

*Szolnoki Tudományos Közlemények X.
Szolnok, 2006.*

**DR. MÜLLER ANETTA¹ – DR. KÖNYVES ERIKA²
LÁZÁRNÉ FODOR IBOLYA³**

Minőségi turizmus, avagy minőségi turizmusban

REZÜMÉ

A cikkünkben a vidéki turizmus minőségi aspektusait szeretnénk bemutatni. A minőség fogalmi értelmezéseit, a minőség turizmusban való értelmezését fogalmazzuk meg és bemutatjuk a minőségi díjakat, védjegyeket a turizmusban. Majd a kutatásunk a turizmus minőségi aspektusai Jász-Nagykun-Szolnok megyére vonatkoztatva. A Jász–Nagykun–Szolnok Megyei Közgyűlés megalkotta a „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” címet a megyében fellelhető turisztikai értékek bemutatása, hasznosítása, fejlesztése, és a szolgáltatások során kifejtett kiemelkedő munka elismerése érdekében. A cikkben bemutatásra kerül a minősítés kritériumrendszere, és az összes pályázó turisztikai vállalkozás.

BEVEZETŐ

A WTO előrejelzései azt mutatják, hogy egyre inkább a különböző kiegészítő szolgáltatások mennyisége és minősége fogja meghatározni egy-egy terület sikerességét a turizmus területén, nem pedig a természeti adottságok, mert manapság már szinte mindent lehet imitálni a világ bármely részén. A turisták aktív pihenésre, kikapcsolódásra és élményekre vágnak, és mivel XXI. századunk túlságosan is inger-gazdag ezért egyre nagyobbak az elvárások, és egyre nehezebb megfelelni a követelményeknek.

I. FOGALMI ÉRTELMEZÉSEK

A minőség fogalmának meghatározását számos aspektusból lehet vizsgálni. Tágabb értelmezését nézve a Filozófiai Lexikon szerint a minőség a tárgy lényegi meghatározottsága, amelynek következtében a tárgy az, ami, nem pedig, más tárgy. (Rozenal-Jugyin, 1953, 404-

¹ Szolnoki Főiskola, Turizmus Tanszék

² Szolnoki Főiskola, Turizmus Tanszék

³ Szolnoki Főiskola, Turizmus Tanszék

405.p.) Ebben az értelmezésben a tárgyak vagy szolgáltatások egyedi jellege domborodik ki, amely alapján meg tudjuk különböztetni azokat.

A Magyar Értelmező Kéziszótár filozófiai minőség megközelítése: a dolgok lényegét jellemző tulajdonságok összessége. Egy másik értelmezésben: valaminek értékelést is magába foglaló jellege. (Juhász és mtsai, 1975, 960.p.) Ez az értelmezés már tulajdonságok halmazát érti a minőség alatt, ami azt jelenti, hogy a minőség, annak meghatározása összetett kategória. Az értékelhetőség kérdése utal arra, hogy a minőség mindig valamilyen érték(ek) hordozóját jelenti. A minőség és érték szoros kapcsolatát hangsúlyozza a Révai Nagy Lexikon értelmezése is, mely szerint minőség: a forgalomban lévő árúk azon tulajdonságainak összessége, melyek az illető árúk értékére hatással vannak. (Vadász, 1993, 786.p.)

Értékközpontú definícióval találkozhatunk *Molnár* (2000, 120-121.p.) írásában is: A minőség hozzásegít bennünket ahhoz, hogy megkülönböztethessük a jót a rossztól, az elfogadhatót az elfogadhatatlantól, a lusta embert a szorgostól. A minőség az értékeken alapul, és a választásban jut kifejezésre. Legáltalánosabban megfogalmazva, a minőség mindenben a kiválóságot preferálja, erkölcsi világképe a legjobb teljesítésnek, valamint a szakmai tudás, a szépség és az ügyesség megbecsülésének.

A Gépipari Tudományos Egyesület Ipari minőségi Klub lexikonszerű kiadványa értelmében a minőség (quality) 1. az egység azon jellemzőinek összessége, amelyek befolyásolják képességét, hogy meghatározott és elvárt igényeket kielégítsen... A minőség fogalmát nem helyes önmagában használni összehasonlító értelemben a kiválóság fokának a kifejezésére, sem mennyiségi értelemben, sem műszaki értékelések esetében... Más értelmezésben: „használatra való alkalmasság”, „célnak való megfelelés”... Seghezzi: A minőség a felhasználói igények vagy az előírányzott cél kielégítésének mértéke...Dukáti, Sallay: A minőség a gondosan megalkotott, szabványoknak vagy előírásoknak való megfelelés, tehát ha ilyenek valamilyen ok miatt nincsenek, úgy minőségről nem beszélhetünk. (Kondor, 1997, szerk. 97-99.p.)

