



Alföld Slow

Stratégia

2023-2030

Alföld Slow Egyesület

Készítette: Szőke Tünde Mónika

2023.

Tartalomjegyzék

1	Vezetői összefoglaló.....	4
1.1	Fogalmi háttér	4
1.2	Jövőkép, küldetés, cél, célcsoport.....	5
1.3	Az Alföld Slow Stratégiai pillérei.....	7
2	Illeszkedés a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiához	8
2.1	Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030.....	8
2.2	Turizmus 2.0 kiegészítés (2023. január 31.)	18
2.2.1	Bevezetés	18
2.2.2	Előzmények	18
2.2.3	Turizmus 2.0.....	20
2.2.4	Jelenlegi helyzet bemutatása.....	20
2.2.5	Magyar turisztikai ágazat teljesítménye	22
2.2.6	Széleskörű fenntarthatóság c. alfejezet a stratégiai irányvonalak, javasolt irányok fejezetben	23
2.3	Az alföldi vármegyék vendégéjszaka adatai 2022-ben (KSH)	25
3	SWOT-analízis	29
4	Az Alföld Slow Egyesület.....	30
4.1	Az Alföld Slow Egyesület bemutatása.....	30
5	JÖVŐKÉP 2030-ra.....	36
6	Business Canvas Model az Alföld Slow Egyesületre	37
7	Közös fejlesztési irányok	38
7.1	Prioritások	38
7.1.1	Alföld Slow termékfejlesztés.....	41
7.1.2	Marketing.....	49
7.1.3	Oktatás, szemléletformálás	60
7.1.4	Együttműködés erősítése	63

7.2	Települési szintű javaslatok	64
8	Várható eredmények	65
9	Idézett forrásmunkák	71
10	Táblázatok jegyzéke	73
11	Ábrajegyzék	73

1 Vezetői összefoglaló

Az **Alföld Slow Egyesület 2018-ban alakult**, jelenleg **19 Békés vármegyei település** érintett az együttműködésben: Almáskamarás, Békéssámson, Biharugra, Csabaszabadi, Csanádapáca, Csorvás, Doboz, Ecsefalva, Elek, Gádos, Gyula, Kétegyháza, Kondoros, Kunágota, Lökösháza, Magyardombegyház, Nagykamarás, Sarkad, Újkígyós.

Az Egyesület célja a lassú mozgalmak, az ezen elveken alapuló együttműködés megteremtése elsődlegesen az alföldi vármegyékben.

Elnöke: Szobellédi Zoltán, a Békés Vármegyei Önkormányzat alelnöke

Elnökségi tagok: Szűcsné Gergely Györgyi, Lökösháza község polgármestere és Szőke Tünde Mónika turisztikai szakértő

A tagtelepüléseken olyan turisztikai értékek, gyöngyszemek, ma még sok esetben felfedezetlen kincsek találhatóak, amelyek felfűzve egy-egy témaútvonalra tartalmas és élménytelis kikapcsolódást nyújthatnak a (lassú) vendégek számára. Az elmúlt évek a feltérképezés, megalapozás éve volt az Egyesület kapcsán, a következő évek a fejlesztések és a marketing éve lesznek. A meglévő értékek, rendezvények, fesztiválok továbbgondolásával, a települések további „csinosításával”, kisebb beruházásokkal is lehet fejlődni. Az összefogás, a közös irány, a befektetett munka és a közös marketing elengedhetetlen továbbra is.

Jelen Stratégia egy lehetséges iránymutatást, keretet ad a következő évek közös fejlesztéséhez. Tekintettel az elmúlt években tapasztalt kiszámíthatatlan külső környezeti hatásokra, egy lehetséges utat vázol fel. Az egyes fejlesztések elindításához, megvalósításához az egyesület tagságának hozzájárulása és bejegyzése szükséges.

1.1 Fogalmi háttér

Az angol **slow** szó jelentése **lassú, komótos**.

A slow (lassú) mozgalmak már az 1980-as években utat törtek, először a slow food (komótos étkezés) jelent meg 1986-ban Olaszországban, ezt követte a citta slow (élhető város) mozgalom megjelenése, szintén Olaszországban. Az élhető város mozgalom az 50 ezer alatti lakosságszámú városokat célozza, szigorú feltételekhez kötött, 72 kritérium felét kell

teljesíteni a városnak. Jelenleg (2022.) 33 országban 287 tagja van, Magyarországon csak Hódmezővásárhely.

A lassú turizmus nem alternatív turizmus, hanem ellenpólus a gyors tömegturizmushoz képest, a lassú mozgalmakból ered.

Lassú turizmus: egyre többször hallható, hogy ebben a felgyorsult világban meg kell állni, szét kell nézni magunk körül, és akkor felfedezhetővé válnak az értékek. Ezt vállalta fel ebben az együttműködésben az alapító tagság, bízva abban, hogy további települések ismerik fel ennek jelentőségét. Békés vármegye 10 települése tehát egy olyan egyesületet hozott létre, ahol a cél a fenntarthatóság, a helyi termékek, helyi vállalkozások segítése, a helyi lakosság számára újabb munkahelyek teremtése, és a turisták számára olyan értékek bemutatása, olyan élmények átélése, amely kiutat mutat a gyorsan változó, folyamatos ingert adó kommunikáció miatt kialakuló stresszhelyzetekből, a napi rutinból.

Ezek a települések nem a gyors, és folyamatos ingereket nyújtják. **Nincs** minden sarkon valami attrakció, amit meg lehet osztani a közösségi médiában, nincsenek pörgő gyorsétermek, nincs hangzavar, autók, forgalmi dugó, **de van csend, nyugalom, jó levegő, séta, parkokban megpihenés, történelmi és vallási értékek és családi hangulat.**

Fenntartható turizmus: mitől fenntartható a turizmus? A helyi értékektől, a helyben termelt élelmiszerektől, a helyi lakosság munkájától, a műanyagmentességtől, az odafigyeléstől.

Mit tudnak közösen tenni a települések és az Egyesület? Felfűzni egy értékrend mentén hagyományait, örökségeiket, és minőségi szolgáltatások mellett kínálják mindezt a vendégek számára.

Milyen új irányok vannak? A tömegturizmus ellentétéként megjelentek alternatív turizmuságak, mint az ökoturizmus, és mellette új irányként a lassú (slow) turizmus, melyben a helyi lakosság megismerése, a helyi értékek felfedezése, a vidéki élet átélése a cél. Továbbá a kreatív turizmus, ahol az alkotás örömét is adjuk a vendégeknek.

1.2 Jövőkép, küldetés, cél, célcsoport

Az Egyesület jövőképe: A vidéki, fenntartható és önfenntartó élet értékévé válik a lakosság és a turisták körében.

Az Egyesület küldetése: Az Egyesület a lassú turizmus és a lassú szemlélet elterjedését, hazai megélését, megvalósítását tartja legfontosabb feladatának. A hazai települések körében

felkelteni az érdeklődést a téma iránt, az egyes részfeladatok megvalósítása, kihangsúlyozása érdekében.

Az Alföld Slow Egyesület célja, hogy a térség turisztikai érintettjeit összefogva hatékony segítséget nyújtson a helyi értékek, helyi termékek turisztikai kínálatba történő beemeléséhez, a turisztikai infrastruktúra bővítésével, korszerűsítésével, turisztikai ismeretek átadásával hozzájáruljon a térség megtartóerejének növeléséhez, a települések élhetőségéhez és fenntarthatóságához.

Az Alföld Slow Stratégia fő célja az Alföld Slow térség, mint egységes turisztikai desztináció ismertségének növelése, a térség turisztikai potenciáljának kihasználása a környezeti, társadalmi és gazdasági fenntarthatóság jegyében, a lakosság és a vendégek igényeinek maximális figyelembevételével.

Tevékenységünk célcsoportjai közvetlenül az alföldi vármegyék lakosai, közvetetten a lassú turizmus iránt érdeklődő, elsősorban középkorúak, családok tizenéves gyermekekkel, egyedülállók, a vonzóbb turisztikai potenciállal rendelkező településekre érkező turisták egy része, valamint a településeken érintett nemzetiségek (szlovák, román, német) országainak lakosai.

Az **1. táblázat** foglalja össze a stratégiai pilléreket, a fejlesztési célokat és feladatokat. Minden prioritás, cél és feladat kapcsán megjelenő horizontális értékek röviden a következők:

1. **Fenntarthatóság, élhető települések:** környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból is fenntartható legyen egy-egy fejlesztés, így tartható meg élhetőnek a település.
2. **Népességmegtartó képesség javítása:** komoly problémát jelentenek a csökkenő lakosság számok minden településen. Az értékteremtéssel, a munkahelyteremtéssel a települések népességmegtartó képessége is javul.
3. **Munkahelyek megőrzése:** a meglévő munkahelyek megőrzése is komoly feladat a mai korban a robotizálás terjedésével, hiszen várhatóan emiatt szakmák fognak 5-10 éven belül megszűnni.
4. **Helyi identitás és kötődés erősítése:** a nemzetiségi hagyományok, a múlt, a történelem bemutatásával, a helyi termékek, vállalkozók segítségével a helyi lakosság identitástudatát erősíthetjük.
5. **Családbarát fejlesztések:** nemcsak a vendégek számára kell törekedni a családbarát megoldások alkalmazására, hanem a munkahelyek fejlesztése kapcsán is.

1.3 Az Alföld Slow Stratégiai pillérei

1. táblázat: Alföld Slow stratégia prioritásai

PRIORITÁSOK	I. Alföld Slow termékfejlesztés	II. Marketing	III. Oktatás, szemléletformálás	IV. Együttműködés erősítése	V. Települési szintű fejlesztési irányok
C É L O K É S F E L A D A T O K	A. Meglévő turisztikai termékek fejlesztése	A. Az Alföld Slow Brand erősítése, tudatosítása	A. Alföld Slow Konferencia	A. Országos szervezetekkel	A. Alapító tagok
	B. Meglévő műemlék épületek fejlesztése, bevonása a turizmusba	1. Online eszközök fejlesztése	B. Települési szintű képzések	B. Helyi, térségi szervezetekkel	B. További csatlakozó tagok
	C. Témaútvonalak kijelölése, folyamatos fejlesztése	2. Offline eszközök fejlesztése	1. Falusi turizmus		
	D. Alföld Slow Fesztivál - Fesztiválok fejlesztése	3. Alföld Slow pontok kialakítása települési szinten	2. Alföld Slow képzés		
	1. A meglévő fesztiválok, programok újragondolása	4. Selfie pontok, fotópontok kijelölése, kupakgyűjtő szivek			
	2. Közös fesztivál kialakítása: Alföld Slow Fesztivál	B. Minősítési rendszer			
	E. Alföld Slow szálláshelyek kialakítása, meglévők átalakítása, tanyák hasznosítása	C. Monitoring, adatok elemzése			
	F. Zöld Alföld Slow				
	1. Alföld Slow kertek				
	2. Virágos Magyarország Program				
3. Fák telepítése, az Év fája versenyen való részvétel					
4. A kurgánok, kunhalmok, földvárak turisztikai bemutatása, hasznosítása					
HORIZONTÁLIS IRÁNYOK	Fenntarthatóság, élhető települések				
	Népességmegtartó képesség javítása				
	Munkahelyek megőrzése				
	Helyi identitás és kötődés erősítése				
	Családbarát fejlesztések				

Forrás: Saját szerkesztés, 2021.

2 Illeszkedés a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégiához

2016 több szempontból az átalakulás éve volt a turizmus irányítása szempontjából. A Magyar Turizmus Zrt. (jogelődjével 1995-től működött) megszűnt, létrejött a Magyar Turisztikai Ügynökség.

2016. december 6-án a Kormány elfogadta a Turizmusfejlesztési törvényt (2016. évi CLVI. törvény a turisztikai térségek fejlesztésének állami feladatairól¹), valamint kijelölésre került 5 kiemelt turisztikai fejlesztési térség: 1. Balaton, 2. Sopron-Fertő-táj, 3. Dunakanyar, 4. Debrecen, Hajdúszoboszló, Hortobágy és Tisza-tó, 5. Tokaj, Felső-Tisza, Nyírség.

2.1 Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030

A 2017-ben a Kormány által elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 (NTS2030) új szemléletmódot helyezett a fókuszba, a pontszerű fejlesztések helyett a térségben, desztinációban való gondolkodás, fejlesztés jelent meg. Tekintettel arra, hogy minden szónak jelentősége van, és ne történjen félreértés, az NTS2030 és az NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégia egyes részei szó szerint kerülnek bele a stratégiába.

„A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 az állami turizmusirányítás célrendszerét és eszközrendszerét 2030-ig meghatározó alapdokumentum.

Feladata, hogy a turisztikai szemléletváltás megalapozásával, a főbb beavatkozási pontok azonosításával, stratégiai célok kijelölésével rövid, közép- és hosszú távon definiálja az állam feladatait az ágazatban, illetve a célok eléréséhez megfelelő eszközöket, forrást és intézményrendszert rendeljen (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017).”

2017-ben életbe lépő „Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030” vezérmotívumai:

- *egyrészt a desztinációs logikán alapuló termék- és attrakciófejlesztés,*
- *az ehhez kapcsolódó alpinfrastruktúra-fejlesztés és marketingkommunikáció,*
- *másrészt az állam megváltozott szerepe a turizmusban.*

A magyar turizmus jellemzői 2030-ra:

1. *A fenntartható gazdasági fejlődés húzóágazata (versenyképes, fenntartható növekedés, munkahelyteremtés, jövedelemtermelő képesség).*

¹ A 2016. évi CLVI tv. itt érhető el: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1600156.tv>

2. *Minőségi élménykínálat (kulturális, természeti értékekre épülve). A turizmus számottevő mértékben járul hozzá a hazánkról alkotott kedvező összkép kialakításához.*
3. *Elérhetőség és széles körű hozzáférés (Magyarország könnyen bejárható, akadálymentes, kinyílik a turisták előtt.).*
4. *Innovatív megoldások (szolgáltatásokban, üzleti modellek, intelligens újraértelmezés).*
5. *Erős turisztikai országmárka: Magyarország az ország természeti adottságain és történelmi, kulturális örökségén alapuló erős turisztikai márkával rendelkezik, amelynek köszönhetően vonzó, szerethető, biztonságos és őszinte desztinációként jelenik meg külföldön és belföldön egyaránt.*
6. *Vonzó karrier.*
7. *Közösségeink és értékeink védelme.*
8. *A hazaszeretet táplálása. (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017). ”*

Az NTS2030-ban megfogalmazott misszió újszerű, más aspektusba helyezi a hazai turizmust a korábban megszokottakhoz.

„Misszió

*A turizmusban és vendéglátásban dolgozók feladata „**elmesélni Magyarország történetét, és a turizmus fejlesztésén keresztül biztosítani az ország gyarapodását.** (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017)”*

Az NTS2030-ban 8 pillér mentén fogalmazzák meg a következő évek feladatait.

