kapcsolatos aktivitások még alacsony szintűek”.<sup>55</sup> Ezért kiemelten fontos a környezettel összefüggő tájékozottság növelése, környezettudatos tevékenységek hatékony ösztönzése, mert a pozitív hozzáállás már megvan, de ez a tettek szintjén még nem tükröződik. Fontos a megfelelő érvek megtalálása, melyek segítségével a fogyasztói aktivitás fokozható.

Környezetbarát termék csak környezettudatos termékfejlesztés eredményeképpen jöhet létre. A termékfejlesztés elejétől a szennyezés-megelőzést, a mai kor környezeti problémáinak megoldását és a fenntarthatóságot tartják elsődlegesnek, ugyanakkor a környezetbarát termékjellemzők nem mehetnek más fontos termékjellemzők rovására.

A helyi termékek környezetterhelése a rövid távú szállítás miatt jóval alacsonyabb, amivel a termelő is energiát, pénzt és időt takaríthat meg. A helyi erőforrásokat a kisüzemi, tradicionális kézműves technológia csak kisléptékben használja, így nem merülnek ki gyorsan. A kisüzemi, tradicionális előállítási módok sokkal kevésbé terhelik a környezetet, mint a nagyüzemi technológiák. A helyi termék előállítója a gyártás helyén gondozza a területet, nem lesz elhanyagolt és az ott lévő épület is kaphat új funkciót a feldolgozás során.<sup>56</sup>

A környezettudatos fogyasztók előnyben részesítik a természetes anyagokat és ízeket, vagyis a helyi termék vásárlók környezettudatossága evidencia.

A környezet iránti felelős viselkedés áldozatot, befektetést igényel a fogyasztótól. A környezetbarát termékek jellegükénél fogva, és gyakran a prémiumár érvényesítése miatt általában drágábbak, így vásárlásuk több pénzbe kerül. Továbbá elérhetőségük sem olyan széleskörű, mint a hagyományos termékeké, ezért e termékek beszerzése többlet idő- és energiárfordítással is járhat.

A környezettudatos viselkedés ugyan áldozatokkal jár, de hasznót is eredményez, egyrészt a fogyasztónak, másrészt pedig a szűkebb-tágabb társadalomnak. A hagyományos költség-haszon elemzés a környezetbarát tevékenységek esetében bonyolult, mivel a költségek rövid-, a hasznok viszont csak hosszú távon jelentkeznek. Érdekek és ellenérdekek feszülnek egymásnak minden szinten, a hosszú távú érdekek mindenütt beleütköznek a rövid távú érdekekbe és szemléletmódba. Pedig minden jel arra mutat, hogy a környezet állapotán csak komoly (radikális) változtatások útján lehet javítani, amelyhez több szint – globális/nemzetközi, nemzeti/kormányzati, szervezeti és egyéni – összefogása szükséges. Ezek a szintek kölcsönösen hatnak egymásra.

Szükség van a fogyasztói tudatformálásra, a környezettudatos gondolkodás és magatartás ösztönzésére, melynek egyik formája – a helyi termék ágazatban – a közösségi marketing. A közösségi marketing lényege, „hogy az együttműködésben résztvevők termékeikkel nem önállóan jelennek meg a külföldi és belföldi piacokon, hanem együttesen, egyöntetű arculattal lépnek fel, így segítve termékeik piacra jutását és sikerét”. A közösségi marketing fogalma alatt

---

55 Schäfferné Dudás Katalin, *A környezettudatosság többszintű értelmezése és a környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata. Doktori értekezés. PTE Közgazdaságtudományi Kar Gazdálkodástani Doktori Iskola. Pécs, 2008*

56 Burka Nikolett Zsuzsanna, *A hidegen sajtolt tökmagolaj mint helyi termék szerepe a térségi fejlődési folyamatokban. E-CONOM Online tudományos folyóirat, VI./2./2017.*

nemcsak a közismert országmarketing szervezeteket és azok tevékenységét kell érteni, hanem ebbe a körbe sorolhatók a helyi, regionális és országos szövetkezeti marketingformák, akárcsak az egyéb csoportos marketingszervezetek is, mint pl. a regionális védjegy-közösségek.<sup>57</sup>

### **4.3. Akadálymentes turizmus lehetőségei Jász-Nagykun-Szolnok megyében**

Az akadálymentes turizmus alapját az a nemzetközi koncepció adja, mely meghirdeti a „turizmust mindenkinek” programot. Ennek értelmében mindenki számára egyenlő módon szükséges lehetővé tenni, hogy élvezhesse a turisztikai programokat, élményelemeket. A keresleti igények megismerésével párhuzamosan a kínálati oldal tudatos fejlesztése indokolt ebben az esetben is.

Fogalom: Az akadálymentes turizmus a mindenki számára egyenlő módon elérhető turizmust jelenti, amely fizikai, illetve értelmi képességeiben akadályozottak számára is elérhetővé és élvezhetővé teszi az ép társadalom utazóinak kínált turisztikai szolgáltatásokat. Célcsoportjaiba azonban nemcsak a fogyatékossgal élők tartoznak, hanem minden olyan ember, aki átmenetileg vagy tartósan valamely képességében akadályozva van – lehet ez életkori sajátosságokból fakadó nehézség, mint például a bottal való járás, az erős látás- és hallásromlás vagy a babakocsival való közlekedés is.

Ennek értelmében az akadálymentes turizmus elemeiként tartjuk számon a fizikai hozzáférhetőséget, a kommunikációs hozzáférhetőséget, a webes elérhetőséget is.

Kereslet: Nagy célcsoport, amelyben komoly profitlehetőség van, ha Magyarországra azon belül jól definiálható desztinációra- turisztikai úti célként tekintenek.

A fogyatékos és az egészségkárosodott személyek ritkán szoktak egyedül utazni. Ha csak egy kísérővel is számolunk, az akadálymentes turisztikai lehetőségeket kereső potenciális célcsoport tovább bővül.

- Több mint egymilliárd ember, a világ népességének mintegy 15%-a él valamilyen fogyatékossgal.
- Az Európai Unióban 37 millió embert, a 60 évesnél idősebb lakossággal együtt Európában 120 millió főt érint az akadálymentesség kérdése. (WHO, 2005)
- Az Európai Unióban a 16 éven felüliek több mint 25%-a tartósan korlátozott valamilyen szokásos tevékenységében egészségügyi okok miatt. (Eurostat, 2013)
- Magyarországon a népesség 4,6%-a (490 ezer ember) fogyatékos a 2011-es népszámlálás adatai szerint.
- Nemzetközi tendencia, hogy az utazók egyre idősebbek lesznek, vagyis a korszerkezet változása a turisztikai kereslet öregedését eredményezi. Az egyik legfontosabb jövőbeni trend, hogy az idősek is egyre inkább utazni fognak, az orvosi ellátás és a tudatos életmód miatt az időskori aktivitás fokozódik. A szenior korosztály jelentős részét érinti

---

*57 Schäfferné Dudás Katalin, A környezettudatosság többszintű értelmezése és a környezettudatos fogyasztói magatartás vizsgálata. Doktori értekezés. PTE Közgazdaságtudományi Kar Gazdálkodástani Doktori Iskola. Pécs, 2008*

átmenetileg vagy tartósan valamilyen egészségkárosodás, amely a turizmusban való részvételükre is hatással van.<sup>58</sup>

A nemzetközi szakirodalom a turizmus számára komoly pénzügyi potenciállal rendelkező piaci részként definiálja ezt a réteget. Több ország felismerte, hogy a krónikus betegséggel küzdők, a fogyatékossgal és különböző szintű mozgáskorlátozottsággal élő emberek kiaknázatlan területét képezik a turisztikai programok értékesítésében is.

Az akadálymentesítést igénylő turista ugyanazt az élményt keresi utazása során, mint az épek. Ennek az élménynek a biztosítása a turisztikai szakma feladata. Nyitott szívvel, nyitott lélekkel kell hozzáállni a feladathoz ahhoz, hogy fogyatékkal élő vendégeink ugyanabban a szeretetteljes, gondoskodó vendégfogadásban részesüljenek, mint a többi, ép vendég.

A fogyatékossgal élők által leggyakrabban hiányolt akadálymentesített szolgáltatások:

- hotelszobák
- képzett személyzet
- vendéglátóhelyek
- mosdók
- közlekedési eszközök, reptéri transzferek

Kínálat: Hazai viszonyok között a nemzetközi helyzethez képest elmaradás tapasztalható az akadálymentes turizmus tekintetében. A vállalkozások felkészültsége kezdetlegesnek mondható még mindig. Ugyan egyre több szolgáltató tesz eleget a törvényi előírásoknak (A fogyatékossgal élő személyek jogairól szóló 2007. évi XCII. törvény meghatározta azon turisztikai szolgáltatásokat is, amelyek esetében biztosítani kell az egyenlő esélyű hozzáférést.) Ugyanakkor még nincs meg az a szintű felkészültség, mely valóban hozzájárulhatna a szolgáltatások versenyképességéhez. A kötelező minimumban gondolkodunk. Az üzleti alapon történő fejlesztés és üzemeltetés reálisan egy-két desztinációban várható és érhető el a közeljövőben. *Jász-Nagykún-Szolnok megye számára a kérdés az, hogy ki tud-e jelölni olyan jól lehatárolható mikro térséget, települést, ahol létrejöhet egy akadálymentesített turisztikai élménylánc, mely megfelelő módon pozícionálható a belföldi és nemzetközi piacon.*

Javaslatok az akadálymentes turizmus élénkítésére

Annak érdekében, hogy az akadálymentes szolgáltatások következetesen és megfelelő volumenben álljanak rendelkezésre, és ennek következtében érvényesülni tudjon a gazdaságélénkítő szerepe az alábbi beavatkozások válnak szükségessé.

Az akadálymentesítés fontosabb lépései:

1. *A tudatos célcsoport választás* ebben az esetben is elengedhetetlen;
2. *Mentális és viselkedésbeli akadálymentesítés* (attitűd- és szemléletváltás a turisztikai szakma részéről);
3. Fizikai akadálymentesítés;

---

<sup>58</sup>forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/akadalymentes-turizmus>

4. *Infokommunikációs akadálymentesítés* – pl.: honlap, szóróanyagok akadálymentesítése: Egy akadálymentes honlap esetében meg kell felelni minimum a WCAG 2.0 „A” szintű teljesítési feltételeinek, ugyanakkor gyakran érdemes az „AA”-s követelményeket is teljesíteni, sőt kormányzati honlapok esetében ez el is várható. A szintek egymásra épülnek, így a „AA”-s szint eléréséhez teljesíteni kell az összes „A”-s szintet, a „AAA”-s szinthez pedig az összes „A”-s és „AA”-s kritériumnak is meg kell felelni. Az akadálymentes szoftver és honlap inkább a hétköznapiak során elengedhetetlen a fogyatékkal élők számára, de utazás során is jelentős mértékben igénybe veszik. A turisztikai programokról szóló tájékoztatók, ismertetőik akadálymentessége a látássérültek legnagyobb része számára jelenleg hiányzó, de határozottan igényelt szolgáltatás.
5. *Az állami szerepvállalást megyei szinten a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat képviselheti*, ezen a téren a legfontosabb feladat az érzékenyítés, a szolgáltatók felkészültségének javítása támogatással, programokkal. Ezt történhet rendszeres online információ nyújtással a kínálatot alakító szolgáltatók felé. Az általános média megjelenések segítik pozicionálni a megyét, és az akadálymentesítés profilját választó településeket, szolgáltatásokat, támogatja a kereslet és a kínálat találkozását, így közvetve élénkíti a vendégérkezéseket.
6. Minden turisztikai szolgáltató számára az *akadálymentes turisztikai csomagok kialakítása* válik szükségessé, mely valódi egyedi élményígéreten alapul.
7. Megfelelő minőségű és mennyiségű szolgáltatás esetén egy *internetes értékesítési felület* kialakítása és annak menedzselése ajánlott.
8. Az akadálymentesség mellett voksoló szolgáltatók *közös platformjának* megteremtése gyümölcsöző együttműködést eredményezhet. A szolgáltatók közötti kooperáció alapja a hatékony értékesítésnek. Itt is igaz a termékösszekapcsolás logikája, mely felfűzi, élménylánccá alakítja a pontszerű turisztikai szolgáltatásokat.
9. Az akadálymentes szolgáltatások megfelelő minőségben és üzemméretben képesek *átpozicionálni az egyes üdülőtérületeket*. (jó példa erre az EDEN nyertes Kaposvár).
10. A turisztikai élménylánc egyik nagyon fontos eleme az *emberi tényező*. A turisztikai szektorban dolgozók érzékenyítése, és speciális képzése válik szükségessé a sikeres és hiteles akadálymentes szolgáltatások biztosításához. Tudásmegosztó események, közösségek létrehozása indokolt.
11. *Nemzetközi akadálymentes védjegyek* ismertségének fokozása, előírások népszerűsítése, védjegyhez való csatlakozás szorgalmazása.

## 5. Hatékony érdekérvényesítés és menedzsment

Az érdekek hatékony érvényesítése és az ágazat szereplőinek összefogása nélkül nem működhet sikeresen a turizmus (sem) egyik desztinációban sem. Az együttműködési lehetőségek számos formája áll nyitva az érintettek előtt, ugyanakkor a tények azt mutatják, hogy az együttműködési szándékból sok esetben nem valósul meg konkrét szövetség, nem jön létre a közös munka kereteit rögzítő megállapodás. Ezt bizonyítja, hogy például egy alulról építkező rendszerben, a turisztikai desztináció menedzsment (TDM) hálózati rendszer kialakításánál Jász-Nagykun-Szolnok megyében nem alakult ki, így nem is tudott megerősödni a helyi szint, amelyre a

térségi, azaz a megyei TDM szervezet építkezni tudna. Ezért speciális, kettős – helyi és térségi – feladat és szerepkört felvállalva kell működnie a megyei TDM-nek, az „Alföld Szíve” Térségi Turisztikai Egyesületnek.

A pályázati érdekek érvényesítésénél pedig az adott politikai döntéshozók kompetenciáján és lobbijerején, az egyes pályázati forráselosztási-elveken túl, meg kell, hogy jelenjen a térségi szereplők – potenciális kedvezményezett kör – ereje, mely hozzájárul ahhoz, hogy milyen sikeresen pályázik a különböző pályázati források lehívására egy adott megye, térség.

A közös gondolkodásnak, az együttműködésnek, a hálózatok kialakításának a szerepe és ereje pedig sokszorosan megtérül minden érintettnek. Nem véletlen az ősi bölcs mondás sem, amely ezt mondja „Egységben az erő.”

### **5.1. A turisztikai desztináció menedzsment (TDM) hazai rendszere és Jász-Nagykun-Szolnok megye szerepvállalása**

Mint arról a 2.1. pontban már szó esett, a turizmusban 2016. év végétől teljesen új – desztinációs - szemlélet az irányadó és meghatározó. Nézzük meg, hogy mit jelent ez a szakmai irányítás és mit jelent a szervezeti (TDM) rendszer szintjén.

A turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól szóló 2016. évi CLVI. törvény kimondja, hogy a **turisztikai fejlesztések tervezésének alapegysége a desztináció**, az állam pedig a törvényben meghatározott turisztikai fejlesztéspolitikai, tervezési, végrehajtási, koordinációs és marketingkommunikációs feladatait a 2016 tavaszán létrehozott új, turizmusirányításért felelős szervezet, a Magyar Turisztikai Ügynökség útján látja el.

Az elmúlt évtizedre jellemző, elsősorban termékalapú és pontszerű turisztikai fejlesztések térségi koncentrációja, desztinációs alapra helyezése, valamint ezzel egyidejűleg az ágazat stratégiai irányításához kapcsolódó valamennyi állami feladat egyazon szereplőhöz történő delegálása, a korábbi intézményi széttagoltság megszüntetése teljes koncepcionális váltást jelent az ágazatban.

Az „új turizmus törvény” előtt a turisztikai tervezés alapegysége az ország teljes területét lefedő – statisztikai tervezési logika mentén kialakított – 9 turisztikai régió (Nyugat-Dunántúl, Közép-Dunántúl, Dél-Dunántúl, Balaton, Budapest és Közép-Dunavidék, Észak-Magyarország, Tisza-tó, Észak-Alföld és Dél-Alföld) volt. A „Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030”-ban meghatározottak alapján megkezdődött a tervezési régiók átalakítása és a – szakmai alapon meghatározott – kiemelt turisztikai fejlesztési térségek, és azokon belül meghatározott desztinációk kialakítása. A kiemelt turisztikai fejlesztési térségek a beutazó és belföldi turizmus szempontjából kiemelkedő jelentőséggel bírnak, illetve célzott fejlesztések eredményeként azzá tehetők, ezért koncentrált fejlesztésükhöz nemzeti érdek fűződik.

Jász-Nagykun-Szolnok megye vonatkozásában így jött létre az a helyzet, hogy a 1522/2017 (VIII.14.) Korm.határozat döntött arról, hogy – az országban negyedikként - létrehozza a *Debrecen-Hajdúszoboszló- Hortobágy- Tisza-tó kiemelt turisztikai fejlesztési térséget*. A kormányhatározat települési szinten határolja le a térséghez tartozó városokat, községeket. **Jász-Nagykun-Szolnok megye a következő tizenegy, mint a Tisza-tó vonzáskörzetéhez tartozó településsel érintett a kiemelt fejlesztési térségben: Abádszalók, Berekfürdő,**

**Karcag, Kunmadaras, Tiszaderzs, Tiszafüred, Tiszaigar, Tiszaörs, Tiszaszentimre, Tiszaszőlős, Tomajmonostora.**

Ezzel a döntéssel tovább erősíti Jász-Nagykun-Szolnok megye, az Alföld Szíve, mint turisztikai fogadótérség évtizedek óta – a statisztikai régiók miatt is - fennálló megosztottságát, ugyanakkor ezzel a megosztottsággal duplán kínálja a lehetőséget a pozicionálásra. Hiszen egyrészt évtizedek óta létezik Jász-Nagykun-Szolnok megye, az Alföld Szíve, a maga jól körül határolható szív alakot formáló földrajzi határaival, benne a Tisza-tó területének mintegy 60%-ával. Emellett létezik a Tisza-tó, mint önálló fogadótérség, immár Debrecen-Hajdúszoboszló és a Hortobágy térségével együtt – kiemelt fejlesztési térségként.

Ezt a lehetőséget a megyének az előnyére kell tudni fordítani úgy, hogy a Tisza-tavat, mint Jász-Nagykun-Szolnok megye vezető turisztikai vonzerőjét kiemelten kezeli a kínálatában.

A turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetek már a desztinációs szemléletű jogszabály bevezetése előtt több mint tíz évvel léteztek hazánkban ( az első helyi TDM szervezet 2003-ban, Gyenesdiáson jött létre). A hazai turizmus fejlesztését 2013-ig meghatározó, 2005-ben elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia öt alappillérenek egyikeként jelent meg az „igény” egy alulról építkező intézményrendszer kialakítására. Eredetileg négy – helyi, térségi/megyei, regionális, nemzeti – szintű TDM rendszer kiépítése volt a cél, azonban a regionális szint a mai napig nem jött létre hazánkban. Goeldner-Ritchie meghatározása szerint a TDM olyan szervezet, amely *„egy turisztikai desztináció koordinációjáért, irányításáért és marketingjéért felelős, továbbá támogatja a desztináció turisztikai szereplőit annak érdekében, hogy azok élvezetes és emlékezetes élményt tudjanak nyújtani a desztinációba érkező turistáknak.”*

Azt gondolhatnánk logikusan, hogy a desztinációs szemléletű turisztikai irányításban kiemelt szerep juthat a már több mint egy évtizedes hazai működési tapasztalattal rendelkező TDM szervezeteknek. Az elmúlt évek alakulásai ugyanakkor nem ebbe az irányba mutatnak, és a helyzet nem kellően tisztázott e tekintetben.

A megyei turizmus fejlesztésében, különösen a turisztikai-marketing feladatok ellátásában kiemelt szerepet vállaló **„Alföld Szíve” Térségi Turisztikai Egyesület** 2011 júniusában alakult meg, s a megye egyetlen hivatalos szakmai regisztrációval rendelkező térségi TDM szervezete. Célja a köz- és magánszféra partnerségén alapuló turizmusfejlesztés. A célok elérése érdekében az egyesület legfőbb feladata a helyi szintű szervezetek kutatási, tervezési, fejlesztési munkájának koordinálása és szintetizálása: kutatások és elemzések, turizmusfejlesztési tervek készítése, valamint a desztináció önálló kínálati profiljának és arculatának kialakítása. Erre alapozva meghatározó jelentőséggel bír a térség egyedi, sajátos turisztikai arculatának kialakítása, kínálati elemeinek integrálása, egységes megjelenítése és piacra juttatása, az önkormányzat és a turizmusban érdekelt vállalkozások, szolgáltatók tevékenységének összehangolása és támogatása, összességében a kooperatív termékfejlesztés és az információs rendszer teljes lefedettséggel történő működtetése.

A térségi egyesület feladatát akkor láthatná el igazán hatékonyan, ha az alulról építkező TDM rendszerszemlélet értelmében helyi TDM szervezetek szerveződnenek. Jelenleg egy darab szakmai regisztrációval rendelkező helyi TDM szervezet működik a megyében: Berekfürdő.

Így a helyi szintű tevékenységek ellátásához és döntéshozatalhoz megfelelő humán kapacitás állna rendelkezésre. A turisztikai desztináció menedzsment által több pontra helyeződhetne a turizmus finanszírozása, a helyi és térségi turisztikai szervezeteknél a szakmai kompetencia nagyobb érvényhez juthatna.

Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai arculatának része a 2014-ben megújult „Alföld szíve” logó.

Az Egyesület az alapításkori taglétszámát mára több mint háromszorosára növelte (13→41). Bevételeinek szinte teljes része tagdíjakból származik. Az Egyesület ún. back office hátterét a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat, a front office hátteret – szerződéses keretek között – a TOURINFORM Szolnok biztosítja. Korlátozott anyagi forrásai és humán infrastruktúrája ellenére, az Egyesület az elmúlt két évben eredményesen növelte tevékenységét:

- közreműködés új megyei szintű turisztikai kiadványok létrejöttében ( Országjáró magazin, Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai térképe, Tisza-tó és környéke turisztikai térképe);
- pályázati források bevonásával új rendezvények, programok, kiadványok előkészítése;
- egységes megjelenés koordinálása belföldi turisztikai szakmai kiállításokon;
- a megye turisztikai kínálatának népszerűsítése országos szakmai kiadványokban, konferenciákon;
- saját szervezésű, tudás-megosztást segítő szakmai konferencia megvalósítása;
- részvétel szakmai partnerként különböző projektekben;
- megyei turisztikai információs portál ([www.alfoldszive.hu](http://www.alfoldszive.hu)) és közösségi média felületek működtetése (Facebook, Instagram);
- termékfejlesztés;
- adatbázis építés;
- a Terület- és Településfejlesztési Operatív Program megyei turizmusfejlesztési pályázataiban szakmai véleményezés;
- együttműködés erősítése a Tisza-tavi térségben, Tisza-tavi Turisztikai Kerekasztal létrehozása és működtetése.

Jelen dokumentum részét képező Akciótervben meghatározott tevékenységek megvalósításában javasolt az együttműködés az „Alföld Szíve” Térségi Turisztikai Egyesülettel.

A helyi turisztikai feladatok ellátásában Az Egyesületen kívül további 1 helyi TDM szervezet (Berekfürdő), az információs szervezetet alkotó 7 TOURINFORM iroda és a megyében működő civil szervezetek, turisztikai szakemberek és vállalkozók és önkormányzatok kooperációban vesznek részt. A megfelelő turisztikai szemlélettel rendelkező és jól képzett humán erőforrás megteremtésében és utánpótlásában a Debreceni Egyetem Szolnoki Campusa rendkívül fontos szerepet tölt be.

## 5.2. Turisztikai célú hazai és EU-s források felhasználása fejlesztések Jász-Nagykun-Szolnok megyében

A 2.3.3. pontban bemutatott pályázati forrásokat, amelynek keretében elsődlegesen a mikro-, kis- és középvállalkozások támogatáshoz juthattak turisztikai fejlesztéseik megvalósításához. A lentiekben végig vesszük, hogy milyen nagyságrendű források érkeztek a megyébe turizmusfejlesztésre.<sup>59</sup>

- Gazdaság- és Innovációs Operatív Program (GINOP)

A GINOP-os pályázatok keretében közvetlen turizmusfejlesztési forrás a 7. prioritás keretében áll rendelkezésre az alábbi területeken:

- Nemzeti Kastély és Várprogram
- Aktív turisztikai hálózatok infrastruktúrájának fejlesztése
- Gyógyhelyek komplex turisztikai fejlesztése
- Egyházi kulturális örökség turisztikai fejlesztése
- Nemzeti parkok komplex turisztikai fejlesztése
- Világörökségi helyszínek fejlesztése
- Turisztikai attrakciók minősítési feltételrendszerének kidolgozása
- Turisztikailag frekvenciált térségek integrált termék- és szolgáltatásfejlesztése

Emellett közvetett támogatás keretében további források megszerzésére is lehetőség nyílik, azonban az nem dedikált turizmusfejlesztési forrásként jelentkezik.

A palyazat.gov.hu adatbázisa alapján Jász-Nagykun-Szolnok megyében a GINOP 7-es prioritás keretében összesen 2 db pályázat került benyújtásra a Gyógyhelyek komplex turisztikai fejlesztése (1 db a GINOP -7.1.3.-15) és az Egyházi kulturális örökség turisztikai fejlesztése (GINOP-7.1.4.-16) konstrukciók keretében nem volt támogatott projekt.

- Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)

A megyében a TOP keretében dedikált források felhasználásáról áll rendelkezésre a legtöbb információ.