A klasszikus szervezés- és vezetéstudományban ismert ún. klasszikus minőségiskolákhoz tartozik P. B. Crosby, aki a minőséget a követelményeknek való megfelelésként definiálja, melyen az ISO előírások is alapulnak. (Crosby, 2000,7-25.p.) A klasszikus iskola másik jeles képviselője E.W.Deming⁴. Minőségfilozófiájának alapvető minőségszemlélete az alábbiakat követeli meg: Állandó célokat kell kitűzni a termék vagy szolgáltatás minőségének javítása érdekében. Az alkalmazottakat úgy kell ösztönözni, hogy büszkék legyenek munkájukra, és elégedettek legyenek azzal. Vezetési stílusokat kell kialakítani, valamint statisztikai módszereket alkalmazni a hibák feltárása érdekében.

II. MINŐSÉG ÉRTELMEZÉSE ÉS JELENTŐSÉGE A TURIZMUSBAN

A WTO 1998 okt. 8-10. között nemzetközi konferenciát rendezett Krakkóban *Strategies for Excellence and Quality in Tourism* címmel. A konferencia felhívta a figyelmet a minőség előtérbe kerülésére a turizmus területén. Ezen a fórumon elhangzott, hogy bár globálisan a turizmus volumene és a belőle származó bevétel növekszik, mégis az éleződő versenyben egyes desztinációk lemaradhatnak. A versenyben maradás feltétele: a minőség a turisztikai kínálatban, még hozzá a turisztikai terméket alkotó minden láncszem tekintetében, vagyis

⁴ <http://hu.wikipedia.org/wiki/min%91s%A9g>

egyfajta „holisztikus” megközelítés, reális árak, átgondolt marketing. A minőség elérésének legfontosabb eszközei: az infrastruktúra fejlesztése, a turizmusban dolgozók oktatása, a hitelesség, eredetiség, a standard-ek kidolgozása, a turizmus fenntartható fejlesztése.

A WTO Minőség Programjának igazgatója a turizmusban a minőséget az alábbiak szerint definiálta: „**a fogyasztói igények elfogadható áron történő, legális kielégítése**” (Halassy, 1999.). Ahogy a fogyasztói igények változnak, úgy a minőség tartalmi elemei sem állandóak, melyekre a turisztikai termékek fejlesztése során tekintettel kell lenni.

Az Európai turisztikai trendek is a minőség jelentőségét támasztják alá – olvashatjuk a spahungary⁵ honlapján. Európa öregedő népességgel rendelkezik, ezért nő a minőség, a kényelem, a biztonság iránti igény. Egyre keresettebbek lesznek a főszezonon kívüli, személyre szabott és speciális termékek. Az egyre magasabb iskolai végzettség és a tapasztaltabbá váló fogyasztók miatt a kommunikációban szereplő elemeknek sokkal kreatívabb és magasabb színvonalúaknak kell lenniük. A turisztikai szolgáltatásokat igénybe vevők sokkal tájékozottabbak jogaikat tekintve. Ebből adódik, hogy az elvárt minőségi szint magasabb lesz. A megváltozott életmódból kifolyólag az olcsónak értékelt szálláshelyek, és szolgáltatások iránti kereslet csökken. A személyre szabottság és a személyes törődés mindinkább fontosabbá válik. A biztonság kiemelt szerepe szintén nagyon fontos. Kiemelkedő jelentőséget kap a vízminőség kifogástalansága. A kritikusabb turista előbb ad hangot nem tetszésének, ha a kapott szolgáltatás nem felel meg igény szintjének.

Egyre inkább erősödik a környezet iránt érzett felelősség, a fenntartható fejlődés szerepe dominánssá válik, ezért a tiszta, nyugodt, parkosított, esztétikus környezet szintén fontos kritériumként szerepel a turisták esetében.

Saját karcagi és cserkeszölői fürdő kutatásunk (Müller -Könyves 2006), mely a vendégelégedettséget mérte, szintén a környezeti elemek fontosságát támasztja alá. A válaszokból kiderült, hogy a fürdőlátogatók hiányolják a fás, parkos területek nagyobb arányát, az élményelemek és a szabadidős tevékenységek bővebb választékát. A környezeti kultúra preferált érték a fürdőlátogatók körében, ezért a fejlesztésben a környezettudatosság elvét kell érvényesíteni az attraktív zöld felületek növelésével, és a design elemek alkalmazásával.

Az élménykeresés egyik fontos motivációja a XXI. század turistájának. „A turisztikai termékek esetében nem annyira az ár/érték arányra figyelnek a fogyasztók, hanem a befektetett energia, erőfeszítés (nemcsak pénz) és a cserébe kapott élmény viszonyára.” – hangzott el a WTO krakkói konferenciáján. (Halassy 1999.). Erre az élmény-centrikusságra épít a hazai wellness turizmus is, amelyben nagyszabású fejlesztések valósultak meg az utóbbi évtizedben. Követendő példa erre Hajdúszoboszló (Istók 2003)⁶ nagyszabású egészségturisztikai fejlesztése. Nemcsak hazai de külföldi példák is vannak, arra, hogy milliárdokat fektetnek a turizmusba, pontosabban a minőségbe. A 2005-ös év Horvátországnak rekordot eredményezett a turisztikai bevételek, és befektetések tekintetében. A 2006-os évben a turisztikai cégek, állami hatóságok és önkormányzatok 6 milliárd kuna befektetést terveznek a szigetek fejlesztésére, a szárazfölddel való összeköttetésre, a hotelek felújítására, újak építésére autópályák, sétáló utak, rendezett strandok építésére (Almási 2005)

⁵ <http://www.spahungary.hu/lap.php?id=17>

⁶ Istók Csaba (2003): A fenntartható turizmus megvalósítása, megőrzése és fejlesztése Hajdúszoboszlón. In: Turizmus Bulletin. 7.évf.3.sz.25-32.p.