„A Stratégia pillérei

- A. A Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program: desztinációs logikán alapuló termék- és attrakciófejlesztés, alapinfrastruktúra-fejlesztés*
- B. Stratégiai márkakommunikáció, célzott marketingkommunikációs kampányaktivitás és értékesítés*
- C. Elhivatott szakemberek, visszahívó vendégszeretet*
- D. Megbízható adatok, mérhető teljesítmény*
- E. Transzparens, kiszámítható szabályozás és ösztönzés*
- F. Iránymutatás és együttműködés*
- G. Identitás és kötődés*
- H. A Stratégia célrendszerét emellett horizontális beavatkozási területek teszik teljessé. (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017) ” – 1. ábra*

1. ábra: A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia célterületei

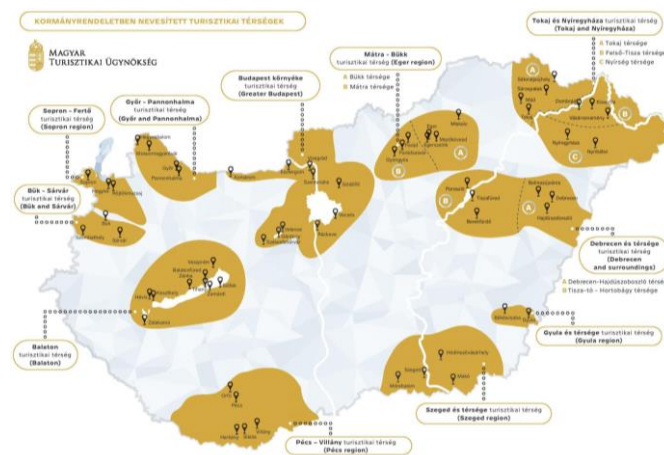


Forrás: (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2017)

A COVID-19 krízisre egyik válaszként a Magyar Turisztikai Ügynökség a 2017-ben Kormány által elfogadott Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia átdolgozásába kezdett a szakmai szervek bevonásával. 2020. szeptember végén a Kormány elfogadta és kihirdette a 11 új turisztikai térséget, mely a korábbi 5 turisztikai fejlesztési térséget is magába foglalja, de már nem turisztikai fejlesztési térségként lettek nevesítve.

A térségek kijelölésével célként fogalmazták meg a turisztikai feladatok hatékonyabbá tételét, a marketing kommunikáció erősítését, mindezt a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 céljai mentén (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020). – **2. ábra**

2. ábra: 11 új turisztikai térség



Forrás: (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020)

A Kormány az alábbi turisztikai térségeket jelölte ki 2020. szeptemberén:

1. „Balaton turisztikai térség (angolul: Balaton)
2. Sopron-Fertő turisztikai térség (angolul: Sopron region)
3. Bük-Sárvár turisztikai térség (angolul: Bük and Sárvár)
4. Tokaj és Nyíregyháza turisztikai térség (angolul: Tokaj and Nyíregyháza)
5. Mátra-Bükk turisztikai térség (angolul: Eger region)
6. **Gyula és térsége turisztikai térség (angolul: Gyula region)**
7. Győr-Pannónhalma turisztikai térség (angolul: Győr and Pannonhalma)
8. Szeged és térsége turisztikai térség (angolul: Szeged region)
9. Pécs-Villány turisztikai térség (angolul: Pécs region)
10. Debrecen és térsége turisztikai térség (angolul: Debrecen and surroundings)
11. Budapest környéke turisztikai térség (angolul: Greater Budapest) (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020)”

A térségek kijelölésénél fontos szempont a hazai és a nemzetközi értékesíthetőség lehetőségei. Az új szemléletmód: a térségben, desztinációban gondolkodás és fejlesztés mellett, a vírus hatására, nagyobb fókusz került az értékesítésre és a marketingre (imázs, márka, arculat, piaci pozíció, értékesíthetőség), mind belföldön, mind külföldön. A következő évek feladatai közé tartozik a szolgáltatási csomagok kialakítása, a fogadóterületek versenyképességének javítása, melyhez 4 milliárd Ft-os pályázati forrást is biztosít az MTÜ. Elkészülnek a térségek stratégiái, beleértve a térségek imázsának, arculatának, márkájának kialakítását, piaci pozíciójának meghatározását. A térségi hálózatosodás mentén új működési modellel állnak fel a térségi TDMSZ-ek (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020).

Az **Alföld Slow Egyesület** szempontjából a lényeg, hogy a kimaradó települések számára mit ajánl az MTÜ:

„Azon települések, valamint mikrorégiók, amelyek nem képezik részét a lehatárolt turisztikai térségeknek, természetesen továbbra is együttműködhetnek, sőt feladatuk is, hogy a közelükben található turisztikai térségekkel szoros kapcsolatot alakítsanak ki, a hálózatosodás jegyében. Azok a települések, amelyek turisztikai célpontnak tekinthetők, de nem részei turisztikai térségnek, a jövőben sem fognak kikerülni a Magyar Turisztikai Ügynökség látóköréből. Vonzerőiket önálló, pontszerű attrakcióként vagy a legközelebb eső turisztikai térségből könnyen elérhető célpontként tartjuk számon és ajánljuk a turisták figyelmébe (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2020)”.

Az **Alföld Slow Egyesület** számára a fenti idézetben aláhúzott rész az, ami fő irányvonalat jelent a jövőre nézve.

2021. májusára elkészült a Turizmus 2.0 Stratégia. A legfontosabb részei itt is szó szerint kerülnek bemutatásra, azt követően egy táblázatban az, hogy az Alföld Slow Egyesület hogyan tud ebben részt venni, kapcsolódni az irányvonalakhoz, horizontális elvekhez.

„A Stratégia 12 irányvonal mentén épül fel, amelyek egyrészt a helyzetelemzésben felfedett igények kielégítésére és hiányosságok pótlására szolgálnak, másrészt az NTS2030 által megjelölt és továbbra is prioritásként kezelt irányokból építkeznek.

1. **Desztinációs-termék kialakítása:** *A desztináció-alapú szemlélet a Turizmus 2.0-ban is megmarad és megerősödik. Az NTS2030-ban nevesített öt kiemelt turisztikai fejlesztési térség elsősorban fejlesztési és beruházási céllal került lehatárolásra, tekintve, hogy a turizmus akkori fejlettségi szintjén ez a megközelítés volt indokolt. A Turizmus 2.0 keretében a kiemelt turisztikai fejlesztési térségeket váltja az ezeket is magukban*

foglaló 11 turisztikai térség és a főváros. Itt a már megtörtént vagy folyamatban lévő fejlesztésekre alapozva az **egységes desztinációs márka kialakítása**, a desztináció mint turisztikai termék egységes menedzselése kiemelt feladat. Az egyes térségek esetében azonosításra kerültek azok a kitörési pontok, amelyek mentén növelhető a turisztikai vonzerő.

2. **Célzott értékesítés és marketing:** A Stratégia egyik meghatározó alapvetése, hogy a versenyben való helytálláshoz elengedhetetlen megismerni a turistákat, az ő jellemzőiket, preferenciáikat, döntési folyamataikat. A megismerést követően a kialakult célszegmensek érték alapon megcélozhatók, hiszen a költési szokásaik alapján ismert, hogy milyen érték-potenciált képvisel egy-egy szegmens. A marketingtevékenység ezáltal sokkal célzottabbá válhat, az általános országimázs kampányok mellett felértékelődnek a személyre szabott üzenetek és csatornák. A célzott marketingkommunikáció összeköti az egyes desztinációk értékajánlatát a látogatók igényeivel, így az értékesítés hatékonyabbá válhat.
3. **Látogatóközpontú fejlesztések:** A fejlesztési irányvonalak két szinten kerülnek meghatározásra: alapul véve az NTS2030-ban már lefektetett alapelveket, és kiegészítve azokat egy új, fókuszált, kereslet alapú megközelítéssel, amelyben a fejlesztések fő fókuszpontjai a turisztikai térségek. A kereslet alapú megközelítés keretein belül a kisebb, elsősorban a minőségi színvonal javítását célzó fejlesztések a megerősödött értékesítési tevékenységet támogatják.
4. **Digitálisan fejlett ágazat:** A Stratégia egyik alapelve mentén az ágazat átfogó digitális transzformációjára van szükség. A digitalizáció elősegíti a hatékonyabb működést, a jobban informált, adatalapú döntéseket, valamint tovább javítja a turisták vendégélményét. A digitalizációt három szempontból érdemes erősíteni. Az ágazati szereplők digitalizálásának ösztönzésén keresztül, amely a munkafolyamatok hatékonyságát segítő digitális megoldások bevezetését jelenti. Továbbá, az ágazati digitalizáció jelenthet szintugrást is, egy olyan platform kialakítását, amely összeköt számos alkalmazást, adatbázist és ezáltal ágazati szereplőt, amely a turisztikai ügyfélút egyre több lépése mentén támogatja az élményszerzést, és egyben adatokkal gazdagítja az ágazatot. Végül, az ágazati tudás és információk széleskörű megosztása segíthet abban, hogy a jövőbeni innovációikban az ágazat szereplői egymás tudására építhessenek.
5. **Adatvezérelt ágazatirányítás:** Az ágazat nyomonkövetése és hatékony irányítása szempontjából kritikus az alágazatokat leíró és teljesítményüket bemutató adatok

alapos ismerete. Ehhez a rendelkezésre álló adatkörök bővítése szükséges – további alágazatok bevonásával (pl. vendéglátás), valamint újabb témakörök adataalapú megértésével (pl. munkaerőpiac). Emellett a kitűzött számszerű célok miatt szintén kiemelten fontos a cél-mérőszámok rendszeres és konzisztens mérése.

6. **Optimalizált irányítási modell:** A desztináció-alapú megközelítés megerősítéséhez egy olyan irányítási modellre van szükség, amely elősegíti a helyi ökoszisztémák működését. Egy új ágazatirányítási szint kerül létrehozásra, amely olyan desztinációmenedzsment-szervezetekből (DMSZ) áll, amelyek térségi végrehajtó egységei a Stratégiának, ezen belül főként a desztinációs-termék fejlesztésének felelősei. Ezen túlmenően az ökoszisztémán belül koordináló szerepet is betöltenek és egy hatékonyabb információáramlási csatornát létesítenek a központi- és a lokális szereplők között.
7. **Elhivatott, jól képzett szakemberek:** A turisztikai munkaerőpiac fejlesztésének középpontjában a képzésekkel kapcsolatos kezdeményezések állnak. Szükséges az intézményes keretek között zajló képzés szintjei közötti eloszlás optimalizálása, a gyakorlati képzés fejlesztése, az MTÜ szerepvállalása az oktatásban és a képzési tartalmak modernizálása. A vállalati képzésekben a felnőttképzést szükséges javítani a képzési tartalom fejlesztésével és a vállalatok képzésekre való ösztönzésével. Emellett növelni kell a turisztikai karrier vonzerejét, hogy ezáltal tehetséges fiatalok kerüljenek a pályára és ott is maradjanak a karrierjük során.
8. **Ágazatspecifikus finanszírozás:** A cél a turisztikai ágazatra szabott hitelalapú finanszírozási megoldások kidolgozása. Ehhez elengedhetetlen a turisztikai ágazat specifikumainak megismertetése a pénzügyi szektorral, azért, hogy a vállalkozások forráshoz juthassanak annak ellenére, hogy az ágazat finanszírozása egyelőre nem igazán vonzó a bankszektor számára. A támogatott feltételekkel rendelkezésre bocsátott hitelkonstrukciók leginkább az ágazat meghatározó többségét képviselő kis- és középvállalkozásokat támogatnák, akik a finanszírozási hiány által is a leginkább érintettek.
9. **Transzparens és kiszámítható szabályozás:** Az ágazat számára az egyik legjelentősebb nehézséget a komplex szabályozásból adódó adminisztratív terhek jelentik. Ennek enyhítése az ágazat fehérítésével egybekötve javasolt, amelyre az adatszolgáltatások összekapcsolása és újraszabályozása adna lehetőséget.
10. **Széleskörű fenntarthatóság:** Hosszú távú cél, hogy a desztinációk versenyképes fejlesztése, valamint a környezet és a helyi közösségek érdekeinek védelme között

egyensúly alakuljon ki. A fenntarthatósági szempontoknak meg kell jelenniük a desztináció szintű termékfejlesztésben. Ezt segíti elő egy, a fenntarthatósági feltételek mentén kialakítandó védjegy bevezetése, amely széles körben alkalmazható a turisztikai alágazatokban.

11. Iránymutatás és együttműködés: A stratégiai pillérhez kapcsolódó célok az ágazati szereplők együttműködésének javítását célozzák. Ennek eredményeképp világos feladat- és felelősségi körök mentén szerveződne meg a munkamegosztás az állami, önkormányzati és magán, profitorientált és nonprofit érintettek között.

12. Identitás és kötődés: A Turizmus 2.0 stratégia kiemelt jelentőséget tulajdonít annak, hogy a turizmus eszközrendszerével nemzetstratégiai célokat is támogasson. (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021)”

„A 12 stratégiai irányvonalon átívelően **négy horizontális vezérlő elvet** határoztunk meg, amelyek felölelik az eredeti NTS2030-ban meghatározott négy horizontális célt, és ki is egészítik azokat.

- 1. Keresletközpontúság:** az MTÜ átfogó célja a magyarországi turistaélmény javítása a teljes ügyfélút mentén. Ez a cél elsősorban a turisztikai szolgáltatások minőségének javításával, valamint a turizmus hozzáférhetőségének és érthetőségének szem előtt tartásával válik elérhetővé. A turisztikai szolgáltatások minőségi színvonalának emelése a Turizmus 2.0 fejlesztési irányelve, hiszen a meglévő fejlesztésekre alapozva már inkább minőségi mintsem mennyiségi hiányosságok mutatkoznak az egyes térségekben. A hozzáférhető turizmus tekintetében elsősorban a turisztikai attrakciók, szállások és vendéglátóhelyek fizikai megközelíthetősége és akadálymentessége a központi célkitűzés. Az érthető turizmus tekintetében a vezérlő elv a gyors és hatékony informálás, különös tekintettel a „zajmentességre”, valamint a többnyelvűség szempontjának figyelembevételére.
- 2. Együttműködő ökoszisztéma:** cél, hogy az ágazat szereplői, a vállalkozások, a munkavállalók, a szakmai és irányító szervezetek és nem utolsósorban a desztinációk lakossága egy együttműködő ökoszisztémaként, fenntarthatóan éljenek együtt. Ezzel a vezérlő elvvel vág egybe az NTS2030-ban szereplő „együtt-élő turizmus”, amely mind a turisták, mind pedig a helyiek életminőségének javulását, valamint a természeti erőforrások megőrzését tűzi ki átfogó célként.
- 3. Családbarát turizmus:** több generáció közös élményszerzését lehetővé tevő turisztikai attrakciók megvalósítása, a szálláshelyek, vendéglátóhelyek és a közlekedési infrastruktúra családbarát szempontoknak megfelelő fejlesztése a cél.

4. **Digitális turizmus:** a digitális megoldások kerülnek előtérbe, a turisták ügyfélútjának lépéseit modellezve és figyelembe véve. (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021)”- 3. ábra

A 2. táblázat tartalmazza az Alföld Slow Egyesület kapcsolódási pontjait a Turizmus 2.0 Stratégiához.