A TOP 2014-2020 közötti időszakban Jász-Nagykun-Szolnok megyére dedikált teljes kerete 53,786 Mrd Ft. Szolnok Megyei Jogú Város külön kerettel rendelkezik, melynek nagyságrendje: 15,09 Mrd Ft. A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Közgyűlés által elfogadott Megyei Integrált Területi Programban (ITP) a TOP-1.2.1 intézkedés 4,803 milliárd Ft keretére – amely a megyei keret 9%-a – területi alapú forrásfelhasználási preferencia került rögzítésre. Ez az intézkedés rögzíti a „Társadalmi és környezeti szempontból fenntartható turizmusfejlesztés” felhívás megyei kereteit. A forrásfelhasználási preferencia a Jászság, Szolnok-Törökszentmiklós-Martfű térségére 40%-os, összesen 1,921 Mrd Ft összegű, míg a Nagykunság-Tisza-tavi térség és a Mezőtúr térsége-Tiszazug területekre 60%-os, összesen 2,882 Mrd Ft összegű turizmusfejlesztési forrást allokált.

---

<sup>59</sup> forrás: palyazat.gov.hu, 2019. november 15-ig)

A 2019. novemberig meghozott támogatási döntések alapján 24 db támogatott turizmusfejlesztési projekt kapott zöld utat a megyei TOP keretből, összesen 5,577 Mrd Ft összegben.

A tapasztalatok alapján a ciklus vége előtt a 2018. év végére vállalt eredményességmérési indikátorok teljesítésének megfelelően és a forint árfolyam nyereségének eredményeként 11,11 Mrd Ft keretösszeggel 2019-ben újranyitásra kerültek egyes TOP felhívások. Ebből a turizmusfejlesztés újranyitott kerete 0,767 Mrd Ft. Ezen kívül a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat - saját projektként – 800 millió Ft összegű fejlesztést tervez megvalósítani Tiszafüreden. Így a 2014-2020-as fejlesztési időszakban **összesen 7,144 Mrd Ft értékű turisztikai fejlesztés** valósulhat meg.

TOP-os forrásból megvalósuló néhány turisztikai projekt a megyében:

- ✓ Innovatív borászati élmény-látogatóközpont kialakítása Cserkeszőlőn
- ✓ Zagyva Ökopark kialakítása a Zagyva folyó mentén (Zagyvarékas, Újszász, Szászberek)
- ✓ A Holt-Tisza horgászturizmusának fejlesztése Szajolban
- ✓ A kétpói Történelmi Magyarország Emlékpark rendezvényhelyszínének infrastrukturális fejlesztése
- ✓ Tisza-tavi Templomok útján II. - kulturális örökségvédelmi és vallásiturisztikai attrakciófejlesztés
- ✓ Nagykunsági Templomok útján – kulturális örökségvédelmi és vallásiturisztikai attrakciófejlesztés

- Vidékfejlesztési Program (VP)

A VP keretében a turizmushoz közvetve vagy közvetetten kapcsolódóan a következő tevékenységek támogatására lehet pályázni a 2014-2020-as fejlesztési ciklusban: pl. agrárgazdasági képzések (helyi termékek), tájékoztatási szolgáltatás, helyi termékértékesítést szolgáló piacok infrastrukturális fejlesztése, borászati termékfejlesztés, kertészeti ágazat fejlesztése, mezőgazdasági termékek feldolgozásának fejlesztése, ökológiai gazdálkodás támogatása, termelői csoportok és szervezetek létrehozása, kis gazdasági szereplők együttműködése, fiatal gazdák támogatása, nem mezőgazdasági tevékenység – falusi turizmus, agroturizmus – beindításának és fejlesztésének támogatása.

Jász-Nagykun-Szolnok megyében a Vidékfejlesztési Program keretében **6.126 db** Irányító Hatóság által támogatott pályázatot tartanak nyilván ([www.palyazat.gov.hu](http://www.palyazat.gov.hu), 2019.09.30.), a megítélt támogatás összege **165,5 Mrd Ft**. A konstrukciókból és a projektek címeiből nehéz egyértelműen meghatározni, hogy mely projektek kapcsolódnak vagy köthetők a turizmushoz.

- Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program

A Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program minden idők legnagyobb hazai turisztikai fejlesztéseket összefogó kormányzati ernyőprogramja. A Program az uniós támogatások mellett jelentős hazai költségvetési forrásokra is épít, így a hagyományos beavatkozási pontokon - kiemelt attrakciófejlesztés - túl olyan területeken is alkalmazható (pl. szálláshelyfejlesztés),

amelyekre a 2014-2020-as tervezési időszak pályázati konstrukciói keretében uniós fejlesztési forrás nem biztosítható.

A Kisfaludy Program zászlóshajójaként hazai forrásból útjára indított Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Konstrukció 2030-ig tartó futamideje alatt mintegy 300 milliárd forintos fejlesztéssel lehetővé teszi a szálláshelyek minőségi megújulását, szintlépését.

Jász-Nagykun-Szolnok megyében 2017-ben nyílt meg a Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Konstrukció keretében panzió üzemeltetők, tulajdonosok számára szálláshelyfejlesztési forrás megpályázására.

Jász-Nagykun-Szolnok megyében több Tisza-tavi település – Tiszafüred és Abádszalók - panziója mellett Szolnokon, Cserkeszőlőn, Tiszapüspökiben is történik szálláshelyfejlesztés a Kisfaludy Program panzió felújítási forrásának köszönhetően., összesen 5 település **11 helyszínén, összesen mintegy 350 millió forint összegű** megítélt támogatással. ( forrás: mtu.gov.hu – Kisfaludy Szálláshelyfejlesztési Program támogatói okirattal rendelkező pályázatok listája.)

- Tisza-tavi kiemelt turisztikai fejlesztési térség kapcsán megvalósuló turisztikai beruházások

A kiemelt fejlesztési térséggé válásnak köszönhetően a **Tisza-tó és a vele földrajzilag szorosan egybefonódó Hortobágy térsége mintegy 10 milliárd ( 9,38 Ft)** forint összegben valósít meg beruházást a 1522/2017. (VIII.14.) Korm.határozatban rögzítettek alapján. Emellett további **2,83 milliárd** forint áll rendelkezésre **integrált térségi szintű termék- és szolgáltatásfejlesztésre**, melyből a **Tisza-tó horgászturisztikai fejlesztésére 330 millió forintot** nevesített a Kormányhatározat. A 1522/2017. (VIII.14) Korm.határozat az alábbi 10 fejlesztési projektet nevesíti a Tisza-tó-Hortobágy térségben:

- ✓ **Világörökségünk a pusztá (3,0 Mrd Ft)** : világörökségi helyszín fejlesztése, a projektgazda a Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatósága. Jelenleg a projekt előrehaladásáról nem áll rendelkezésre további információ.
- ✓ **Tisza-tavi síkvidéki kerékpározás infrastrukturális és szolgáltatásfejlesztése ( 1,5 Mrd Ft):** Az átfogó cél az eddig hiányzó szakaszok kiépítése, ezzel a tó teljes területének bevonása a kerékpáros turizmusba. További cél a komfortot növelő esőbeállók, fedett pihenőhelyek telepítése és a térségi látnivalók elérését segítő információs tábla- és jelzésrendszer telepítése. A projekt **21 települést érint:** Abádszalók, Ároktő, Egyek, Kisköre, Négyes, Pély, Poroszló, Pusztataskony, Sarud, Tiszababolna, Tiszabő, Tiszacsege, Tiszaderzs, Tiszadorogma, Tiszafüred, Tiszagyenda, Tiszanána, Tiszaroff, Tiszaszőlős, Tiszavalk, Újlőrincfalva. A projekt jövője nem ismert.
- ✓ **Tematikus szigetek fejlesztése a Tisza-tónál ( 0,5 Mrd Ft):** a projekt célja Tisza-tavi tematikus szigetek kialakítása, a vízi sétányok, tanösvények továbbfejlesztése. A projekt **Poroszló, Tiszafüred és Sarud** településeket érinti. Ennek keretében az Óhalászi-sziget fejlesztése előkészítés alatt áll, 2020-ban kezdődik meg az ún. cölöpházás falu kialakítása.

- ✓ **Hortobágy-Tisza-tó élmény kerékpárút kialakítása ( 0,98 Mrd Ft):** A beruházás célja a Tisza-tó és a Hortobágy összekötése, 28 km hosszú kerékpárút kialakítása 5 tematikus pihenőhellyel.
- ✓ **Tisza-tavi szabadvízi strandok egységes, komfortérzetet növelő, élményigértet fokozó és a környezettudatosságot erősítő fejlesztése (0,7 Mrd Ft):** A Tisza-tó egységes desztináció képének kialakításához szükséges a strandok komfortosabbá tétele. A projekt kiemelt tevékenységei: fövenymegújítás, felületnövelés, egységes arculat, árnyékolók, kiszolgáló helyiségek, vizesblokk, családbarát fejlesztések, kerékpárosok számára történő fejlesztések, településenként egyedi fejlesztésekkel. A fejlesztés 7 települést érintett: Abádszalók, Kisköre, Poroszló, Sarud, Tiszabábolna, Tiszafüred, Tiszanána. A beruházások eredményeként 2020. nyarától már valamennyi helyszínen felújított, jelentős szolgáltatás színvonal emelésen áteső szabadstrandok várják a vendégeket.
- ✓ **Berek Világ – Vízi Világ, Berekfürdő komplex turisztikai fejlesztése ( 1, 5 Mrd Ft):** A település komplex turisztikai fejlesztése elsősorban a meglévő gyógyászati szolgáltatásokhoz kapcsolódó élményelemeket és rekreációs szolgáltatások körét bővíti: szórakoztató centrum, rekreációs és wellness szolgáltatások. A tervezési folyamat lezárult, a megvalósítás a közeljövőben megkezdődik.
- ✓ **Karcag Kincse turisztikai keresletélénkítő fejlesztés ( 1,0 Mrd Ft):** A "Karcag Kincse" Élmény és Gasztronómiai Park projekt fontos célja egy olyan komplex turisztikai beruházás megvalósítása, amely a Nagykunság és a Tisza-tavi térség gazdag és egyedülálló kulturális és gasztronómia örökségét versenyképes, minőségi vonzerővé kovácsolva jeleníti meg a turizmus piacán. A tereprendezés megtörtént, jelenleg a kivitelező kiválasztására irányuló közbeszerzési eljárás van folyamatban. A komplex projekt finanszírozása több forrás – uniós, hazai, vállalkozói tőke - bevonásával valósul meg.
- ✓ **Varsa – Mint a Vakond (0,2 Mrd Ft):** a Tisza-tó leglátogatottabb turisztikai attrakciója, a poroszlói Tisza-tavi Ökocentrum bővítése, új akváriumok és állatbemutatók (dísz-tó és madár röpte) létrehozása, föld alatti élővilág bemutatása tervezett a projekt keretében. A megvalósítás időszaka még bizonytalan, további forrás bevonása szükséges a kivitelezéshez.

- **Aktív Magyarországért Program, hazai forrású egyéb turisztikai fejlesztések**

Az Aktív Magyarországért Program keretében és további hazai forrásból nagyszabású turisztikai fejlesztések zajlanak a Tisza-tó térségében, melyeket az alábbiakban gyűjtöttünk össze:

- **Tiszafüred-Poroszló között 2020. tavaszán fejeződik be annak a hiányzó kerékpárút 6,5 km-es szakaszának az építése,** amelynek elkészültével a Tisza-tó gátkoronája közút érintése nélkül körbe kerékpározhatóvá válik. A beruházás *nettó értéke 3,135 Mrd Ft.*
- 2020 nyarától a Tisza-tavon is elindul a **nyaralóhajózás**. A beindításának feltételeit megteremtő fejlesztés-sorozat teljes költségvetése meghaladja a *4,5 milliárd forintot*, melyet teljes egészében hazai költségvetési forrásból finanszíroz a kormány. A Mahart Zrt. szakmai irányításával megvalósuló nyaralóhajó-program részeként 2020 nyaráig

20 db nyaralóhajó érkezik hazánkba, emellett 12 új kikötő is épül a tározó, a Felső-Tisza és a Bodrog mentén. A Tisza-tónál a báziskikötő Kiskörén épül meg. A nyaralóhajók 2, 3, 4 kabinosak, merülésük legfeljebb 1 méter. A hajók hossza 10-15 méter közötti, teljesítményük maximum 100 LE, holtvízi sebességük legfeljebb 15 km/h. Felszereltségük: nappali, kétágyas kabinok, meleg vizes belső zuhanyzó/WC, felszerelt konyha, fűtés, napozóterasz, fedélzeti ülőbútorok, fürdőplatform, belső és külső kormányállás.

### **5.3 A hálózatosodás lehetőségei a helyi terméket előállítók és forgalmazók esetében**

Az elmúlt évtizedekben számos ágazatban megfigyelhetők vállalkozások, szervezetek közötti együttműködések, szerveződések erősödése, a hálózati gazdaság megjelenése.

A különböző gazdasági ágazatok fejlesztésével foglalkozó szakemberek egyre gyakrabban foglalkoznak a vállalkozások, különböző szervezetek együttműködésének formáival, amelyeket hálózatoknak, vagy klasztereknek neveznek. Vilmányi Márton szerint a gazdasági, üzleti hálózatok egyrészt a tagok együttműködésének halmazaként, másrészt a tagok közötti szerves és aktív kooperációk sorozataként értelmezhetők. A gazdasági szereplők, szervezetek közötti verseny nem csak a termékek és cégek dimenziójában, hanem hálózati szinten is jelentkezik. A versenyképességet a hálózati hatékonyság nagymértékben meghatározza.<sup>60</sup>

Fontos feltétel, hogy a hálózatok kialakulása/kialakítása többnyire tudatos szervezőmunka eredménye.

A hálózatban résztvevő partnerek jellemzői: közösen oldanak meg problémákat; felhasználják egymás erőforrásait; kicserélik tapasztalataikat; koordinálják tevékenységüket; közösen kidolgozott célokért tevékenykednek; közösen kidolgozott mechanizmusok szerint irányítják a hálózat munkáját; közös feladatokat hajtanak végre; közös a tevékenységük.

A hálózat szervezésében megkerülhetetlen szempontok a következők: melyek a hálózatok kialakításának indítékai; a hálózat kialakításának kulcskérdése annak meghatározása, hogy kikre számíthatunk az együttműködés során (a partnerek azonosítása).

Pawel Jordan a hálózatok két alapvető formáját különíti el, közös modellen, és közös célon és érdekeken alapuló hálózatokról beszél.<sup>61</sup>

A hálózat szervezésének folyamata három szakaszra bontható: megalakítás – az együttműködés kereteinek kidolgozása – közös értékek és célok; fejlődés, fejlesztés – a tevékenység főbb irányainak meghatározása (merre felé tart a hálózat, s hogyan juthat el oda a legegyszerűbb módon); állandó tevékenység – miképpen alakítsuk ki és hogyan működtessük hatékonyan hálózatainkat.

---

60 Módszertani kézikönyv Szociális szövetkezetek az alakulástól a fenntartható működésig Szerkesztő: Számadó Róza. Készült az OFA Hálózat KoopeRáció kiemelt projekt (TÁMOP-2.4.3/B/1-09/1-2010-0001) keretében. 2011

61 Módszertani kézikönyv Szociális szövetkezetek az alakulástól a fenntartható működésig Szerkesztő: Számadó Róza. Készült az OFA Hálózat KoopeRáció kiemelt projekt (TÁMOP-2.4.3/B/1-09/1-2010-0001) keretében. 2011

A folyamat közben a hálózat építését segíti az, ha a partnerek egyenrangúak, ha közös a felelősség vállalás, ha a kezdeményező semlegessége biztosított, ha a hálózat nem öncélú, ha közösen megalkotott alapelvek egyértelműek. A hálózatban résztvevők hálózati potenciáljának elemei: belső erőforrás (pénzügyi, fizikai, személyi, információs); humán erőforrás menedzsment hálózati jellegű orientációja; kommunikációs struktúra; nyitottságra ösztönző szervezeti kultúra.

A hálózatok strukturáltsága szerint megkülönböztetünk információs hálózatot, koordinációs hálózatot és együttműködési hálózatot. (Ezek a partnerség három formáját jelentik, nem pedig a fokozatait.)

Az információs hálózat jellemzői:

- laza együttműködés a szervezetek között, nagy a szervezetek függetlensége, nincsenek meghatározott tagsági kritériumok,
- cél az információ csere, nem valósítanak meg közös projekteket,
- struktúrák és belső mechanizmusok informálisak, nincsenek működési sztenderdek, nincs koordinációs központ.

A koordinációs hálózatok jellemzői:

- szorosabb kapcsolat a szervezetek között, önállóság egy részéről lemondanak a tagok,
- írásban rögzített koordinációs mechanizmusok és struktúrák, vannak meghatározott működési szabályok, sztenderdek, van bizonyos funkcióval rendelkező koordinációs központ,
- vannak közös projekteket, a tagok erőforrásaik egy részét a hálózat működésére fordítják.

Az együttműködési hálózat jellemzői:

- itt a legszorosabb a kapcsolat a szervezetek között, a tagok önállóságuk jelentős részéről mondanak le,
- összetett, közösen kidolgozott, hosszú távú célok,
- írásban rögzített együttműködési mechanizmusok és struktúrák, pontosan meghatározott működési sztenderdek, állandó koordinációs központ,
- a tagok rendszeresen valósítanak meg közös projekteket, hálózati tevékenységekre jelentős erőforrásokat fordítanak.

A helyitermék-előállítók hálózatosodását befolyásolja, hogy az előállítás mely típusába sorolhatók a hálózat résztvevői. A „szükségletellátó” típus jellemzője, hogy a helyi alapanyagokból, helyben megtermelt javakkal alapvetően a szűkebb környezet szükségleteinek fedezését célozza. Ebben a típusban az információs hálózati kapcsolatok koordinációs hálózattá fejlesztése lehet a cél. A „márkateremtő” helyitermék-előállítás esetében a piacorientált gazdasági szereplők termékeiket elsősorban a fizetőképes városi célközönség és a turisták számára pozicionálják. Ebben a típusban a koordinációs hálózattól szükséges eljutni az együttműködési hálózathoz. A tapasztalatok és a kutatási eredmények azt mutatják, hogy e két ideáltípus mellett számottevő azok keveredése.

A típusválasztás különbségének legfőbb okai – a térségek eltérő természeti és kulturális adottságai és múltbeli sajátosságai mellett – a helyi fejlesztők különböző fejlesztési elképzelései és helyi termék szerepének értelmezései és a hálózati kompetenciák fejlettségi szintjei.

A különböző helyi termékek előállítói akkor tudják eredményüket maximalizálni, ha egymással is együttműködnek az alapanyagok biztosításában, a feldolgozó kapacitások kiaknázásában, a termék szettek, több mesterséget érintő termékek összeállításában, a csomagolásban, a minősítési eljárásokban és az értékesítésben. A hálózatosodás egyik alapja az önszerveződés, melynek elengedhetetlen feltétele a stabil termelői csoport megléte, amelyen belül az egyes tagok pozíciói (és az ebből fakadó érdekeik) világosan meghatározhatók. Az önszerveződés fontos terepe, amikor az érintettek azért fognak össze, hogy megteremtsék, erősítsék a helyi termék hírnevét, amelynek hasznát kollektíven élvezik. A hálózatosodásban alkalmazott hatékony módszerek: létező és jól bevált minták; modellek (jó gyakorlatok) megismerése; tudástranszfer támogatása; informális és formális kapcsolatok kialakítása és erősítése; offline és online fórumok rendszerének létrehozása.

Hazánkban a hálózatok létrejötte nagymértékben kapcsolódik a létrehozásukhoz szükséges (állami és európai uniós) források elérhetőségéhez. Pl. a helyi termékek területén: „Helyből jobb”<sup>62</sup> és „Szövetség az Élő Tiszáért”<sup>63</sup>.

Az informatikai eszközök alkalmazása ma már a sikeres hálózatok velejárója, a hatékony kommunikáció elképzelhetetlen a fizikai távolságban levő szervezetek között. A működő kezdeményezések túlnyomó többsége elérhető az Interneten, a webes megjelenés azonban heterogén, léteznek csak minimális, illetve valóban kielégítő információtartalommal bíró hálózati honlapok.

A hálózatosodás szempontjából megkülönböztethetünk makrohálózatot, amelynek szervezetei az országban szétszórtan helyezkednek; regionális hálózatot, ahol a szektor vállalkozásai és a kapcsolódó intézmények földrajzilag koncentrálnak, térségi bázisuk egy régió, vagy egy nagyváros és vonzáskörzete; valamint lokális hálózatot, amely leginkább egy településen, vagy annak vonzáskörzetben működik, és elsősorban kis- és középvállalkozások helyi hálózataiból áll.

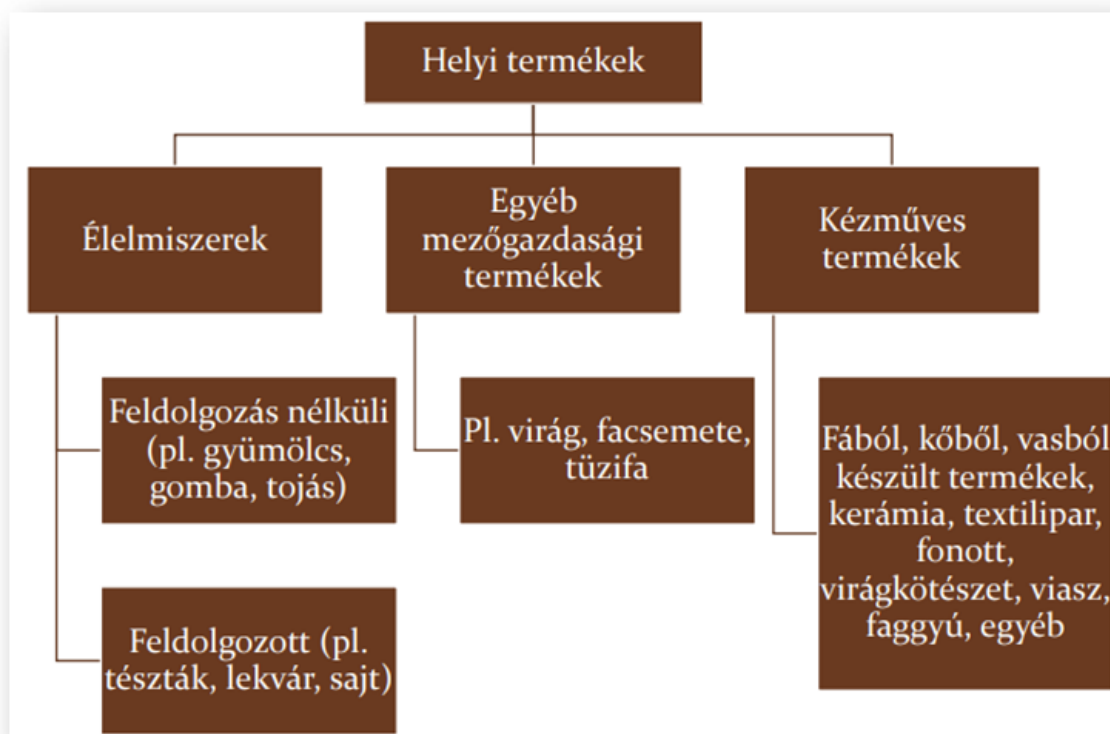
---

<sup>62</sup> <http://www.helyboljobb.hu/>

<sup>63</sup> <http://elotiszaert.hu/>

## 5.4 Helyi termék körkép

### 5.4.1 A helyi termékek csoportosítása<sup>64, 65</sup>



### 5.4.2 Az online adatbázisban szereplő helyi termelők Jász-Nagykun-Szolnok megyében<sup>66</sup>,

10. táblázat Az online adatbázisban szereplő helyi termelők Jász-Nagykun-Szolnok megyében<sup>67</sup>

| Sorsz. | Település  | Termék                                                           | Helyi termék kategória  |
|--------|------------|------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 1      | Abádszalók | Vert csipke                                                      | kézműves termék         |
| 2      | Abádszalók | "Egy csepp Tisza-tó" sulyomkrémmel töltött étcsokoládés bonbonok | feldolgozott élelmiszer |
| 3      | Berekfürdő | Bereki termékek A napfény íze                                    | feldolgozott élelmiszer |

<sup>64</sup> A helyi termék szerepe és jelentősége a vidékfejlesztésben, márkáépítés. Nagy Katalin turisztikai szakértő, mesteroktató, Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Turizmus Intézet

<sup>65</sup> HELYI TERMÉK, HELYI SIKER - MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft.