Az országok és régiók erősödő versenyében előnyt élvezzenek majd azok a cégek vagy társaságok, akik a minőséget helyezik tevékenységük középpontjába, és magas, állandó színvonalú szolgáltatást nyújtanak, s minderről tanúsítvánnyal is rendelkeznek. Ilyen lehetőségre tett szert a Nyugat-Balaton Térésmarketing Kht. is, a németországi IdeQua projekt keretén belül a társaság 2005 októberében nyerte el a német DIN EN ISO 9001:2000-es minősítést⁷. A projekt egyik része a „minőség és turizmus” komponens. A projektet - melyet az EU Európai Regionális Fejlesztési Alapja finanszírozta - két keszthelyi cég (Tourinform Iroda) minősítésének elvégzésével kezdték. A vizsgaanyag elsősorban az irodában elvégzett munkafolyamatok rendszerezését, a vendégekkel valamint a partnerekkel történő kapcsolattartás rendszerét valamint a munkafolyamatok összességét érintette.

III. MINŐSÉGI VÉDJEGYEK, DÍJAK A TURIZMUSBAN

Az OIB létrehozta a Magyar Turizmus Minőségi Díjat, szállodák, éttermek részére. A Díj garanciát ad arra, hogy az adott szolgáltató valóban megfelel a kategóriáján belül elvárható követelményeknek mind a vendég, mind pedig a szakma számára – olvashatjuk az Országos Idegenforgalmi Bizottság honlapján.⁸ A turisztikai szakma alapvető érdeke, hogy hazánk a nemzetközi piacon, mint márka jelenjen meg. Ennek a célnak az eléréséhez feltétlenül szükséges a megbízható színvonalú szolgáltatások garantálása. Egy ország, mint turisztikai termék, tulajdonképpen tevékenységek és sokszínű szolgáltatások összessége. A szolgáltatási lánc minden egyes „láncszeme” befolyásolja a turisták hazánkról alkotott véleményét, ezért ezek minősége döntő fontosságú. A magyar turisztikai fejlesztések, beruházások akkor lesznek sikeresek és eredményesek az Európai Unió piacán, ha kategóriájuknak megfelelően, állandó minőségű szolgáltatást tudnak nyújtani a vendégeknek. Ezért nagyon fontos a különböző láncszemek (utazás, szállás, étkezés, fürdők, információk, stb.) kiegyensúlyozott és összehangolt minőségét biztosítani. Felmerült tehát a turisztikai szolgáltatások minősítésének szükségessége. Ezzel a feladattal 2001-ben a Magyar Turizmus Rt.-t bízta meg az akkori Turisztikai Helyettes Államtitkárság. A megalakult szervezőbizottság létrehozta a Magyar Turizmus Minőségi Díj programot (melynek alapját a Teljes körű Minőségirányítás /TQM/ és az Európai Kiválósági Modell /EFQM/ rendszer jelenti), ami elősegítheti a magyar turizmus minőségi színvonalának emelését. Ennek megfelelően 2002-ben a négy alapszakmára (szállodák, vendéglátóhelyek, utazási irodák, idegenvezetők) elkészült egy kritériumrendszer javaslat, amelyet a szakmai szervezetek és kamarák véleményeztek. 2004-től az OIB átvette a MT.RT.-től a program koordinálását.

IV. JÁSZ-NAGYKUN- SZOLNOK MEGYE TURIZMUSA⁹:

A megye területének egy része az Észak-Alföldi, egy része pedig a Tisza-tavi turisztikai régióhoz tartozik. 2004-ben¹⁰ a megyében lévő kereskedelmi szálláshelyek külföldi vendégforgalma megélné a 7 %-kal, a belföldi vendégforgalma pedig 2%-kal mérséklődött az előző év azonos időszakához képest. A megyét felkeresők a kereskedelmi szálláshelyeket 381 ezer vendégéjszakára vették igénybe. A vendégszámhoz hasonló stagnálás következtében az átlagos tartózkodási idő (3 éjszaka) is megegyezett az egy évvel korábban mérttel. A megyei turistaforgalmat szálláshely-típusonként nézve a vendégforgalom az előző évhez képest