2. táblázat: Az Alföld Slow Egyesület és térség kapcsolódási pontja a NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégiához

Stratégiai irányvonal (I) /horizontális elv (H)	Van-e kapcsolódási pont? Igen/Nem/Részben	Kapcsolódás formája (települési szinten)
I1. Desztinációs-termék kialakítása	Igen	A térség egy sajátos termék (lassú turizmus) alapján történő együttműködés mentén alakul ki, az Alföld tájegységhez kapcsolódva, jelenleg érintve a Gyula és térsége régiót, de a jövőben várhatóan a többi alföldi régiót is. Az egységes márka: Alföld Slow brand
I2. Célzott értékesítés és marketing	Igen	Lehatárolásra kerültek a célcsoportok (lásd szegmentálás).
I3. Látogatóközpontú fejlesztések	Részben	A térségi fejlesztési forrásokra nem jogosultak településeink, de egyéb minőségi fejlesztésekre vonatkozó pályázatokra igen a településeken élő vállalkozások.
I4. Digitálisan fejlett ágazat	Részben	A saját honlap, turisztikai szereplőink digitalizálásának kapcsán. Az adatbázisokhoz való kapcsolódás mentén.
I5. Adatvezérelt ágazatirányítás	Részben	Adatszolgáltatás a turisztikai szereplők részéről
I6. Optimalizált irányítási modell	Részben	Kapcsolódás a Gyula és Békéscsaba DMSZ-hez.
I7. Elhivatott, jól képzett szakemberek	Igen	Képzések szervezése a tagtelepülésen élők számára, Turizmus Akadémia propagálása.
I8. Ágazatspecifikus finanszírozás	Részben	Tagtelepülések vállalkozásait érintő hitelkonstrukciók.
I9. Transzparens és kiszámítható szabályozás	Részben	Tagtelepülések vállalkozásait érintő adatszolgáltatások,
I10. Széleskörű fenntarthatóság	Igen	A lassú turizmus is a fenntarthatósági szempontokon alapul. Saját védjegy bevezetése.
I11. Iránymutatás és együttműködés	Igen	Együttműködés a térségi, állami szervezettel.
I12. Identitás és kötődés:	Igen	A helyi identitástudat növelése a lakó- és születési hely történetének feltárásának segítése, megismeretése, megismerésén keresztül.
H1. Keresletközpontúság	Igen	Meglévő adottságaink minőségének javítása (pl. a minősítőrendszerrel). Érthető turizmus – honlap működtetése.
H2. Együttműködő ökoszisztéma	Igen	Helyi lakosság bevonása, életminőségének javítása.
H3. Családbarát szolgáltatások	Igen	A meglévő attrakciók, szálláshelyek, vendéglátóhelyek többsége családbarát, a szolgáltatások minőségének javítása fontos feladat azonban.
H4. Digitális turizmus	Igen	Témaútvonalak kialakítása, mobil applikációval.

Forrás: Saját szerkesztés NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégia alapján

3. ábra: Turizmus 2.0 Stratégia célrendszere



Forrás: (Magyar Turisztikai Ügynökség, 2021, 73.)

2.2 Turizmus 2.0 kiegészítés (2023. január 31.)

Az NTS aktualizálása több szempontból is kedvező az **Alföld Slow Egyesület** számára. A következő néhány részlet a Stratégiából többnyire szó szerinti idézet lesz, egyfajta rövidített változat, amely egyrészt a jelenlegi helyzetet mutatja be, másrészt a Stratégia megfogalmazza, hogy keretként szolgál minden más turisztikai stratégiához, így az Alföld Slow Egyesület stratégiájához is, azaz megmutatja a következő évek irányait.

2.2.1 Bevezetés

*„A kihívásokra reagálva szükséges a fenntarthatósági szempontok előtérbe helyezése, a környezeti – gazdasági – társadalmi fenntarthatóság gondolatának fókuszba állítása. Nem csak az energiagazdálkodás és a környezet védelme hangsúlyosabb, hanem **a helyi termékek, szolgáltatások és a lokális gazdaság is, a turisztikai térségek hatékonyabb piacra vitele.***

...

*Jelen dokumentumban a világgazdaságban bekövetkezett 2022. évi folyamatokra reagálva a Magyar Turisztikai Ügynökség bemutatja a hazai turizmus aktuális helyzetét, **feltárja a legfontosabb folyamatokat, melyek a turisztikai ágazatra jelentős hatással vannak és meg kívánja erősíteni azokat a stratégiai irányvonalakat, melyek a következő időszakban prioritássá válnak.** (MTÜ, 2023, 5)”*

...

2.2.2 Előzmények

NTS2030

*„Az NTS2030 két vezérmotívuma a **desztinációs logikán alapuló termék- és attrakciófejlesztés, az ehhez kapcsolódó alapinfrastruktúra-fejlesztés és marketingkommunikáció, valamint a korábban széttagolt turizmusirányítást felváltó, domináns állami szerep az ágazatban.** A korábbi turizmusfejlesztési megközelítést megváltoztatva az NTS2030 hazánk turisztikai potenciáljának növelését a szinergikus hatások maximalizálása érdekében desztinációs alapra helyezi.*

*A célrendszer hét pillére különböző stratégiai célokon alapul, melyek közül kiemelendők a fejlesztések, melyek a **Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program** keretében valósulnak meg.*

Öt horizontális cél fogja át az NTS2030-at, amelyeknek valamennyi turisztikai fejlesztés esetében érvényesülniük kell. A horizontális logikához tartozik az attrakciók és az alapinfrastruktúra családbarát jellege, kialakítása, valamint ehhez a szinthez tartozik a fenntartható turizmus elveinek érvényesítése is, ezen belül a klíma- és környezettudatos fejlesztések megvalósítása.

*Kiemelt szerepet kap a **környezet terhelhetőségének figyelembevétele**, illetve a megújuló energiaforrások alkalmazása a turisztikai fejlesztések vonatkozásában minden olyan esetben, ahol ez nem veszélyezteti a kulturális és környezeti értékek megőrzését, hozzájárulva ezzel a „zöld” turizmus, mint szemléletmód megvalósításához.*

*A **turizmus társadalmi fenntarthatóságának** érvényesítése érdekében minden esetben vizsgálni szükséges a fejlesztések és a megnövekedett forgalom hatását a helyi közösségek életére. Ezzel párhuzamosan egyre inkább felértékelődik **a turizmuson belül a helyi-, szezonális-, organikus-, fair trade termékek felhasználása, fogyasztásának ösztönzése.***

*Kiemelten fontos az is, hogy a **képzési kínálat** igazodjon az adott desztináció megújuló profiljához. Ez nemcsak a turisztikai fejlesztések fenntartható, magas minőségű működtetése miatt indokolt, hanem **helyi gazdaságfejlesztési, foglalkoztatási hatást is jelent egyben, azaz segíti a desztinációk népességmegtartó képességének javítását.***

*A közlekedési fejlesztések kapcsán is szükséges minden esetben a fizikai és infokommunikációs akadálymentesítés és a családbarát szempontok maradéktalan érvényesítése, emellett a **környezetileg fenntartható közlekedési módok- (gyalogos, kerékpáros, közösségi közlekedés) és járművek preferálása, kombinált utazási módok ösztönzése, az egyéni és közösségi közlekedés hatékony összekapcsolása, az e-mobilitás növelése.***

*A természetközeli élőhelyek megőrzése és fenntarthatósága az együttélés harmadik, az előbbi kettővel azonos fontosságú eleme. Ide tartozik továbbá a városi ökoszisztéma szempontjából jelentős elemek, pl. **városi parkok, zöldfelületek védelme** is, amelyek a városi klímára is hatással vannak.*

*Mindezen projektek **pénzügyi fenntarthatósága** a fejlesztések egyik legkritikusabb eleme. Ezért a fejlesztések tervezése és megvalósítása során a fenntarthatósággal, hosszú távú gazdaságos üzemeltetéssel kapcsolatos szempontok a jövőben maradéktalanul kell, hogy érvényesüljenek.*

...

***Fontos cél a hálózatosság:** az egységes térségi logika érvényesítése révén a fejlesztések olyan desztinációkban koncentrálnak, amelyek jelenleg is jelentős turisztikai teljesítményt*

mutatnak fel, vagy a jelenleg kiaknázatlan turisztikai potenciáljuk fejlesztésével vonzó célponttá tehetők.

*A **desztináción belüli fejlesztés** a desztináció élménykínálatának teljessé tételét, minőségi javítását kell, hogy szolgálja, a desztináció márkaprofiljához illeszkedően.*

*Az NTS2030 céljainak elérését szolgáló eszközrendszer fejlesztési része a A-pillért jelentő, hazai forrásból támogatott **Kisfaludy Turisztikai Fejlesztési Program**, melyet az európai uniós társfinanszírozással a **Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program (GINOP)**, a **Terület- és Településfejlesztési Operatív Program (TOP)** és a **Versenyképes Közép-Magyarország Operatív Program (VEKOP)** keretében megvalósuló egyes fejlesztések egészítik ki.*

*A stratégiában foglaltak mentén elkészült fejlesztések megvalósítását követően a cél az új **termékek, attrakciók eredményes piacra vitele és fenntartható módon történő működtetése.** (MTÜ, 2023, 6-7)”*

2.2.3 Turizmus 2.0.

A dokumentum sorvezetőül szolgál minden további alágazati vagy szegmensstratégia számára, melyeket a Stratégia keretrendszerével összhangban célszerű kialakítani. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy a megszületett alágazati stratégiáknak és térségi fejlesztési programoknak, valamint a konkrét, egyedi projekteknek is illeszkedniük kell a célokhoz, támogatniuk kell azok megvalósulását.

...

A vendéglátás, egészségturizmus, MICE-szegmens, valamint a vallásturizmus jelennek meg külön fejezetben is kidolgozott alágazati stratégiaként. (MTÜ, 2023, 7)”

2.2.4 Jelenlegi helyzet bemutatása

Nemzetközi helyzet

*„A **globális turistaforgalom** a 2010-es években folyamatosan, évente átlagosan 5% körül növekedett. A stabil növekedést segítette a konjunktúra, mely világszerte támogatta a kereslet megerősödését. Az évtizedben egyre szélesebb kör számára vált elérhetővé az utazás, köszönhetően többek között az új utazásfoglalási platformok elterjedésének, valamint a fapados légitársaságok térnyerésének.*

*A **koronavírus-járvány** kitörése a globális turizmus egy évtizedes növekedését szakította meg mindössze néhány hét leforgása alatt. A koronavírus-járvány megjelenésével és a bizonytalan*

egészségügyi helyzet hatására jelentősen csökkent az utazási hajlandóság. A világjárvány terjedésének visszaszorítása érdekében bevezetett határzárak és utazási korlátozások korábban soha nem tapasztalt válságba taszították a turisztikai ágazatot.

A világjárvány kitörésének hatására a **nemzetközi turistaérkezések drasztikusan visszaestek, számuk 2020-ban 72%-kal maradt el a 2019 évitől.** Az UNWTO adatai szerint 2020-hoz viszonyítva 11%-kal nőtt a globális turistaérkezések száma 2021-ben. **Európában a világtágnál gyorsabb visszarendeződés tapasztalható.** A nemzetközi turistaérkezések száma 26%-kal nőtt 2020-hoz viszonyítva, azonban még mindig 59%-kal elmaradt a 2019-es értéktől. A kereslet növekedésében meghatározó szerepe volt a fogyasztók körében tapasztalt utazás iránti bizalom növekedésének, az oltási programok előrehaladásának, az utazási korlátozások felszámolásának és az Európai Unióban bevezetett uniós digitális Covid-igazolványnak.

A **globális turizmusban** a nemzetközi vendégérkezéseket tekintve folyamatos növekedést tapasztalhattunk a világjárvány kitöréséig. **2019-ben** csaknem 1 500 millió fő utazott világszerte. **2020-ban** ez az érték közel $\frac{3}{4}$ -ével esett vissza (410 millió). 2021-ben némiképp javult az eredmény, globálisan 455 millió turistaérkezést realizáltak, ami 2019- hez képest 69%-kal volt alacsonyabb.

Az előzetes adatok szerint **2022-ben 917 millió vendégérkezést** regisztráltak globálisan, amely még mindig 37%-kal alacsonyabb, mint a 2019-es évi, de a felépülés folyamatos és számottevő: 2021 ugyanezen időszakához képest 102%-os a növekedés. A visszaépülés Európában volt az egyik leggyorsabb, 2022 januártól decemberig 585 millió vendégérkezéssel a járvány előtti szint közel 80%-át sikerült elérni.

...

Az emberek utazási szokásai megváltoztak, inkább közeli desztinációkat kerestek fel, amit a be- és kiutazási korlátozások is indokoltak.

2019-ben a turizmusban dolgozók száma világszinten közel 330 millió fő volt, így a globális foglalkoztatottság egytizedét az ágazat generálta. Ez a világjárvány hatására csökkent. **2020-ban nagyjából 270 millió, 2021-ben pedig csaknem 290 millió embert foglalkoztattak turisztikai területen, így a globális foglalkoztatottság közel egy tizedét ismét az ágazat adta.**

A WTTC elemzése szerint a turisztikai ágazat összesen **9 630 milliárd USD-vel járult hozzá a globális GDP-hez 2019-ben, ami 10,3%-os arányt jelent.** Egy évvel később csaknem felére csökkent a GDP-hez való hozzájárulás (4 800 milliárd USD), ami 5,3%-ot tett ki. **2021-ben már megfigyelhető volt a javulás, a GDP 6,1%-a, vagyis több, mint 5 800 milliárd USD származott a szektorból.** A nemzetközi forgalom növekedés pozitív üzenete mellett figyelemmel

kell lenni a növekvő utazási költségek és szállásdíjak vagy korlátozások miatt megjelenő bizonytalanságra is. (MTÜ, 2023, 12-13)”

...

Orosz-ukrán konfliktus hatásai

„A háború hatására elmaradtak az orosz és ukrán turisták, korlátozták egyes légitársaságok mozgását, illetve az orosz légtér használatát. Az élelmiszer- és üzemanyagárak növekedése, az egyre mélyebben kibontakozó energiaválság keresleti oldalon a diszkrecionális jövedelmek visszaesését okozta. Az utazók bizalma tovább csökkent, különösen az Európán túli, távoli piacokon.

A pandémia és az orosz-ukrán konfliktus a turizmus kínálati oldalát is jelentősen visszavetette. Az energiaválság a koronavírus járvány idején meggyengült összes turisztikai attrakciót, szolgáltatót érinti, az utazók bezárásokkal, csökkentett szolgáltatási kínálattal szembesülnek. Az energiaválság következtében rövidtávon a legfontosabb cél a turizmus-vendéglátásban működő vállalkozások életben tartása és a munkahelyek megmentése, a szakemberek pályán tartása. (MTÜ, 2023, 13)”

2.2.5 Magyar turisztikai ágazat teljesítménye

„A hazai turisztikai ágazat növekedése dinamikus volt, az EU-s átlagot meghaladó mértékben bővült a 2010-es években. A szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 2019-ben elérte a 41,6 millió éjszakát. A vendégéjszakák száma 2020-ban csaknem a felére, 22,9 millió éjszakára csökkent. A belföldi vendégéjszakák száma a 2019. évi 83%-át, a külföldi vendégéjszakák száma a 2019. évi 27%-át érte el. 2021-ben elkezdődött a visszaépülés. Éves szinten a vendégéjszakák száma ismét megközelítette a 30 milliót (28,8 millió).

*A regenerálásban a **belföldi forgalom** erősödésének volt kiemelkedő szerepe, ugyanis a belföldi vendégéjszakaszám tekintetében a 2019-es szinthez képest csaknem teljes visszaépülés volt tapasztalható. 2021-ben a szálláshelyek teljes vendégforgalmában 26%-os volt a növekedés az előző évhez, és 31%-os volt az elmaradás 2019-hez képest. 2022-ben összesen 39,7 millió vendégéjszakát regisztráltak Magyarországon a szálláshelyek, amely csupán 5%-kal alacsonyabb, mint volt 2019-ben. A belföldi vendégek 22,5 millió (+8% 2019. évhez képest), a külföldi turisták pedig 17,2 millió (-17% 2019-hez képest) vendégéjszakával járultak hozzá az eredményekhez.*

A turisztikai költségek a világjárványig erősen pozitív trendet követték, míg 2017-ben a KSH adatai szerint 2 300 milliárd forint volt az összes turisztikai költség Magyarországon, addig 2019-ben 24%-kal több, csaknem 2 900 milliárd forint. Természetesen a járvány miatti korlátozások és az elmaradó külföldi turisták hatalmas kiesést okoztak, így 2020-ban felére, 1 400 milliárd forintra esett vissza ez az összeg. 2021-ben a járványügyi intézkedések enyhítésének következtében a Magyarországon realizált turisztikai költség 30%-kal nőtt, ezzel 1 800 milliárd forintnyi bevételt hozva az ágazatnak.