[https://www.youtube.com/watch?v=alUakd0I\\_Y8](https://www.youtube.com/watch?v=alUakd0I_Y8)

<sup>66</sup> <http://eselyfk.hu/helyi-termekek-adatbazis/>

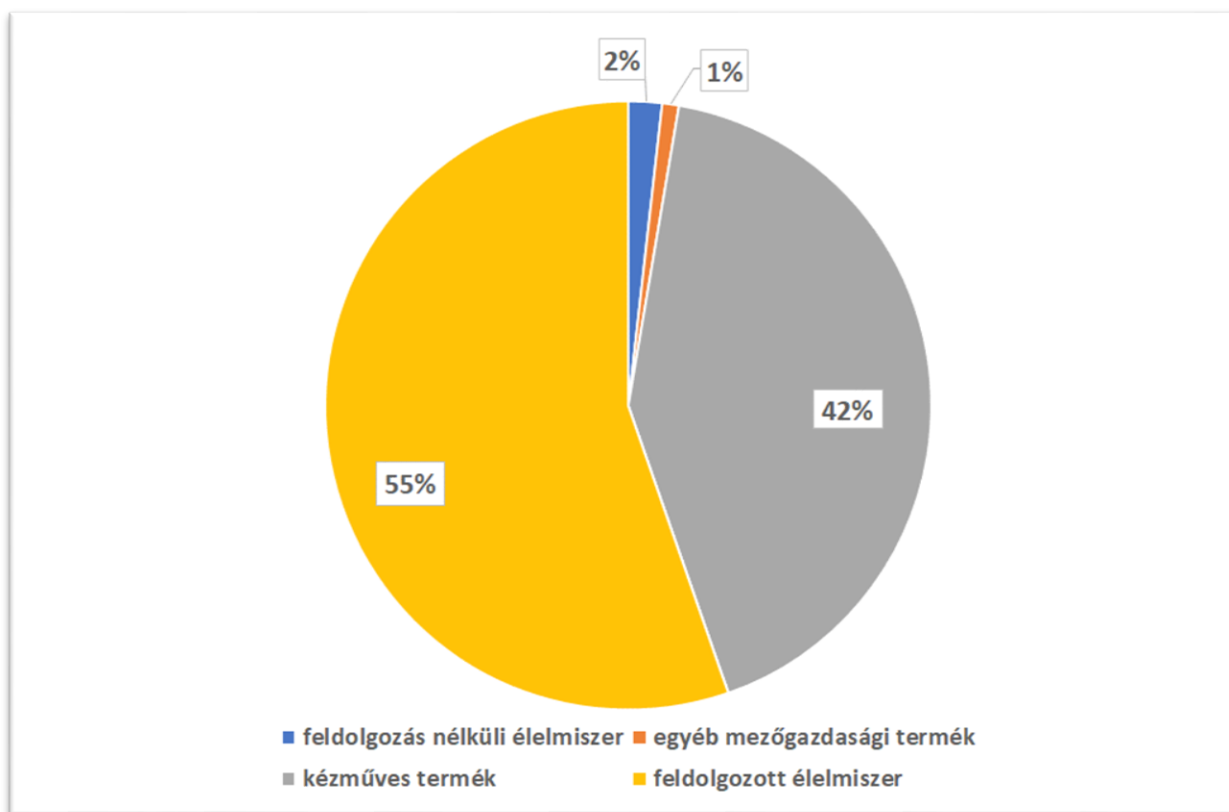
<sup>67</sup> a projekt keretében készült helyi termék adatbázis

| Sorsz. | Település         | Termék                                                 | Helyi termék kategória                                                   |
|--------|-------------------|--------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| 4      | Csataszög         | Méz                                                    | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 5      | Cserkeszőlő       | Csipkeház és bemutatóterem                             | kézműves termék                                                          |
| 6      | Cserkeszőlő       | Bő-szőrme és divatáru                                  | kézműves termék                                                          |
| 7      | Jánoshida         | Foltvarró munkák                                       | kézműves termék                                                          |
| 8      | Jánoshida         | Liszt - adalékmentes (8 féle)                          | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 9      | Jászsószentgyörgy | Kötött, horgolt, hímzett termékek                      | kézműves termék                                                          |
| 10     | Jászsószentgyörgy | Kemenceajtó, mobilkemence                              | kézműves termék                                                          |
| 11     | Jászsószentgyörgy | Szekérkerék csillár                                    | kézműves termék                                                          |
| 12     | Jászsószentgyörgy | Eperfa pálinkás hordó                                  | kézműves termék                                                          |
| 13     | Jászsószentgyörgy | Savanyúság, egyéb termékek                             | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 14     | Jászapáti         | Homoktövis présle                                      | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 15     | Jászárokszállás   | Vesszőkosár                                            | kézműves termék                                                          |
| 16     | Jászárokszállás   | Csuhé életképek (figurák)                              | kézműves termék                                                          |
| 17     | Jászberény        | Mezőgazdasági termékek                                 | feldolgozott élelmiszer, feldolgozás nélküli élelmiszer, kézműves termék |
| 18     | Jászberény        | Kézzel festett textiltermékek (póló, kombidressz, stb) | kézműves termék                                                          |
| 19     | Jászberény        | Méhészeti termékek                                     | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 20     | Jászberény        | Méhészeti termékek                                     | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 21     | Jászberény        | Zöldség,-gyümölcs,-hús,-savanyúság,-méz,-virág         | feldolgozás nélküli és feldolgozott élelmiszer                           |
| 22     | Jászberény        | Méz,-méhészeti termékek                                | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 23     | Jászberény        | Túri BIO BOR                                           | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 24     | Jászberény        | Tehénsajt, mangalica termékek                          | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 25     | Jászboldogháza    | Grillázs                                               | feldolgozott élelmiszer, kézműves termék                                 |
| 26     | Jászfényszaru     | Kézzel hímzett pólók ,ruhaneműk                        | kézműves termék                                                          |
| 27     | Jászivány         | Jásziványi Termelői Vegyes virágméz                    | feldolgozott élelmiszer                                                  |
| 28     | Jáskisér          | Jáskiséri szárított rétes                              | feldolgozott élelmiszer                                                  |

| Sorsz. | Település       | Termék                                                                                                                                                                                                       | Helyi termék kategória  |
|--------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 29     | Jászladány      | Füstölt kolbász, vastagkolbász, mangalica füstölt szalonna, mangalica sózott szalonna, füstölt főtt császárszalonna, abált szalonna, hurka, sütkolbász, disznósajt, kenőmájas, paraszt sonka, kötözött sonka | feldolgozott élelmiszer |
| 30     | Jászladány      | Céklalé                                                                                                                                                                                                      | feldolgozott élelmiszer |
| 31     | Jászszentandrás | Homok tövis-Alma-Cékla gyümölcsle                                                                                                                                                                            | feldolgozott élelmiszer |
| 32     | Jászszentandrás | Homoktövis-almalé                                                                                                                                                                                            | feldolgozott élelmiszer |
| 33     | Jászszentandrás | Homoktövis velő                                                                                                                                                                                              | feldolgozott élelmiszer |
| 34     | Jászszentandrás | Homoktövis tea                                                                                                                                                                                               | feldolgozott élelmiszer |
| 35     | Jászszentandrás | Homoktövis örlemény                                                                                                                                                                                          | feldolgozott élelmiszer |
| 36     | Jászszentandrás | Homoktövis szörp                                                                                                                                                                                             | feldolgozott élelmiszer |
| 37     | Karcag          | Házi lekvárok és szörpök                                                                                                                                                                                     | feldolgozott élelmiszer |
| 38     | Karcag          | Kistermelői lekvár                                                                                                                                                                                           | feldolgozott élelmiszer |
| 39     | Karcag          | Kistermelői szörp                                                                                                                                                                                            | feldolgozott élelmiszer |
| 40     | Kengyel         | Terítők, párnahuzatok, kellékek                                                                                                                                                                              | kézműves termék         |
| 41     | Kisújszállás    | Fitotea                                                                                                                                                                                                      | feldolgozott élelmiszer |
| 42     | Kőtelek         | Méz                                                                                                                                                                                                          | feldolgozott élelmiszer |
| 43     | Kunszentmárton  | "Csengedi könyvek" népművészeti sorozat                                                                                                                                                                      | kézműves termék         |
| 44     | Kunszentmárton  | Lószőrből ékszer                                                                                                                                                                                             | kézműves termék         |
| 45     | Kunszentmárton  | Méz, méhészeti termék                                                                                                                                                                                        | feldolgozott élelmiszer |
| 46     | Kunszentmárton  | Kistermelői savanyúság                                                                                                                                                                                       | feldolgozott élelmiszer |
| 47     | Mezőhék         | Fürjtojás, fürjtojásos tészták, konyhakész fürj (pucolt)                                                                                                                                                     | feldolgozott élelmiszer |
| 48     | Mezőtúr         | Kézműves szappan                                                                                                                                                                                             | kézműves termék         |
| 49     | Mezőtúr         | Mézeskalács dísz tárgy                                                                                                                                                                                       | kézműves termék         |
| 50     | Mezőtúr         | Fekete kerámia                                                                                                                                                                                               | kézműves termék         |
| 51     | Mezőtúr         | Bözsike-féle rostoslé zöldség-gyümölcsle                                                                                                                                                                     | feldolgozott élelmiszer |
| 52     | Mezőtúr         | Lilla méze                                                                                                                                                                                                   | feldolgozott élelmiszer |
| 53     | Mezőtúr         | Ancsa perece                                                                                                                                                                                                 | feldolgozott élelmiszer |
| 54     | Mezőtúr         | Házi sajt                                                                                                                                                                                                    | feldolgozott élelmiszer |

| Sorsz. | Település      | Termék                                                                               | Helyi termék kategória     |
|--------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 55     | Mezőtúr        | Házi rostoslé                                                                        | feldolgozott élelmiszer    |
| 56     | Mezőtúr        | Mézkülönlegesség                                                                     | feldolgozott élelmiszer    |
| 57     | Mezőtúr        | Mezőtúri jellegű népművészeti termékek                                               | kézműves termék            |
| 58     | Mezőtúr        | Patchwork táska                                                                      | kézműves termék            |
| 59     | Mezőtúr        | Túri Erős Marci                                                                      | feldolgozott élelmiszer    |
| 60     | Mezőtúr        | Horgolt termékek                                                                     | kézműves termék            |
| 61     | Mezőtúr        | Házi sütemény                                                                        | feldolgozott élelmiszer    |
| 62     | Mezőtúr        | Kerámia sütőedény                                                                    | kézműves termék            |
| 63     | Mezőtúr        | Hímzés                                                                               | kézműves termék            |
| 64     | Mezőtúr        | Kerámia tárgyak                                                                      | kézműves termék            |
| 65     | Mezőtúr        | Kerámia termék                                                                       | kézműves termék            |
| 66     | Mezőtúr        | Kerámia                                                                              | kézműves termék            |
| 67     | Mezőtúr        | Kerámia                                                                              | kézműves termék            |
| 68     | Mezőtúr        | Akácméz                                                                              | feldolgozott élelmiszer    |
| 69     | Mezőtúr        | Mézdzsem                                                                             | feldolgozott élelmiszer    |
| 70     | Mezőtúr        | Kézműves fa termékek                                                                 | kézműves termék            |
| 71     | Mezőtúr        | Egyedi tervezésű, készítésű ékszerek, kiegészítők                                    | kézműves termék            |
| 72     | Mezőtúr        | Horgolt termékek                                                                     | kézműves termék            |
| 73     | Nagykörű       | Som befőtt                                                                           | feldolgozott élelmiszer    |
| 74     | Nagykörű       | Szörpök, savanyúság, lekvárok                                                        | feldolgozott élelmiszer    |
| 75     | Nagykörű       | 100% almalé                                                                          | feldolgozott élelmiszer    |
| 76     | Nagykörű       | Füstölt húсарu                                                                       | feldolgozott élelmiszer    |
| 77     | Öcsöd          | Szalmából-csuhéból készült használati és dísztermékek.                               | kézműves termék            |
| 78     | Öcsöd          | Szűcs, férfi, női sapkák, kesztyűk, szobacipők, székpárna, díszpárna, mellények stb. | kézműves termék            |
| 79     | Pusztamonostor | Csuhé fedeles kosárka                                                                | kézműves termék            |
| 80     | Rákóczi falva  | Kézműves sajt                                                                        | feldolgozott élelmiszer    |
| 81     | Szolnok        | Vertcsipke                                                                           | kézműves termék            |
| 82     | Szolnok        | Golgotavirág (passiflora)                                                            | egyéb mezőgazdasági termék |
| 83     | Szolnok        | Jászsági paraszt májas                                                               | feldolgozott élelmiszer    |

| Sorsz. | Település      | Termék                                                                                                | Helyi termék kategória                   |
|--------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 84     | Szolnok        | Kistermelői szörpök, lekvárok, pestok                                                                 | feldolgozott élelmiszer                  |
| 85     | Szolnok        | Méz, propolisz , viasz                                                                                | feldolgozott élelmiszer                  |
| 86     | Szolnok        | Gyógynövényes teakeverékek                                                                            | feldolgozott élelmiszer                  |
| 87     | Szolnok        | Textil termékek                                                                                       | kézműves termék                          |
| 88     | Szolnok        | Lakásdekorációk                                                                                       | kézműves termék                          |
| 89     | Szolnok        | Kerámia                                                                                               | kézműves termék                          |
| 90     | Szolnok        | Kerámia                                                                                               | kézműves termék                          |
| 91     | Szolnok        | Vertcsipke tanfolyam                                                                                  | kézműves termék                          |
| 92     | Szolnok        | Lakás dekoráció                                                                                       | kézműves termék                          |
| 93     | Szolnok        | Textil, levendula, mézeskalács (ajándéktárgy)                                                         | kézműves termék                          |
| 94     | Szolnok        | Fa használati és dísz tárgy                                                                           | kézműves termék                          |
| 95     | Szolnok        | Tiffani technikával készült ajándéktárgyak, zsinórékszerek; szörpök, lekvárok, befőttek, savanyúságok | feldolgozott élelmiszer, kézműves termék |
| 96     | Tiszaöldvár    | Hidegen sajtolt olaj                                                                                  | feldolgozott élelmiszer                  |
| 97     | Tiszaöldvár    | Szörp, ivólé, lekvár                                                                                  | feldolgozott élelmiszer                  |
| 98     | Tiszaörs       | Kecske sajt                                                                                           | feldolgozott élelmiszer                  |
| 99     | Tiszaörs       | Száraztészta                                                                                          | feldolgozott élelmiszer                  |
| 100    | Tiszaszentimre | St.Imrei Cheddar sajt                                                                                 | feldolgozott élelmiszer, kézműves termék |
| 101    | Tiszaszentimre | Szentimrei fűszerpaprika őrlemény                                                                     | feldolgozott élelmiszer                  |
| 102    | Tiszaszentimre | Őrölt fűszerpaprika                                                                                   | feldolgozott élelmiszer                  |
| 103    | Tószeg         | Gyógynövényes és Kecsketejes kézműves Szappanok                                                       | kézműves termék                          |
| 104    | Túrkeve        | Máté Hús kolbász                                                                                      | feldolgozott élelmiszer                  |
| 105    | Túrkeve        | Kevi lekvár és szörp                                                                                  | feldolgozott élelmiszer                  |
| 106    | Túrkeve        | Kistermelői zöldségkeverék                                                                            | feldolgozott élelmiszer                  |
| 107    | Zagyvarékas    | Horgolt árucikkek, dísz tárgyak, ékszerek, táskák                                                     | kézműves termék                          |



6. ábra Az online adatbázisban szereplő helyi termékek kategória szerinti eloszlása Jász-Nagykun-Szolnok megyében

### 5.4.3 Internetes keresés alapján azonosított helyi termelők Jász-Nagykun-Szolnok megyében,

11. táblázat A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara honlapján található helyi termelői piac adatbázisában szereplő Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termékek<sup>68</sup>

| Sorsz. | Település       | Termék                                                             | Helyi termék kategória         |
|--------|-----------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------|
| 1      | Karcag          | fajta mézek, méhpempő, propolisz, vegyes mézek, virágpor           | feldolgozott élelmiszer        |
| 2      | Jászárokszállás | burgonya, zöldségfélék                                             | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 3      | Jászágó         | paprika, paradicsom, retek, tök                                    | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 4      | Jászszentandrás | termesztett gomba                                                  | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 5      | Karcag          | friss nyers tej, sajt, tehén tejföl, tehéntúró                     | feldolgozott élelmiszer        |
| 6      | Tiszafüred      | gyümölcsök                                                         | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 7      | Jászszentandrás | gyümölcsök, zöldségfélék                                           | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 8      | Jászberény      | baromfi                                                            | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 9      | Karcag          | bodza szörp, meggy szörp, meggylekvár, muskotályos birsalma lekvár | feldolgozott élelmiszer        |
| 10     | Szolnok         | cseresznye                                                         | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 11     | Karcag          | bab, paprika, paradicsom, zöldborsó, zöldhagyma, zöldségfélék      | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 12     | Jászberény      | friss nyers tej, túró                                              | feldolgozott élelmiszer        |
| 13     | Jászszentandrás | savanyúság                                                         | feldolgozott élelmiszer        |
| 14     | Karcag          | kecskesajt, parenyica, tehénsajt, töltött sajt                     | feldolgozott élelmiszer        |
| 15     | Jászberény      | méz, propolisz, virágpor                                           | feldolgozott élelmiszer        |
| 16     | Jászfényszar    | hagyma, spenót, sóska, zöldségfélék                                | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 17     | Jászapáti       | baromfi                                                            | feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 18     | Jászszentandrás | termelői méz                                                       | feldolgozott élelmiszer        |

68 <https://www.nak.hu/termeloipiac-kereso?view=farmers>

12. táblázat A Szövetség az Élő Tiszáért Egyesület honlapján található Élő Tisza védjegyes Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termékek<sup>69</sup>

| Sorsz. | Település        | Termék                                                                                   | Helyi termék kategória                                  |
|--------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 1      | Túrkeve          | gyógynövényeket, házi lekvárokat, szörpök                                                | feldolgozott élelmiszer                                 |
| 2      | Törökszentmiklós | káposztafélék (fejes és kel)                                                             | feldolgozás nélküli élelmiszer                          |
| 3      | Nagykörű         | cseresznye, meggy, szamóca, körte, burgonya, paradicsom, cukkini, mángold, 100% körtelé. | feldolgozás nélküli élelmiszer, feldolgozott élelmiszer |
| 4      | Nagykörű         | repce, akác, selyemfű, ámorakác, napraforgóméz                                           | feldolgozott élelmiszer                                 |
| 5      | Törökszentmiklós | gabonafélék: tönkölybúza, bab, tökmag                                                    | feldolgozott élelmiszer, feldolgozás nélküli élelmiszer |
| 6      | Rákóczi falva    | termelői méz                                                                             | feldolgozott élelmiszer                                 |
| 7      | Nagykörű         | gyümölcsök, burgonya                                                                     | feldolgozás nélküli élelmiszer                          |
| 8      | Nagykörű         | virágok                                                                                  | egyéb mezőgazdasági termék                              |
| 9      | Szolnok          | textilvarrás, foltvarrás, horgolás, fa- és kőékszerek                                    | kézműves termék                                         |
| 10     | Nagykörű         | csutkából készült, hagyományápoló népi játékok                                           | kézműves termék                                         |
| 11     | Nagykörű         | lekvárok                                                                                 | feldolgozott élelmiszer                                 |
| 12     | Nagykörű         | gyümölcs                                                                                 | feldolgozás nélküli élelmiszer                          |
| 13     | Mezőtúr          | spárga                                                                                   | feldolgozás nélküli élelmiszer                          |
| 14     | Nagykörű         | juhtenyésztés                                                                            | feldolgozás nélküli élelmiszer                          |
| 15     | Nagykörű         | méz                                                                                      | feldolgozott élelmiszer                                 |
| 16     | Szolnok          | homoktövis                                                                               |                                                         |

69 <http://www.elotisza.hu/tagjaink>

| Sorsz. | Település     | Termék                                                                                                              | Helyi termék kategória                   |
|--------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| 17     | Nagykörű      | lovagoltatás                                                                                                        |                                          |
| 18     | Túrkeve       | lekvárok, szörpök (gyümölcsből és gyógynövényekből)                                                                 | feldolgozott élelmiszer                  |
| 19     | Nagykörű      | szörpök, lekvárok, szappanok                                                                                        | feldolgozott élelmiszer, kézműves termék |
| 20     | Nagykörű      | ajándéktárgyak                                                                                                      | kézműves termék                          |
| 21     | Tiszafüred    | ajándéktárgyak                                                                                                      | kézműves termék                          |
| 22     | Szolnok       | gyöngyékszerek                                                                                                      | kézműves termék                          |
| 23     | Nagykörű      | nemezeléssel készült használati tárgyak (sapka, mellény, edények, stb) valamint ajándéktárgyak (babák, macik, stb.) | kézműves termék                          |
| 24     | Besenyszög    | kosárfonás                                                                                                          | kézműves termék                          |
| 25     | Rákócziújfalu | házi - kézi készítésű – tészta                                                                                      | feldolgozott élelmiszer                  |
| 26     | Nagykörű      | fürj tojások,                                                                                                       | feldolgozás nélküli élelmiszer           |
| 27     | Nagykörű      | ártéri gazdálkodás, gyümölcs                                                                                        | feldolgozás nélküli élelmiszer           |

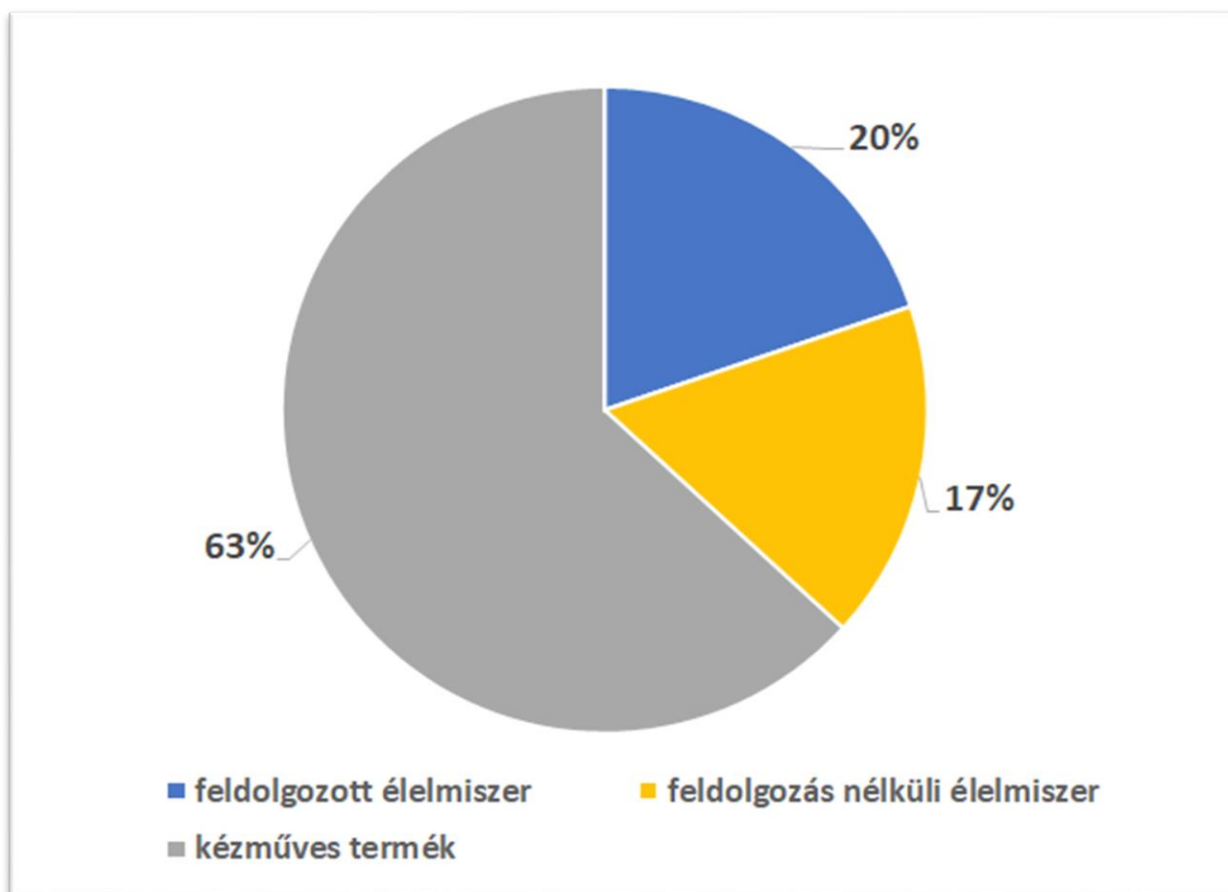
12. táblázat Kézművesek Jász-Nagykun-Szolnok megyében<sup>70</sup>

| Sorsz. | Település    | Termék                                            |
|--------|--------------|---------------------------------------------------|
| 1      | Szolnok      | szalmafonó, népi játék és kismesterség szakoktató |
| 2      | Kisújszállás | szalmafonó                                        |
| 3      | Karcag       | faműves, népi iparművész                          |
| 4      | Öcsöd        | szalmafonó és csuhéfonó, népi iparművész          |
| 5      | Tiszavárkony | kosárfonó                                         |
| 6      | Mezőtúr      | fazekas, népi iparművész                          |
| 7      | Mezőtúr      | fazekasok                                         |