⁷ <http://www.zalamedia.hu/khely/051215/a.html>

⁸ http://www.oib.gov.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=61

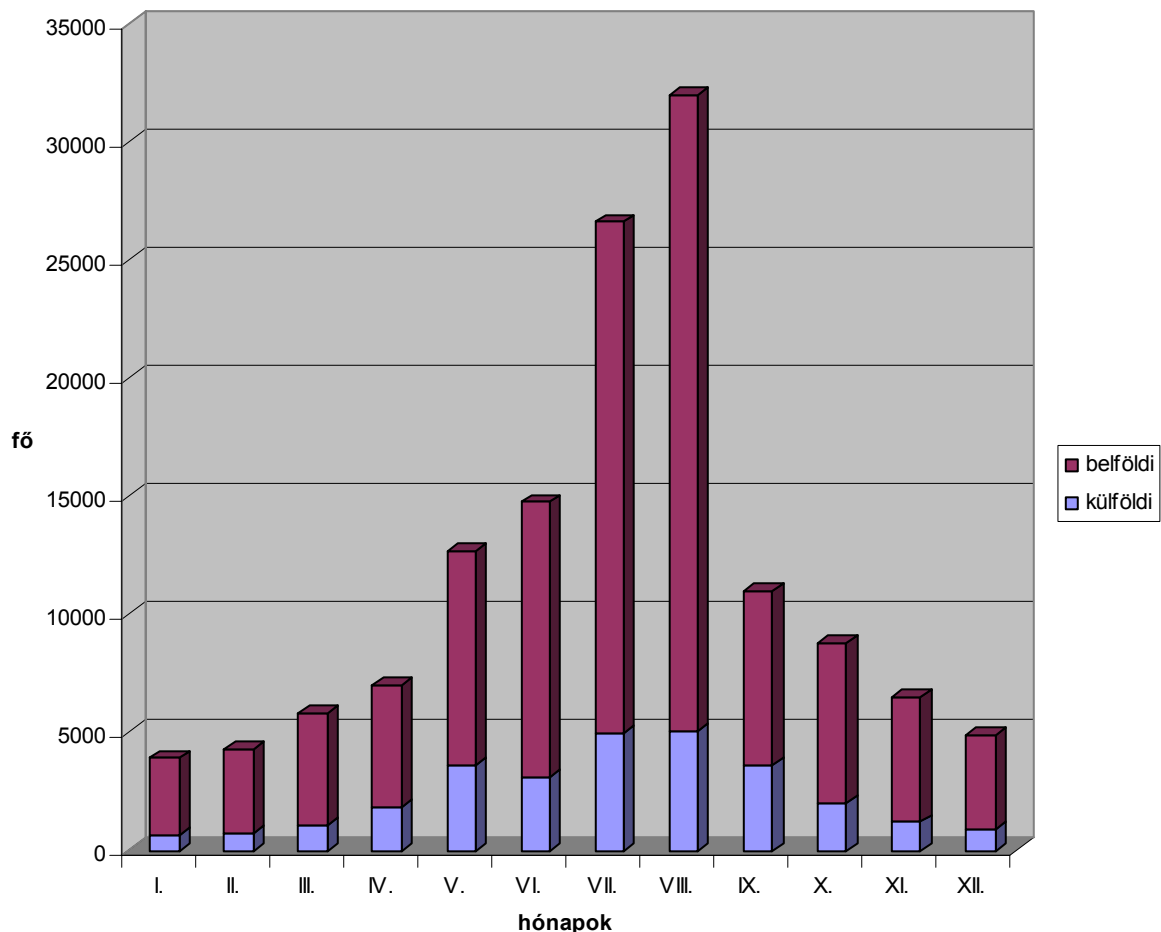
⁹ Statisztikai tájékoztató, Jász-Nagykun-Szolnok megye, KSH, 2004/3.15-18.p.

¹⁰ az év első 9 hónapjára vonatkozik

dinamikusan-8 %-kal- nőtt, és az összes idelátogató 1/3-a itt szállt meg. Ugyanakkor az alacsonyabb színvonalú ellátást nyújtó egyéb szálláshelyeket 4 %-kal ritkábban keresték fel a vendégek és valamivel rövidebb időt is töltöttek itt.

A megyébe látogató külföldi vendég több mint harmada Németországból jött. Jelentős számú turista érkezett még Lengyelországból, Hollandiából és Ausztriából.

A Kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmában igen erős szezonális figyelhető meg, melyet az 1. sz. ábra mutat.



1. sz. ábra: A kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalma Jász-Nagykun-Szolnok megyében, havonként, 2004¹¹.

V. PRIMER PIACKUTATÁS

A Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Közgyűlés 4/2006.(II.17.)¹² számú határozatával megalkotta a „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” címet a megyében fellelhető turisztikai értékek bemutatása, hasznosítása, fejlesztése, és a szolgáltatások során kifejtett kiemelkedő munka elismerése érdekében.

¹¹Jász-Nagykun-Szolnok megye Statisztikai Évkönyv, 2004. KSH kiadvány. 231.p.

¹² Szabályzat a „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” cím adományozásáról. 1-3.p.