A turizmusban dolgozók száma 2017-től több mint 410 000 főt tett ki, ami egészen a világjárvány kitöréséig növekedett. 2019-ben 421 000 volt a turisztikai ágazatokban foglalkoztatottak száma, ami 2021-re 384 000-re mérséklődött. Az elmúlt évben, köszönhetően a turizmus fokozatos visszaépülésének, előzetes becslések szerint a foglalkoztatottak száma ismét 400 000 fölé emelkedhet.

Magyarországon a turizmus GDP-hez való hozzájárulása jelentős. 2019-ben az összes bruttó hazai termék 13,2%-a származott turizmusból. A járvány következtében ez az érték 2020-ban 7,3%-ra mérséklődött, de 2021-ben számottevő javulás volt tapasztalható, mivel a turizmus 11%-kal járult hozzá a GDP-hez. Előrejelzésünk szerint 2022-ben a turizmus GDP-hez való hozzájárulása 12% lesz. (Az éves adatok az MTÜ becslésén alapulnak.) (MTÜ, 2023, 14-15)”

2.2.6 Széleskörű fenntarthatóság c. alfejezet a stratégiai irányvonalak, javasolt irányok fejezetben

„A hazai turizmusban a fenntarthatóság, mint stratégiai irányvonal érvényesüléséhez az alábbi területek jelentősen hozzájárulhatnak:

Lokalitás: *a turizmus feltételeinek megteremtésében és a kínálat folyamatos rendelkezésre állásának biztosításában kulcsfontosságú a helyi lakosság bevonása. A helyitermékek/szolgáltatások turisták részére történő értékesítése élénkíti a lokális gazdaságot, hozzájárul a munkaerő megtartásához és erősíti a helyben maradáást.*

Helyi értékek bemutatása: *a helyi értékek akár egyedi vonzerőt is jelenthetnek, autentikus bemutatásuk a helyi szereplők által hozzájárul az együtt-élő turizmus horizontális cél teljesüléséhez. A turista kapcsolatba kerül a helyiekkel, megismeri a helyi gazdaság*

autentikus értékeit és termékeit, ezáltal javul a helyiek életminősége, a turizmus révén erősödik a helyi identitás, a helyi közösségek összetartó ereje, a helyi gazdaság teljesítménye.

Természeti értékek és erőforrások megőrzése: sok esetben maguk a természeti környezet értékei jelentik egy desztináció vonzerejét, így különös figyelemmel kell lenni azok megőrzésére, melyben mind a helyi lakosságnak, mind a turistáknak szerepet kell vállalni. A természeti vonzerők megóvására kiemelt hangsúlyt kell fektetni. A klímaváltozás, a fokozott terület használatjelentős hatással bír a természeti értékekre, kiemelten élővizeinkre.

Energiahatékonyság: már a Stratégia egészségturizmus alágazati stratégiája is felhívta a figyelmet az energiahatékonysági szempontok érvényesítésének fontosságára. A dokumentumban rögzítésre került, hogy a fürdők esetében jelentős infrastrukturális fejlesztések szükségesek, mind modernizálás, mind energiahatékonyság szempontjából. A fejlesztések révén a költséghatékonyság, szolgáltatás-minőség és környezeti fenntarthatóság egyidejű javítása szükséges. A 2022-es energiaválság alátámasztotta, hogy kiemelt jelentőséggel bír a szektor energiaellátásának drasztikus zöldítése.

Zöld készségek a turizmus szektorban: az ágazati szereplők tudásának bővítése és a fenntarthatósági szempontok gyakorlatban történő megjelenésének ösztönzése szükséges.

Ökoturizmus: a fenntartható turizmus alapelveinek érvényesülése az ökoturizmusban meghatározó, melynek szerepe a változó világgazdasági folyamatoknak köszönhetően egyre inkább felértékelődik. Ehhez kapcsolódóan figyelembe kell venni, hogy a látogatóközpontúság érvényesítése vegye figyelembe a környezet terhelhetőségének, a környezeti és társadalmi fenntarthatóság szempontjait.

Fenntarthatósági szempontok a minősítésben: a fenntarthatósági szempontok érvényesítésének egyik eszköze annak a minősítési rendszerekbe történő integrálása. Fontos, hogy a már meglévő, illetve a kialakításra kerülő turisztikai minősítési rendszerekben kiemelten kerüljenek vizsgálatra a fenntarthatósági szempontok (pl. kötelező szálláshely minősítés, attrakció minősítés). Javasolt a „zöld turizmus” védjegy bevezetése, melynek célja, hogy fémjelezze a fenntartható turisztikai szolgáltatásokat, kiemelve a helyi minőséget és előtérbe helyezze a hazai turizmus fenntarthatóságban élenjáró szereplőit. A fenntarthatósági

védjegy mielőbbi bevezetése elősegíti a fenntarthatóság stratégiai irányvonal gyakorlati megvalósítását. (MTÜ, 2023, 32-33)”

Az **Alföld Slow Egyesület** kapcsolódásai a fenti irányvonalakhoz az alábbi táblázatban található.

3. táblázat: Az Alföld Slow Egyesület és térség kapcsolódási pontja a NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégia kiegészítéséhez

Széleskörű fenntarthatóság	Van-e kapcsolódási pont? Igen/Nem/Részben	Kapcsolódás formája (települési szinten)
<i>Lokalitás</i>	Igen	A térség egy sajátos termék (lassú turizmus) alapján történő együttműködés mentén alakul ki, az Alföld tájegységhez kapcsolódva, amelynek elsődleges jellemzője a lokalitás.
<i>Helyi értékek bemutatása</i>	Igen	Az Egyesület célként tűzte ki a helyi értékek megőrzését, bemutatását.
<i>Természeti értékek és erőforrások megőrzése</i>	Igen	A sajátos alföldi táj értékeinek megőrzése: a puszta, a kunhalmok, a gyógyforrások, tavak, folyók, mint védett és védendő értékek, és attrakciók kiemelt szerepet kaptak az Egyesület céljai között
<i>Energiahatékonyság</i>	Részben	Az Alföldön a geotermikus és a napenergia kihasználása, további fejlesztések végrehajtása lehetséges.
<i>Zöld készségek a turizmus szektorban</i>	Igen	A tudásbővítésben a tagegyetemek segítségével tud az egyesület bővebben részt vállalni.
<i>Ökoturizmus</i>	Igen	A környezeti terhelés a felfedezetlen területeken lehet veszélyes, erre kiemelt figyelmet kell fordítani.
<i>Fenntarthatósági szempontok a minősítésben</i>	Igen	Az Alföld Slow ajánlásával minősítési rendszerben megjelennek a fenntarthatósági szempontok.

Forrás: Saját szerkesztés NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégia kiegészítése alapján

2.3 Az alföldi vármegyék vendégéjszaka adatai 2022-ben (KSH)

„Bács-Kiskun vármegye kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőháztelpeken, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 523 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 29%-kal meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.

A vendégéjszakák többségét (héttizedét) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 16%-kal nőtt. A külföldi vendég-éjszakák száma 1,7-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül a Németországból érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát, őket a Romániából és az Ukrajnából érkezők követték.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 15%-kal meghaladta az előző év azonos időszakit. A belföldi és a külföldi vendégek forgalma is nőtt (6,3, illetve 39%-kal), előbbi ellentétes volt az országos folyamattal. (KSH, 2023)”

„**Békés vármegye** kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőközpontokon, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 639 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 32%-kal meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.

A vendégéjszakák többségét (85%-át) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 25%-kal nőtt. A külföldi vendégéjszakák száma 2,0-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül a Romániából érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 6,6%-kal meghaladta az előző év azonos időszakit. Az országos folyamatokhoz hasonlóan a belföldi vendégforgalom csökkent (1,2%-kal), a külföldi vendégforgalom nőtt (63%-kal). (KSH, 2023)”

„**Csongrád-Csanád vármegye** kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőközpontokon, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 692 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 38%-kal meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.

A vendégéjszakák többségét (több mint hattizedét) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 17%-kal nőtt. A külföldi vendégéjszakák száma 1,9-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül a Németországból érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát, őket a Romániából és a Szerbiából érkezők követték.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 9,9%-kal meghaladta az előző év azonos időszakit. Az országos folyamatokhoz hasonlóan a belföldi vendégforgalom csökkent (9,3%-kal), a külföldi vendégforgalom nőtt (53%-kal). (KSH, 2023)”

„**Hajdú-Bihar vármegye** kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőközpontokon, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 1 millió 333 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 37%-kal

meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.

A vendégéjszakák többségét (több mint hattizedét) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 17%-kal nőtt. A külföldivendég-éjszakák száma 1,9-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül a Romániából érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát, őket a Lengyelországból érkezők követték.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 3,5%-kal meghaladta az előző év azonos időszakit. Az országos folyamatokhoz hasonlóan a belföldivendég-forgalom csökkent (8,5%-kal), a külföldivendég-forgalom nőtt (32%-kal). (KSH, 2023)”

*„**Jász-Nagykun-Szolnok vármegye** kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőháztelepeken, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 503 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 24%-kal meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.*

A vendégéjszakák többségét (több mint nyolctizedét) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 19%-kal nőtt. A külföldivendég-éjszakák száma 1,5-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül a Lengyelországból érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát, őket a Németországból és a Romániából érkezők követték.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 9,8%-kal meghaladta az előző év azonos időszakit. A belföldi és a külföldi vendégek forgalma is nőtt (6,2, illetve 33%-kal), előbbi ellentétes volt az országos folyamattal. (KSH, 2023)”

*„**Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye** kereskedelmi szálláshelyein (szállodákban, panziókban, kempingekben, üdülőháztelepeken, közösségi szálláshelyeken) 2022-ben 488 ezer vendégéjszakát töltöttek a vendégek. A vendégéjszakában mért vendégforgalom 21%-kal meghaladta az előző évit, aminek értékére kedvezőtlenül hatottak a Covid19-járvány idején bevezetett intézkedések.*

A vendégéjszakák többségét (közel nyolctizedét) a belföldi vendégek töltötték a szálláshelyeken, ezek száma 7,9%-kal nőtt. A külföldivendég-éjszakák száma 2,1-szerese volt a 2021. évi értéknek.

A külföldi vendégek közül az Ukrajnából érkezők töltötték el a legtöbb éjszakát, őket a Romániából és a Szlovákiából érkezők követték.

2022. október–decemberben a szálláshelyeken töltött vendégéjszakák száma 11%-kal elmaradt az előző év azonos időszakától. Az országos folyamatokhoz hasonlóan a belföldivendég-forgalom csökkent (18%-kal), a külföldivendég-forgalom nőtt (31%-kal). (KSH, 2023)”

A hat alföldi vármegyében 2022-ben **összesen 4.178 ezer vendégéjszakát** töltöttek el a vendégek, amely az országos adat (39,7 millió) 10,5%-a. A belföldi vendégek arány 60%-85 % között mozog a vármegyékben.

Románia mindegyik vármegyének a fő küldőországa között van, Lengyelország Hajdú-Bihar és Jász-Nagykun-Szolnok vármegyék, Németország Bács-Kiskun és Jász-Nagykun-Szolnok vármegyék, Ukrajna Bács-Kiskun és Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegyék, Szerbia Csongrád-Csanád vármegye és Szlovákia pedig Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye küldőországa.

3 SWOT-analízis

Az Alföld Slow Egyesület és az alföldi vármegyék további települései kapcsán az együttműködésére vonatkozó erősségek (S), gyengeségek (W), lehetőségek (O) és veszélyek (T) kerültek meghatározásra a **4. táblázatban**.

4. táblázat: az Alföld Slow SWOT-analízise

Erősségek	Gyengeségek
<p>Együttműködést a települések polgármesterei hozták létre Helyi értékekre épülő turisztikai kínálat szinte minden településen Felfedezetlen értékek Nem sztenderdizált a turisztikai kínálat a településeken (lassú turizmus alapja) Sokszínű a turisztikai kínálat Turisztikai potenciállal rendelkező tagok A tagságban van két turisztikai np. kft. és két egyetem is. Aktív részvétel a települések vezetői részéről az együttműködésben Kastélyok, kastélykertek (részben felújítva) Tájházak, helytörténeti gyűjtemények Horgásztavak Nemzetiségek (magyar, német, román, szlovák, roma) Kreatív szakemberek, településvezetők Bevezetett rendezvények Szállásfejlesztések az elmúlt években Helyi piacfejlesztések az elmúlt években Működő honlap, közösségi oldal M44 meglévő szakasza (Békéscsabáig) Folyamatos útfejlesztések Közös tevékenységek (marketing)</p>	<p>Viszonylag új együttműködés Felújításra váró kastélyok, kúriák Helyi marketing szemlélet hiányos Szakemberhiány, és forráshiány a szakemberek finanszírozására Alacsony a turisztikai költség a településeken Turisztikai szolgáltatások eloszlása egyenetlen Egyenetlen minőség a szolgáltatásokban Szálláshelyek hiánya Alacsony tartózkodási idő Kevés vendég- és vendégéjszaka a településeken Egységes imázs még nem alakult ki Megközelíthetőség sok esetben kritikus Hiányosan kiépített turizmus Nem aktív településmarketing</p>
Lehetőségek	Veszélyek
<p>NTS 2030 elveinek figyelembevételével történő fejlesztési szemlélet Lassú turizmus, mint új turisztikai termék Új célcsoportok elérése (lassú turizmus) Lassú mozgalmakhoz csatlakozás, együttműködés itthon és külföldön is Pályázati források önállóan és közösen. M44 Békéscsaba (2020/2021) Virágos Magyarország Program Kedvező, napsütéses klíma Mezőgazdaság Manufaktúrák Biztonság iránti igény nő (élet-, vagyon-) Uniós tagság Egészség- és környezettudatosság erősödése Szenior turizmus</p>	<p>Covid-19 Gazdasági válság Globális felmelegedés hatásai (hőség heteken keresztül) Természeti katasztrófák (tavak kiszáradása, aszály, jégeső). Nemzetközi terrorizmus terjedése Migráció erősödése (főként a határmenti települések érintettek) Befektetők hiánya Versenytársak megjelenése itthon és külföldön Globalizáció hatása Szakemberhiány a turizmusban és a vendéglátásban Orosz-ukrán válság Energiaválság</p>

Forrás: Saját szerkesztés, 2020-2021.

4 Az Alföld Slow Egyesület

4.1 Az Alföld Slow Egyesület bemutatása

Az Alföld Slow Egyesület 2018-ban alakult, jelenleg 19 Békés vármegyei település érintett az együttműködésben: Almáskamarás, Békéssámson, Biharugra, Csabaszabadi, Csanádapáca, Csorvás, Dobox, Ecsegfalva, Elek, Gádoros, Gyula, Kétegyháza, Kondoros, Kunágota, Lőkösháza, Magyardombegyház, Nagykamarás, Sarkad, Újkígyós.

Az Egyesület célja a lassú mozgalmak, az ezen elveken alapuló együttműködés megteremtése elsődlegesen az alföldi vármegyékben.

Elnöke: Szebellédi Zoltán, a Békés Vármegyei Önkormányzat alelnöke

Elnökségi tagok: Szűcsné Gergely Györgyi, Lőkösháza község polgármestere és Szőke Tünde Mónika turisztikai szakértő

Elérhetőségek:

Székhely: 5661 Újkígyós, Kossuth L. u. 41.

Email: alfoldslow@gmail.com

Telefonszám: +36 30 628 88 83

Honlap: www.alfoldslow.hu

Az angol slow szó jelentése lassú, komótos.