<sup>70</sup> VIDÉKI KÉZMŰVESSÉG NÉPI KISMESTERSÉGEK MŰVELŐI JÁSZ-NAGYKUN-SZOLNOK MEGYÉBEN (Pusztai Zsolt, Szabó András, Dr. Barancsi Ágnes, Debreceniné Barancsi Emese). Mezőtúr, 2013.  
<https://docplayer.hu/18895194-Jo-a-gazdagsag-de-jobb-a-mesterseg-mert-ha-a-gazdagsag-elvesz-is-megmarad-a-mesterseg.html>

| Sorsz. | Település        | Termék                                                                              |
|--------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 8      | Mezőtúr          | fazekas, népi iparművész, a népművészet mestere                                     |
| 9      | Szolnok          | fazekas, népi iparművész                                                            |
| 10     | Kunhegyes        | fafaragó                                                                            |
| 11     | Mezőtúr          | házi sajt, tejföl, túrókészítők                                                     |
| 12     | Mezőtúr          | őstermelő, kistermelő, mangalica, magyar szürke marha és juhtartó, csárdatulajdonos |
| 13     | Újszász          | pékmester, pék hagyományörző, hímző, motívumtervező                                 |
| 14     | Mezőtúr          | fazekas, népi iparművész, a népművészet ifjú mestere                                |
| 15     | Mezőtúr          | fazekas                                                                             |
| 16     | Tiszavárkony     | csuhéfonó, népi gyermekjáték készítő                                                |
| 17     | Kisújszállás     | szalma- és csuhéfonó                                                                |
| 18     | Karcag           | csipkeverő, népi iparművész                                                         |
| 19     | Törökszentmiklós | kosárfonó, népi gyermekjáték készítő, szakoktató                                    |
| 20     | Mezőtúr          | fazekas, népi iparművész, a népművészet mestere                                     |
| 21     | Nagykörű         | szalma használati tárgy készítő, vesszőfonó                                         |
| 22     | Zagyvarékas      | kosárfonó, népi iparművész                                                          |
| 23     | Mezőtúr          | fazekas, népi iparművész, a népművészet ifjú mestere                                |
| 24     | Tiszafüred       | bőrműves, népi iparművész                                                           |
| 25     | Tiszafüred       | népi iparművész, a népművészet mestere, gránátalma díjas bőrműves                   |
| 26     | Jászszeptandrá   | szalmafonó                                                                          |
| 27     | Jászberény       | fazekas                                                                             |
| 28     | Kunszentmárton   | szűcs                                                                               |
| 29     | Kunszentmárton   | halász, halászszerszám készítő                                                      |
| 30     | Mezőtúr          | hagyományos szappankészítő                                                          |
| 31     | Mezőtúr          | fazekas, keramikus iparművész                                                       |
| 32     | Tószeg           | vesszőfonó, fonottbútor készítő                                                     |
| 33     | Törökszentmiklós | textiljáték készítő                                                                 |
| 34     | Túrkeve          | vesszőfonó és kertibútor készítő, népi iparművész                                   |
| 35     | Szolnok          | gyöngyfűző                                                                          |
| 36     | Jászfákóhalma    | cipész, csizmadia                                                                   |
| 37     | Mezőtúr          | fazekas                                                                             |
| 38     | Mezőtúr          | fazekas                                                                             |
| 39     | Tiszafüred       | fazekas, népi iparművész                                                            |
| 40     | Karcag           | kézi szövő, népi játszóházi foglalkozásvezető                                       |
| 41     | Kunszentmárton   | hímző, népi iparművész, a népművészet mestere, a magyar kultúra lovagja             |
| 42     | Kunszentmárton   | lószőrfonó, népi iparművész                                                         |
| 43     | Szolnok          | kosárfonó, gyékénytárgy készítő                                                     |
| 44     | Karcag           | csipkeverő, hímző, népi iparművész                                                  |
| 45     | Cserkeszőlő      | csipkekészítő, népi iparművész                                                      |
| 46     | Mezőtúr          | házi szörpök, ivólevek, befőttek, savanyúságok                                      |
| 47     | Mezőtúr          | házi pereckészítő                                                                   |
| 48     | Jászberény       | ékszerkészítő                                                                       |

| Sorsz. | Település     | Termék                                                                     |
|--------|---------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 49     | Szolnok       | ötvös                                                                      |
| 50     | Újszász       | hímző, népi iparművész                                                     |
| 51     | Jászfényszaru | népi fafaragó művész, népi iparművész                                      |
| 52     | Nagykörű      | népi játék- és csipkekészítő oktató, tervező                               |
| 53     | Tiszafüred    | fazekas, népi iparművész, a népművészet ifjú mestere                       |
| 54     | Tiszafüred    | fazekas, népi iparművész, a népművészet mestere                            |
| 55     | Tiszafüred    | fazekas, népi iparművész                                                   |
| 56     | Tiszafüred    | fazekas, kerámiaékszer készítő népi iparművész, a népművészet ifjú mestere |
| 57     | Jászapáti     | női ruhakészítő, viseletkészítő                                            |
| 58     | Mezőtúr       | fazekas                                                                    |
| 59     | Szolnok       | gyékény- és szalmatárgy készítő, népi kismesterség oktató                  |
| 60     | Szolnok       | viselet- és csipkekészítő                                                  |
| 61     | Karcag        | díszműkovács, népi iparművész                                              |



7. ábra Az internetes keresés alapján készült adatbázisban szereplő helyi termékek kategória szerinti eloszlása Jász-Nagykun-Szolnok megyében

A közfoglalkoztatási programok megyei jó gyakorlataiban előállított helyi termékek összeglése:

*Jásziványon* fűszerpaprikát termesztene, szőnyeget szőne, fazekas termékeket készítenek. Gazdasági udvart, Tájházat, Fazekas Házat alakítottak ki. A gazdasági udvaron állattenyésztéssel foglalkoznak: baromfit, racka birkát és disznót tartanak. Öt helybeli fazekasmesterséget tanult és tudását már szorgalmasan alkalmazza a fazekasműhelyben. A korábbi óvoda épületében létrehozták a Turul Vendégházat, ahol a régi mesterségeket és a gazdálkodás hagyományait ismertetik meg. 2014-ben a falu határában találták meg Magyarország legnagyobb, 1280 grammos szarvasgombáját és ezzel Jászivány országos hírnévre tett szert. Az első szarvasgombaünnepre az ország távolabbi pontjairól is jöttek látogatók.<sup>71</sup>

*Rákóczi falván* tanyafelújítást követően több fajta állat tenyésztésével foglalkoznak. Szárzástésztagyártó műhelyt, gyógynövény-feldolgozó helyiséget, valamint helyi termékeket forgalmazó boltot terveztek.<sup>72</sup>

*Tiszaörsön* a Tiszaörsi Barázda Élelmiszer-előállító Szociális Szövetkezet „Barázda Kézműves Kuckó” néven boltot nyitott 2019. július 6-án a tiszafüredi Tesco áruházban. Tiszaörsi kecskesajtokat, krémsajtokat, tézstasalátát, mákos tézsta süteményt, trizsi szörpöket, lekvárokat, tiszaiigari mézeket kóstolhattak az érdeklődők, valamint kipróbálhatták az abádszalóki csipkeverést és megtekinthették a tiszaderzsi szöttes szőnyeget. 11 település szociális szövetkezeinek és önkormányzatainak – Tiszaszentimre, Tiszaderzs, Abádszalók, Kunhegyes, Tiszaiigar, Folyás, Mezötúr, Füzesgyarmat, Trizs, Jászszentandrás, Múcseny - termékei is megtalálhatóak.<sup>73</sup>

*Cibakházán* a mezőgazdasági projekt keretében zöltségtermesztés folyik 3,5 hektár területen (burgonya, paradicsom, fűszerpaprika, uborka, káposzta, karfiol, karalábé, sárgarépa és petrezselyem), melyeket az önkormányzati konyhán hasznosítanak. A fóliasátras növénytermesztést kibővítették virágpálánta előállításával, melyből tízezer darabot a közterületek díszítésére használtak fel. A halivadék keltetési és nevelési tevékenységet tovább fejlesztették.<sup>74</sup>

*Tiszaörsön* 2012-ben tojóhibrid tyúkok tartását kezdték meg, s mivel a várakozásoknál jóval több tojásuk lett, a feleslegről tézstát készítenek. Ezt követően tízenhétmillió forint pályázati támogatásban részesült az önkormányzat az üzem kialakítására, amely továbbra is elsősorban a település saját konyhájára termel, ott használják fel a különböző tézstaféléket. A géppel készült körettészta és levesbetétek mellett továbbra is hagyományos módon, kézzel készítenek a csigatészta.<sup>75</sup>

*Tiszaszentimrén* konyhakerti- és takarmánynövényeket termesztene. A megtermelt javakat a közétkeztetésben és az állatok takarmányozására hasznosítják. Több mint hat hektáros a

---

71 2016. szeptemberi információ

72 2017. júniusi információ

73 2019. júliusi információ

74 2016. áprilisi információ

75 2015. áprilisi információ

fűszerpaprika ültetvény, amely a 2017-ben létrehozott paprikaőrő manufaktúra alapanyagának biztosításához járul hozzá. 2018 óta kuriózumnak számít a füstölt-őrölt paprika előállítása. A termékek megvásárolhatók a település szociális boltjában. Az állattartó telepen közel száz sertés tartása biztosítja a közétkeztetés sertéshús igényét egész évben. A másik fő tevékenységük a tojótyúk tartása tojástermelés céljából. A paprikaőrő manufaktúra létrehozásával öt főt már nonprofit vállalkozás formájában foglalkoztatnak. A község 2018-ban ismételten Start Plusz díjat kapott, a díjjal járó tíz millió forint összegű támogatást rakodógép vásárlására fordították.<sup>76</sup>

*Jánoshidán* az önkormányzat 2012 végén pályázatot nyújtott be egy malom, egy pék- és egy szárasztésztaészítő-üzem létesítésére. Szerteágazó piaci kapcsolatok alakultak ki több környező település pékségével, közétkeztetési konyhakkal, pizzériákkal, lángossütőkkel. Az önkormányzat 35 hektár földterületen árpat, kukoricát, takarmánynövényeket termeszt. A birkaólat közfoglalkoztatottak építették bontott anyagból. Létrehoztak egy mangalicatelepet és beindult a vaddisznótartás is. A birkákat élő értékesítésre tartják. A mangalicákat, a baromfikat, a kacsákat egy közfoglalkoztatásba bevont család gondozza.<sup>77</sup>

*Hunyadfalván* közfoglalkoztatás keretében hagymát, borsót, babot, zöldséget, répát, burgonyát, valamint paprika és paradicsom palántákat ültettek. A megtermelt javakat frissen, illetve tartósítva tették elérhetővé a község lakói számára.<sup>78</sup>

*Nagyivánban* gyümölcsfákat ültettek. A Tiszafüredi járásban ma is Nagyiváné az egyetlen közfoglalkoztatás keretében létrehozott és működtetett gyümölcsös. Kialakítottak egy közel kilenchektáros gyümölcsöst, valamint felépülhetett egy eszközök tárolására is alkalmas épület. Ötezer darab csemetefát ültettek ki, így őszibarack, kajszibarack, cseresznye, meggy, alma, körte, birs, szilva, málna, egres, ribizli termesztése valósulhat meg.<sup>79</sup>

*Tiszapüspökiben* jelentős a mezőgazdasági program. A fóliás és szabadföldi növénytermesztés keretében 19 hektár területet művelnek meg. Jellemzően búzát, kukoricát, konyhakerti növényeket (zöldséget, répát, karfiolt, hagymát, fokhagymát) termesztenek. Az előállított termények nagy részét a közétkeztetésben hasznosítják.<sup>80</sup>

*Törökszentmiklóson* az elmúlt esztendőben 17 féle zöldséget termeltek a közfoglalkoztatás keretében. A legkedveltebb a burgonya és a vöröshagyma, előbbiből 140, utóbbiból közel 80 mázsa termett. Ezek mellett termesztenek még zellert, karalábét, paradicsomot, paprikát, uborkát, tököt, zöldbabot, borsót, retket, salátát, és répát is. A megtermelt növényeket az önkormányzat saját konyháján dolgozzák fel, szükségessé vált a tárolás feltételeinek biztosítása. Pályázati forrásból négy, egymástól függetlenül is működni képes, 4 négyzetméteres, korszerű technológiával épülő, energiatakarékos hűtőkamra épül.<sup>81</sup>

*Mezőtúron* a mezőgazdasági programjukban 6,4 hektáron szabadföldi kertészeti növényeket termesztenek. A termékek felhasználása az intézményi konyhán, értékesítése a szociális boltban

---

76 2019. áprilisi információ

77 2015. augusztusi információ

78 2016. májusi információ

79 2016. júniusi információ

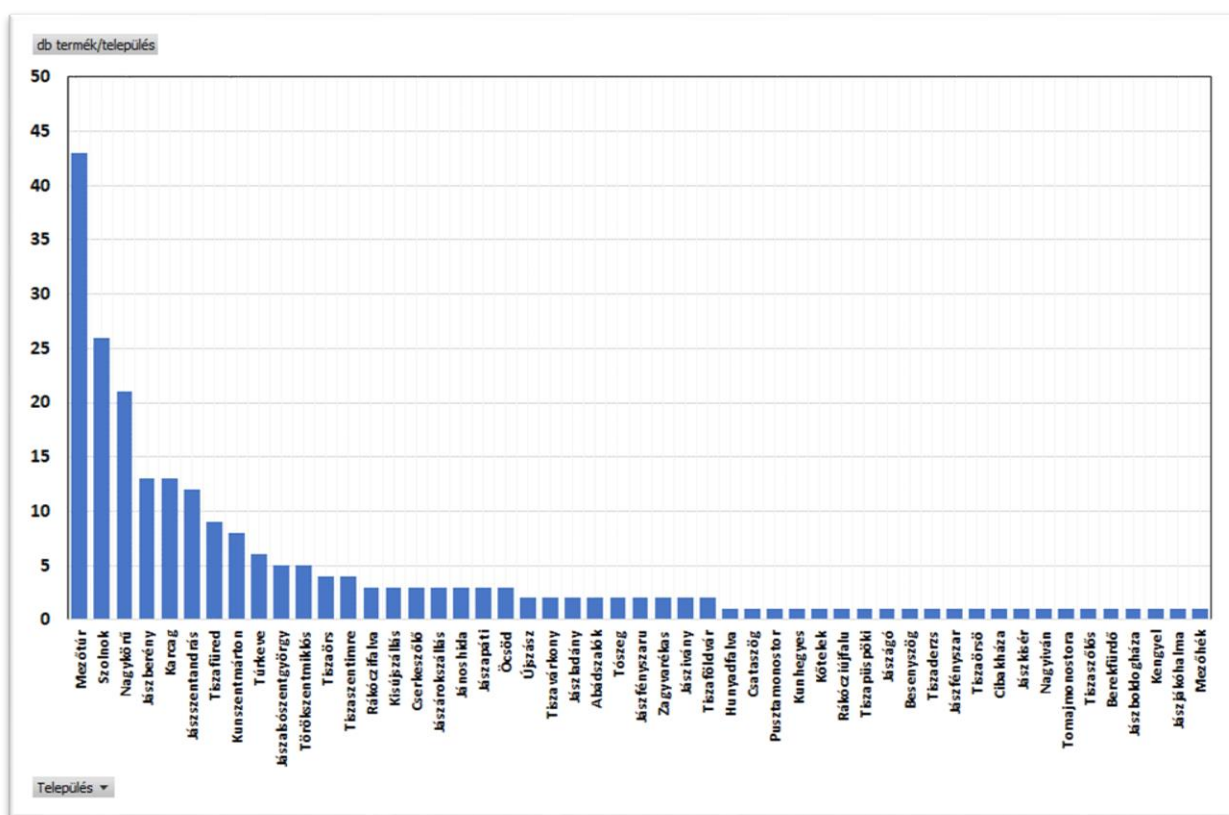
80 2016. szeptemberi információ

81 2017. január információ

történik, illetve szétosztják a szociálisan rászorulóknak között. A „mini sütőde” program tájékező péksütemények (túri percek, túros süti, bodag) készítését teszi lehetővé, melyek a városi konyha közéleti palettáját színesítik.<sup>82</sup>

Jászszentandrás 2016-ban homoktövis feldolgozóüzemet avattak. 2016 nyaratól a gyümölcs feldolgozását szociális szövetkezeti formában folytatják. 2017-től a tevékenységüket tökmagolaj előállításával és értékesítéssel bővítik.<sup>83</sup>

Tiszaszőlősen, Tiszaderzsén, Tiszaörsön, Tomajmonostorán szabadföldi kertészetben 1500 négyzetméteren nyári káposztát, fűszerpaprikát, illetve másodvetésben csemegekukoricát művelnek. A mezőgazdasági tevékenységüket bővítették, a szabadföldi növénytermesztés területéből (2,6 ha) 1 hektáron nagy kézimunka igényű zöldségféléket termesztnek. A térség településeinek együttműködése példaértékű.<sup>84</sup>



8. ábra Jász-Nagykun-Szolnok megyében elérhető helyi termékek település szerinti megoszlása<sup>85</sup>

A kétféle forrásból gyűjtött adatok alapján összesen 230 helyi terméket azonosítottunk. A települési megoszlás azt mutatja, hogy az azonosított helyi termékek közel ¾-ét (73.5%) 14 településen állítják elő: Mezőtúr (43), Szolnok (26), Nagykőrű (21), Jászberény (13), Karcag

82 2016. júliusi információ

83 2017. januári információ

84 2016. augusztusi információ

85 A projekt keretében kialakított online helyi termék adatbázis és az internetes keresés eredményeként összeállított helyi termék adatbázis alapján készült.

(13), Jászszentandrás (12), Tiszafüred (9), Kunszentmárton (8), Túrkeve (6), Jászsós-szentgyörgy (5), Törökszentmiklós (5), Tiszaörs (4), Tiszaszentimre (4). Fontos megjegyeznünk, hogy az online adatbázis építése kapcsán jelentős ellenállást tapasztaltunk, többszöri megkeresésre sem kaptunk pozitív visszajelzést, tehát adataink nem teljeskörűek. Pozitív jelenség, hogy az átlagosnál valamivel magasabb motiváltságot tapasztaltunk a turisztikai vonzerő szempontjából fontos tájegységekben található településeken.

## 6. Kínálatfejlesztés, innováció és marketing

### 6.1 Termékelemzés, tájra és településre épülő termékek

#### 6.1.1 Turisztikai termékek

Ahhoz, hogy reálisan meg tudjuk határozni a turisztikai termékfejlesztések irányát és céljait, a jelenlegi helyzet felmérésére és értékelésére kell törekedni. Ezt a jelenlegi MTÜ által kiemelt fejlesztési térségek lehatárolásához alkalmazott módszertan alapján visszük végig a megyében található vonzerők vizsgálatával. Az attrakciókat turisztikai termékeként vesszük górcső alá, az alábbi szempontrendszer szerint.

Jelmagyarázat a vonzerőleltár értékeléséhez

Minőség (vonzerő kategória: 0–6)

|   |                                                                                                                                                                                           |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 0 | Turisztikailag egyelőre nem értelmezhető (zárva van/lelakott/nem működik stb.)                                                                                                            |
| 1 | Helyi, lokális vonzerő (maximum csak a térségből érkezők látogatják)                                                                                                                      |
| 2 | Regionális vonzerő (magyarok látogatják, max. 100 km-es körzetből, előfordul, hogy a határ közelsége miatt külföldi vendégek is látogatják)                                               |
| 3 | Országos vonzerő (kizárólag magyarok látogatják, legalább 2-300 km-es körzetből)                                                                                                          |
| 4 | Országos vonzerő (magyarok látogatják, de nemzetközi vendég is megfordul)                                                                                                                 |
| 5 | Nemzetközi vonzerő (valóban releváns bizonyos nemzetközi küldőpiacokon, mérhető, tapasztalható a külföldi vendégforgalom), Nemzetközi, európai vagy világszinten ismert vonzerő/attrakció |

Küldőpiac (érdeklődés kategória: A–E)

Milyen küldőpiaci fontossággal bír az adott vonzerő/attrakció?

|          |                                                                                           |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A</b> | Magyarország                                                                              |
| <b>B</b> | Magyarország + szomszédos országok                                                        |
| <b>C</b> | Szomszédos országokon kívül más országok is                                               |
| <b>D</b> | Igazi internacionális látogatói körrel bír, de nem ez a fő utazási motiváció              |
| <b>E</b> | Kizárólag az adott attrakcióért jön a vendég Magyarországra, bármelyik nemzetközi piacról |

Vendégéjszaka (desztinációs alapon: 0–++)

A desztinációban generált vendégéjszakák száma alapján

|           |                                                                                                                                              |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>0</b>  | Nem generál vendégéjszakát                                                                                                                   |
| <b>+</b>  | Vendégéjszakát generál (nem feltétlenül az adott településen, lehet, hogy a szomszédos településen, vagy a környéken, vagy a desztinációban) |
| <b>++</b> | Jelentős többlet vendégéjszakát generál                                                                                                      |

Magyarság számára vonzerő („Patrióta faktor”: I–III)

Anyországban élők és külföldiek számára a történelmi múlt vagy egyéb szempont alapján jelentős

|            |                                                               |
|------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>I</b>   | Közel van, ezért megnézik                                     |
| <b>II</b>  | Távolabb van (akár több 100 km), mégis megnézik, elmennek oda |
| <b>III</b> | A magyarság számára emblemikus jelentőségű helyszín           |

## Egészségturizmus

| Vonzerő megnevezése                          | Település        | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|----------------------------------------------|------------------|---------|-----------|---------------|
| <b>GYÓGY ÉS WELLNESS</b>                     |                  |         |           |               |
| <b>Berekfürdői Termál-Strandfürdő</b>        | Berekfürdő       | 4       | D         | ++            |
| <b>Akácliget Gyógy- és Strandfürdő</b>       | Karcag           | 1       | A         | 0             |
| <b>Kumánia Gyógy- és Strandfürdő</b>         | Kisújszállás     | 2       | A         | +             |
| <b>Strandfürdő</b>                           | Kunhegyes        | 1       | A         | 0             |
| <b>Strandfürdő és Fedett Uszoda</b>          | Mezőtúr          | 1       | A         | 0             |
| <b>Túrkevei Termál és Élményfürdő</b>        | Túrkeve          | 2       | A         | 0             |
| <b>Termálstrand és Gyógyfürdő</b>            | Tiszafüred       | 1       | A         | +             |
| <b>Cserkeszölő Fürdő-Gyógyászati Központ</b> | Cserkeszölő      | 5       | D         | ++            |
| <b>Termál- és Strandfürdő</b>                | Tiszaöldvár      | 1       | A         | 0             |
| <b>Tiszaleti Termálstrand és Élményfürdő</b> | Szolnok          | 2       | A         | 0             |
| <b>Városi Strandfürdő</b>                    | Törökszentmiklós | 1       | A         | 0             |
| <b>Tiszaörsi Fürdő</b>                       | Tiszaörs         | 1       | A         | 0             |
| <b>Martfű Termál Spa</b>                     | Martfű           | 2       | D         | +             |
| <b>Tölgyes Gyógyvizű Strandfürdő</b>         | Jászapáti        | 1       | A         | 0             |
| <b>Városi Strand- és Termálfürdő</b>         | Jászberény       | 1       | A         | 0             |
| <b>Termálfürdő és Kemping</b>                | Jáaszszentandrás | 1       | A         | 0             |
| <b>Strandfürdő</b>                           | Jászboldogháza   | 1       | A         | 0             |

A megye termálvizekben gazdag, más megyékhez képest a fürdők száma jelentős. Ennek ellenére vagy éppen ezért a túlkínálat miatt a fürdők fele megrekedt a fejlődésben, lokális jelentőségűnek tekinthetők, önálló vonzerőt nem képeznek, vendégéjszakát nem generálnak, a látogatóforgalmuk jelentős részét kizárólag a helyi lakosság és egy 30 km –es vonzáskörzet lakói biztosítják. Karcag, Kunhegyes, Mezőtúr, Tiszafüred, Tiszaöldvár, Tiszaörs fürdői a mai piaci viszonyok között kevésbé versenyképesek, a szolgáltatások nem közelítik meg a 21. században elvárt színvonalat.

## Kultúra

| Vonzerő megnevezése                                             | Település       | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------|---------|-----------|---------------|
| <b>KULTÚRA</b>                                                  |                 |         |           |               |
| <b>REPTÁR Repülőtörténeti Interaktív kiállítás</b>              | Szolnok         | 2       | A         | 0             |
| <b>Babamúzeum</b>                                               | Abádszalók      | 1       | A         | 0             |
| <b>Csipkeház és Bemutatóterem, Révész Márta népi iparművész</b> | Cserkeszölő     | 1       | A         | 0             |
| <b>Vágó Pál Helytörténeti Gyűjtemény</b>                        | Jászapáti       | 1       | A         | 0             |
| <b>Jász-ház</b>                                                 | Jászárokszállás | 1       | A         | 0             |

| Vonzerő megnevezése                                                                                  | Település       | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|-----------|---------------|
| Hamza Gyűjtemény és Jász Galéria                                                                     | Jászberény      | 1       | A         | 0             |
| Jász Múzeum                                                                                          | Jászberény      | 1       | A         | 0             |
| Csete Balázs Helytörténeti Gyűjtemény                                                                | Jáskisér        | 1       | A         | 0             |
| Első Magyar Triflász Emléktár (Szarvasgombászáti Múzeum)                                             | Jászszentandrás | 1       | A         | 0             |
| Bama-féle Szélmalom és Szélmalmi Fogadóház                                                           | Karcag          | 1       | A         | 0             |
| Györffy István Nagykun Múzeum                                                                        | Karcag          | 2       | A         | 0             |
| Kántor Sándor Fazekas Tájház                                                                         | Karcag          | 1       | A         | 0             |
| Nagykunsági Tájház                                                                                   | Karcag          | 1       | A         | 0             |
| Zádor-híd                                                                                            | Karcag          |         |           |               |
| Orvostörténeti és Patikamúzeum                                                                       | Karcag          | 1       | A         | 0             |
| Horthy Tengerészeti és Kenderesi Néprajzi Kiállítóterem                                              | Kenderes        | 1       | A         | 0             |
| Papi Lajos Alkotóház                                                                                 | Kisújszállás    | 1       | A         | 0             |
| Kossuth Lajos Emlékház                                                                               | Kunmadaras      | 1       | A         | 0             |
| Kunkapitány-ház                                                                                      | Kunhegyes       | 1       | A         | 0             |
| Szélmalom                                                                                            | Kunhegyes       |         |           |               |
| Helytörténeti Gyűjtemény                                                                             | Kunszentmárton  | 1       | A         | 0             |
| Badár Balázs Emlékszoba és Fazekas Alkotóház                                                         | Mezőtúr         | 1       | A         | 0             |
| Túri Fazekas Múzeum                                                                                  | Mezőtúr         | 2       | A         | 0             |
| Városi Galéria                                                                                       | Mezőtúr         | 1       | A         | 0             |
| Cseresznyés Fagyűjtemény                                                                             | Nagykörű        | 1       | A         | 0             |
| József Attila Emlékház – Helytörténeti Gyűjtemény                                                    | Öcsöd           | 1       | A         | 0             |
| B.A.P. Macihad Macimúzeum                                                                            | Rákóczi falva   | 1       | A         | 0             |
| Chiovini Galéria                                                                                     | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Szolnoki Művésztelep                                                                                 | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Tabáni Tájház                                                                                        | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Damjanich János Múzeum                                                                               | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Galéria (volt Zsinagóga)                                                                             | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| HM Hadtörténeti Intézet és Múzeum Szolnoki Hadkiegészítési Szakgyűjtemény (Sorkatonai Emlékiállítás) | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Jelen Kortárs Művészeti Galéria                                                                      | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Szabadtéri Vízügyi Múzeum                                                                            | Szolnok         | 1       | A         | 0             |
| Tiszazugi Földrajzi Múzeum                                                                           | Tiszaföldvár    | 1       | A         | 0             |

| Vonzerő megnevezése                       | Település   | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|-------------------------------------------|-------------|---------|-----------|---------------|
| Városi Galéria                            | Tiszaöldvár | 1       | A         | 0             |
| Kiss Pál Múzeum                           | Tiszafüred  | 1       | A         | 0             |
| Bőrműves Alkotóház                        | Tiszafüred  | 1       | A         | 0             |
| Nyúzó Gáspár Fazekas Tájház               | Tiszafüred  | 1       | A         | 0             |
| Szűcs Imre fazekas műhelye, bemutatóterem | Tiszafüred  | 1       | A         | 0             |
| Finta Múzeum                              | Túrkeve     | 1       | A         | 0             |
| Vadász Pál Kiállítóterem                  | Túrkeve     | 1       | A         | 0             |
| Szovjet Repülőtér Titka                   | Berekfürdő  | 1       | A         | 0             |
| Jászkun kapitányok nyomában tematikus út  |             | 2       | A         | 0             |

A kulturális vonzerők listája amennyire bő, olyan mértékben nem tud elmozdulni a lokalitástól. A megyében nem találunk egyetlen nemzetközi kulturális vonzerőt, országos ismertséggel rendelkezhet egy-egy attrakció, de annak bemutatása nem felel meg a magas minőségű turizmus kritériumainak. Hiányoznak a klasszikus turisztikai célpontokat jelentő városok, így nem beszélhetünk city breakről sem a megyében, a kulturális értékek a népi kultúrához, a jász és a kun hagyományokhoz köthető. A kedvező szinergiahatások kiaknázása érdekében a tematikus utak kialakítása jó gondolat lett volna, ugyanakkor maximum egy regionális vonzerőként tudna prosperálni, hiányzó menedzsment miatt jelenleg ez sem az elvárt módon. A szolnoki Reptár volt az utóbbi időben az egyetlen olyan attrakcióteremtés, mely képes volt a várost a turizmus piacán kedvezőbb helyre pozicionálni, de megyei identitásformáló és turizmusteljesítmény növelő hatása nincsen.