A megye turisztikai védjegye cím megszerzése önkéntes alapon történik, elnyerésére pályázni lehet a Jász-Nagykun-Szolnok megye településein működő, különleges és kiváló minőségű turisztikai szolgáltatásokkal és termékekkel. A cím elnyerésének és használatának feltétele, hogy a pályázott szolgáltatás vagy termék minősége megfeleljen a szakmai bizottság által elfogadott követelményrendszernek. Évente 10 db „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” cím adományozható az alábbi kategóriákban: Turisztikai szálláshely, vendéglátóhely és egyéb turisztikai szolgáltatás és termék (ezen belül: termál-és gyógyfürdő, kiállítóhely, rendezvény, helyi termék, kiadvány).

A cím elnyerésével számos előny adódik: a nyertesek oklevelet, plakettet és megyei megjelenési lehetőséget kapnak. A cím 3 évre szól, de a szolgáltatás minősége ez alatt a három év alatt is ellenőrizhető. A 3 év lejártával kérelem alapján meghosszabbítható a pályázatot elbíráló testület kedvező tapasztalatai alapján egy egyszerűsített eljárással. A plakett elhelyezhető a díjazott üzlethelyiségben. A megjelenési lehetőség a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Önkormányzat honlapján és a megyei önkormányzat tematikus turisztikai kiadványaiban biztosított. A cím tulajdonosa a címet használhatja promóciós tevékenysége során is.

A pályázat kiírását és a cím odaítélését a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Közgyűlés Idegenforgalmi és Környezetvédelmi Bizottsága végzi.

A pályázat értékelési szempontrendszerét a Tiszainform Idegenforgalmi Szolgálat munkatársai¹³ készítették el.

A pályázat értékelését az összeállított szempontrendszer alapján a megyében tevékenykedő szakértők¹⁴ végzik el.

5.1. Az értékelés

Az értékelés szempontjai három nagyobb csoportba sorolhatók: a termék/ szolgáltatás helyszínével, magával a termékkel/ szolgáltatással illetve annak marketingjével kapcsolatos szempontokat kell a bizottságnak figyelembe venni és 1-5-ös skálán pontozni, ahol az 1-es a legrosszabb, az 5-ös pedig a legjobb értékelést jelenti.

A termék/szolgáltatás helyszínével kapcsolatos szempontoknál a megközelíthetőséget, a kitáblázottságot (útbaigazító táblák), a termék/ szolgáltatás környezethez való illeszkedését, a mozgáskorlátozott megközelíthetőséget, a közelben lévő parkolási lehetőséget, a környezet rendezettségét valamint a szeméttárolás megoldottságát értékelik.

A termékkel/szolgáltatással kapcsolatos szempontokat az alábbiak jelentették: Hagyományosság és hagyományteremtés mennyire jellemzi a pályázót; mennyire illeszkedik az adott térség kultúrájába; a programok összetettsége és színvonala; önálló turisztikai

¹³ Hering Krisztina Igazgató és Ádám Erika gyakornok

¹⁴ a döntés előkészítő bizottságba 1-1 tagot delegálhat: az MTRT. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság, a MTRT.Tisza-tavi Regionális Turisztikai Projekt Iroda, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Fogyasztóvédelmi Felügyelőség, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Kereskedelmi és Iparkamara, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Termál- és Gyógyturizmus Egyesület, a Jász-Nagykun-Szolnok Megyei Falusi Turizmus Egyesület, a Szolnoki Gulyásfesztivál Egyesület, a „Jászkapu” Jászság és Környéke Turisztikai Egyesület, a Szolnoki Főiskola Turizmus-Vendéglátás Tanszék, a Tiszainform Idegenforgalmi Szolgálat, és a Megyei Önkormányzati Hivatal Térségfejlesztési Iroda.

vonzerőt képvisel-e; a látogatók száma éves viszonylatban; a termék/szolgáltatás hatóköre (helyi, megyei, regionális, országos, nemzetközi); a fogadóépület belső megjelenése és minősége; a mellékhelységek mennyisége, tisztasága és higiénijája; valamint a személyzet szakmai felkészültsége.

Az értékelési szempont harmadik nagy csoportjába a termék/szolgáltatás *marketingjével* kapcsolatos szempontok tartoznak. A bírálóknak értékelni kell a termék/szolgáltatás kiadványainak minőségét s szakmai helyességét. Rendelkezik-e határozott arculattal? Megfelelő-e az együttműködése a turisztikai szakmai szervezetekkel? Megtalálható-e a Tiszainform Idegenforgalmi Szolgálat adatbázisában?

Milyen a termék/ szolgáltatás hirdetésének hatóköre (helyi, megyei, regionális, országos, nemzetközi)? Hogyan alakul a felhasznált marketingeszközök mennyisége és minősége (rádió, TV, Újság)? Önálló honlappal rendelkezik-e?

Ezeknek a szempontoknak az értékelésével összesen 115 pont adható. Megállapítják az összpontszámot és az elérhető pontszámhoz képest a százalékos értéket. Ezt a skálás értékelést kiegészíti még a szakértők által, a helyszíntanulmány tapasztalatainak szöveges értékelése is.