A slow (lassú) mozgalmak már az 1980-as években utat törtek, először a slow food (komótos étkezés) jelent meg 1986-ban Olaszországban, ezt követte a citta slow (élhető város) mozgalom megjelenése, szintén Olaszországban. Az élhető város mozgalom az 50 ezer alatti lakosságszámú városokat célozza, szigorú feltételekhez kötött, 72 kritérium felét kell teljesíteni a városnak. Jelenleg 33 országban 287 tagja van, Magyarországon csak Hódmezővásárhely.

A lassú turizmus nem alternatív turizmus, hanem ellenpólus a gyors tömegturizmushoz képest, a lassú mozgalmakból ered.

A Turizmus Bulletin tudományos szakfolyóirat 2014. évi 1. számában jelent meg Pécsek Brigitta tanulmánya Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése címmel.

A lassú turizmus modellje 4 alappillérén nyugszik a szerző szerint:

1. **„Lokalitás:** helyi gasztronómia, helyi vállalkozások, helyi munkaerő, helyi kultúra.
2. **Élményközpontúság:** nem sztenderdizált kínálat, szelektív attrakciók, aktív tevékenységek, közös élmények.
3. **Fenntarthatóság:** rentabilitás, minimális profitkiáramlás, környezetbarát beruházások, kis ökológiai lábnyom, hosszabb tartózkodási idő.
4. **Társadalmi jóllét:** konszenzusos döntéshozatal, népességmegtartás, növekvő jóllét, közösségi kohézió (Pécsek, 2014).”

Ezen mozgalmakat megismerve, és felismerve benne a lehetőséget a térség fejlesztésére, Szebellédi Zoltán, Újkígyós város akkori polgármesterének kezdeményezésére Almáskamarás, Csabaszabadi, Csorvás, Doboz, Kétegyháza, Kondoros, Kunágota, Lőkösháza, Újkígyós települések polgármesterei, a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. vezetője, valamint a Budapesti Metropolitan Egyetem elhatározta, hogy megalapítja az Alföld Slow Egyesületet 2018-ban.

Problémák és lehetőségek, amire választ kívánunk adni, és amit ki kívánunk használni:

1. **Folyamatosan csökkenő lakosságszám** az Alföldön.
2. **A magas munkanélküliség.**
3. **Helyi vállalkozások életben tartása, helyi értékek megőrzése.**
4. Turizmus szempontjából **Gyula** a Dél-Alföld zászlóshajója, mind kereskedelmi, mind egyéb szálláshelyek tekintetében. Az alföldi térségben 3 kijelölt turisztikai térség van: Gyula-Békéscsaba, Szeged és térsége, Debrecen és térsége, valamint részben alföldi Tokaj és Nyíregyháza térsége.
5. Külön-külön a kistelepülések jelentős turisztikai forgalmat nem generálnak, de összefogással és a helyi értékek bemutatásával van lehetőség a turisták számára értéket közvetíteni. Az alföldi települések szinte mindegyikén van vagy volt kastély, kúria, vannak tájházak, kézművesek, és egyedülálló történelmi múlt például a kunhalmok tekintetében.
6. **Nemzetiségi (magyar, német, szlovák, roma és román) hagyományok ápolása a településeken.**

Az Egyesület jövőképe: A vidéki, fenntartható és önfenntartó élet értékévé válik a lakosság és a turisták körében.

Az Egyesület küldetése: Az Egyesület a lassú turizmus és a lassú szemlélet elterjedését, hazai megélését, megvalósítását tartja legfontosabb feladatának. A hazai települések körében felkelteni az érdeklődést a téma iránt, az egyes részfeladatok megvalósítása, kihangsúlyozása érdekében.

Az Alföld Slow Egyesület célja, hogy a térség turisztikai érintettjeit összefogva hatékony segítséget nyújtson a helyi értékek, helyi termékek turisztikai kínálatba történő beemeléséhez, a turisztikai infrastruktúra bővítésével, korszerűsítésével, turisztikai ismeretek átadásával hozzájáruljon a térség megtartóerejének növeléséhez, a települések élhetőségéhez és fenntarthatóságához.

Célunk ebben a felgyorsult világban a pillanatok megélése, a tudatossá válás, mind az életvitelben, mind a fogyasztásban, mely egyben az egészség alapja is. Ehhez szükséges a helyi és a hazai termelő vállalkozások támogatása, erősítése, turisztikai vállalkozások bevonása.

A témákhoz (slow food, slow city, slow tourism, fenntarthatóság, élhető település, élhető közösség, stb.) kapcsolódóan konferenciák, találkozók, oktatások szervezése fontos feladat.

Tevékenységünk célcsoportjai közvetlenül az alföldi vármegyék lakosai, közvetetten a lassú turizmus iránt érdeklődő, elsősorban középkorúak, családok tizenéves gyermekekkel, egyedülállók, a vonzóbb turisztikai potenciállal rendelkező településekre érkező turisták egy része, valamint a településeken érintett nemzetiségek (szlovák, román, német) országainak lakosai.

Feladataink:

1. Összefogás erősítése helyi és regionális szinten.
2. Konferenciák, rendezvények, programok szervezése a lassú (slow) témában.
3. Saját logóval ellátott minősítési rendszer kidolgozása.
4. Helyi szinten képzések a vállalkozások számára.
5. Marketingfeladatok ellátása a tagok számára.
6. Kiadványok készítése és terjesztése.
7. Élhető települések erősítése.
8. Helyi egyediségek, gyűjtemények, múzeumok értéktár bemutatása.
9. A települések, vállalkozások, magánszemélyek ökológiai lábnyoma csökkentésének elősegítése.

10. Tudatosságra és figyelemre nevelés.
11. Hagyományörzés, nemzeti és nemzetiségi, valamint helyi értékek gyűjtése, védelme.
12. Honlap üzemeltetése (www.alfoldslow.hu).
13. Együttműködés más slow mozgalmakkal, egyesületekkel.
14. Közös projektek létrehozása.

Tagjaink közé várjuk:

1. Azon településeket (lakosságszám kisebb, mint 50.000), amelyek vezetői elkötelezettek a fenntartható fejlődés mellett, a helyi vállalkozások erősítése mellett.
2. Azon felsőfokú képzőintézményeket, akik a jövő generációiban látják a fejlődés motorját.
3. Azon turisztikai szervezeteket, szereplőket, amelyek számára fontosak a fenntarthatóság eszméi.
4. Azon cégeket, vállalkozókat, őstermelőket, akik a helyi termékeket állítják elő, vagy használják fel működésük során.
5. Azon magánszemélyeket, akik hisznek abban, hogy élni másként is lehet.

Az első teljes év (2019) legfontosabb eredményei:

1. Elkészült egy – a tagtelepülések lakossága számára kiírt – pályázat eredményeként az Egyesület logója és szlogenje, melyet Pintér Zoltán (Újkígyós) tervezett.
2. Elkészült a honlapunk (www.alfoldslow.hu), valamint a nyílt Facebook oldal is.
3. A Budapesti Metropolitan Egyetem hallgatói tanulmányúton vettek részt a településeken, melynek eredményei a helyzetelemzésbe kerülnek.
4. Megtartottuk az I. Alföld Slow Konferenciát 2019. júniusában. Az előadások a honlapon megtekinthetőek.
5. A konferenciához készült el a kiadványunk (1000 darab), a roll-up, illetve ekkor vált élessé a honlapunk is (www.alfoldslow.hu), valamint a nyílt Facebook oldal is.

1. kép: Alföld Slow roll-up és kiadvány



Fotó: Szőke Tünde

További információk honlapunkon: www.alfoldslow.hu

Nyilvános Facebook oldal: Alföld Slow Egyesület:

<https://www.facebook.com/Alf%C3%B6ld-Slow-Egyes%C3%BClet-2321325284791568/>

A második év (2020) legfontosabb eredményei:

1. Elkészült a tagtelepülésekre vonatkozó helyzetelemzés, mely alapja lesz a 2030-ig szóló stratégiánknak, mely várhatóan 2021-ben készül el.
2. A honlap és a Facebook oldal folyamatos fejlesztése.
3. 2020. decemberében elindult a Hónap települése online programsorozat, amely keretében havonta egy-egy települést mutatunk be.
4. Kiküldésre került 100 Alföld Slow szájaszk a vármegyei polgármesterek részére.

A harmadik év (2021) legfontosabb eredményei:

1. 2021-ben folytatódott "[A hónap települése](#)" online programsorozat. További fejlesztéseket hajtottunk végre a honlapon és a Facebook közösséget is növeltük.
2. 2021. szeptemberében Gyulán megszerveztük a [2. Alföld Slow Konferenciát](#).
3. Elkészült az új kiadványunk, és egy új roll-up a konferenciára.

A negyedik év (2022) legfontosabb eredményei:

1. Tanulmányút Sopronban, és bemutatkozás a Soproni Egyetem Lámfalussy Sándor Közgazdaságtudományi Karának Ökológiai Gazdaságtan Intézete által szervezett Turizmus Klubján
2. Fertőtáj-Alpokalja Vidékfejlesztési Egyesület polgármestereinek tanulmányútja a térségünkbe, kapcsolatépítés.
3. 2022-ben folytatódott "[A hónap települése](#)" online programsorozat. További fejlesztéseket hajtottunk végre a honlapon és a Facebook közösséget is növeltük.

TAGSÁGUNK (2023. április)

Önkormányzatok:

1. Almáskamarás Község Önkormányzata
2. Békéssámson Község Önkormányzata

3. Biharugra Község Önkormányzata
4. Csabaszabadi Község Önkormányzata
5. Csanádapáca Község Önkormányzata
6. Csorvás Város Önkormányzata
7. Doboz Nagyközség Önkormányzata
8. Ecsefalva Község Önkormányzata
9. Elek Város Önkormányzata
10. Gádoros Nagyközség Önkormányzata
11. Kétegyháza Község Önkormányzata
12. Kondoros Város Önkormányzata
13. Kunágota Község Önkormányzata
14. Lőkösháza Község Önkormányzata
15. Magyardombegyház Község Önkormányzata
16. Nagykamarás Község Önkormányzata
17. Sarkad Város Önkormányzata
18. Újkígyós Város Önkormányzata

Intézmények, vállalkozások:

1. Budapesti Metropolitan Egyetem
2. Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. (Gyula Város Önkormányzatának képviseletében)
3. Petőfi Sándor Művelődési Ház és Könyvtár, Újkígyós
4. Kodolányi János Egyetem
5. Kondorosi Turisztikai Szolgáltató Nonprofit Kft.
6. Komoróczy Turisztikai Kft.

Magánszemélyek (belépés sorrendjében):

1. Szőke Tünde Mónika
2. Laurinyecz Pál
3. Szebellédi Zoltán
4. Braun Attila (lőkösházi Vásárhelyi-Bréda Kastély tulajdonos)
5. Corvus-Kora Róbert
6. Dr. Malatyinszki Szilárd

5 JÖVŐKÉP 2030-ra

2030-ra az Alföld Slow egy erős márkává vált, az összefogás helyi és regionális szinten is erőteljesebbé vált. Évente két fő rendezvényünk van, ebből az egyik az Alföld Slow konferencia, a másik egy olyan rendezvénysorozat (pl. Alföld Slow Fesztivál), amely minden települést érint, és amely több ezer vendéget hoz a vármegyékbe ebben az egy hétben.

Már jól működik a saját logóval ellátott minősítési rendszer, mind a szálláshelyek, mind a vendéglátóhelyek, attrakciók esetében, a szolgáltatók büszkén hirdetik, hogy az Alföld Slow brandhez tartoznak, melyet erősít az Alföld Slow kártya használata.

A helyi vállalkozások számára turisztikai és kommunikációs képzéseket tartunk, helyi szakképző tagintézmények segítségével. A szolgáltatások működtetéséhez szakképzett, motivált alkalmazottak rendelkezésre állnak a térségben.

A tudatos és jól szervezett marketingtevékenység hatására a vendégek fejében már jól körvonalazódik, hogy mit jelent az Alföld Slow. Ehhez olyan, a turisztikai élmény fokozását célzó, **digitális innovációs projektet**, valamint **adatvezérelt desztinációmenedzsment-modellt** valósít meg az Alföld Slow Egyesület, amely segítségével a kistelepülések, a kevesebb vonzerővel bíró települések is felkerülnek a turizmus térképére.

A tagtelepülések élhető és folyamatosan fejlődő települések, a népességfogyás csökken, esetleg megáll, egyre többen költöznek ki a kisebb településekre, mert megtalálják ott a megélhetésüket. A helyi egyediségek, értékek bemutatása nemcsak a helyi lakosság egy részének fontos, hanem az ottélók mindegyikének. A helyi identitástudat erős a településeken, a lakosság büszke arra, hogy egy Alföld Slow településen élhet.

A települések, vállalkozások, magánszemélyek ökológiai lábnyomát csökkentettük, az ökológiai fenntarthatóság minden szempontból megjelenik a fejlesztésekben. Már gyermekkortól folyamatosan zajlik a tudatosságra és figyelemre nevelés a településeken, ezzel kapcsolatban több, helyi program indult. A turisztikai szolgáltatások körforgásos modelleket és környezetbarát gyakorlatot alkalmaznak a működésük során. Az Alföld Slow Egyesület tagjai segítségével kidolgozott és pilot projektként sikeresen működtet **egy körforgásos és fenntartható kutatási és innovációs projektet a slow (lassú) szemlélet figyelembevételével.**

Fontos feladat a hagyományörzés, nemzeti és nemzetiségi (román, német, szlovák, roma/cigány), valamint helyi értékek gyűjtése, védelme együttműködve a helyi civil szervezetekkel, és más slow mozgalmakkal, egyesületekkel.

6 Business Canvas Model az Alföld Slow Egyesületre

A 12. táblázat egy üzleti modellt a stratégiánk könnyebb áttekintése érdekében.

5. táblázat: Business Canvas Model

Kulcs partnerek	Kulcs tevékenység	Értékteremtés	Ügyfélkapcsolat	Ügyfelek
A tagtelepülések önkormányzata Szervezeti és magánszemély tagok Magyar Turisztikai Ügynökség TDM szervezetek Lassú szemlélethez kapcsolódó nemzetközi és hazai szervezetek FATOSZ és vármegyei szervezetei Leader helyi akciócsoportok Helyi egyesületek, szövetségek (lovás, vadász, horgász, népi hagyományokat őrző, nyugdíjas, stb.) Egyetemek	Együttműködés, összefogás Közös marketing Közös fejlesztések Turisztikai menedzsment	Helyi értékekre, termelőkre irányul a figyelem Kisebbségi települések értékeinek, nemzetiségi hagyományainak megőrzése, fejlesztése Népességmegtartó képesség növelése a településeken Munkahelyteremtés Oktatás	Online csatornák: honlap, Facebook Szolgáltatók helyszínei Tourinform irodák	Helyi lakosság Térségbe érkező turisták Az érintett nemzetiségek anyaországai: Szlovákia, Románia, Németország.
	Erőforrások		Értékesítési csatornák	
	Nem sztenderdizált turisztikai kínálat Felfedezésre váró új desztinációk Elkötelezett tagság Helyi termelők, termékek, értékek Műemlékek		www.alfoldslow.hu Alföld Slow Egyesület Facebook oldala ² Leendő helyi termék üzletek	
Költségek		Bevételek		
Marketing költségek Fejlesztési költségek Igénybe vett szolgáltatás költségei		Tagdíjbevételek Támogatások, szponzorok Értékesítésből származó bevételek (későbbiek)		

Forrás: Saját szerkesztés, 2021 (Strategyzer, 2020) alapján

² Facebook elérhetőség: <https://www.facebook.com/Alföld-Slow-Egyesület-2321325284791568>

7 Közös fejlesztési irányok

Az Alföld Slow Stratégia fő célja az Alföld Slow térség, mint egységes turisztikai desztináció ismertségének növelése, a térség turisztikai potenciáljának kihasználása a környezeti, társadalmi és gazdasági fenntarthatóság jegyében, a lakosság és a vendégek igényeinek maximális figyelembevétele mellett.