#### Aktív turizmus

| Vonzerő megnevezése                                                           | Település         | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------|-----------|---------------|
| <b>AKTÍV TURIZMUS</b>                                                         |                   |         |           |               |
| Tiszavirág Ártéri Sétaút és Pákász tanösvény                                  | Tiszafüred-örvény | 2       | A         | 0             |
| Éden Madárpark                                                                | Rákóczipark       | 1       | A         | 0             |
| Tisza-parti Tanösvény                                                         | Rákóczipark       | 1       | A         | 0             |
| Jászberényi Állat- és Növénykert                                              | Jászberény        | 2       | A         | 0             |
| Széchenyi Parkerdő Erdei Művelődési Ház, Vadaspark, Szabadidő park, Tanösvény | Szolnok           | 1       | A         | 0             |
| Karcagi Parkerdő                                                              | Karcag            | 1       | A         | 0             |
| Tisza-parti Arborétum                                                         | Tisza-part        | 1       | A         | 0             |
| Tiszaigari Arborétum                                                          | Tiszaigari        | 1       | A         | 0             |
| Tiszai hajózás                                                                |                   | 1       | A         | 0             |
| Szabad vízi strand                                                            | Abádszalók        | 2       | A         | +             |
| Szabad vízi strand                                                            | Tiszafüred        | 2       | A         | +             |
| Szabad vízi strand                                                            | Szolnok           | 1       | A         | 0             |
| Szabad vízi strand                                                            | Tiszaújvárosi     | 1       | A         | 0             |

| Vonzó megnevezése                 | Település | Minőség | Küldőpiac | Vendégéjszaka |
|-----------------------------------|-----------|---------|-----------|---------------|
| Kerékpározás Tisza-tó             | Tisza-tó  | 3       | A         | ++            |
| Horgászat                         | Tisza-tó  | 3       | A         | ++            |
| Tisza-tavi kikötők csónakos túrák | Tisza-tó  | 3       | A         | ++            |

A megye fő vonzerejének az egyedi természeti környezet és az abban végezhető aktivitások tekinthetők, mely a Tisza-tó köré szerveződnek. A Tisza-tó 127 km<sup>2</sup>-es területe egy olyan mesterségesen létrehozott, ősi természetes képet mutató vízi világ, melynek komplexitásával és mozaikosságával Magyarország és Közép-Európa egyetlen vizes desztinációja sem tud versenyezni. Nehézsége a turizmusfejlesztésnek a megosztottság, más megyékkel történő kooperáció szükségessége, mely behatárolja jelenleg a térség fejlődését. Szezonalitás szempontjából az aktív turisztikai termékek sikeresen biztosítják a 365 napos programozást, így a téli túrák, a horgászat, a kerékpározás, a csónakos túrák, fotós és ornitológiai túrák. A Tisza-tó már most a TOP5 hazai kerékpáros turisztikai desztináció egyike. A Tisza-tavi Kerékpáros Centrum erőssége a magas minőségű és nagyszámú kerékpáros eszközparkja, mely teljesen más alapokra helyezi a kerékpározás élményét, így a Tisza-tó értékesíthetőségét is. A megye turizmusának szempontjából kulcsfontosságú az együttműködés a szomszédos megyékkel. A Tisza-tó és Hortobágy összekapcsolása ökoturisztikai, aktív és világörökségi vonatkozásban nemzetközi piacokra emelheti a turisztikai szolgáltatásokat.

## 6.2 Szolgáltatások nemzeti tanúsító védjegy és minőségi díj rendszerének bemutatása és a csatlakozás lehetőségnek vizsgálata

A szálláshelyek minősítésére és osztályba sorolása a turizmusért felelős minisztérium és a szakmai szövetségek kezdeményezésére állami tulajdonban lévő nemzeti tanúsító védjegyek kerültek kialakításra. Ezt követően a szálláshelyek minősítésének mintájára 2014-ben a turizmus további területei is bekapcsolódtak a nemzeti tanúsító védjegyek rendszerébe: a gyógyfürdő, strandfürdő, uszodalétesítmény, élményfürdő, wellness fürdő mellett a vízi megállóhelyek minőségét is nemzeti tanúsító védjegy garantálja.

A turisztikai nemzeti tanúsító védjegyek tekintetében a **védjegyjogosult** jelenleg a **Magyar Turisztikai Ügynökség**.

A **védjegy tanúsítja, hogy a szolgáltatások minősítése előre meghatározott**, a szakmai szövetségek által kidolgozott és a turizmusért felelős minisztérium által jóváhagyott **szakmai szempontrendszer alapján történik**. A nemzeti tanúsító védjegyek alkalmazása **nem kötelező és nem kizárólagos**, azonban **elősegíti a garantált minőségű, megbízható szálláshelyek pozitív megkülönböztetését**.

A védjegyhasználati jogosultság iránt **önkéntes alapon pályázhat** valamennyi, az érintett védjegyszabályzatban meghatározott követelményeknek megfelelő szolgáltató. A védjegy használatára kizárólag **védjegyhasználati szerződés alapján**, a működési szabályzat előírásainak betartása mellett van lehetőség.

A **Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala** által bejegyzett állami tulajdonú turisztikai tanúsító védjegyek és a hozzájuk kapcsolódó szakmai szervezetek:

- üdülőháztelep osztállyal - Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége
- kemping csillaggal - Magyar Kempingek Szakmai Szövetsége
- vendégszoba, vendégház, apartman koronával - Magánszállásadók Országos Szövetsége
- falusi szálláshely (vendégszoba, vendégház, lakrész) napraforgóval - Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége
- gyógyfürdő, strandfürdő, uszodalétesítmény, élményfürdő, wellness fürdő csillaggal - Magyar Fürdőszövetség
- ifjúsági szállás hátizsákkal - Magyarországi Ifjúsági Szállások Szövetsége
- lapátos vízi megállóhely - Magyar Kajak-Kenu Szövetség

A védjegyrendszerrel kapcsolatos helyszíni bejárást és adminisztratív feladatokat az érintett szakmai szövetségek végzik el. A minősítés helyszíni szemlét követően a szövetségek szakmai ajánlást, javaslatot tesznek az egyes pályázók besorolására vonatkozóan, melyet a Bíráló Bizottsági ülésen terjeszt elő a Bizottság tagjainak. A Bizottság elnöke jellemzően az MTÜ delegált munkatársa, tagja továbbá az érintett szakmai szövetség, illetve bizonyos védjegyeknél a Magyar Kereskedelmi és Iparkamara egy-egy képviselője. A Bíráló Bizottság a helyszíni bejárás fotói, valamint a Minősítő Bizottság véleménye alapján fogalmaz meg döntési javaslatot az MTÜ vezérigazgatója számára. A végső döntést követően a szakmai szövetségek 3-5 évre szóló védjegyhasználati szerződést kötnek az érintett turisztikai szolgáltatókkal, szálláshelyekkel.

A szakmai szervezet a szerződés időtartama alatt **monitoring tevékenységet** folytat, a már megszerzett védjegy kritériumainak betartását ellenőrzi a szerződés fennállása alatt.

A védjegyeken túl 2019-ig működött a **Magyar Turizmus Minőségi Díj** önkéntes jelentkezésen alapuló tanúsító rendszer, amely éttermek és szállodák részére kínál magas színvonalú, európai minőségirányítási elvek alapján működő minősítési lehetőséget. Nemzetközi ismertségét, elismertségét jelzi, hogy a Szállodák és Vendéglátóhelyek Európai Szövetsége (HOTREC) is akkreditálta, ezáltal a tanúsítás megszerzése versenyelőnyt jelent a vállalkozások számára a nemzetközi piacokon is. A programot minden esztendőben meghirdette az MTÜ. A megmérettetésnek ugyancsak fontos célja volt, hogy a szolgáltatókat, kis- és középvállalkozásokat segítse minőségi munkájukban, igazodási pontokat kínáljon minőségi fejlesztéseikhez, és ezzel jobb piacra jutási lehetőségeket biztosítson számukra. A program átalakítása miatt az MTÜ 2019-ben döntött a díj szüneteltetéséről.

A hazai védjegytanúsító rendszerek a **GINOP 7.1.8-as felhívás** alapján megújulnak. Újragondolásra kerülnek a szempontrendszerek, valamint a minősítés folyamata. A cél elsősorban a vendégek sikeres és korrekt orientálása. Az MTÜ, mint szakpolitikai felelős annak a projektnek a gazdája, mely a turisztikai attrakciók minősítési feltételrendszerének kialakítására irányul.

Az újragondolás hátterében az áll, hogy meginduló hazai turisztikai termékfejlesztések, attrakciófejlesztések példaként kell szolgáljanak a jövőben a már működő, piacon lévő szolgáltatók, attrakciógazdák számára. **Ezzel kapcsolatosan fontos meghatározni azokat a minőségi standardokat, elvárásokat, amelyeket a turisztikai attrakcióknak, illetve azok infrastruktúrájának, szolgáltatásainak teljesíteni kell.**

A GINOP-7.1.8 keretében megvalósuló projekt elérni kívánt célja a turisztikai fejlesztések transzparens minősítési struktúrájának kialakítása, mely a turizmus szakma által elfogadott szempontok mentén alakítja ki a szükséges minősítési rendszereket, annak érdekében, hogy **a turisztikai fejlesztések szolgáltatásainak minősége javuljon**. Fontos, hogy hazánk vonzó célpont legyen a külföldiek számára, ugyanakkor a belföldi turisták is tudatosabb utazási döntéseket hozhassanak, és magasabb színvonalon érjenek el szolgáltatásokat.

Jász-Nagykun-Szolnok megyei turisztikai szolgáltatók ösztönzése a hazai védjegyzrendszerekben alapvető elvárás a megye turisztikai teljesítményének növekedése érdekében. A turisztikai szolgáltatók a védjegyek elnyerésével kedvezőbb piaci helyzetbe kerülnek a versenytársaiknál. Egyrészt a minősítő rendszer megismerésével iránymutatást kapnak a magasabb minőségi feltételek kialakításáról. Feltételezhető az is, hogy már pusztán a szakmai információk strukturált átadásával olyan szemléletformálás valósul meg, mely támogatja a vendégfogadás minőségi feltételeinek és az üzemeltetésnek a javulását.

Amennyiben a védjegyek nemzeti marketing támogatást kapnak, és valós piaci értéket fognak képviselni, akkor ez a turisztikai szolgáltatások értékesítésének javulását is eredményezi. A fogyasztói magatartás erősödésével új célcsoportok nyílhatnak meg a turisztikai szolgáltatók számára. Amennyiben el tudja érni a megyében a minősített szolgáltatások kritikus tömegét, akkor annak következményeként javul a megye turisztikai pozíciója is.

## **7. Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Marketing Akcióterv**

### **7.1. Bevezető**

Az előző fejezetekben – Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési programban – bemutatott elemzések **bizonyítják, hogy a helyi termékeknek a helyi gazdaság fejlesztésben – ezen belül a foglalkoztatás bővítésben –, a turizmus és a gasztronómia területén van kitüntetett szerepe, ezért az akcióterv ezen ágazatok összekapcsolására alapoz.**

A program legfontosabb megállapításait, és a helyzetfeltárást SWOT analízis keretében a lenti táblázatban foglaljuk össze. Jász-Nagykun-Szolnok megye helyi termék és turisztikai szolgáltatásfejlesztésének hosszú távú integrált fejlesztésének alapját jelentik a fenti fejezetekben sorra vett társadalmi és gazdasági, beleértve a foglalkoztatást érintő, kiemelten a turisztikai metódusok egyidejű vizsgálata, konstruktív elemzése. Az erőforrások felmérésének legfőbb pontjai SWOT-analízis keretében kerülnek összefoglalásra, mely a meglévő adottságok mellett ugyancsak számba veszi a jövőben potenciálisan adódó lehetőségeket és veszélyeket egyaránt.

Az erősségek azonosítása és kihangsúlyozása mellett rendkívül fontos a gyengeségek mielőbbi felismerése, ezen tényezők javítása, szükség és lehetőség szerinti megszüntetése. Így hosszú távon válik elérhetővé a kijelölt lehetőségek alapján kitűzött célok teljesítése és a potenciális veszélyek minimalizálása, elkerülése.

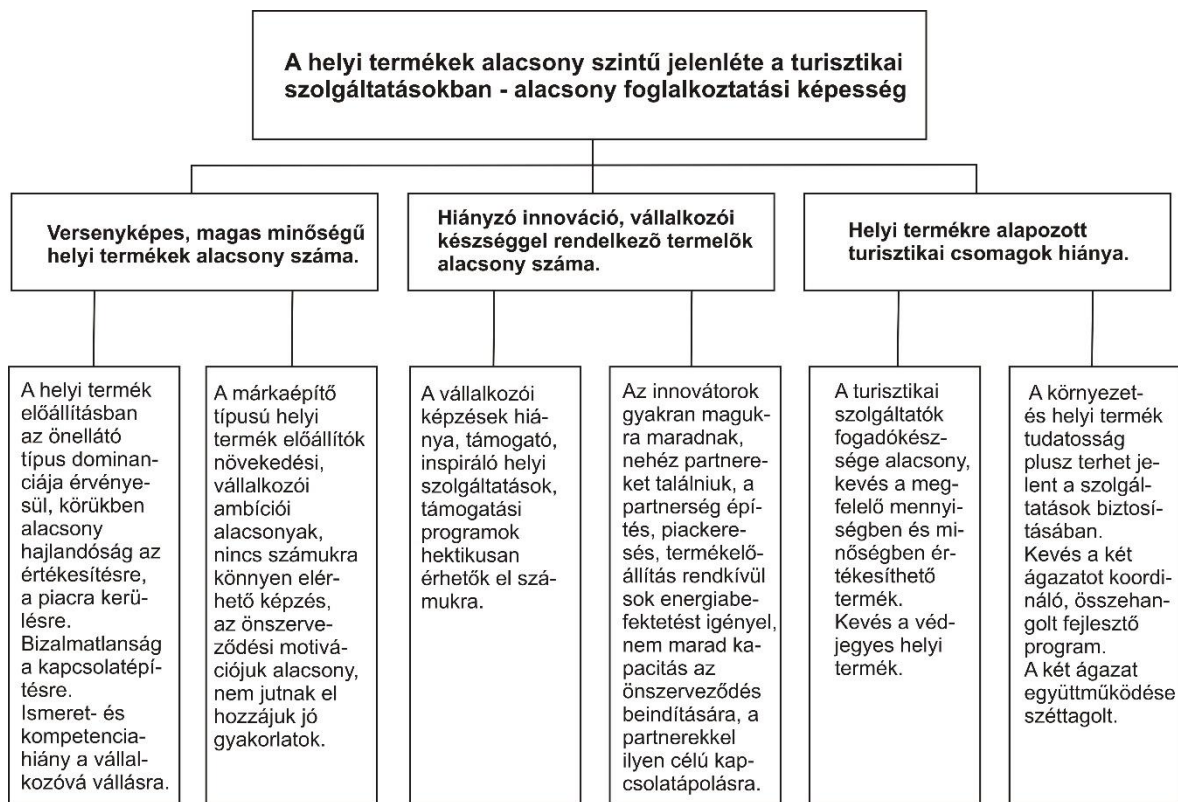
11. táblázat: SWOT elemzés

| Erősségek                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Gyengeségek                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Foglalkoztatási fókusz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Többféle szervezeti, gazdálkodási formában állítanak elő helyi terméket, atipikus foglalkoztatási formák jelentek meg.</li> <li>• A helyi termékek eladása megélhetési forrást, jövedelemkiegészítést biztosít az őstermelőknek, kistermelőknek.</li> <li>• A szociális gazdaság szervezetei is szerepet vállalnak a helyi termékek előállításában. (Pl. a megye településein megvalósuló közfoglalkoztatási programokban számottevő a helyi termék-előállítás, közülük több országosan elismert jó gyakorlat, néhány szociális szövetkezet is helyi termék előállításával foglalkozik.)</li> <li>• A megyei önkormányzat elkötelezett a helyi termék fejlesztésben, a foglalkoztatás bővítésében a helyi értékekre alapozott turizmusfejlesztés szerepet kapott a Jász-Nagykún-Szolnok Megyei Gazdaság és Foglalkoztatás Fejlesztési Stratégiában.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A helyi termékre alapozott foglalkoztatási potenciál alacsony (jellemzően családon belül oldják meg a fejlesztéshez és a működéshez kapcsolódó munkaerőigényt).</li> <li>• A kockázatvállaló attitűd és cselekvés szintje alacsony. Ez a bizalmatlanságban – az új munkaerő bevonásánál – és a foglalkoztatáshoz szükséges adminisztrációs terhek elutasításában nyilvánul meg.</li> <li>• A kistermelői rendelet területi és kapacitásbeli korlátozásai nehezítik a kisüzemek fejlődését, így a foglalkoztatási lehetőségek bővítését is.</li> <li>• Az előállítási költségek magasak, ez negatív hatással van a versenyképességre, a munkaerő piaci szerepvállalásra.</li> </ul> |
| Turisztikai ágazat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Termál- és gyógyvizek gazdag kínálata.</li> <li>• Egyedülálló jász és kun örökség.</li> <li>• Sokrétű öko- és aktív turisztikai kínálat (Tisza-tó, kerékpározás, horgászat, víziturisztikai szolgáltatások, Zagyva Ökopark).</li> <li>• Interaktív vonzerők nagyszámú fejlesztése (RepTár, Sörárium, Szolnoki Vár, Tisza-tavi Természetbúvár Központ)</li> <li>• Nemzeti hatókörrel rendelkező vonzerők: Berekfürdő és Cserkeszőlő a TOP50 hazai desztináció között.</li> <li>• helyi termékek dinamikus növekvő száma, erősödő identitás-tudat</li> <li>• Modern marketingszemlélet, erőteljes turisztikai felelősségvállalás.</li> <li>• Széleskörű partnerségi háló: a civil és közsféra hatékony együttműködése.</li> <li>• Kialakult közép- és felsőoktatási képzési hálózat.</li> </ul>                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rövid turisztikai szezon ( júniustól-augusztusig).</li> <li>• Tranzitturizmus túlsúlya.</li> <li>• Megfelelő képzettségű és képességű munkaerő hiánya, főként a kevésbé frekvenciált településeken.</li> <li>• Megyei szinten egyenetlen szolgáltatási színvonal (mozaikos szerkezet).</li> <li>• Turisztikai értékek kihasználatlansága (pl. gasztroturizmus).</li> <li>• Turisztikai infrastrukturális háttér fejletlensége.</li> <li>• Négy csillagos szállodai egységek és minőségi kemping szálláshelyek általános hiánya.</li> <li>• Helyi TDM szervezetek és vállalkozói szféra hiánya.</li> <li>• keresztpromóciós tevékenység, térségi csomagajánlatok hiánya</li> </ul>  |

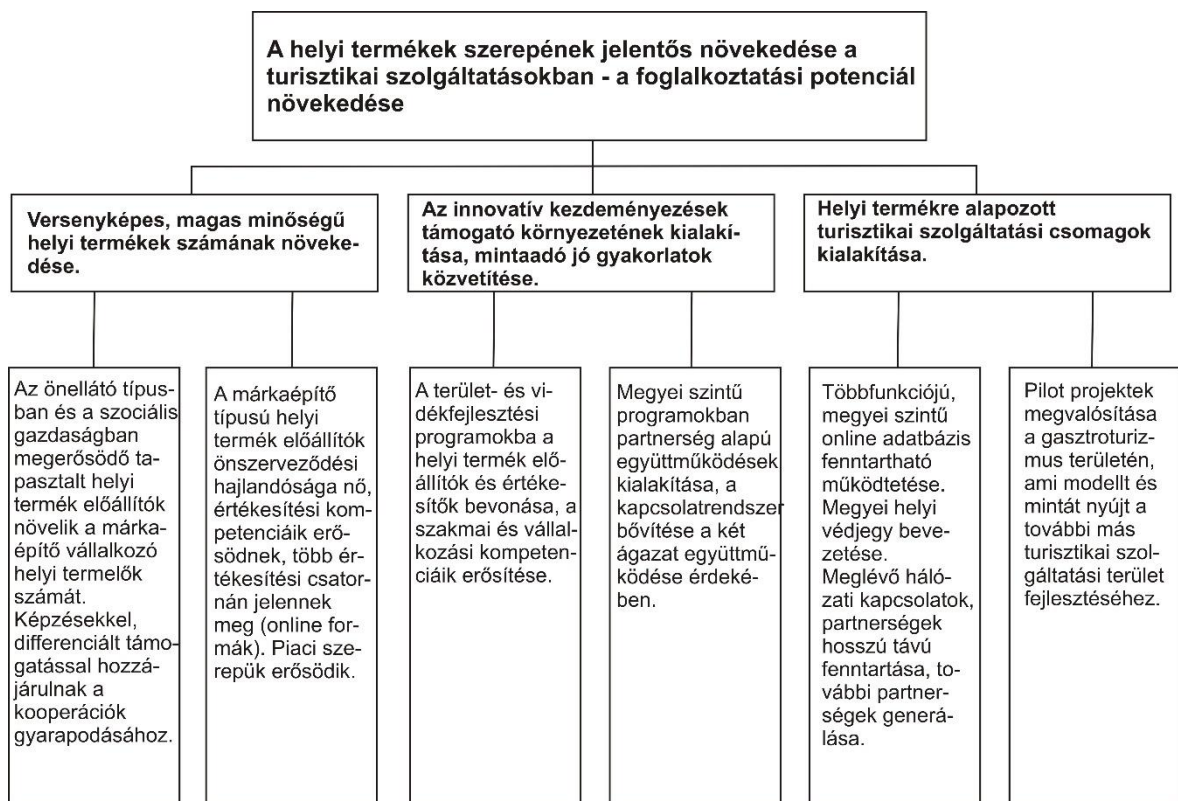
| Helyi termék ágazat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Megyei és országos ismertségű helyi és térségspecifikus termékek.</li> <li>• Növekvő arányú a helyi termék-előállítók és értékesítők száma.</li> <li>• Folyamatosan bővülő értékesítési lehetőségek (helyi vásárok, piacok, web stb).</li> <li>• A helyi termékek iránti kereslet növekvő („formálódik az állandó vevőkör”).</li> <li>• Több településen alakítottak ki helyi termékek értékesítésére alkalmas árusító helyet, illetve több közösségi rendezvényen kapnak helyet helyi termék forgalmazók.</li> <li>• A termelők jelentős hányada családi hagyományokra, tapasztalatokra épít – értékmegőrzési szerepet vállal.</li> <li>• Kialakult a közös termékértékesítés néhány jó példája, gyakorlata.</li> <li>• Gazdag néprajzi hagyományok, mesterségek, sokszínű kulturális rendezvények.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• A helyi termékek értékesítési csatornái közül jellemző a közvetlenül háztól vásárlás, illetve a helyi piac. Alacsony az online és más értékesítési csatornák alkalmazása.</li> <li>• A megyei szintű helyi termék adatbázisba bejelentkezéssel szembeni érdektelenség. A többszöri megkeresés ellenére alacsony együttműködési hajlandóság mutatkozik mind a termelők, mind a termelőkkel kapcsolatban lévő szervezetek részéről.</li> <li>• Kevés a szakmai fórum, amely támogatná a kompetencia bővítést a jogi, a pénzügyi, és a marketing területén.</li> <li>• Hiányoznak a helyi termelők területi, megyei önszerveződő közösségei.</li> <li>• Kevés a tudatos helyi termék vásárló, deficit a termelők közötti és a termelők és lakosság közötti bizalom.</li> <li>• Szállásadók, gasztroszervezetek, rendezvényszervezők nagy része elzárkózik, nem motivált a közös gondolkodásra, az összefogásra.</li> <li>• A meglévő együttműködési formák még nem annyira erősek, hogy érdemben generálni tudjanak helyi, térség szintű összefogást, kooperációt.</li> <li>• A vállalkozások tőkehiánya.</li> </ul> |