5.2. A minta

Az idén először pályázhattak a megyében erre a díjra. 14 pályázat érkezett be, ebből egyet kizártak, mely nem felelt meg a követelményeknek. Így a 13 érvényes pályázat kerül a szakértők által elbírálásra.

A minta települések és kategóriák szerinti megoszlása:

Kategória	Szálláshely (db)	Vendéglátó hely, (db)	egyéb turisztikai szolgáltatás és termék, (db) ¹⁵				Összesen (db):
			I.	II.	III.	IV.	
Települések			I.	II.	III.	IV.	
Abádszalók					1		1
Berekfürdő	1		1				2
Cserkeszőlő			1				1
Jászberény					1		1
Karcag					1		1
Kunhegyes	1						1
Martfű	1						1
Szolnok		1			1		2
Túrkeve						1	1
Rákócifalva				1		1	2
Összesen (db):	3	1	2	1	4	2	13

¹⁵ I.: termál-és gyógyfürdő; II.:kiállítóhely; III.: rendezvény; IV.:helyi termék

A *szálláshely* kategóriában három pályázat érkezett. Az egyik egy 3+ csillagos wellness szálloda (Berekfürdő) a másik egy falusi szálláshely (Kunhegyes) a harmadik pedig egy négy csillagos gyógykemping (Martfű). A wellness szálloda kritériumrendszerét az 54/ 2003-as- a kereskedelmi szálláshelyek osztályba sorolásáról szóló- GKM rendelet szabályoz. Meghatározza, hogy egy háromcsillagos wellness szállodának a hét elemből¹⁶ minimálisan mennyivel kell rendelkeznie, előírás van a humánerőforrásra vonatkozóan is valamint 90 pontot kell összegyűjteni az ún. fakultatív szolgáltatásokból. A szálloda a „nagykunság aranyát”, azaz a jó minőségű gyógyvizet¹⁷ használja fel. A Tisza-tavi régió legújabb szállodája, mely mind külső, mind belső megjelenésében modern, markáns arculattal rendelkezik. Mivel nemrég nyílt meg, így a mozgássérültek részére kialakított apartmannal és akadálymentesített környezettel találkozhatunk. Nagy, zárt parkolóval és 200 fő befogadására is alkalmas konferenciateremmel egyedülálló a Tisza-tavi régióban. Gyógy- és wellness kezelések valamint szabadidős programok (bowling, biliárd, asztali foci, stb.) széles skálája várja a vendégeket. 2006-ban a fejlesztésben szerepel az úszómedencével, gyerekmedencével és jacuzzival rendelkező strand átadása, mely a fedett medencéket nagyon jól kiegészíti. A szálloda által szervezett programok a megye idegenforgalmi értékeit hivatott bemutatni (pl.: Tisza-tavi barangolás csónakkal, idegenvezetővel; lovas íjász bemutató Kisújszálláson; Karcagi Kun-lovarda látogatás, fogatozás, méneshajtás; Disznótoros hétvége, magyar nótaesttel; Zenés kerti parti birkafozással; Magyar borok magyar ételek hétvégéje, borkóstolással, stb.).

A másik szálláshely kategóriában egy falusi szálláshely adott be pályázatot. A falusi szálláshelyek minősítését is a fent említett rendelet szabályozza. A komfortfokozatnak megfelelően 1-4 napraforgóval jelölik a házak minőségét. A családi vállalkozás keretében működő falusi szálláshely tulajdonképpen több épületet foglal magába. Az egyik vendégház, mely 2006-tól viseli a Village+ logót jellegzetes oszlopos, gangos parasztház, mely egész évben alkalmas vendégfogadásra. A különbejáratú szobákhoz, felszerelt konyhák és fürdőszobák tartoznak. A szobák berendezése hagyományos parasztbútorokkal, régi használati tárgyakkal van berendezve. A család megvásárolta a helyi születésű író¹⁸, irodalomtörténész szülőházát, melyet az író személyes tárgyaival, fotóival rendezett be. A vendégházhoz jacuzzis medencét és egy Bio-Nádas parsztházat is építettek. A harmadik épület egy vendégfogadó, mely 60 fő befogadására alkalmas étteremmel és 14 fő elszállásolására alkalmas. Arculata modern, azonban az étterem belső része falusias légkört sugároz. A település szülőttének, híres festőművészenek festményei található meg a vendégfogadóban. Termékkínálat bővítéseként automata tekepálya, asztalitenisz, csocsó, biliárd, darts állnak a vendégek rendelkezésére.