7.1 Prioritások

A 11. táblázatban található prioritásokat és feladatokat határozzuk meg a települések egészére és ezen belül a településekre külön-külön, függelékben.

A fő prioritások:

- I. Alföld Slow termékfejlesztés
- II. Marketing
- III. Oktatás, szemléletformálás
- IV. Együttműködés erősítése
- V. Települési szintű fejlesztési irányok

Horizontális elvek:

- I. Fenntarthatóság, élhető települések
- II. Népeségmegőrző képesség javítása
- III. Munkahelyek megőrzése
- IV. Helyi identitás és kötődés erősítése
- V. Családbarát fejlesztések

Minden prioritás, cél és feladat kapcsán megjelenő horizontális értékek röviden a következők:

1. **Fenntarthatóság, élhető települések:** környezeti, társadalmi és gazdasági szempontból is fenntartható legyen egy-egy fejlesztés, így tartható meg élhetőnek a település.
2. **Népeségmegtartó képesség javítása:** komoly problémát jelentenek a csökkenő lakosságszámok minden településen. Az értékteremtéssel, a munkahelyteremtéssel a települések népeségmegtartó képessége is javul.

3. **Munkahelyek megőrzése:** a meglévő munkahelyek megőrzése is komoly feladat a mai korban a robotizáció terjedésével, hiszen várhatóan emiatt szakmák fognak 5-10 éven belül megszűnni, eltűnni.
4. **Helyi identitás és kötődés erősítése:** a nemzetiségi hagyományok, a múlt, a történelem bemutatásával, a helyi termékek, vállalkozók segítségével a helyi lakosság indentitástudatát erősíthetjük.
5. **Családbarát fejlesztések:** nemcsak a vendégek számára kell törekedni a családbarát megoldások alkalmazására, hanem a munkahelyek fejlesztése kapcsán is.

6. táblázat: Alföld Slow stratégia prioritásai

PRIORITÁSOK	I. Alföld Slow termékfejlesztés	II. Marketing	III. Oktatás, szemléletformálás	IV. Együttműködés erősítése	V. Települési szintű fejlesztési irányok
C É L O K É S F E L A D A T O K	A. Meglévő turisztikai termékek fejlesztése	A. Az Alföld Slow Brand erősítése, tudatosítása	A. Alföld Slow Konferencia	A. Országos szervezetekkel	A. Alapító tagok
	B. Meglévő műemlék épületek fejlesztése, bevonása a turizmusba	1. Online eszközök fejlesztése	B. Települési szintű képzések	B. Helyi, térségi szervezetekkel	B. További csatlakozó tagok
	C. Témaútvonalak kijelölése, folyamatos fejlesztése	2. Offline eszközök fejlesztése	1. Falusi turizmus		
	D. Alföld Slow Fesztivál - Fesztiválok fejlesztése	3. Alföld Slow pontok kialakítása települési szinten	2. Alföld Slow képzés		
	1. A meglévő fesztiválok, programok újragondolása	4. Selfie pontok, fotópontok kijelölése, kupakgyűjtő szivek			
	2. Közös fesztivál kialakítása: Alföld Slow Fesztivál	B. Minősítési rendszer			
	E. Alföld Slow szálláshelyek kialakítása, meglévők átalakítása, tanyák hasznosítása	C. Monitoring, adatok elemzése			
	F. Zöld Alföld Slow				
	1. Alföld Slow kertek				
	2. Virágos Magyarország Program				
	3. Fák telepítése, az Év fája versenyen való részvétel				
4. A kurgánok, kunhalmok, földvárak turisztikai bemutatása, hasznosítása					
HORIZONTÁLIS IRÁNYOK	Fenntarthatóság, élhető települések				
	Népességmegtartó képesség javítása				
	Munkahelyek megőrzése				
	Helyi identitás és kötődés erősítése				
	Családbarát fejlesztések				

Forrás: Saját szerkesztés, 2021.

7.1.1 Alföld Slow termékfejlesztés

Az első prioritás magában foglalja azokat a meglévő, turizmushoz kapcsolódó értékeket, amelyeket fejleszteni szükséges, vagy továbbfejleszteni, továbbgondolni, valamint ezek rendszerezését témaútvonalakká. Új területek és beruházások is megjelennek itt, a fesztiválturizmus területén, a szálláshelyfejlesztés kapcsán, valamint a környezeti fenntarthatóság kapcsán.

A. Meglévő turisztikai termékek fejlesztése

A **14. számú táblázat** tartalmazza azokat a turisztikai termékeket, amelyek megtalálhatóak az Alföldön, és amelyek további fejlesztése cél.

7. táblázat: *Meglévő turisztikai termékek és azok fejlesztési javaslatai*

Turisztikai termék	Továbbfejlesztési javaslat
1. Agroturizmus	Dohánytermesztés múltja, növénytermesztés és állattartás hagyományos bemutatása, bolgárkertészet, tanyasi élet bemutatása, szlovák, német, román, magyar, roma/cigány hagyományok.
2. Falusi turizmus	Meglévő szálláshelyek fejlesztése, a FATOSZ minősítés szerinti falusi szálláshelyek kialakítása azokon a településeken, ahol nincs ilyen.
3. Egészségturizmus	Alföldi gyógyhelyek Gyógynövényturizmus (új terület)
4. Fesztiválturizmus	Minden településen van valamilyen rendezvény, melyek egy részét tovább szükséges fejleszteni, hogy a turizmusba bevonható legyen. CheckInn Innovációs Verseny, évente júliusban.
5. Gasztroturizmus	A meglévő értékek (gasztronómiai fesztiválok, helyi ételek) felfűzése, bemutatása, témaútvonalként. Gasztronómiai füzet kiadása, helyi ételekkel (pályázat).
6. Horgászturizmus	Horgászegyesületekkel közös fejlesztések. Pl. padok, kiírások, halbemutató táblák, versenyek programokká szervezése.
7. Kerékpáros turizmus	Kerékpárutak további fejlesztése, kerékpártároló, szerviz, megállóhelyek. Javasolt az önkormányzatok, szállásadók számára kölcsönözhető kerékpárokat beszerezni, és ezeket elhelyezni, akár a vasút- vagy buszállomásokon. A MOL Bubi mintájára hosszú távon kialakítható lenne egy – az Alföld Slow településeken működő – kerékpárkölsönző hálózat, településenként 3-4 dokkolóval. Jelenleg az országban Budapesten,

Turisztikai termék	Továbbfejlesztési javaslat
	Hévízen, Győrben, Esztergomban, Szegeden, Kaposvár, Debrecen, Dráva-mente.
8. Kulturális turizmus	A meglévő értékek (műemlékek, tájházak, múzeumok, kulturális programok) felfűzése, bemutatása, témaútvonalként.
9. Lovasturizmus	Lovasprogramok, fogathajtó versenyek erősebb marketingje, lovastanya kialakításának ösztönzése. Lovastúra útvonal.
10. Rekreációs turizmus	Mind fizikai, mind szellemi, mind lelki kikapcsolódáshoz kapcsolódó fejlesztések. Pl. Kneipp-parkok, művészeti alkotások bemutatóterei, alkotóházak kialakítása (pl. régi magtárakban).
11. Természetjárás	Tanösvények, parkok, kertek fejlesztése. Kurgánok, kunhalmok turisztikai bemutatása.
12. Vadászturizmus	Az Alföldi Vadásztársaság 1851-ben alakult meg Kondoroson a történelmi Magyarországon először. Vadásztársaságok az Alföldön. Vadászkiállítások tartása, vadásmúzeum létrehozása.
13. Vallási turizmus	Templomok, keresztek témaútvonalra fűzése, vallási személyiségek bemutatása.
14. Városi (falusi) turizmus	"Nyitott városok" és "Nyitott falvak" programsorozat elindítása, ahol bemutatásra kerülnek a kialakított helyi útvonalak, az applikáció elkészülte után.
15. Vízi turizmus	Az eddigi fejlesztések folytatása.

Forrás: Saját szerkesztés

Feladat: minden évben egy-egy turisztikai termék kiemelése, erre fókuszált fejlesztések, majd ezt követően a következő évben ennek a marketingje.

B. Meglévő műemlék épületek fejlesztése, bevonása a turizmusba

Minden érintett településen vannak olyan műemlék épületek (köztük több magánkézben, főleg magtárak, ezek nem kerülnek nevesítésre emiatt), régi házak, tanyák, amelyek bevonhatóak lennének a turizmusba, akár úgy, hogy magánszemélyek végzik a beruházást, pályázati források felhasználásával, akár úgy, hogy önkormányzati beruházás történik.

A **szálláshelyek** kialakítására inkább a helyi, falusias jelleg megtartása lenne a cél, nem nagy modern szállodák kialakítása, inkább kisebb vendégház, fogadó vagy panzió.

Az **Alföld Slow Kert** a későbbiekben bemutatásra kerül. Ezzel együtt vagy ettől eltérő helyszínen a cél az lenne, hogy minden településen legyen egy kijelölt épület, vagy egy terem, szoba, amely **Alföld Slow Információs Pontként** szolgál.

A **bemutatóház** a helyi termékek kiállítását és vásárlási lehetőségét biztosítaná.

A **magtárak** a turizmusban hasznosíthatóak lennének panzióként, gyógynövény szárító és értékesítőhelyként, TSZ múzeumként, de ezek mind a tulajdonosok döntésétől függenek.

A helyi termékek értékesítéséhez **helyi termék boltok** kialakítása javasolt települési szinten.

Feladat: fejlesztési ötletek részletes kidolgozása, helyszínek kijelölése, források keresése.

C. Témaútvonalak kijelölése, folyamatos fejlesztése

A tematikus utak Puczkó-Rátz (2017) megfogalmazása szerint „különböző közlekedési formák igénybevételével megközelíthető természeti és mesterséges attrakciókat fűznek fel egy adott téma köré. Az útvonalak a fenntarthatóság elveinek figyelembevételével egy szorosan kötődő ismeretszerzési és szórakozási, kikapcsolódási lehetőséget. (Puczkó & Rátz, 2017)”

Az utak kialakításaink céljait a **16. táblázat** foglalja össze a fenti könyv alapján:

8. táblázat: Témaútvonalak kialakításának céljai

Cél	Kialakítás oka
Érdeklődés felkeltése	Olyan attrakciók is bevonásra kerülnek, amelyek önmagukban nem elég vonzóak.
Észlelt távolság csökkentése	A távolinak tekintett helyeket közelebb érezzük, ha felkerülnek a turizmus térképére.
Együttműködés javítása	Az alföldi települések szolgáltatói közötti együttműködés erősítése.
Oktatás és szórakozás	A terület történetének, múltjának, hagyományainak, jelenének megismertetése.
Új piac	Bevonható a rokon- és barátlátogató (VFR) réteg.
Erőforrások védelme	Meglévő erőforrások jelenlegi állapotának megőrzése, felújítás a későbbiekben.
Szabad megtekintési lehetőség	A látogató saját tempójában fedezi fel a látnivalókat.
Csomagolás	Létező attrakciók „új köntösbe csomagolása”, új célcsoportok elérése.
Fejlesztés	Nem létező turisztikai termék létrehozása.
Költségtakarékosság	Közös marketing, önvezetési látogatómenedzsment
Átláthatóság növelése	A korábban ismeretlen terület a javasolt struktúra miatt átláthatóbbá válik
Trendeknek való megfelelés	Divatos eszköz, sok témát, sok területet elbír

Forrás: (Puczkó & Rátz, 2017)

A tematikus utak segítenek az utazóknak egy-egy téma kapcsán mélyebben megismerni a területet, elmélyülni a kulturális, természeti és kulináris élményekben.

Kialakítás alatt álló tematikus útvonalak, amelyek a honlapon már részben elérhetőek a Fedezd fel! menüpont alatt.

9. táblázat: Témaútvonalak

Tematikus út neve	Honlapelérhetőség
Kastélyaink, kúriáink, várunk...	http://alfoldslow.hu/kastelyaink-kuriaink-varunk/
Történelmünk nyomában...	http://alfoldslow.hu/tortenelmunk-nyomaban-tajhazaink/
Horgásztavaink, vadászmezőink...	http://alfoldslow.hu/horgasztavaink-vadaszmezoink/
Templomaink titkai	http://alfoldslow.hu/templomaink-titkai/
Híres emberek nyomában	Kidolgozás alatt.
Betyárvilág	Kidolgozás alatt
Könyvtáraink kincsei	Kidolgozás alatt.
Keresztek az út mellett...	Kidolgozás alatt.
Mezőgazdasági értékeink	Kidolgozás alatt.
Alföld Slow Kertek	Kidolgozás alatt

Forrás: Saját szerkesztés, 2021 Alföld Slow honlap alapján

Nem kifejezetten tematikus út, inkább szolgáltatások összegyűjtése, bemutatása, elérhetőségeik megjelenítése:

10. táblázat: Tematizált turisztikai szolgáltatások

Tematizált szolgáltatások	Honlapelérhetőség
Keresd a helyit! Helyi termelői piacok	http://alfoldslow.hu/keresd-a-helyit-helyi-termeloi-piacok/
Kóstold meg az Alföld ízeit! Gasztronómia, vendéglátás	http://alfoldslow.hu/kostold-meg-az-alfold-slow-izeit-gasztronomia-vendeglatohelyek/
Pihenj csendben! Szálláshelyeink...	http://alfoldslow.hu/pihenj-csendben-szallashelyeink/
Programok ³	http://alfoldslow.hu/programok/

Forrás: Saját szerkesztés, 2021 Alföld Slow honlap alapján

Feladat: tematikus utak tesztelése, részletezése. A további utak kidolgozása. Szolgáltatók bemutatása a honlapon.

D. Alföld Slow Fesztivál - Fesztiválok fejlesztése

1. A meglévő fesztiválok, programok újragondolása

A legtöbb településen van néhány olyan fesztivál, falunap, amely turisztikai vonzerőként is értelmezhető. A rendezvények többnyire azonos időszakban kerülnek megrendezésre. Az elmúlt két évben (2020-2021) a Covid-19 járvány miatt a rendezvények elmaradtak, illetve kevesebb programmal rendezték meg, amikor lehetett.

³ 2021-ben a járványhelyzet miatt az Egyesület Közgyűlése úgy döntött, hogy nem hirdetjük meg az oldalon a rendezvényeket.

Az Alföld Slow településeken megrendezésre kerülő fesztiválokat, programokat az alábbiak szerint csoportosíthatjuk.

11. táblázat: Alföld Slow települések kiemelt rendezvényeinek csoportosítása

Fesztivál csoport	Továbbfejlesztési javaslat
Gasztronómiai	Az érintett gasztronómiai fesztiválokon az Alföld Slow Egyesület megjelenése, slow programokkal, gasztronómiai fűzettel, amely a települések egy-egy kiemelt ételét, süteményét tartalmazza. Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben a komótos étkezés, helyi termékek.
Kultúra	Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben slow art.
Hagyományőrzés	Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben slow art, slow tourism.
Kert, mezőgazdaság	Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben slow living, slow tourism.
Lovas	Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben slow tourism.
Falunap, városnap	Az egyes fesztiválok tartalmi elemeinek bővítése a slow mozgalom egy-egy területével, jelen esetben slow city, slow living, slow tourism. A falunapokat a hagyományos programokon túl általában valamilyen gasztronómia, elszármazottak találkozója is gazdagítja.

Forrás: (Alföld Slow Egyesület, 2021)

2021 júliusában a Magyar Turisztikai Szövetség Alapítvány fesztiválinnovációs ötletversenyt hirdetett, mely várhatóan évente ismétlődni fog. A versenyben felsőoktatásban részt vevő hallgatók indulhatnak. Helyi hallgatókat érdemes ösztönözni az indulásra.