| Lehetőségek                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Veszélyek                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Foglalkoztatási fókusz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>A helyi termék előállításra és értékesítésre alapozott egzisztenciateremtés vagy jövedelemkiegészítés, hosszabb távon foglalkoztatásnövekedés jogszabályi lehetőségeinek pozitív változásai.</li> <li>Alternatív foglalkoztatási formák széleskörű elterjedése a helyi termék ágazatban, mellyel növekednek a helyben elérhető munkahelyek.</li> <li>A helyi termékekre épített szociális gazdasági szervezetek (pl. közfoglalkoztatási projektek) hosszú távú fenntartása (támogatás nélküli működés elérése).</li> <li>Hazai és uniós források állnak rendelkezésre a helyi termék előállítók és foglalkoztatás bővítéséhez.</li> </ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>A jelenlegi aktív generáció nem tudja átadni a fiatalabbaknak a tapasztalatokat és a motivációt, nem lesz utánpótlás.</li> <li>Csökken a szociális gazdaság szerepe (szűkülnek a közfoglalkoztatáshoz szükséges források, és a szövetkezetek forrásszerzési lehetőségei), a kialakult közösségi gazdaságok hosszútávon nem fenntarthatóak.</li> <li>A társadalmi szemlélet nem változik, a lakosság fogyasztásában nem módosul a multinacionális bevásárló központok dominanciája, a helyi termék előállítók és forgalmazók nem tudnak stabilizálódni.</li> <li>Alacsony fogadókészség a foglalkoztatás bővítését szolgáló külső források iránt.</li> </ul>                                                                                     |
| Turisztikai ágazat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Fokozódó egészség-, öko-, aktív- és gasztroturisztikai szolgáltatások iránti igény.</li> <li>Egyedi vonzerőre épülő specializált szolgáltatások, megyei szinten egységes arculat és színvonal (pl. helyi termékekre, térségi specialitásokra és egyedi technológiákra épülő gasztroturizmus).</li> <li>Vállalkozói együttműködések erősödése.</li> <li>Desztináció szinten fokozódó turistaforgalom.</li> <li>Komplex termékfejlesztés által hosszabb tartózkodási idő, ezáltal magasabb költség realizálása.</li> <li>Új marketingtrendek, innovatív marketingkommunikációs eszközök alkalmazása (Web 3.0, médiamarketing, okos alkalmazások).</li> <li>Pályázati források kihasználása.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Környezeti és közlekedési problémák megoldásának időbeli elhúzódása.</li> <li>Közúti fejlesztések elmaradása következtében visszaeső vendégforgalom (Tisza-tó- M3)</li> <li>A gazdasági helyzet romlásával a diszkrécionális jövedelem tovább csökken, a belföldi kereslet visszaesik.</li> <li>Demográfiai átrendeződés (előregedő társadalom).</li> <li>Szociális trendek következtében célcsoportok átrendeződése.</li> <li>Kedvezőtlen gazdasági folyamatok térnyerése, általános tökehiány.</li> <li>Gazdaságilag aktív népesség csökken (szakképzett munkaerő elvándorlása).</li> <li>A megnövekvő turistaforgalommal a környezetileg érzékeny területek terhelése tovább nő, a zaj- és levegőszennyezettség tovább fokozódik.</li> </ul> |

| <ul style="list-style-type: none"> <li>Partnerségi háló kiszélesítésével, jó gyakorlatok átadása és átvétele.</li> <li>Beruházások ösztönzése, a szolgáltató szektor kis- és közép vállalkozásainak nagymértékű bővülése.</li> <li>Növekvő befektetői hajlandóság, külföldi tőkevonzó képesség növekedése.</li> <li>TDM szervezetek fejlesztésével hatékonyabb helyi és megyei turisztikai marketing kialakítása.</li> <li>NTAK rendszer adatainak elemzésével testreszabott és célzott marketing kampányok.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hálózatépítés és szakmai együttműködés elmaradása.</li> <li>Beutazó turizmus gyengülése.</li> <li>Új, piaci igények által életre hívott attrakciók létrejöttének elmaradása.</li> <li>Minőségi szálláshelyek kapacitás bővítésének elmaradása.</li> </ul>                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Helyi termék ágazat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>A fogyasztók, vásárlók szemléletváltása, fogyasztói tudatosság növekedése.</li> <li>Helyi termékek turisztikai célú hasznosítása kuriózum termékekkel, termék kapcsolásokkal a helyi termék paletta bővülése.</li> <li>A helyi termékekhez kötődő rendezvények, mint turisztikai attrakciók a Jász-Nagykun-Szolnok megyei online és offline kiadványokba bekerülnek.</li> <li>Helyi termékboltok és árusítóhelyek (helyi piacokon belül) létrehozása Szolnokon és a járási székhelyeken, ehhez kapcsolódó hálózat kiépítése a megyében. Az értékesítési csatornák bővülése ún. alternatív értékesítési rendszerekkel (pl.: előfizetéses rendszerek, doboz rendszer stb).</li> <li>A helyi termék előállítók hatékonyságának növekedése, piaci szerepük erősödése.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Alacsony együttműködési hajlandóság a termelők és helyi termék ágazatban érintett szervezetek közötti kooperációra.</li> <li>A bizalmatlanság és érdektelenség miatt sorvadnak a helyi értékesítési csatornák.</li> <li>Nem erősödnek az ágazati együttműködések (turizmus, helyi termék).</li> <li>A gyakran változó jogszabályi környezet nem kedvez a helyi terméket előállítóknak.</li> </ul> |



9. ábra Problémagráf



10. ábra Célgráf

A SWOT analízisből következik, hogy a megye láthatóan számos, a helyi termék és turisztikai szolgáltatásfejlesztésben hasznosítható adottságot és attraktív elemet tudhat magáénak, azonban láthatóan és érzékelhetően szükség van a megyei szinten összehangolt, konstruktív, humán- és finansziális támogatást sem nélkülöző fejlesztési tevékenységre annak érdekében, hogy a rendelkezésre álló potenciálok ne maradjanak kihasználatlanok.

A helyzetfeltárás eredményeit felhasználva a konstruktív fejlesztés első lépéseként a rövid-, közép- és hosszútávon értelmezhető célok és prioritások kerülnek meghatározásra, majd a célok elérése érdekében felépített stratégia kerül megfogalmazásra. Ennek részét képezi a beavatkozási területek azonosítása, valamint ezen fókuszterületek összehangolt fejlesztése érdekében, a gyakorlatban megvalósítandó tevékenység sorozat, azaz akcióterv kialakítása.

## **7.2 Jövőkép, célrendszer és stratégia**

Jász-Nagykun-Szolnok Megye Helyi Termék és Turisztikai Szolgáltatásfejlesztési Marketing Akciótervének **stratégiai célrendszere:**

### **STRATÉGIAI CÉLKITŰZÉS:**

A megye turisztikai profiljának és kínálatának bővítése a helyi termékekre alapozott gasztronómia segítségével, mellyel erősödik a megye gazdasága és vonzereje, és bővül a foglalkoztatás.



**MOTTÓ: (L)EGYEN JÓL AZ ALFÖLD SZÍVÉBEN!**



### **MISSZIÓ: ÉTELEINK ÉS HELYI TERMÉKEINK SEGÍTSÉGÉVEL ÉLMÉNYKÉNT TÁLALNI A MÚLTBAN ÉS JELENBEN MEGBÚVÓ ÉRTÉKEINKET**

A cél teljesülésének feltételei az optimális szervezeti háttér, együttműködő hálózat kiépítése és működtetése mellett a szakterület márkázásának és egy esetleges védjegyrendszer kiépítésének vizsgálata, térségi szintű gasztroturisztikai és kézműves termécsomag kialakítása, helyi termékekre vonatkozó egységes arculat kialakítása, valamint kapcsolódó marketing eszközök fejlesztése.

Mindezek együttesen hozzájárulnak hozzá ahhoz a **vízióhoz**, hogy a jövőben

- A turizmus a gazdaság húzóágazatává váljon a megyében.
- Növekedjen a megyébe látogatók élményszintje, növekedjen a vendégek átlagos tartózkodási ideje.
- Új lendületet kapjon a megye jelenlegi turisztikai kínálata, új szolgáltatások jöjjenek létre.
- Erősödjön az „alföld szíve” márkánév.
- Növekedjen a helyi termékek fogyasztása.

- Növekedjen a helyi termék előállításból és értékesítésből származó jövedelem, a termelők, a vállalkozások helyben elérhető alternatív foglalkoztatási lehetőségeket kínáljanak, munkahelyteremtéssel növeljék a foglalkoztatási szintet.
- Rövidtávon elérendő eredmények (2020-2021. év)
  - Kínálati profil bővülése gasztroturisztikai elemekkel.
  - Az „alföld szíve” ízei pilot projekt indítása.
  - Térségi, tájjellegű recepteket, sajátos technológiákat és helyi termékeket összegyűjtő pályázat meghirdetése, „jásznagykunszolnok” receptúra-adatbázis létrehozása.
  - Gasztroturisztikai és helyitermék csomagajánlatok kidolgozása.
  - Egységes helyi termék arculat kialakítása, márka építése.
  - Helyi termelői partnerségi háló és egyeztető fórum kialakítása, rendszeres működtetése.
  - A megyei szintű helyi termék online adatbázis folyamatos karbantartása, bővítése, aktualizálása.
- Középtávon elérendő eredmények (2022-2025. év)
  - Helyi termék előállítók képzése, szemléletváltás, jászkun identitástudat erősödése.
  - Térségi védjegyrendszer bevezetése.
  - Foglalkoztatás bővítése és a szakképzett munkaerő helyben tartása.
  - Szolgáltatói környezet fejlesztése – kapacitások megyei szintű optimalizálása.
  - Megújulni képes szolgáltatási csomagok, új termékek megvalósítása, hagyományokat teremtő gasztronómiai rendezvények, garantált programok bevezetése.
  - Vendégéjszakák számának növelése, az átlagos tartózkodási idő meghosszabbítása.
  - Új gasztronómiai témájú online és nyomtatott kiadványok megjelenése.
  - Helyi termék előállítók és értékesítők közötti kapcsolatok erősödése, szakmai hálózatok kialakulása.
- Hosszútávon elérendő eredmények (2030-ig)
  - A turizmus területi és időbeli koncentrációjának csökkenése.
  - A turisztikai szolgáltatók és a helyi termékeket előállítók és forgalmazók közös marketingjével az aktuális trendeknek megfelelő, helyi termékekre alapozott szolgáltatások, termékek bevezetésével a szolgáltatási paletta folyamatos bővülése.
  - Jász-Nagykun-Szolnok megye turisztikai versenyképességének tartós növekedése.
  - Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termék és kézműves bolthálózat kialakulása.
  - Jászkun/Alföld Szíve Étterem létrehozása.
  - A helyi termék előállításban szerepet vállaló gazdálkodók számának növekedése.
  - A turizmusban és a kapcsolódó ágazatokban a foglalkoztatás növekedése.
  - Átfogó, a teljes megyére kiterjedő helyi termelői adatbázis és a közös marketing alapján megyei helyi termék webáruház létrehozása.

Jász-Nagykun-Szolnok megye egy konstruktív, alulról építkező, de megyei szinten koordinált fejlesztési folyamattal lehetőséget kap arra, hogy komplex és innovatív desztinációvá fejlődjön, Magyarország keresett fogadóterülete legyen. Letisztult és tematizált fejlesztési folyamat veheti kezdetét a kijelölt célok és prioritások követésével, valamint az alábbi fejezetekben bemutatásra kerülő akcióterv megvalósításával.

Stratégia megfogalmazása és alapelvek

A stratégiai tervezés általános és helyi termék és turizmus-specifikus metodikai elvek és alapvetések kombinációja mentén kerül kialakításra alábbiak szerint.

- Partnerség

A tervezés, megvalósítás és értékelés folyamatában valamennyi érintett fél részt vesz, így a fejlesztések a helyi lehetőségekhez, a célcsoportok igényeihez, a rendelkezésre álló erőforrások ismeretében valósulnak meg. Cél, hogy az irányított szolgáltatásfejlesztési folyamatban partnerként működjenek együtt az érintettek (döntéshozók, vezetők, célcsoportok, bevont szakemberek, stb.). A partnerségi háló alapja az állami és önkormányzati szervek, a társadalmi szervezetek és a szakemberek, vállalkozások közötti kommunikáció és együttműködés szorosra fonása.

- Fenntartható szemlélet

A fenntarthatóság érvényesítése, a fenntartható szemlélet megnyilvánulása a helyi termék előállítás/értékesítés és a turizmus fejlesztése során azt jelenti, hogy az attraktív elemek bemutatása képes mindenkor kielégíteni a vásárlók és a turisták elvárásait, úgy hogy egyidejűleg megőrzi az erőforrásokat a jövő generációk számára. A fenntarthatóság biztosításának számos aspektusa, területe létezik, melyek közül jelen akcióterv specifikumaival összhangban az alábbi fenntarthatósági metódusok kerülnek kiemelésre:

- Természeti, társadalmi és kulturális erőforrások megőrzése;
- Helyi gazdaság támogatása és helyi közösség bevonása;
- Sokféleség fenntartása;

- Emberközpontú, célcsoport orientált fejlesztés

A közvetlen emberi kapcsolat a szolgáltatást nyújtó és igénybe vevő/vásárló között fontos tényező a turisztikai szolgáltatásokban és a helyi termékek értékesítésében. Nagy szerepet kell, hogy kapjon az emberek közvetlen véleményének megismerése, az egyedi igényekre és szükségletekre történő építkezés.

- Alulról építkező kezdeményezések támogatása

Cél, hogy közösségi és fogyasztói igényre reagáljanak a tervezett programok és akciók, amelyekben jelentős szerepet kap az önkéntesség, a cselekvő részvétel és felelősség. A civil szervezetek mellett a vállalkozói szektor bevonása ideális keretet biztosítanak az alulról jövő kezdeményezéseknek.

- Monitoring, értékelés

A helyi termék és turisztikai szolgáltatás fejlesztése során megvalósuló akcióterv hatása mérhetővé válik a kiválasztott teljesítmény-mutató kombináció alkalmazásával. Értékelhetővé, nyomon követhetővé (monitoring) válnak a fejlesztés programjai, (jó gyakorlatok megosztása).

- Esélyegyenlőség, sokszínűség

A stratégia elveiben szerepet kap az esélyegyenlőség biztosítása. Fontos, hogy a célcsoport-tagok emberi értékeit, méltóságát, egyediségét minden programelem biztosítsa. Olyan

együttműködési légkör kialakítása és fenntartása a cél, amelyek hozzájárulnak ezen alapvető értékek megőrzéséhez, megerősítéséhez.

#### Célpiazi szegmensek kijelölése

A sikeres és hatékonyan működő rendszer bevezetése érdekében rendkívül fontos, hogy a meghatározott fejlesztési fókuszterületek célcsoportjai szűk keresztmetszetet képezzenek. A hatékony és eredményes marketingkommunikációs tevékenység felépítéséhez első lépésben meg kell találnunk a közönségünket, méghozzá minél szűkebb és homogénebb csoportot alkotva. Ennek érdekében az önkormányzat célpiazi marketingtevékenységének három fontos lépéseként a piaci szegmentáció, a célcsoport képzés majd a piaci pozicionálás kerültek meghatározásra.

A szegmentáció során feltárássra kerültek a potenciális látogatócsoportok, a helyi termék fogyasztók/vásárlók, a célcsoport képzés folyamán kiválasztottuk a számunkra megfelelő és elérhető szegmenseket, majd azokat a cselekvési (elsősorban marketing) tevékenység középpontjába állítottuk. Az alábbiakban meghatározott célszegmensek szűk elhatárolása azért vált szükségessé, mivel ezáltal a rendelkezésre álló marketingkommunikációs források kisebb területen, célirányosan koncentrálódnak, így vélhetően nagyobb hatékonyságot garantálva.

Ezen szempontok alapján, valamint az általános hazai és megyei szinten realizálódó turisztikai trendek értelmében alábbiak szerint jelölhetők ki a Jász-Nagykun-Szolnok megyében már jelen lévő helyi értékekre alapozott turisztikai termékek fókuszterületeinek célcsoportjai, mely kiegészítésre kerül a jövőben megszólítani tervezett gasztroturisztikai célcsoporttal:

12. táblázat: Célcsoportok

|                                               | Motivációs jellemzők                                                                                                                                                                        | Korcsoportok szerint                                                                                                                                                          | Küldő terület                                                                                                                                   | Jövedelem szerint                                                                            |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kulturális turizmus és programturizmus</b> | Főszezonban és hétvégén, valamint iskolai szünetekben érkeznek, rövid tartózkodási idő jellemző<br>Cél: programokon való részvétel, szórakozás, interaktivitás, aktív szellemi kapcsolódás. | Történelem illetve kulturális kínálat, könnyűzenei és sportrendezvények iránt érdeklődő fiatal baráti társaságok: 25-50 éves korig<br><br>Iskolai csoportok: 14-25 éves korig | 70% magyar vendégek döntően Budapestről és a szomszédos megyékből<br><br>20% külföldiek, döntően Romániából, Lengyelországból és Németországból | <b>Alacsony/közepes költségű hajlandóság</b><br><br><b>Átlagos jövedelemmel rendelkezők</b>  |
| <b>Ökoturizmus</b>                            | Főként főszezonban és hétvégén érkeznek, 2-3 napos tartózkodási idő jellemző<br><b>Cél:</b> kapcsolódás, pihenés, feltöltődés, együttlét a családdal, programokon részvétel                 | <b>Családok gyermekkel: 25-55 éves korig</b>                                                                                                                                  | 10% megyei lakosok                                                                                                                              | <b>Alacsony/közepes költségű hajlandóság</b><br><br><b>Alacsony jövedelemmel rendelkezők</b> |

|                                                   | Motivációs jellemzők                                                                                                                                                                                              | Korcsoportok szerint                                                                                             | Küldő terület | Jövedelem szerint                                                                      |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Egészségturizmus (gyógyászati és wellness)</b> | Elő- és utószezonban érkeznek, hosszú tartózkodási idő jellemző<br><br>Cél: kikapcsolódás, feltöltődés, új társaság, gyógyulás (gyógy-fürdőzés) vagy állapotfenntartás.                                           | Gyógyászati céllal érkezők: 45-80 éves korig<br><br>Rekreációs céllal érkezők: 25-45 éves korig                  |               | <b>Közepes/magas költségi hajlandóság</b><br><br><b>Magas jövedelemmel rendelkezők</b> |
| Gasztroturizmus                                   | egész évben érkeznek, 1-3 napos időtartamra<br><br>Cél: kikapcsolódás, pihenés, különleges kulináris élmények, helyi étel, ital specialitások felkutatása, helyi termékek és helyi kulturális értékek megismerése | Gourmet, különleges kulináris élményeket kereső párok, baráti társaságok és üzleti csoportok: 25 – 65 éves korig |               | Magas költségi hajlandóság<br><br>Közepes/ magas jövedelemmel rendelkezők              |

### 7.3. Akcióterv

A stratégiai célok, valamint a rövid-, közép- és hosszú távú eredmények elérése érdekében a stratégiai fókuszterületek kiművelését és a komplex megyei turizmusfejlesztést az alábbi cselekvési prioritások mentén kívánja megvalósítani a megyei önkormányzat. A cselekvési program egyes tevékenységei kizárólag a megfelelő mértékű humán- és finansziális támogatási keret biztosítása esetén valósíthatók meg, melynek elengedhetetlen feltétele a humán kapacitás optimalizálása, helyi menedzsment szervezetek létrehozása. Számos esetben a megyei önkormányzat ösztönző, javaslattevő és támogató szerepet tölt be, a valós lebonyolítási módszer elsősorban a szolgáltatói összefogáson és cselekvő együttműködésen alapul.

#### 7.3.1 A helyi termékek (élelmiszerek, kézműves termékek) értékesítését támogató együttműködések a turisztikai szolgáltatás fejlesztés érdekében

A projektben kialakított online adatbázis bővítése, folyamatos aktualizálása, fenntartható működésének biztosítása az alapját jelentheti a szolgáltatásfejlesztésnek. Az online adatbázis könnyen kezelhető felület, mely széleskörű ismertség elérését követően webáruház vagy online piactér kialakítására is lehetőséget kínál. A komplex funkciójú felület információt nyújt:

- a helyi fogyasztóknak és a turisztikai szolgáltatások igénybe vevőinek a megyében elérhető termékekről;
- a helyi termék előállítóknak és értékesítőknak, ill. a helyi piacot üzemeltetőknek, szociális gazdasági szervezeteknek;
- turisztikai szolgáltatóknak (az online adatbázisban szereplő kézműves termékek is kapcsolhatók a gasztronómiához, pl. asztalterítés, dekorációk, stb);

- helyi termék és turisztikai szolgáltatásfejlesztésben érdekelt szervezeteknek.

Ez a felület kulcsfontosságú az információk megosztásában, a lakosság tájékoztatásában, a termelők-fogyasztók, a termelők-termelők közötti kapcsolatfelvételben, mely kiinduló pontja a kapcsolatépítésnek és ezzel potenciálisan a hálózati együttműködésnek. Az online adatbázis népszerűsítése folyamatos tevékenység kell legyen. A népszerűsítésben a megyei önkormányzat az általa szervezett rendezvényeken vállalhat szerepet.

A „Dedelka & Ferdinánd” jászkun pop-up ebéd – melyet e projektben tervezünk – mintát nyújthat ahhoz, hogy az online adatbázis népszerűsítése hogyan kapcsolódhat gasztróélményt nyújtó sajtóeseményhez. Az alapanyagokat az adatbázisból kiválasztott termékek képezik, az alapanyagok termelőivel rövid interjúk készülnek, melyek a közösségi médiában megjelennek, a termelők is részt vesznek az eseményen, az online adatbázisban szereplő termék előállítókról több médiafelületen jelenik meg tudósítás.

Az online adatbázis fenntartható működtetéséhez, az információk gyűjtéséhez és aktualizálásához bevonhatók térségenként önkéntesek (online önkéntesség), így 1 fő munkavállaló alkalmazásával is teljesíthető ez a tevékenység.

Az együttműködések és a hálózatosodás fejlesztésének fontosabb területei:

- A helyi termék előállítás és turisztikai célú értékesítés növelése érdekében fontos a helyi és megyei szintű együttműködések elősegítése. A megyei önkormányzatnak a tervezési-fejlesztési dokumentumokon keresztül is van/lehet hatása a helyi-térségi fejlesztési programokra, ezért a helyi termékek és turisztikai szolgáltatások fejlesztésével kapcsolatos céloknak, tevékenységeknek a beépítése indokolt a megyei terület- és vidékfejlesztést meghatározó dokumentumokba.
- A megyei rendezvények mintaadó szerepe elvitathatatlan, ezért is indokolt, hogy a megyei rendezvényeken biztosított legyen a helyi termékek megjelenése (pl. vendéglátás és/vagy értékesítési lehetőség).
- Az együttműködés előmozdításának fontos terei lehetnek a megyei szervezésű szakmai rendezvények. Fontos, hogy a szakmai napok/fórumok az érintett hatóságok, állami szervezetek részvételével valósuljanak meg, így az érintettek (termelők, szolgáltatók) a napi gyakorlatban közvetlenül hasznosítható információkhoz juthatnak.
- Szükséges, hogy a foglalkoztatási együttműködésre szerveződött projektben kialakult hosszú távon fenntartható partnerségben a helyi termék és turisztikai ágazatban érintettek fejlesztési, együttműködési lehetőségei kiemelt jelentőséggel szerepeljenek.

### 7.3.2 Márkázás/megyei szintű védjegy rendszer bevezetésének vizsgálata

A márka

A fejezet célja röviden bemutatni, hogy mit jelent a desztináció-márka, miért van rá szükség és hogy hogyan építhető fel egy adott térségre vagy megyére? Mi az összefüggés márka, brand, védjegy és arculat között? Hogyan modellezhető le mindez Jász-Nagykun-Szolnok megyére?

A szakirodalom részletesen foglalkozik a márkázás témájával. A márkázás elmélete és gyakorlata a professzionalizmus szintjét érte el a világon, azonban a szakemberek még mindig azt állítják, hogy márka-desztinációk a turizmusban ma még csak nagyon kis számban léteznek.

A desztináció márkázás szükségessége:

A fokozatosan globalizálódó turisztikai versenyben mindennél fontosabbá és szükségesebbé válik, hogy a piacon világos és **egyértelműen besorolható** turisztikai termékek és turisztikai desztinációk jelenjenek meg. Az egyes turisztikai desztinációknak csak akkor van esélyük a hosszútávú sikerre, ha azokat, mint márkákat a turisztikai piacon világosan pozícionálják.

Ma, amikor a turizmus hazai és nemzetközi piacán az egyes turisztikai termékek a kínálat elemeinek sokoldalúságában és azok minőségében egyre hasonlóbba válnak, és egymástól szinte alig **megkülönböztethetőek**, akkor a potenciális vendégkör számára a turisztikai döntés meghozatalában az egyetlen orientációs pont az ár marad. Hogy az **árversenynek** ebből az ördögi köréből az egyes turisztikai szolgáltatók kiléphessenek, arra jó lehetőséget kínál a **differentiálás a turisztikai márkán keresztül**.

Hosszútávon csak az a turisztikai desztináció számíthat a turisztikai túlkínálat versenyében maradandó sikerre, amely mint turisztikai márka **összetéveszthetetlen**, más desztinációval nem helyettesíthető turisztikai márkatermék(ke)t kínál, megjelenésében **vonzerőt sugároz, érzelmeket közvetít** és megfelelő szintű **ismertséget** képes felmutatni.