A Gyógykemping kialakítását és üzemeltetését a nyugati (uniós) igényeket is ismerő holland szakemberek segítették. A kempinget 2005-ben adták át, de fejlesztése folyamatos, hiszen azóta szaunát, szoláriumot helyeztek üzembe, megindultak a masszázskezelések és a jógaoktatás. Folyamatban van egy Rekreációs Központ kialakítása, mely az aktív pihenést és a sportszolgáltatásokat biztosítja majd a kemping szállóvendégeinek. Ez a központ a Tisza partmentén található. A vízi- lovas, kerékpáros turizmusnak, természetjárásnak hódolhatnak az idelátogatók. A gazdag hal és vadállomány a horgászok és vadászok számára teremtenek jó adottságot. A közelben lévő erdei iskolák a természettel ismertetnek meg. Kialakításra kerül egy mesterséges tó, mely a rekreációs központ szolgáltatásait bővíti ki.

¹⁶ medence, szauna és gőzfürdő, terápia és relaxáció, beauty program, sport és aktivitás, gasztronómia, közösségi program

¹⁷ 1974-ben minősítették gyógyvízzé.

¹⁸ Zsigmond Ferenc

Mindhárom pályázott szálláshely honlappal rendelkezik és többféle marketingkommunikációs eszközt használ célcsoportja megnyerésére.

A *vendéglátóhely* kategóriában egy pályázat érkezett: Szolnok belvárosában lévő étterem. A 40 férőhelyes pinceétterem egy 80-90 fő befogadására alkalmas kerthelyiséggel bővült, mely tapasztott kemencével és malacsütővel teszi hangulatosabbá a vendéglátóhelyet. Az asztalok dekorációjában a helyi kézműves mesterek tárgyai dominálnak (magyaros szőtt asztalterítő, mezőtúri égetett agyag kerámiák, stb.). A kerthelyiség falán régi ételek recepturája, hagyományos régi paraszti szerszámok, konyhai eszközök, piros muskátlik teszik magyarosabbá. Az étlapon szerepelnek tradicionálisan magyar-tájjellegű ételek, italok és a korszerű, divatos nemzetközi konyha ételei. Szolgáltatásaik között szerepel céges rendezvények, baráti társaságok, turistacsoportok vendégül látása és ezen alkalmakkor a Tisza táncegyüttes és a Sodrás népi együttes folklór előadásainak bemutatása.

Az étterem vendégköre elsősorban a városban működő cégek, intézmények vezetőiből, közéleti személyekből, művészekből, politikusokból áll, mégis családbarát, kiemelt figyelmet helyez a gyermekekkel érkezőkre is, hiszen játszó szobát nyitottak a pince egy részében. Mivel a városközpontban található így a parkolás fizetett parkolóhelyen lehetséges.

A honlapjuk szerepel az interneten és több tematikus portálon is. Bár külföldiek is szép számban keresik fel az éttermet, nehéz a külföldi célcsoport számára ismertté tenni.

Az *egyéb turisztikai szolgáltatás és termék* I.es kategóriája a *termál- és gyógyfürdő*, melyből két pályázat érkezett: Berekfürdőről és Cserkeszőlőről. Mind a két település nemzetközi viszonylatban is elismert gyógyhely. Mind a két fürdő jelentős fejlesztésen ment keresztül az utóbbi évek beruházásainak köszönhetően. Berekfürdőn a tradicionális gyógyászati szolgáltatások kerülnek előtérbe, Cserkeszőlőn az élményelemek, az egyedülálló ponyvacsőszda és a különböző designe elemek dominanciája adja a fürdő egyedi arculatát. Az egészségturizmus minőségének fejlesztése azért is nagyon fontos, mert „segíteni fogja az egészségügy működését is.” (Kékes-Kincses-Várhelyi 1993)

Mindkét fürdő kiterjedt külföldi vendégkörrel rendelkezik. A marketingkommunikációs eszközök széles skáláját alkalmazzák a célcsoportjaik megnyerésére.

Az *egyéb turisztikai szolgáltatás és termék* II-es kategóriája: *kiállítóhely*, melyből egy pályázat érkezett (Rákóczi Falva). A nemzetközileg is elismert maci-gyűjteménnyel rendelkező múzeum. A kiállítás nem csak hazánk több városában de Lengyelországban is nagy sikerrel szerepelt már.

Az *egyéb turisztikai szolgáltatás és termék* III. kategóriája a *rendezvény*, mely az egyik legnépszerűbb volt, hiszen erre 4 pályázat érkezett.

Az abádszalóki és a jászberényi rendezvény több napos, komplex rendezvény, hiszen tartalmaz gasztronómiai, zenei, kulturális, szórakoztató, sport és egyéb elemeket. Ezek a rendezvények a kiterjedt marketingmunkának köszönhetően nemzetközivé nőttek ki magukat. A karcagi és a szolnoki gasztroturisztikai rendezvények rövidebbek és dominánsan a tradicionálisan magyar ételek: gulyás, birkapörkölt elkészítésére irányulnak. Ezek a rendezvények országos jelentőséggel bírnak.