Ugyanez igaz a Check-Inn innovációs versenyre is, amely várhatóan szeptemberben kerül kihirdetésre. Honlap: <https://www.check-inn.hu/>

A vállalkozások számára zöld programot hirdettek 2020 szeptemberében, mely várhatóan minden évben meghirdetésre kerül: <https://green.check-inn.hu/>

2. Közös fesztivál kialakítása: Alföld Slow Fesztivál

Ahogy a vírushelyzet engedi, tervezetten 2022/23-tól közös rendezvények megszervezése javasolt: **Alföld Slow Napok, majd a későbbiekben Alföld Slow Hét.**

Alföld Slow Napok (javaslat): hétvégén elindítva, például július 2. hétvégéjén, párhuzamosan minden tagtelepülésen. **Helyi termelők és kézművesek vására, és lassú**

programok, amelyek célja, hogy megismerjék a lassúság fogalmát, a komótos étkezést, a slow cityt, és természetesen az Alföld Slow Egyesület településeit.

Mellette fontos teret adni a hagyományőrzés, nemzeti és nemzetiségi, valamint helyi értékek bemutatásának, együttműködve a helyi civil szervezetekkel, a helyi tehetségek felkarolásával.

A kapolcsi mintára, de mégsem másolva azt, bevonva a helyi lakosságot, megnyitva akár saját telkeket, bemutatva a saját kertjét, az életét, a vidéki élet szépségeit.

Tájházak, múzeumok: A hétvége alatt a településeken működő tájházak, múzeumok nyitottá válnak, ingyenesen látogathatóvá, az Alföld Slow Kártya felmutatásával.

Kertprogramok, parkprogramok: tárlatvezetés a helyi parkokban, növényismertetéssel, fotózással.

Horgásztavak megismerése: horgászegyesületek bevonásával a helyi halfajtákról, a horgászatról, a halételekről ismertető, kétóránként meghirdetve.

Kastélylátogatások: a kastély múltja, jelene és jövője. Bemutató, óránként – kétóránként.

Személyi feltételek: kertészek, múzeumpedagógusok, pedagógusok, diákok közösségi szolgálatként, önkéntesek.

A program ideje alatt vásárolható meg az **Alföld Slow Kártya**, mely kedvezményekre jogosít a vendéglátóhelyeken, szálláshelyeken. A kártyát tervezetten 1500-2000 Ft-ért lehet megvásárolni, az Alföld Slow településeken lesz érvényes, ingyenes látogatásra.

A programok az Alföld Slow Kártya felmutatásával ingyenesek, egyébként a szokásos belépődíjakkal működnek a helyszínek. A tárlatvezetések szintén a kártyával ingyenesek, egyébként fizetős program.

Amennyiben az első, és a következő években jó fogadtatásra lel a program, egy teljes hetet szentelünk neki.

Feladat: a meglévő fesztiválok, falunapok továbbgondolása, fejlesztési koncepciók kidolgozása. Az Alföld Slow Fesztivál részletes kidolgozása, megvalósítása. Az Alföld Slow Kártya koncepciójának kidolgozása, megvalósítása.

E. Alföld Slow szálláshelyek kialakítása, meglévők átalakítása, tanyák hasznosítása

Szálláshelyek fejlesztése elsősorban befektetők számára érdekes, de adott esetben önkormányzat is fejleszthet. A térség, illetve a települések jellegzetessége miatt szálloda

építése csak tájba illeszkedően képzelhető el, esetleg olyan műemlék épületekben, amelyek jelenleg is a településkép részei, de nem feltétlenül ez a cél. A meglévő műemlék épületekben inkább más hasznosítás, vagy panzió, fogadó kialakítása ajánlott.

Falusi szálláshelyek kialakítása azonban javasolt, a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségének (FATOSZ) minősítési rendszere alapján, legalább 3 vagy 4 napraforgós minősítéssel, megjelenve a falusi jelleg, és az Alföld Slow, mint brand is, amelyhez segítséget, javaslatot is ad az Egyesület.

Feladat: falusi szálláshelyek fejlesztése, képzések, meglévő szálláshelyek minőségi javítása.

F. Zöld Alföld Slow

Annak érdekében, hogy a turisztikai szolgáltatások **körforgásos modelleket és környezetbarát gyakorlatot** alkalmazzanak a működésük során, az Alföld Slow Egyesület tagjai segítségével érdemes lenne kidolgozni és pilot projektként működtetni **egy körforgásos és fenntartható kutatási és innovációs projektet a slow (lassú) szemlélet figyelembevételével**. A megvalósításhoz pályázati forrás szükséges, és együttműködés a tagegyetemekkel.

A települések „zöldítéséhez” következő fejlesztési ötletek minden település számára megvalósításra javasoltak, az Alföld Slow kertekből egy témaútvonal alakítható ki a későbbiekben.

1. Alföld Slow Kertek

Az **Alföld Slow Kertek, udvarok** olyan üresen álló telkek hasznosítása, ahol néhány átalakítással, kertrendezéssel kialakíthatóvá válik egy közösségi tér, amely alkalmas arra, hogy az oda érkező utazó, vendég megpihenjen, olvasson, sétáljon, és tudjon inni egy pohár vizet, el tudjon menni mosdóba.

Minimális feltételek:

1. rendezett, madárbarát kert.
2. mosdó
3. csapvíz
4. hinta, hintaágy
5. rózsalugas, szőlőlugas
6. néhány tő levendula
7. virághagymák, egynyári virágok, annak érdekében, hogy folyamatos legyen a virágzás a kertben
8. fák, gyümölcsfák

- | | |
|---|-----------------------------|
| 9. padok, asztalok | 14. Kemence |
| 10. Alföld Slow Kert felirat | 15. Esetlegesen Alföld Slow |
| 11. Kneipp sétaút, reggeli torna képek,
iránymutatás | információs pont |
| 12. Kültéri társasjáték (pl. óriás sakk) | |
| 13. Nyári konyha | |

2020-ban egyeztetésre került sor ezzel kapcsolatban a tagtelepülések vezetőivel, többnyire kijelölésre is kerültek a lehetséges terek, területek.

Fentiekén túl javasolt a településeken lévő parkok tematizálása (településhez köthető híres ember életének részletei, versek, novellarészletek, stb.), illetve ahol még nincs, a településre jellemző játszóterek kialakítása (jó példa erre a Kondorosi Betyár Játszótér). Egyre több helyen lehet elérni kültéri kondiparkot is, ezek további fejlesztése is javasolt.

2. Virágos Magyarország Program

Az Alföld Slow településeknek javasolt, hogy elinduljanak ezen a versenyen, tekintettel arra, hogy jelenleg is a virágosítás minden településen működik. A helyi lakosság bevonásával további jó eredmények érhetőek el. Ha nem is indulnak a versenyen, nemcsak a központi részek, hanem a településekre bevezető utak melletti virágosítás, fásítás fontos feladat.

A verseny nélkül is érdemes bevonni a lakosságot további virágosítás (ház előtt) kapcsán, illetve jó ötlet a „Zöld Doboz” Dobozon, ahol egy kijelölt helyre kihelyezhetőek a felesleges palánták, amelyek elcserélhetőek, elvihetőek. Ezt is érdemes lenne minden településen bevezetni. Versenyt is lehet hirdetni minden településen, meghívott bírálókkal, az „Év kertje”, az „Év előkertje” kapcsán.

3. Fák telepítése, az Év fája versenyen való részvétel

Az Agrárminisztérium által meghirdetett fásítási programban való részvétel javasolt.

A helyi lakosság felajánlásával gyümölcskertek kialakítása is megoldható – akár a Slow kertekben, csemeték felajánlásával. Maga a kert virágosítása is közösségi szinten megszervezhető.

Javasolt legalább évente egy-egy településnek indulni a versenyen, kiemelni egy-egy értékes fát, és e mögé további marketinget tenni.

4. Kurgánok, kunhalmok, földvárak turisztikai bemutatása, hasznosítása

Ez egy érzékeny terület, a bemutatásukat úgy kell megoldani, hogy ne sérüljenek és a jövő generációi számára is megmaradjanak. Szakértők bevonásával kutatási helyszíneként és amelyiknél lehetséges, látogatási helyszíneként, ismertető táblával jelezve.

Feladat: a fenti területek települési szintű megvalósításának, megvalósíthatóságának felmérése, koordinálása, pályázati források keresése.

Alföld Slow Kertek kijelölése, fejlesztése. Helyi településszépítő versenyek kiírása.

Közgyűlésen meghatározni azokat a településeket, fákat, amik indulni tudnak.

Ennek mentén kijelölhetők lennének az Alföld Slow fák, amelyeket érdemes felkeresni, akár olyan fák is, amelyek már indultak korábban a versenyen (pl. Kunágota, Kondoros esetében).

Kurgánok turisztikai hasznosíthatóságának kidolgozása.

7.1.2 Marketing

A **második prioritás** magában foglalja azokat a marketing célokat és feladatokat, amelyek a sikeres piacravitelhez szükségesek.

Így ide tartozik az Alföld Slow Brand/Márka további fejlesztése, ezen belül az online és offline eszközök fejlesztése, valamint hosszú távon a helyi szintű információs irodák, valamint egyéb turisztikailag is hasznosítható pontszerű attrakciók kialakítása. Fontos terület a minőségbiztosítás, Alföld Slow minősítési rendszer megteremtésével, és a monitoring.

Először következzen egy rövid áttekintés a marketing, és ezen belül a márka fontosságáról és legfontosabb területeiről.

7.1.2.1 A márka (brand) kialakításának fontossága

*„Az utazás **funkcionális** és **minőségi** kiszolgálásán túl épít a fogyasztó kreativitására, és úgy vond be tehát! Nem a márka „kóstolgatja” a fogyasztót, nem az befolyásolja egyoldalúan a látogató magatartását, hanem a vendég is képes alakítani a márkát. A desztináció is képes idomulni ahhoz a látogatói mozgásmintához, amelyet egy tágabb környezetben tapasztalunk. Van tehát a desztináció-márkának egy ilyen társadalmi, a résztvevőket aktivizáló és összekovácsoló szerepe is, de ez már **kötődésalapú**. Ezt Attention Economy-nak nevezzük. Áttérve innen a következő pillérre, az **arányok** azt is jelentik, hogyan balanszírozod a kommunikációs feladataidat. Mit is jelent az, hogy kommunikálunk? Összefoglalom az*

alábbiakban a DRIP-modellt (Fill, 2002). Először is, amikor kommunikálsz, megkülönböztetsz (differenciate). Másnak, különlegesnek kell, hogy lássanak a látogatók. Ennek eszközeit is tárgyaljuk majd. Másodsorban megerősítesz (reinforce) és emlékeztetsz, ami azt jelenti, hogy a pozitív előismereteket, vagy a korábbi élményeket hívod elő. Ez hozzájárul a hitelességhez is. Harmadrészt informálsz (inform) is, ami a kommunikáció edukációs feladatában rejlik. Az információ azonban „hideg”, érzéketlen is tud lenni, melegítsd fel tehát, és lépj kapcsolatba a fogyasztóiddal! Ez a negyedik feladata a kommunikációnak: **szenvedélyesen** meggyőzni (persuade).” (Bódis, 2018)

7.1.2.2 A DRIP-modell adaptálása az Alföld Slow Egyesületre

Mitől vagyunk különlegesek? (Differenciate)

Egy térségben lévő települések, a hazai mellett mégis több nemzetiség (szlovák, román, német,) múltja, hagyománya, kultúrája van jelen. Az Alföld mind tájegység, a jellegzetes alföldi házak, tájak, épített és mesterséges örökségek. Történelmi kapcsolat a közeli Araddal (Békés vármegye esetében). Kertek, mezőgazdaság, állattenyésztés, vadászat, halászat. Kézműves termelők jelenléte. Kastélyok, uradalmak.

Hazai és helyi vendégkörre építünk.

Mire emlékszik a területről a vendég? (Reinforce)

Uradalmak, kastélyok, tájházak történeti bemutatói. A csárdák és a betyárok. Az 1848/49-es szabadságharchoz való kötődés.

Miről tudjuk informálni, edukálni a vendégeket? (Inform)

Informálás, edukáció

Aki itt él, és esetleg nem tudja, hogy milyen értékek vannak.

Aki ide látogat, a részére a múlt egy-egy részletét feltárni, bemutatni úgy, ahogy még nem láthatta.

Hogyan tudjuk szenvedélyesen meggyőzni? (Persuade)

Az itt élő szakemberek, és a vendéglátók, kézművesek szakmai tudása és vendégszeretete által. A tagtelepülések mindegyikénél olyan szakember, aki bevonható a folyamatba.

Miért utazzanak ide hozzánk?

Felfedezni. Megismerni. Hazatérni. Szeretve lenni.

Hogyan vezessük őket egyik településről a másikra?

Eszközök: kártya, térkép, gyűjtőalbum. Applikáció.

Először az elmúlt két évszázadot felosztva mutassuk be a történelmet. Kihez melyik időszak kapcsolható jobban, ott azt erősítve. A későbbiekben korábbi időszakok is szóba kerülhetnek.

Témaútvonalak: Kastélyaink, kúriáink, várunk... Történelmünk nyomában: tájházak, Híres emberek után kutatva, Templomaink titkai, Betyárvilág.

7.1.2.3 Szegmentálás az Alföld Slow térség kapcsán

Két fő szegmenst különíthetünk el: helyi lakosság és turisták.

Helyi lakosság

A helyi lakosság nemcsak az érintett települések lakosai, hanem az alföldi vármegyében élők, és a környező településeken élők. A helyi értékek, történelem, hagyományok iránt érdeklődők, a helyi rendezvényeken részt vevők.

Turisták

Az Alföld Slow miatt útra kelők.

Gyulára érkező, lassú turizmus, helyi értékek iránt is érdeklődők.

7.1.2.4 Pozicionálás az Alföld Slow térség kapcsán

Versenyelőnyünk más lassú desztinációkhoz képest

1. Egyedülálló értékek.
2. Kreativitás.
3. Az összefogás ereje.

Ennek kommunikálása

1. Elsődlegesen online felületeken: honlap, közösségi média, applikáció.
2. Másodlagosan: kiadvány, térképek, helyszíni táblák, barna táblák.

7.1.2.5 Közösségépítés

A közösségépítés elengedhetetlen része a márkaépítésnek.

Négy területen szükséges a közösségépítés:

1. Önkormányzati szinten – ez működik.
2. Vállalkozói szinten – ezek alapja lesznek a workshopok.
3. Lakossági szinten – Facebook és helyi kezdeményezések.
4. Turisták szintjén – Facebook közösség.

12. táblázat: Közösségépítés eszközei

Személyes közösségépítés	Online közösségépítés
Vállalkozói szinten – workshopok évente.	Facebook oldal – már működik.
Lakossági szinten – rendezvényeken tájékoztatók, lakossági fórumokon részvétel.	Youtube – fejlesztendő.
Turisztikai szinten – attrakciók helyszínein.	Instagram – fejlesztendő.
	Storytelling – fejlesztendő.
	LinkedIn – fejlesztendő.

Forrás: Saját szerkesztés, 2021.

A. Az Alföld Slow Brand (márka) erősítése, tudatosítása

A brand ideológiai alapja az, hogy a terméket, vagy termékcsoportot (esetünkben a desztinációt, a csatlakozó településeket) azonos tulajdonsággal ruházunk fel, és közös márkanev alatt értékesítjük, úgy, hogy az összes rész erejét eggyé kovácsoljuk. Ehhez szükséges a brand egységességét közvetíteni. (Vaszari, 2008)

Márka vagy szeretetmárka?