Mi a desztinációmárka?

**A desztináció mint márka**, azaz a márkadesztináció: egy név, egy kifejezés, jel, szimbólum, design, ill. ezek kombinációja, amely a vendégek preferenciái alapján speciális és össze nem téveszthető turisztikai célú teljesítményeket (termékeket és/vagy szolgáltatásokat) **standardizált** és mindig hasonló **minőségben** kínál. Az adott területen bevezetett **védjegyrendszer lehet eszköze a minőségbiztosításnak**. A márka célja, hogy egy turisztikai **célterület termékeit azonosítsa** és megkülönböztesse azokat a konkurens desztinációktól, ami által ezek desztináció-specifikusan újra felismerhetővé válnak és optimális esetben a vendég, ill. a vendégek egy szegmensének pszichéjében bizonyos turisztikai szükségleten belül monopolhelyzetet érnek el.

Ilyen turisztikai márkadesztináció lehet pl. „ha sí, akkor St. Moritz”, „ha tenger, napsütés, akkor Horvátország”, „ha farsang, akkor Mohács”, „ha karnevál akkor, Velence vagy Rió”.

A kérdés az, hogy mivel lehet összekapcsolni Jász-Nagykun-Szolnok megyét, azaz az Alföld Szívét? Mi az a turisztikai élményígéret, mely a térséghez kapcsolható, milyen különleges, egyedi vagy magas minőségű turisztikai aktivitás köthető a megyéhez?

Ezekre lehetséges válaszok az alábbiak: gyógyító vizek, vízparti üdülés, síkvidéki kerékpározás, alföldi ízek stb. A felmerülő további kérdések:

- A gyógyító vizek esetében pl. Berekfürdő, vagy Cserkeszőlő erősebb brand már most is, mint az Alföldi Szíve, a síkvidéki kerékpározás esetében a Tisza-tó neve hamarabb vagy sikeresebben értékesíthető az „Alföld Szíve” logikánál. Az „alföldi ízek” kapcsán szintén több térségre lehet asszociálni.
- Ebből az aspektusból megközelítve a megoldás az, hogy a meglévő termékstruktúrára építve a termékfejlesztés irányait szükséges úgy kijelölni, hogy létre tudjon jönni egy olyan élménymátrix, ami tipizálja a térséget. Magasabb szintre szükséges emelni minden esetben a szolgáltatások színvonalát, továbbá egyedi know-how-val szükséges turisztikai ajánlatot biztosítani a vendégeknek. A nehézség az, hogy ebben a folyamatban számos térség előrébb jár a megyénél, köszönhetően más térségek turisztikailag kedvezőbb adottságainak.
- Nagyon pozitív az a korábbi döntés, hogy a turisztikai piacon a megye „Alföld Szíveként” kezdte el magát pozicionálni. Sokkal nagyobb esély van arra, hogy a vendég az Alföldet turisztikai desztinációnak értelmezi, mint a megyét.

#### Márkaképzés elemei

A turisztikai márkával szemben támasztott követelések:

1. azonos minőség hosszú időn keresztül, (ennek feltétele: védjegy rendszer, állandó menedzsment, következetes stratégia, megfelelő büdzsé)
2. megfelelő ár-érték arány, (ennek egyik eszköze: turisztikai kártyarendszer)
3. a termék könnyű elérhetősége magas elosztási szint által (ennek eszköze az értékesítési csatorna, melyet befolyásol a kártyarendszer, mint szolgáltatáscsomag és a további szolgáltatói együttműködések, pl. TDM)
4. azonos megjelenési kép viszonylag hosszú időn keresztül. Ehhez egy speciális ismertető jel társul vagy ezen jelek kombinációja, amely a fogyasztó, ill. vendég számára lehetővé teszi, hogy a terméket, mint márkaterméket azonosítsa, s azt a versenytársakkal szemben megkülönböztesse. (ennek feltétele, eszköze: arculat)

#### Márkaképzés sikertényezői

A márka tulajdonképpen belső lényege egy egyszerű **érték**, amely a fogyasztók, ill. vendégek számára **könnyen megérthető, megjegyezhető és visszaidézhető**, de ami ennél sokkal fontosabb, hogy ez az érték a fogyasztók részéről elfogadott legyen, azaz számukra is fontos értéket jelentsen, megjegyezzék és emlékezzenek rá, **amikor eljön a valódi turisztikai döntés pillanata**.

A márka lényegében a vevők tudatában születik meg, ily módon a turisztikai szolgáltatók, valamint a desztinációk célja nem lehet más, minthogy a saját turisztikai márka a megcélzott célközönség tudatában a legelőkelőbb helyet foglalja el.

A márkapolitika kiindulási pontja tulajdonképpen a pozicionálás

Egy turisztikai márka sikeres marketing kommunikációjának elengedhetetlen feltétele a világos, egyértelmű, vendégkör-orientált **pozicionálás**. Egyetlen turisztikai termék és egyetlen

turisztikai térség sem tud minden ember számára egyformán attraktív lenni. Szükségszerű az összetéveszthetetlen márkaprofil kialakításánál a térség vagy megye egyedi imázsának a megteremtése.

Minden egyes **pozicionálási stratégia** célja kell, hogy legyen, hogy a fogyasztók, ill. vendégek körében az adott termékkel, szolgáltatással, ill. márkával szemben világos elképzelés, asszociáció keletkezzen. A döntő tehát nem az, hogy az egyes termékkel szemben milyen objektív információkat közvetítünk, s hogy milyen terméktulajdonságokat hozunk létre, hanem, hogy mindezekből a vevő mit vesz figyelembe. A pozicionálás sikeressége nem pusztán a turisztikai piac mutatószámain (pl. piaci részesedés, nyereségesség stb.), hanem azon keresztül is mérhető, hogy milyen mértékben változott a megcélzott szegmens, ill. vendégkör egészében az adott turisztikai termékkel, turisztikai térséggel vagyis egy **turisztikai desztinációval szembeni beállítottság**. (közösségi felületek, vendéglégedettség, monitoring szükségessége) (BIEGER, 2002: 186).

A márkaképzés és a márkaápolás központi elemei:

1. a stratégiai gondolkodás,
2. a koncentráció az üzleti magra, az egyedi értékre, (JNSZ megye vagy Alföld szíve desztináció USP-jének megfogalmazása)
3. tudatos és hosszú távú márkapolitika folytatása.

Márkapolitika

1. Márkateremtés, mint termékpolitikai feladat,
2. Márkajelölés (névadás, márkajelzés, márkaüzenet, márkadesign),
3. Márkamenedzsment (márkapozicionálás, márkaköoperáció)

A megjelenő asszociációkat folyamatosan gondozni kell, hogy a márka megőrizze frissességét, vonzerőjét és üzeneteinek aktualitását. A márkaápolás során folyamatosan fenn kell tudni tartani és folyamatosan erősíteni kell a vendégek körében a márkatudatosságot, a márkához fűződő pozitív asszociációkat, valamint a márka érzékelt minőségét, az érzékelt rendeltetészerűséget stb. (márkakommunikáció, márkastratégia, egyéb marketingfeladatok).

A stratégiaileg menedzselt desztinációknak és a hosszútávon hatásos turisztikai márkáknak egyrészt a turisztikai térség fejlesztését meghatározó irányelvek (vezérkép), másrészt a turisztikai térség tudatos fejlesztését és integrált tervezését meghatározó **fejlesztési stratégiák** és koncepciók az alapvető irányítási és fejlesztési feltételei, valamint eszközei. A vezérképben meghatározott **célok és prioritások döntően meghatározzák** az egyes turisztikai márkák fejlesztésének irányait és mértékét, azoknak a térség, a megye egészén belüli prioritását és hierarchiáját.

Összegezve:

Egy márka létrehozásánál elsősorban a következő területeken kell döntést hozni:

1. Márkapozicionálás és márkatartalom: Ez közvetlenül levezethető a pozicionálási- és marketingstratégiából.

2. Logó, név, betűtípus és -forma: Csak olyan márkanév és márkadesign számíthat a turisztikai túlkínálat versenyében hosszú távú sikerre, amely vonzerőt sugároz, érzelmeket közvetít és megfelelő szintű ismertséget képes felmutatni.
3. Szlogen, tartalom, üzenet, amely egyszeri és egyedi: Kreatív alkotó folyamat eredményeként, ideális esetben a piaccal és az érintett szereplőkkel folytatott kommunikációban létrehozott és tesztelt.
4. Márkakooperáció, márkakombináció: A turisztikai márka komoly tőke a desztinációk számára, létrehozása jelentős investíciót igényel. A meglévő márka stratégiai menedzsmentjéhez és a kínálati profil egyedivé tételéhez számos márkastratégiai és márkakooperációs lehetőség kínálkozik.

#### A védjegyekről

A turisztikai szolgáltatásokra jellemző, hogy kézzel nem megfoghatóak, a szolgáltatást át kell élni, meg kell tapasztalni. A turisztikai szolgáltatás vásárlásakor egy ígéretet választunk. A vendég oldaláról ez egy magas fokú bizonytalanságot és kockázatot jelent. A fogyasztók törekednek a kockázat csökkentésére, éppen ezért garanciákat keresnek a szolgáltatás minőségére vonatkozóan.

A turisztikai szolgáltatásokra jellemző, hogy heterogének, hiszen nagyon sok függ attól, hogy ki, mikor és hol teljesíti a szolgáltatást. A szolgáltatásminőség tehát egy rendkívül törékeny dolog. Mivel emberek szolgáltatnak és emberek veszik igénybe a szolgáltatást, a minőség ingadozhat.

A szolgáltatások szétválaszthatatlanok, mely azt jelenti, hogy a szolgáltatás és annak fogyasztása térben és időben egyszerre történik. Ráadásul a szolgáltatást igénybe vevő személy ugyanúgy alakítja a szolgáltatás folyamatát és élményét, mint a szolgáltató személy. Kölcsönösen formálják annak minőségét.

A szolgáltatás minősége éppen ezért szubjektív és nagyon nehéz mérni. A szolgáltatás esetén egy észlelt minőségről beszélünk, melynek jelentése valamely szolgáltatás teljeskörű értékelése, amely során a vendég összeveti a szolgáltatás teljesítését azzal a várakozással, amit a szolgáltatónak az adott iparágban, azaz a turizmusban nyújtani kellene.

A turizmusban rejlő növekedési potenciál a turisztikai élménykínálat minőségi emelésével függ össze. A kínálat minőségi fejlesztése a turizmus szakmai szempontok következetes érvényesítésével kell, történjen mind a megyében, mint desztinációban, mind a projektfejlesztésekben. Ezt támogatják az egységes minőség sztenderdek és kapcsolódó minősítési rendszerek, melyek kidolgozására s üzemeltetésére országos szinten a Magyar Turisztikai Ügynökség hivatott. A megye döntése ehhez a rendszerhez való csatlakozás mikéntje.

A kutatások és tapasztalatok szerint az országos és az erősödő desztinációk versenyében előnyt élveznek azok a szolgáltatók, akik a minőséget helyezik a tevékenységük központjába, és magas színvonalú szolgáltatást nyújtanak állandóan, valamint erről tanúsítvánnyal rendelkeznek.

A tanúsítvány – legyen az védjegy vagy díj- garanciát ad arra, hogy az adott szolgáltató valóban megfelel a kategóriáján belül elvárható követelményeknek mind a vendég, mind a szakma számára.

Egy védjegy ugyanakkor keresleti tényező is, orientálja a vendéget és csökkenti a választás kockázatát.

A védjegy, mint jogi és marketing eszköz, a fogyasztók tájékoztatása mellett arra szolgál, hogy azonosítsa és megkülönböztesse egymástól az egyes termékeket és szolgáltatásokat, egyben minőséget is tanúsíthat. A védjegyjog kizárólagos: azt csak a védjegy tulajdonosa vagy az általa feljogosítottak használhatják.

A helyi termékeket jelölő védjegyek 3 csoportba sorolhatók: helyi, országos továbbá uniós. A helyi a védjegyek esetében magában foglalhat csak egy települést (például Kiváló Karcagi Termék) vagy akár egy egész tájegységet (Élő Tisza), ezt az adott védjegy tulajdonosa határozza meg. A helyi termékeket jelölő országos védjegyek közé tartoznak a széles termékkört magába foglaló Hagyományok Ízek Régiók (HÍR), illetve a Nemzeti Parki Termékek.

Védjegy nélküli helyi termékek: települési értéktárak termékei, helyi termelői piacok termékei, egyéb rövid ellátási láncban értékesített termékek.<sup>86</sup>

A védjegy definíciója

A védjegy egyértelműen és pontosan ábrázolható, lajstromozott megjelölés, amely az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, mások áruitól, illetve szolgáltatásaitól való megkülönböztetésére szolgál. A védjegy, mint árujelző elősegíti azt, hogy a fogyasztók megfelelően tájékozódhassanak a termékek és szolgáltatások kereskedelmi eredetéről.

Megjelölés lehet különösen: szó, betű, szám, szóösszetétel (beleértve a személyneveket és a jelmondatokat); ábra (logó), sík- vagy térbeli alakzat; pozíciót ábrázoló megjelölés; mintázat; szín, színösszetétel; hang; mozgást ábrázoló megjelölés; multimédia (mozgást és hangot is tartalmazó) megjelölés; hologram; illetve ezek kombinációi.

A védjegy jogosultja számára tíz évre kizárólagos, meghatározott földrajzi területre vonatkozó használati jogot biztosít. A védjegyjog korlátlan alkalommal megújítható 10-10 éves időtartamokra.

A védjegy jogosultjának kizárólagos joga van arra, hogy a védjegyet használja, illetőleg a védjegy használatára másnak engedélyt adjon. (<https://www.sztnh.gov.hu/hu/mit-jelent/mi-a-vedjegy>)

A „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Értéke” címről

A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat évekkel ezelőtt felismerte annak szükségességét, hogy a megyében található turisztikai értékek felkarolása szükséges, s a saját eszközeivel támogatni kell azok piacra segítését. A megyei önkormányzat ezért alapította a Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Értéke díjat. A címre pályázni szükséges a turisztikai

---

<sup>86</sup> <http://www.helyboljobb.hu/a-vedjegy/>

szolgáltatóknak vagy helyi termékek előállítójának. A pályázati felhívás röviden fogalmazza a kritériumokat:

- a) a helyi adottságokra alapozva történt,
- b) mintaértékű lehet más szolgáltatók részére,
- c) megfelel az Európai Unió normáinak, szabályoknak,
- d) illeszkedik a fenntartható fejlődés elvéhez,
- e) erősíti a megye hírnevét,
- f) hozzájárul a megye turisztikai vonzerőjének növeléséhez.

2006-ban 9 db, 2007-ben 5 db, 2008-ban 8 db, 2009-2011 között évente 5 db, 2012-2018 között évente 2 db pályázónak ítéltek oda díjat, összesen három kategóriában: turisztikai szálláshely, vendéglátóhely, egyéb turisztikai szolgáltatás.

A kezdeményezés alapja lehet egy megyei védjegyrendszer kialakításának. Ugyanakkor meg kell fogalmazni, hogy ez a cím, inkább egy területi döntéshozó szervezet szakmai és politikai elismerését kifejező díja-e.

A díj mögött nincs objektív részletes szakmai kritériumrendszer. A díj odaítélésébe szakmai szervezetet nem vonnak be, hiányzik a szemle, a bejárás, nincs egy bizonyítékokon alapuló eljárási folyamat, így nem jelenthet egy független validációs eszközt a szolgáltatók piaci érvényesülése szempontjából. A marketing hiányában viszont sajnos ma a díjnak nincs piaci értéke, azaz a keresletet egyáltalán nem befolyásoló tényező.

Egy védjegynek a turisztikai szolgáltató számára is gazdaságilag érzékelhető előnnyel szükséges rendelkeznie. Nem ismert a pályázók száma, azonban feltételezhető, hogy a díjra érdemes jelöltek köre lényegesen bővebb a valóságban a teljesítményt tekintve. Minden bizonnyal sokkal több kiváló turisztikai szolgáltatás létezik a megye működési területén.

#### Jász-Nagykun-Szolnok Megye Védjegy lehetőségeinek vizsgálata

Ahhoz, hogy a megye reálisan tudja pozicionálni és megmérettetni magát a piacon, érdemes a védjegyrendszer átalakulását érintő országos folyamatokat figyelemmel kísérni, és a kapcsolódási pontokat keresni. A kapcsolódás lehet egy szakmai, módszertani logika átvétele, mely egy térségi védjegyrendszert épít, az egyébként termék logikára épülő védjegyrendszerekből.

A védjegyrendszer kialakításának lépései:

- ✓ a hazai és nemzetközi minősítési rendszerek feltárása, tanulmányozása, az alkalmazható módszerek átvétele,
- ✓ hazai vagy nemzetközi térségi alapú védjegyrendszerek megismerése (pl. Tirol brand),
- ✓ minőségi standardok, elvárások meghatározása, melyet a turisztikai attrakcióknak, illetve azok infrastruktúrájának, szolgáltatásainak teljesítenie kell,
- ✓ segédletek készítése a szolgáltatók számára,
- ✓ a szolgáltatók szemléletformálása,
- ✓ integrált és széles spektrumú marketingkommunikációs rendszer alkalmazása, fogyasztói tájékoztatás,

- ✓ a védjegyrendszer üzemeltetésének megszervezése, HR és pénzügyi igényeinek biztosítása,
- ✓ monitoring vizsgálat, mely arra irányul, hogy van-e összefüggés a turisztikai szolgáltatások és helyi termékek garantált minőségű színvonala és a kereslet növekedése, vagy az árbevételek növekedése között.

A védjegyrendszerrel kapcsolatos kommunikációs stratégiáról

Egy védjegyrendszer bevezetése két területen történik, ez alapján a kommunikáció célcsoportjait az alábbiak szerint rendszerezhetjük.

1. Célcsoport: A védjegyet elnyerő vállalkozások (szervezetek, őstermelők, egyéni vállalkozók stb.)
  - a) olyan partnerek, akiknek egyértelműen versenyelőnyt, illetve hatékonyabb értékesítést, piacra jutást jelent a védjegy használata. (80%)

A feljük történő kommunikációnak a fő üzenete „segítünk a piacra jutásban” „több vendéged, vásárlód lesz”

- b) olyan partnerek, akiknek vélhetően a védjegy használata nem jelent komolyabb hatékonyságot az értékesítési munkájukban, ugyanakkor a védjegy rendszer színvonalának, presztízsének emeléséhez feltétlenül meg kell nyerni őket a védjegy használatára. (20%)

A feljük történő kommunikációnak a fő üzenete: „együtt erősebbek vagyunk”, „magasabb színvonalú, garantált szolgáltatásokat biztosító partnerek összefogása emeli a térség presztízsét”

Javasolt stratégia a választott eszközök és csatornák területén:

- online önértékelési rendszer modul felépítése
  - web shop kialakítása
  - foglalási rendszer kialakítása
  - lakossági fórumok, szakmai fórumok: védjegy bemutatása, a rendszerbelépés feltételeinek ismertetése, a marketing ernyő hangsúlyozásával, az értékesítési stratégia kiemelésével
  - ösztönző cikkek írása minden szakterületet érintően, azok publikálása a kutatási jelentés alapján, a preferált csatornákon,
  - felhívások, hírlevelek DM adatbázis alapján (mivel viszonylag jól lehatárolható alapsokaságról van szó, így teljes adatbázis építhető)
  - személyes megkeresések, a védjegy menedzserének terepi munkája, első szakaszban népszerűsítés céljával, majd a szolgáltatási színvonal emelésének céljával
  - a védjeggyel rendelkező partnerek belső PR munkában történő bemutatása, véleményvezérlésként történő „használata”
  - a védjegy vizuális ismertetése, névjegyek, táblák, molinók, internetes felületek, óriásplakátok, termék címkék stb. – forráskerettől függően- a térségében.
2. célcsoport: A védjegy alapján vásárlók, fogyasztók, turisták.
    - a) belföldiek (95%)

#### b) külföldiek (5%)

A feljűk történő kommunikációban a védjegy az „Alföld Szíve” márka egyik fontos eleme lehet. A védjegy egyfajta ajánlás lesz számukra, olyan szolgáltatásokra, termékekre hívja fel a figyelmet, melyekért garantált színvonalat vállal a védjegy üzemeltetője és tulajdonosa. A védjegy alkalmas arra, hogy a versenysemleges kommunikációt kiváltsa, ún. kirakatba, a kommunikáció frontvonalába, középpontjába emelje a védjeggyel rendelkező termékeket, szolgáltatásokat, emelve ezzel az egész desztináció presztízst, emelve imázsát.

A kommunikáció célja, hogy tudjanak a védjegyről, másrészt a védjegy mögé épített képzelte tartalmat helyes irányba tereljűk, az utazási, vásárlói döntést pozitív irányba lendítsűk.

### **7.3.2 Térségi szintű gasztroturisztikai és kézműves termékcsomagok kialakítása**

#### Turisztikai termék

A turizmus kínálatában való sikeres eligazodáshoz elengedhetetlen a turisztikai termék definíciójának megvizsgálása. A kifejezéssel már a nyolcvanas évek magyar nyelvű szakirodalmában is találkozhattunk, s ekkor pontosan felismerést nyert a termék lényege: a vonzerő idegenforgalmi termék valójában egy kínálati halmaz, amelyben a kereslet igényeit kielégítő szolgáltatások találhatók. A tourism product kifejezés a nemzetközi szakirodalomba a Philip Kotler képviselte marketing irányzat angolszász fogalmi rendszeréből Stephen Smith munkásságának köszönhetően került át, és vált széles körűen ismertté. Magyarországi elterjedése elsősorban az 1996-ban elfogadott Országos Középtávú Turisztikai Marketingstratégiaira (1996–2000) épűlő, a Magyar Turizmus Zrt., illetve jogelűdje, a Magyar Turisztikai Szolgálat által évente közreadott marketingterveknek köszönhető. Az 1997. évi koncepcionális marketingterv egyértelműen leszűgezi, hogy a Millecentenárium éve a korszerű termékfejlesztés- és menedzselés nyitányának tekinthető.

#### A turisztikai termék mikro és makro szintű értelmezése

Alan Godsave, a WTTC (World Travel & Tourism Council, Utazási és Turisztikai Világatanács) egykori kelet-európai képviselője a Magyar Turisztikai Egyesűlet 1997. évi közgyűlésén tartott előadásában arra mutatott rá, hogy a turisztikai termék leginkább a 4 A-val írható körül, amelynek értelmében minden turisztikai terméknek négy lényegi összetevűje van: attraction – vonzerű, access – megközelítés, accommodation – elszállásolás és attitude – hozzáállás. Lengyel Márton arra figyelmeztet, ha a terméket alkotó bármely szolgáltatás hiányzik, vagy nem nemzetközi színvonalű, akkor a fejleszteni hivatott térség nem számíthat sikerre a turizmusban.

A turisztikai termékre vonatkozóan a turisztikai marketing szakirodalomban megkülönböztethető egy mikro- és egy makroszintű megközelítés:

- mikroszinten egy-egy idegenforgalmi vállalkozás által nyűjtott konkrét szolgáltatást is lehet turisztikai terméknek nevezni (például a Hotel Gellért mint komplex szolgáltatást kínáló gyógyszálloda a Danubius szállodalánc egyik vezető terméke),
- makroszinten pedig a turisztikai termék voltaképpen magát a turisztikai desztinációt és annak a turista igényeinek kielégítésére kínált tematikus szolgáltatáshalmazokat jelenti

(például Cserkeszlő mint „fürdőváros” reprezentánsa Jász-Nagykun-Szolnok megye egészségturizmusának).

Ez utóbbi értelmezésből kiindulva turisztikai terméknek nevezzük az egy, esetleg több idegenforgalmi vonzerőre alapozott, a vendég igényeinek összességét kielégítő potenciális szolgáltatáshalmazt. Más szóval, a turisztikai termék a turista adott desztinációban végezhető tevékenységeinek azon kereteit jelenti, amelyből ideális esetben kialakítható a versenyképes szolgáltatás. A komplex turisztikai termék magában foglalja az *attrakció, a megközelíthetőség, az ellátás, a vendégszeretet összességét*, összeállítása során törekedni kell a turizmus feltételrendszerének optimális kihasználására. A termék értékesítését a szolgáltatók végzik, de munkájukat jelentős mértékben segítik az országos, a regionális vagy a helyi szintű turisztikai marketingszervezetek (TDM-ek), akik jelentősen hozzájárulhatnak magához a termék fejlesztéséhez is.

#### A turisztikai termékek csoportosítása

A turisztikai termékek csoportosítása során, amellyel, hogy figyelembe kell venni a meglévő tradíciókat és a nemzetközi környezetet, elsősorban arra törekszünk, hogy a termék neve egyértelműen kapcsolható legyen a lényegéből fakadó, jól körülírható turisztikai tevékenységhez (gasztroturizmus, konferenciaturizmus, bevásárlóturizmus, lovas turizmus) vagy ahhoz a földrajzilag viszonylag jól körülírható térhez, amely determinálja a kereslet magatartását (falusi turizmus), továbbá egy-egy csoportspecifikus piaci szegmenshez (korosztály vagy speciális érdeklődés, szokás alapján). A turisztikai termék nem keverendő össze az árualap részét jelentő programmal, annál sokkal magasabb absztrakciós szinten áll. A gyakorlatban az adott desztináció által kínált termék (Jászkunság/Jász-Nagykun-Szolnok megye gasztroturizmusa) jól értékesíthető programként (pl. Alföld Szíve Ízei gasztrotúra, Adod a helyit? - gasztronómia és a helyi termék kalandtúra) jelenik meg az utazási irodák kínálatában.