Az egyéb turisztikai szolgáltatás és termék IV. kategóriája a helyi termék, amelyből két pályázat született. Az egyik a rákóczi falvi kuruc maci, melynek történelmi gyökerei is vannak. A másik egy túrkevei egyesület ökoturisztikai célú szolgáltatásai. Az egyesület szervezésében megtalálható vízi túra és horgászlehetőségek, madarászturizmus, lovasoktatás, lovas turizmus, erdei iskolai szolgáltatások. Az egyesület, mely megkapta 1996-ban a Pro-Natúra díjat, célul tűzte ki a természet védelmét és a környezeti értékek megővését, a szemléletmód alakítását.

A pályázatok kiértékelése megtörtént. A 14 pályázóból 1-et kizártak, a 13 elfogadott pályázatból 10 pályázó nyerte el a „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” címet.

- ☉ A szálláshely kategóriában: Martfű Gyógykemping, a berekfürdői Thermal Hotel Szivek.
- ☉ Vendéglátóhely kategóriában: a szolnoki Bajnok Étterem.

Az egyéb turisztikai szolgáltatás és termék:

- ☉ termál-és gyógyfürdő kategóriájában: Cserkeszőlő Fürdő és Gyógyászati Központ,
- ☉ kiállítóhely kategóriájában: a rákóczi falvai Maci Múzeum,
- ☉ rendezvény kategóriájában: Szolnoki Gulyásfesztivál, Karcagi Birkafőző Verseny, Abádszalóki Nyár Programsorozat, Jászberényi Nyár Vigadalmi Napok,
- ☉ a helyi termék kategóriában: Túrkevei Nimfea természetvédelmi Egyesület ökoturisztikai termékei.

VI. KONKLÚZIÓ

A turizmus minőségi aspektusai egyre nagyobb szerepet fognak játszani a jövőben az egyre élesedő versenyben. A minőségi díjak és védjegyek a turizmusban a sikeres turisztikai vállalkozások versenyképességét is növelik.

Jász-Nagykun-Szolnok megyében is felerősödött a minőség iránti igény a turizmus területén. Ezt támasztja alá a „Jász-Nagykun-Szolnok Megye Turisztikai Védjegye” pályázat kiírása és az e mögött álló szándék. Megállapítható, hogy a megye fontosabb turisztikai desztinációi és pályázói felismerték a védjegy pályázat marketing jelentőségét. Ez egy kezdődő folyamat első lépése, hiszem a „minőségtudat” egyre meghatározóbb lesz a kevésbé frekvenciált turisztikai desztinációk körében is. A kutatás alapján megállapítható, hogy a leginkább a megyében a hagyományokkal rendelkező rendezvény pályázatok domináltak. Ez azt mutatja, hogy felismerték a hagyományok egyediségének turisztikai jelentőségét, a turisztikai élménykialakításában fontos szerepet tulajdonítanak az autentikus kultúrának, valamint elemeinek.

Az utóbbi évek megyei szálláshelykínálata bővült a különböző célcsoport igényeit kielégítő férőhelyekkel. Ez is indokolhatja, hogy a pályázók között megjelentek az újonnan épült szálláshelyek, melyek a menedzsment minőségre való törekvéseit is kifejezik.

Reményeink szerint a védjegy elnyerésével járó marketing előnyök felismerése növelni fogja a jövő évi pályázatok számát, és erősödni fog a minőség iránti elkötelezettség.

VII. FELHASZNÁLT IRODALOM

1. M. Rozental- P.Jugyin (1953, szerk): *Filozófiai Lexikon*. Szikra kiadó, Budapest. 404-405.p.
2. Juhász József és mtsai (1975, szerk): *Magyar Értelmező Kéziszótár*. Akadémia Kiadó, Budapest. 960.p.
3. Vadász J. (1993, szerk): Révai Nagy Lexikona, Babits kiadó, Szekszárd. 786.p.
4. Kondor István (1997, szerk.): *Mi micsoda a minőségügyben? Korszerű minőségügyi fogalmak és betűszavak*. GTE Ipari Minőségi Klub, Budapest, 97-99.p.
5. Molnár Pál (2000): Az európai minőség jövőképe felé. *Minőség és megbízhatóság*. 3. 120-121.p.
6. Philip B. Crosby (2000): Határozzuk meg a minőséget? *Magyar Minőség*. 7-8. 24-25.p.
7. Halassy Emőke (1999): Beszámoló a WTO 1998. évi krakkói konferenciájáról. http://old.hungarytourism.hu/bulletin/regi/99_03/forum_1.html
8. Kékes E - Kincses Gy- Várhelyi T.(1993): *Egészségügyi Informatika*. Springer Hungarica.
9. Müller A-Könyves E.:(2006) Az egészségturizmus lehetőségei az Észak-alföldi régióban. In: *Acta Academiae Pedagogicae Agriensis – Az Eszterházy Károly Főiskola tudományos közleményei*. XXXIII. Kötet. Eger. 132-144.p.
10. Istók Csaba (2003): A fenntartható turizmus megvalósítása, megőrzése és fejlesztése Hajdúszoboszlón. In: *Turizmus Bulletin*.7.évf.3.sz.25-32.p.
11. Almási Éva: Milliárdos befektetések a turizmusban. In: <http://www.pbkik.hu/index.php?id=5236>