- *Térspecifikus turisztikai termékek* (városi, falusi turizmus, vízparti, hegyvidéki turizmus, ökoturizmus)
  - *Csoportspecifikus turisztikai termékek* ( pl. nudisták, gourmet-ek, kiscsaládosok, állatbarátok)
  - *Tevékenységspecifikus turisztikai termékek* ( kerékpáros, lovas turizmus, vízi turizmus)
- Gasztroturisztikai és kézműves termékcsomagok Jász-Nagykun-Szolnok megyében
- Jelen dokumentumban és több térségi szakmai anyagban is rendszeresen olvasható az a hosszú évek óta fennálló helyzet, hogy Jász-Nagykun-Szolnok megye turizmusára a vendégek térbeli és területi koncentrációja jellemző. Ez gyakorlatilag azt takarja, hogy a vendégforgalom jelentős része időben június-július-augusztus hónapokra koncentrálódik, földrajzilag pedig mintegy kétharmaduk Berekfürdőn, Cserkeszlőn, Tiszafüreden és Szolnokon tölti el szabadidejét.

Ugyanakkor a gasztronómia terén megvan az a potenciál a térségben, amely utazási motivációt jelenthet eddig meg nem szólított célcsoportok Jász-Nagykun-Szolnok megyébe vonzására.

A megyét alkotó Jászság, Nagykunság, Szolnok és térsége, Tiszazug, valamint a Tiszató térsége a tájegységre jellemző hagyományokat őriz sajátos táplálkozási kultúrájában.

Az eredeti magyar ízek fontos vonzerőt jelentenek e vidékeken, ugyanakkor egyre erősebben van jelen az az igény is, hogy miképpen ötvözhető a helyi gazdálkodók, megbízható, ha kell speciális, ha kell hagyományos alapanyagaiból készült, tradicionális elemeket is tartalmazó tájjellegű gasztronómiája a modern, innovatív, egészséges konyhával. Ennek bemutatását szolgálja e projekt keretében a 2019 őszére Karcagon, az autentikus Morgó Csárdába tervezett Mautner Zsófi gasztroblogger vezetésével megvalósítandó „Dedelka & Ferdinánd” című Jászkun pop-up ebéd, melynek sikere esetén annak folytatása és tovább gondolása adhatja a térségi gasztroturisztikai termékcsomagok alapját. A Jászkun pop-up ebéd nyersanyagainak kiválasztása a helyi termék adatbázisra alapul, törekedve a területi és termelői sokszínűségeire.

A kulináris mellett a kézműves tárgyi alkotások mint helyi termékek is olyan – folyamatosan gyarapodó – értéket képviselnek, amelyeknek a helye nemcsak az éléskamrákban vagy a Települési és a Megyei Értéktárakban van, hanem a turizmusban is helye van.

Az alábbiakban megnevezésre és bemutatásra kerülő gasztroturisztikai és kézműves termékfejlesztési programok egyöntetűen szolgálják a négy-évszakos kínálat erősítését, a szezonális csökkentését és a vendégforgalom területi koncentrációjának mérséklését és a helyi termék előállítók és forgalmazók gazdálkodási stabilizálását, foglalkoztató képességük növelését Jász-Nagykun-Szolnok megyében.

Jelen fejezethez kapcsolódó – térségi gasztroturisztikai és kézműves termékcsomagok kialakítása - tevékenységek:

- a. „Alföld Szíve” Ízei gasztro hónap;
- b. „Adod a helyit?” – gasztronómiai és kézműves kalandtúra Jász-Nagykun-Szolnok megyében
- c. „Alföld Szíve” Éléskamrája térségi receptek, tájjellegű ételek és ételkészítési technológiák összegyűjtését célzó akció és Jászkun pop-up rendezvény;
- d. „Finom Jászkunság” helyi termék piac és bolthálózat kialakítása garantált élményprogramokkal;
- e. Mautner Zsófi, mint a térség „gasztroarca” részvételével tematikus gourmet estek, rendezvények megvalósítása.

**a. „Alföld Szíve” Ízei gasztro hónap – tájjellegű helyi ételek modern köntösben**

Úgynevezett pilot projektként célszerű elindítani az év *ősz* időszakában ( október vagy november hónapban) az akciót, amikor már megkezdődik a tanév, de még a téli programok előszele nem gyűrűzik be. Az egy hónapos kampány ideje alatt a **megye 10-15 éttermében** – előzetes kiválasztás és felkészítés alapján – minden nap elérhető lenne egy „Alföld Szíve” **három fogásból álló menü** sor.

Az előétel/leves, főétel és a desszert összeállítása **kizárólag helyi termelők alapanyagaiból**, a Megyei Foglalkoztatási Paktum keretében kialakított online adatbázisban szereplő hozzávalók felhasználásával történik. A menü összeállítása, elkészítése és találása során **tradíció és az innovatív kreativitás egyaránt helyet kap.**

**b. „Adod a helyit?” – gasztronómiai és kézműves kalandtúra Jász-Nagykun-Szolnok megyében**

A kalandtúra már az elnevezésében hordozza, hogy a 20-30 éves korosztály is a célkeresztjében szerepel. A kalandtúra a megyében ismert kulináris különlegességek megkóstolását, helyi termelők és különleges „beszerzési helyek” meglátogatását célozza meg 4 nap 3 éjszaka tartózkodással. A túraútvonal állomásai:

1. Szolnok: habos isler, gulyás
2. Nagykörű: helyi termelői piac
3. Mezőtúr: Túri Kamra ( túri perec készítés)
4. Kisújszállás, Kumánia: rizses ételek és hagyományok
5. Karcag: birkapörkölt, Ferdinánd
6. Tisza-tó: halászlé, halas street food ételek, harcsapaprikás, sulyomcsoki

**c. „Alföld Szíve” Éléskamrája térségi receptek, tájjellegű ételek és ételkészítési technológiák összegyűjtését célzó akció és Jászkun pop-up rendezvény**

Receptgyűjtő és ételkészítő verseny, amelynek célja, hogy a kamrák, fiókok mélyén rejtőző megyei gasztrokincsek napvilágra kerüljenek. Olyan tájjellegű, vagy sajátos alapanyagok felhasználásával, eljárásokkal készülő ételek feltérképezése és összegyűjtése a cél, amelyek a későbbiekben a gasztronómiai csomagajánlatok programelemeinél merítési alapot jelentenek és biztosítják a megújulás lehetőségét. A pályázatot látványos ételkostó, ételfotó kiállítás, gasztró talkshow teszi teljessé.

**d. „Finom Jászkunság” helyi termék piac- és bolthálózat kialakítása garantált élményprogramokkal**

A Terület- és Településfejlesztési Operatív Program 2014-2020-as időszakában több kisebb településen is létrejött korszerű piac. Így a megyében már működő helyi termelői piacokat – pl. Szolnok, Nagykörű, Jászszentandrás – és a létrejött újakat bekapcsolva egy megye szintű, rendszeres jelleggel – például minden hónap első vasárnapján – működtetett garantált helyi termelői esemény jön létre. Ezt a későbbiekben bolthálózattá lehet továbbfejleszteni, amelynek kialakításában a jó gyakorlatot a Túri Kamra jelentheti. Így létrejöhetne a Finom – Jászság, Nagykunság, Tiszazug, Tisza-tó, Szolnok és környéke hálózat. A piacokon és a boltokban az alábbi élményelemek egészíthetik ki a rendezvényt: látványsütések, mini kukta tanfolyam, biogazdálkodói előadások, életmód tanácsadások, fitness programok.

**e. Mautner Zsófi, mint a térség „gasztroarca” részvételével tematikus gourmet estek, rendezvények megvalósítása**

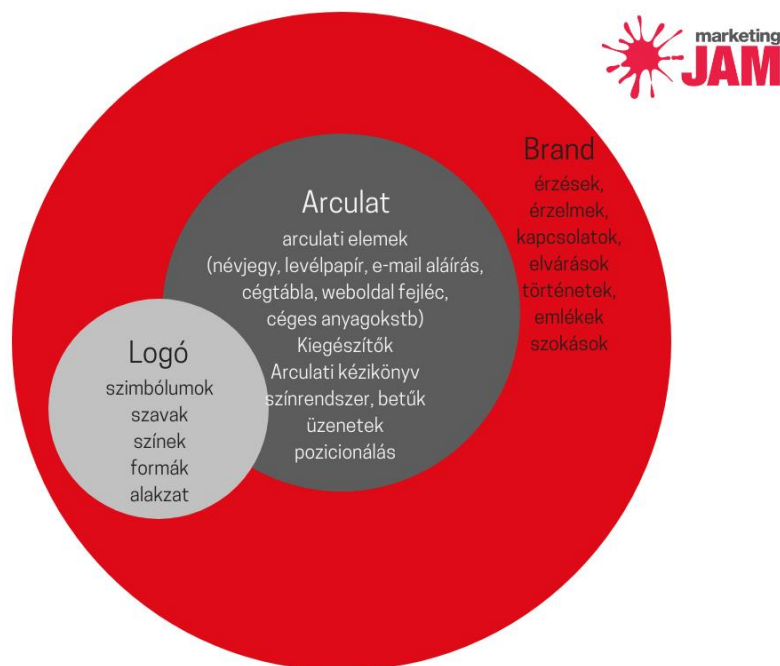
Mautner Zsófi hiteles személyisége, széles körű ismertsége, a közösségi médiában jelentős követőtáborra és ismert megyei – kunmadarasi – kötődése predesztinálja őt a „térség gasztroarca”-ként a jövőben. Az ő részvételével és aktív szerepvállalásával valósulhatnak meg olyan térségi gourmet rendezvények, amelyek kizárólag egy-egy adott térség gasztronómiájára és a térségben előállított helyi termékekre épülnének. Ez lehet például egy Nagykunsági Gourmet Est, Tisza-tavi/Jászsági/Tiszazugi Gasztró Fesztivál, Karcagi Ferdinándsütő Verseny.

### 7.3.3. Megyei helyi termék arculattervezés

#### Mi a célja a megyei helyi termék arculattervezésnek?

A Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termékek legyenek nagyon jól behatárolhatóak, megismerhetőek, jelentsen plusz minőséget, plusz értéket az a termék, ami a logót tartalmazza. A logóval ellátott termékek hordozzák magukban azt a jelentést, hogy az adott termék egy szűrőrendszeren keresztülment és a minősítési standardoknak megfelelt. Fontos elérni, hogy az adott logóval ellátott termékek versenyképesebbek, keresettebbek, magasabb árszínvonalúak legyenek.

Összességében pedig a helyi termékek és szolgáltatások magasabb színvonalúak legyenek, valamint bővüljön a választék.



#### Logó:

Cél: olyan szimbólumok, szlogen megjelenítése a logó grafikában, ami tükrözi a Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi értékeket, hagyományokat, akár gasztronómiában, akár helyi termékek vonatkozásában. A szimbólumok megtalálásában segítségünkre volt a Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi értéktárban fellelhető számos, a megyére jellemző kulturális, gasztronómiai és turisztikai örökség, érték.

A grafika az arculat központi eleme, vizuális azonosítója, amely egyediségével, összetéveszthetlenségével hangsúlyozza a projekt tevékenységének fontosságát.



A grafika alapja a bogrács, mint gasztronómiai szimbólum, ami lehet akár a szolnoki gulyás vagy a karcagi birkapörkölt jelképe is (számos helyi gasztro-élmény alapja).

További szimbólumok a bográcsba hulló dolgok, amik a legjellemzőbb megyei értékek közül lettek kiválasztva:

Ilyen például a jász hímzés, a karcagi Miska kancsó, a legénybot szimbólumai.

Ez az arculat még nem feltétlenül a végleges formátumot tükrözi. A projekt során a logó és az arculati elemek még finomításra kerülnek.

### **Arculati elemek megjelenítése:**

A megyei helyi termék arculati elemeinek elsődleges kommunikációs felhasználási területei a következők:

Offline:

- névjegykártya
- levélpapír
- email fejléc/lábléc/aláírás
- boríték
- dossziék, mappák
- molinó, rollup
- nyomtatott promóciós anyagok (szórólapok, plakátok, meghívók, írókönyv)

Online:

- webes promóciós anyagok (banner, Facebook borító és profilkép),
- honlap fejléc, hírlevél sablon, e-mail sablon, prezentáció sablon, Word fej- és lábléc

## **Arculati kézikönyv**

A tervezés szempontjai:

- a megye turisztikai és gasztronómiai értékei;
- a megyei hagyományok;
- megyei helyi kézműves termékek.

### **Szlogen: (L)EGYEN JÓL AZ ALFÖLD SZÍVÉBEN!**

A szlogen kettős értelmű, egyrészt a turisztikai desztinációknak és a helyi termékeknek köszönhetően érezze jól magát a megyénkben, illetve élvezze a megye különleges és egyedi gasztronómiai kínálatát, kóstolja meg a helyi különleges étel- és italkínálatot.

Játékos megfogalmazása segít könnyen megjegyezhetővé tenni. Egy mondatba belekerült minden, amiben ez a márka jó.

Az arculati kézikönyv meghatározza a logót, és a hozzá tartozó arculati elemeket, színeket, betűtípusokat, a felhasználás lehetőségeit és módjait.

### **Brandépítés**

A piaci bevezetését segíti a márkanev, a szlogen megalkotása, a stratégia és a pozicionálás. Hosszútávon az arculati elemek rendszeres és minősített felhasználása mellett a megyébe látogató vendégekben kialakul(hat) pozitív attitűd a helyi termékek és szolgáltatások iránt. (Azt az érzetet, hogy amikor meglátják a logót, akkor azonnal kötődjön hozzá egy pozitív érzés, az, hogy megkülönböztetett/magas minőségű kiszolgálásban vagy termék vásárlásban lesz része.)

Az arculat tartalmi és formai alapelveit, kommunikációs szabályait és szempontjait, illetve a formai elemek és a designrendszer használatára vonatkozó szabályokat, előírásokat elektronikus adattár formátumban készül el.

### **7.3.4. Megyei marketing eszközök fejlesztése**

Az Internetnek, a Social hálózatoknak köszönhetően a turizmus marketingje az utóbbi 10 évben gyökeresen megváltozott. Az online elérhető információk jelentősége felértékelődött, míg a papír alapú katalógusok jelentősége minimális lett.

Míg korábban az egyes helyi nevezetességekről, idegenforgalmi helyekről, szállásokról, fürdőkről papír alapú prospektusok segítségével, vagy rokonoktól, ismerősöktől esetleg idegenforgalmi kiállítások segítségével tájékozódtak az utazók, napjainkban utazásainkhoz elsősorban a világháló segítségét vesszük igénybe.

Sokkal közvetlenebb és sokkal gyorsabb kapcsolat alakult ki a desztinációk és a fogyasztók között, illetve teljesen idegenek is tudnak egymásnak információt adni.

Az értékelések jelentősége megnőtt, éppen ezért rendkívül fontossá vált, hogy pozitív élményt kell adni, majd pedig érdemes megkérni a vendéget/fogyasztót a pozitív visszajelzésre/értékelésre. Ha probléma merülne fel, akkor azt időben és jól kell kezelni. Hiszen a rossz hír vagy negatív információ sokkal gyorsabban terjed, a világhálóra ez különösképpen igaz.

A világhálón megosztott információk alapján közvetlenül tájékozódhatnak a vásárlók/szolgáltatást igénybe vevők már jóval utazásuk előtt. Hiszen mások véleményeit olvashatják. Interakcióba léphetnek a helyiekkel, vagy turistákkal, akik az adott helyen már jártak és akik extra információkkal szolgálhatnak.

#### **Utazás előtt a tájékozódás lehetőségei:**

- weboldalakról:
  - gyűjtő weboldal;
  - város vagy megye weboldala;
  - szállás weboldala, szállás-gyűjtő oldalak, pl. Booking.com, [szallas.hu](http://szallas.hu) stb;
  - fesztivál vagy rendezvény weboldala;
  - helyi nevezetességek, jellegzetességek weboldala;
  - inspirációt jelentenek az ismerősök utazással kapcsolatos megosztott képei az Instagramon vagy Facebookon;
  - Facebook oldalak;
  - Google oldalak;
  - YouTube-on nézünk meg filmek a desztinációról;
  - blogok olvasása az adott helyről;
  - (!) webes értékelések - ez utóbbinak óriási a szerepe.

#### **Utazás közbeni tájékozódás formái:**

- Google Maps;
- Waze;
- reklámok;
- a közelben elérhető aktuális programok (pl. gasztronómia, fesztivál, sport, stb);
- Google kereső.

#### **Utazás utáni megjelenések:**

- élmények megosztása – social hálózatokon;
- vélemény írása az adott helyről;
- gyűjtőoldalak kifejezetten be is gyűjtik a véleményeket a szállásokról, mindezek befolyásolhatják az adott desztinációról alkotott véleményt.

Az információk netes/villámgyors terjedésének következtében rendkívül fontos, hogy a pozitív vélemény kapjon szárnyra. A helyi termékeket, szolgáltatásokat vagy turisztikai desztinációkat

kipróbálók a lehető legjobb értékelést hagyják a netes felületeken legyen az weboldal vagy social hálózat.

Az akcióterv marketinges eszközrendszerét éppen ezért elsősorban online felületekre terveztük meg. Úgy, hogy a megyei értékek a lehető legmagasabb színvonalon a célcsoportok számára legjobban elérhetőek legyenek.

#### **a. Honlapkészítés**

Cél, egy elegáns, friss dizájn készítése, a kialakított jellemző arculati elemekkel.

Átlátható, felhasználóbarát kialakítással, gyors információ elérést biztosítva a weboldal látogatók részére. Az oldal kiindulópontként/gyűjtőpontként funkcionál, azon érdeklődők számára, akik a megyénkbe terveznek látogatni.

Fontos szempont, hogy a felhasználó könnyen találja meg a számára releváns információkat. Hiszen, ha ez nem teljesül, akkor rendkívül gyorsan elhagyja az oldalt másik oldal után kutatva. Hosszútávú cél, hogy a weboldal a lehető legalaposabban és minőségi standardoknak megfelelően teljeskörű képet adjon a megyei lehetőségekről.

#### **Milyen információk kerülnek a weboldalra?**

- Jász-Nagykun Szolnok megye online gasztro- és helyi termék térképe (későbbiekben részletezve)
- További tartalmi részek:
- Homepage /Főoldal - a meghatározott, átadni kívánt projekt üzenetek, szlogen megjelentetése, illetve hangsúlyosan kiemelni a Jász-Nagykun-Szolnok megyei helyi termékek és szolgáltatások közül a legvonzóbbakat.
- Cselekvésre ösztönző, figyelemfelkeltő felhívás az épp aktuális lehetőségekre, programokra és kapcsolatfelvételre az adott termelővel vagy szolgáltatóval.
- Bemutakozás/About – Lehetőség az egyes termelők vagy szolgáltatók vagy turisztikai szolgáltatók részletes bemutatkozására ez összefügg a gasztro- és helyi termék térképpel.
- Komplet program útvonalak bemutatása: pl. mi férhet bele 1 napba egy turista család / vagy baráti társaság vagy pár számára. Családos programok.
- Kiemelt ügyfelek logóinak és ajánlásainak megjelentetése.
- Kedvcsináló videók feltöltése - felvillantani egy-egy térség gasztro /élmény/helyi termékek vásárlási lehetőségeit.
- Cselekvésre ösztönzés/Call to action - minden egyes oldal végére elhelyezzük a kapcsolatfelvételi űrlapot, megkönnyítve a gyors, közvetlen reakciót.
- Gyakori Kérdések menüpont: a legjellemzőbb kérdéseket eleve megválaszolva segíthetünk a weboldal látogatóknak.

#### **b, Online gasztro- és helyi termék/szolgáltatás térkép:**

- Online felületen egy-egy helység nevére kattintva megjelennek a szóba jöhető lehetőségek mind turisztikai, mind helyi termék vagy szolgáltatás kapcsán, lehetőséget biztosítva a weboldal látogató számára, hogy megtervezhesse egy adott térségen belül mit szeretne megnézni, megkóstolni, kipróbálni.
- Az egyes termelők vagy szolgáltatók fényképpel, leírással, kapcsolatfelvételi lehetőséggel elérhetőek

#### **c, Helyi termék kézikönyv – Online és offline lapozható kiadvány – a helyi termelői adatbázis alapján:**

Online lapozható katalógusban megjelenési lehetőség a minősített résztvevők számára. Minden termelőnek vagy szolgáltatónak képes és szöveges megjelenést valamint kapcsolatfelvételi megjelenést biztosít a kiadvány.

#### **d, Alföld Szíve ízei receptkönyv**

Jász-Nagykun-Szolnok megye hagyományos ételeinek, italainak receptgyűjteménye. A kunsági és jászsági ételekből bibliográfia megjelenítése a weboldalon. Képpel, rövid ismertetővel és az eredeti receptre mutató linkkel/vagy pedig forrásmegjelöléssel a weboldalon.

Az online receptkönyv központi részeként, a Mautner Zsófi által elkészített különleges és megyére jellemző ízei lesznek, amelyek a Dedelka & Ferdinánd Jászkun pop-up ebéd bemutatására kerülnek:

- professzionális ételfotókkal, recept leírásokkal, az egyes hozzávalóknál linkelve a hozzávaló megtermelőjét;
- Mautner Zsófi-val készült interjúval;
- Mautner Zsófi interjúival a megyei termelőkkel, akik az ételekhez az alapanyagokat biztosítják (hentesmester, fűszeres, sajtkészítő, Turi Kamra stb.).

#### **e, Gasztrovideó – a Dedelka és Ferdinánd Jászkun pop-up ebéd felvételeiből.**

- A projekt keretében tervezett programról a Karcag TV közreműködésével videófelvétel készül, melyből egy rövidebb és egy nagyobb terjedelmű kedvcsináló film készül, ami nemcsak a weboldalon, hanem YouTube-on, Facebookon, Instagramon is megjelenik. Mautner Zsófi személye olyan vonzerőt jelent, ami miatt sokan megnéznék a filmeket.
- A 2 videó verzió terjedelme: 3 perces (rövid változat, mely a Facebookra kerül), illetve egy 7 perces (hosszabb verzió), melyet a weboldalra és a YouTube csatornára kerül.

#### **f, Gasztro-videoblog indítása**

- A megyei jellegzetes ételeit bemutató érdekes sorozat, mely heti rendszerességgel mutatna be újabb és újabb ételrecepteket.
- Az ételek elkészítését a megyei gasztronómiai élet legjelesebb képviselői, séfek vállalnák. A videók gyorsítva, egységes arculati elemekkel és rövidre összevágva kerülnek bemutatásra. Heti rendszerességgel, 1 éven keresztül kerülnének elkészítésre,

mellékelve a szöveges receptet is. A heti rendszerességgel jelentkező blog figyelembe venné az épp aktuális ünnepeket, rendezvényeket, idény élelmiszereket.

### **g, Közösségi média kampány**

Az elkészült szöveges, fotós és videó anyagokat közösségépítés, identitás erősítés céljából a Social felületeken is érdemes hasznosítani.

### **Facebook kampány**

A Facebookot már "mindenki" használja. Bárki tud posztolni. A tartalom magas minősége az a tényező, ami kiemeli az oldalt a többi közül. Néhány tényrt érdemes figyelembe venni: a Facebook régebben: közösségi felület volt. Ma viszont főleg üzleti felület. Rendkívül jól felépített rendszer, jó a felhasználóknak és jó a hirdetőknak is.

A céges Facebook oldalak organikus elérése (azaz az idővonalra kitett posztok elérése) mindössze 6%-ra csökkent. Tehát csak posztolásból nem lehet komoly oldalt felépíteni. Ellenben a közösség építéséhez, a szakmai személyes márká építéséhez feltétlenül szükséges a posztolás. Eredményeket hatékony kommunikációval és hirdetéssel együttesen lehet elérni. A célcsoport számára érdekes, informatív posztok + hirdetések együttese tud hozni eredményt.

A Facebookot a magyar lakosság több, mint fele használja. Egy átlagos felhasználó naponta 14-szer(!) nézi meg a Facebook fiókját. Lézerpontossággal lehet a célcsoportra célozni. (a Facebook szinte minden információval rendelkezik felhasználóiról.) A Facebooknak fizetendő hirdetési költséget, amit limitáltan lehet beállítani a fenti beállítási költségek nem tartalmazzák.

Az emberek rengeteg tartalmat osztanak meg, vagy posztolnak. Ezeknek a posztoknak a nagy többsége értelmetlen és nem képvisel magas értéket. A mennyiségi dömping miatt nehéz kiemelkedni a rengeteg poszt között. A jó hír az az, hogy a tartalmak minősége a legtöbb esetben nagyon alacsony színvonalú. Tehát a zajt át lehet törni: értelmes gondolatokkal.

Javasolt tartalmak a Facebook oldalra, rovatok:

- Helyi termelők/termékek bemutatkozása (akár évente több alkalommal is más-más aspektusból)
- Recept rovat - itt is bemutatásra kerülne a hetente a weboldalra a videoblogba felkerülő aktuális recept. Akár letölthető formátumban is.
- Aktuális megyei programajánló
- Szálláshely bemutatkozás
- Nyereményjátékok - melyeknek díjai: helyi termékek, helyi gasztró belépők stb.
- Hirdetések: folyamatos hirdetési költséggel támogatnánk a megjelenő Facebook posztokat, kiemelt költségkerettel pedig a nyereményjátékokat.

**Instagram megjelenés:** párhuzamosan, ugyanazzal a tartalommal, mint a Facebookon. Ezen a felületen egyelőre magasabb az elérések aránya és elsődlegesen a fiatalabb korosztály érhető el ezen a platformon.

**Pinterest:** recepteknél érdemes a Pinterest felületét is használni, hiszen ötletelésre sokan, elsősorban nők használják.

**YouTube:** a YouTube kiváló eszköz a videós tartalmak közzétételére. Recepteket egyre többen keresnek a YouTube-on is, hiszen pontosan nyomon tudják követni rajta az étel elkészítését.