(Roberts, 2005) szerint: „A szeretetmárkákat azok az emberek teremtik meg és birtokolják, akik szeretik. Egy szerelembe esett vevő kell csak, és van szeretetmárkád.” (Bódis, 2018) könyvében szerepel az előbbi idézet és az alábbi táblázat.

13. táblázat: A szeretetmárka jellemzői

Márka	Szeretetmárka
informál	kapcsolatban van
általános	személyes
elismert	szeretik
beszámol	érzelemdús története van
szimbólum	bálvány
egyértelmű	titokzatos
érzékei vannak	lelke van
profi	személyesen kreatív

Forrás: (Sakkom, 2017) (Bódis, 2018)

„...a turista egy önálló desztinációba érkezik, és ott tölti el idejét. Igaz ugyan, hogy a legtöbb esetben a szabadidős nyaralók több mint egy önálló desztinációt is felkeresnek pihenésük során, az is elmondható, hogy más esetekben a desztináción belül maradván mozognak, mivel ott számos vonzerőt találnak. Az előbbit, amely a desztinációk közötti átjáró mozgásokat tanulmányozza, nevezzük interdesztinációs viselkedésnek, míg az utóbbit az intra- jelzővel látjuk el (Pearce, 1995). Az intradesztináció tehát a multidesztináció más szóval. A regionális

turizmusfejlesztések alapjául szolgál ez utóbbi, tehát a multidesztinációs megközelítés, ami tulajdonképpen az oda érkező kereslet értelmezését és kiszolgálását jelenti praktikus szinten. Nyilvánvaló, hogy azok a turisták képesek egy multidesztinációs kínálat igénybevételére, akik mozgékonyabbak, aktívabb életstílusúak, több diszkrecionális jövedelemmel és idővel rendelkeznek.” (Bódis, 2018)

Alapvetően a szeretetmárka irányába kell, hogy elinduljunk, változtassunk. Többségében ez az irány alakult ki eddig is, de fejlesztendő tovább, mind a honlapon, mind a Facebook oldalon.

Márka név és szlogen

Márkanév: Alföld Slow

Szlogen: Természetesen. Egyszerűen.

Csiga (lehetséges) szlogenje: Lassan járj, tovább érsz.

MTÜ-s kampányhoz kapcsolódva lehetne ez is: az otthon egy szelete. A slice of home.

Márkaérték és márkaszemélyiség

Márkaérték: az erős márka jelentős hozzáadott értékkel bír a vendégek számára. (Lőrincz & Sulyok, 2017)

A márkaerősség 4 dimenziója (Young and Rubicam reklámügynökség):

1. Egyediség – Mennyire különül el a turista fejében a többi márkához képest?
2. Relevancia: Mennyire alkalmas a fogyasztók igényeinek kielégítésére?
3. Ismeret: Milyen és mennyi ismerete van a turistának a márkáról?
4. Megbecsültség: Mennyire méltatja, tiszteli a fogyasztó a márkát? (Lőrincz & Sulyok, 2017)

Az egyediség alapja megvan, még az ismertség hiányos.

A relevancia kapcsán a tudatosítás a feladat.

Az ismeretre készül felmérés, ennek eredményei később lesznek elérhetőek. Évente ismétlendő a felmérés.

A megbecsültség mérése későbbi időszak feladata, visszaigazolás.

Milyen élményt tudunk nyújtani a fogyasztónak, amit más nem? Ettől lesz márkahű, lojális.

Elsődlegesen a flow élményt kell erősíteni az utazás alatt. Ehhez szükségesek a témaútvonalak, illetve az applikáció, majd a későbbiekben helyi szinten turisztikai menedzserek, munkatársak alkalmazása, lehetőség szerint egy turisztikai iroda kialakítása.

Emiatt szükséges a minősítési rendszer.

A márka fel/kiépítése jelenleg is zajlik, az egyes települések polgármesterei, turizmushoz kapcsolódó vállalkozásai, kiemelkedő magánszemélyei bemutatásával a honlapon „A hónap települése” cikksorozatok kapcsán. Ennek folytatása várhatóan a be nem mutatott, vagy azóta fejlesztésen átesett kínálati elemek bemutatása lesz, hasonló struktúrában.

Főbb arculati elemek

Logó: Alföld Slow felirat, csigával.

Szlogen: Egyszerűen. Természetesen.

Színek: zöld és földszín.

Honlap: www.alfoldslow.hu

Kiadvány: egy bemutatkozó a településekre, és egy a teljes tagságra.

Levélpapír: egységesítendő.

Névjegykártya: szükséges egy általános, egy elnök, és elnökségi tagok.

1. kép: Alföld Slow logo



Forrás: Alföld Slow Egyesület

1. Online eszközök fejlesztése

Honlap: alfoldslow.hu további fejlesztése, interaktívabbá tétele. Későbbiekben webshop üzemeltetése.

Közösségi felületek: Facebookon jelenleg (2023. április) 710 körüli követője van az oldalnak. Ennek a számnak a folyamatos növelése szükséges. Ehhez a közösségi oldalon tartalomgyártásra van szükség, és napi szintű megosztásokra. Jelenleg havi egy hirdetést

adunk fel, minden település kapcsán jelenik meg a következő hónap elején, 50 km-es körzetben hirdetés 5 napra.

Fejlesztendő területek Instagram, Youtube, LinkedIn.

Sajtómegjelenések számát fokozni kell, honlapon feltüntetni, mind a vármegyei lapokban, későbbiekben országos jelentőségű lapokban is.

Applikáció

Az applikáció mind a helyi lakosokat, mind a hozzánk érkező vendégeket segíti abban, hogy tájékozódjanak a településeken, megismerjék értékeinket.

A fejlesztés oka: a települések többsége nem rendelkezik turisztikai menedzserrel, információs irodával, mint a kiemelt turisztikai térségekben, így az értékek bemutatását, felkeresését a vendégek kezébe tudjuk adni az app segítségével.

Az applikáció tervezett felépítése (fő menü (vastag)):

Alföld Slow

1. Alföld Slow Egyesület
2. Lassú turizmus
3. Védjegy

Települések: tagtelepülések

Minden településen belül:

1. Felkeresendő helyek (láttnivalók)
2. Vendéglátóhelyek
3. Szálláshelyek
4. Helyi termelők, piac
5. Sétaútvonalak
6. Fontos információk (posta, benzinkút, bankautomata, orvos, polgármesteri hivatal, kerékpárköcsönzés, stb.)

Rendezvények

Térkép

Beállítások

Témaútvonalak (folyamatosan bővül)

1. Történelmünk nyomában: Tájházaink, emlékházaink, helytörténeti gyűjteményeink...– térkép és leírás, javasolt útvonalterv
2. Kastélyaink, kúriáink, várunk... stb.

Játék

Jelenleg van egy ajánlatunk rá, 3,8 millió Ft-ról az alap applikáció, és további nyelvekkel, fejlesztéssel két év alatt összesen 6.667.500 Ft-ról a Guide at Hand készítőitől (MTA SZTAKI).

A turisztikai élmény fokozását célzó, **digitális innovációs projekt** (kiterjesztett és kibővített valóság, nagy adathalmazok, mesterséges intelligencia), valamint adatvezérelt desztinációmenedzsment-modell kidolgozása és megvalósítása fontos feladat lenne, amely segítségével a kistelepülések, a kevesebb vonzerővel bíró települések is felkerülnek a turizmus térképére. Ennek alapja lehet a tervezett applikáció. A megvalósításhoz pályázati forrás szükséges, és együttműködés a tagegyetemekkel. Költsége: kb. 100-250 millió Ft.

2. Offline eszközök fejlesztése

Alföld Slow Kártya: egy kedvezményekre jogosító pasztik kártya, melynek az érvényességi ideje 5 év. Bevezetése az Alföld Slow Fesztiválon. A kártya eladási értéke: 1500-2000 Ft. Névre szóló, nem átruházható, de vásárolható családi kártya is. 10-30%-os kedvezmények érhetőek le vele, és a Fesztivál ideje alatt ingyenesen is igénybe vehetőek programok.

Irányítótáblák: településeken az attrakciók irányába. Egységes lenne jó a későbbiekben.

Térképek: helyi szintű és Alföld Slow térséget magába foglaló, falra akasztható térképek készítése.

Kiadványok: az Alföld Slow Egyesületről, valamint a témaútvonalokról, amely tartalmazza a szállásokat, vendéglátó egységeket. Terjesztése: online letölthető a honlapról, valamint a turisztikai helyszíneken, szálláshelyeken elhelyezve.

3. Alföld Slow Irodák és Pontok kialakítása települési szinten

Alföld Slow Irodák kialakítása vármegyeszékhelyenként, egy fő alkalmazottal.

Annak érdekében, hogy a szakmai munka hatékonyabbá váljon, tervezzük egy központi iroda létrehozását, ahol egy munkahelyet és egy tárgyalót alakítunk ki. Ez akár inkubátorházban is történhet, vagy irodabérléssel.

A szakember feladata a projektek koordinálása, pályázati lehetőségek felkutatása, megírása (esetleg pályázatíró segítségével), lebonyolítása, menedzselése. Az Alföld Slow Pontokon (lásd következő pont) dolgozó munkatársak szakmai koordinálása is az ő feladatai közé tartozna.

Szükséges eszközök, berendezések: íróasztal, szék, tárgyalóasztal, székek, nyomtató, kivetítő (és vászon), flipchart, irodai eszközök, papír, írószer, konyhai eszközök (kávéfőző, vízmelegítő, csészék, poharak, tányérok, tálcák, stb.).

Az **Alföld Slow Pontok** olyan tájékoztató pontok, később értékesítő pontok kialakítása lenne célszerű minden településen, amelyek tájékoztatást adnak az Alföld Slow-ról. Lehet ez egy önálló épület, de lehet egy turisztikai fejlesztéshez kapcsolódóan egy-egy terem, üzlethelyiség, ahol megvalósulna legalább egy személy alkalmazása is (hétvégi nyitva tartás mellett, akár szerdától vasárnapig).

Minimális berendezés: Alföld Slow molino, térkép, pad, asztal, vitrinben helyi és térségi termékek, esetleg számítógép monitorral, vagy interaktív felület (TV), amelyen az Alföld Slow Egyesület honlapja látható, tekinthető át, videó a térségről.

Későbbiekben: Alföld Slow termékek, saját márkás, helyi beszállítók termékei, térségi beszállítók termékei.

4. Selfie pontok, fotópontok kijelölése

A településeken egy-egy kiemelt terület, ahol a látogató fényképet tud készíteni a látnivalóról, illetve szelfit magáról.

Ehhez szükséges egységes Alföld Slow Selfie felirat legyártása (akár fából) és kihelyezése.

A Selfie pontok kijelölését Alföld Slow táblákkal lenne javasolt. Olyan helyszíneket érdemes kijelölni, ahol a település jellemző látnivalója is

Feladat: online és offline eszközök részletes kidolgozása, megvalósítása.

B. Minősítési rendszer

Miért fontos a minősítési rendszer?

A turizmusban számtalan minősítési rendszer működik, ha csak a szállodákra gondolunk, a 2010 óta érvényben lévő Hotelstars Union (előtte hazai szabályozás volt) rendszere, azon belül is külön minősítése van a családbarát, a wellness szállodáknak, de ma már van alvásbarát szálloda, fontos az akadálymentesítés mind fizikai, mind online tekintetben. A szállodák mellett ott vannak a panziók (1-4 csillag), a falusi szálláshelyek (napraforgó), magánzálláshelyek (korona), ifjúsági szálláshelyek (hátizsák), üdülőháztelep (saját rendszer),

vízi megállóhelyek (lapátos) a lovasturisztikai létesítmények (patkó), a fürdők (csillag, Alföld Spa minősítés), borturizmus (borút), ökoturizmus (tanösvények), akadálymentesítés (Access4You), a vendéglátás minősítési rendszerei is. Van minősítés területi (desztinációs) szempontból, ezen belül például ökoturisztikai szolgáltatásokra (Baranyai Zöldút⁴) is. A minősítés a sztenderdek felállítása miatt fontos, hiszen a szolgáltatások nagyon heterogének, a vendégek számára így tudunk egy minimális elégedettségi szintet garantálni.

A minősítési rendszer célja:

1. Garantált minőség biztosítása a vendégek számára.
2. A szolgáltatók számára egy ellenőrző lista, hogy magán a szolgáltatáson kívül még milyen területekre kell hangsúlyt fektetni.
3. A minősítéssel rendelkezők számára kiemelt marketing tevékenység biztosítása felületeinken.

Kiket vonjunk be a minősítési rendszerbe?

1. A tagtelepüléseken működő attrakciók (tájházak, kastélyok, múzeumok, horgásztavak, kreatív- és ökoporták, stb.)
2. A tagtelepüléseken működő szálláshelyek.
3. A tagtelepüléseken működő vendéglátóhelyek.

Minősítés: Az „Alföld Slow ajánlásával”

Alapelv: A tagtelepüléseken lévő szolgáltatók közül mindenkit bemutatunk, de csak azokat ajánljuk, akik részt vesznek a minősítésben, amely szempontrendszer nyilvánosan is elérhető lesz a vendégek számára is, és értékelhetővé tesszük a szolgáltatókat.

Ahhoz, hogy az Alföld Slow Egyesület minősítését megkapja a szolgáltató, fel kell mérni helyben a szolgáltatót.

Minősítés menete

A minősítés két lépésben történik: egyrészt a szolgáltató önmaga minősíti magát, és elküldi a kitöltött minősítőlapot (online, de aláírva, pecsételve, dátummal ellátva, bescennalve) az alfoldslow@gmail.com e-mailcímrre, ezt követően két héten belül a tagság legalább két tagja (ebből egy helyi) ellátogat a helyszínre, és ők is értékelik a szolgáltatót az értékelőlap alapján. Így a 3 db értékelésből áll össze az elérhető maximális 3*80 pont = 240 pont, aminek

⁴ Elérhető információ: <https://www.baranyazoldut.eu/wp-content/uploads/2013/05/%C3%96koturisztikai-min%C5%91s%C3%ADt%C3%A9si-rendszer.pdf#page=25&zoom=100,90,344>

összesen 75%-át kell ahhoz teljesíteni, hogy megkapja az ajánlást a honlapon jelezve, és táblával is a későbbiekben a vállalkozás (amennyiben 60 és 75% közötti eredmény jön ki, egyszeri javítási lehetőséget ad az értékelő bizottság, 2 héten belül megismételve a látogatást, 2 új minősítőlap kitöltésével (a szolgáltatóé nem változik).

Minősítés naptári évente 1-szer igényelhető.

Javasolt időszak: minden év január-május, a turisztikai szezon kezdete előtt.

Kétévente kerül felülvizsgálatra.

Ahhoz, hogy az „Alföld Slow Egyesület ajánlásával” minősítést megkapja az adott szolgáltató, a pontszámok legalább 60%-át el kell érni, és a javításokat 1 éven belül el kell végezni, illetve a minősítés kétévente megújításra kerül (a két év lejárata előtti hónapban, személyes látogatás).

A szempontrendszer a minősítéshez

Az alábbi kiemelt területeket érinti a minősítés:

1. Higiénia, biztonság.
2. Információszolgáltatás, online jelenlét, értékelések
3. Helyi termékek alkalmazása, környezetvédelem
4. Alkalmazottak
5. Fenntarthatósági szempontok

Feladat: minősítési rendszer elfogadása a Közgyűlésen, megvalósítása.

C. Monitoring, adatok elemzése

A monitoring jelen stratégia megvalósulásának évenkénti felülvizsgálatát jelenti, adott esetben a külső viszonyoknak (pl. egészségügyi, gazdasági válság, pályázati lehetőségek) való megfeleltetését.

Az adatok elemzése: minden évben a statisztikai adatok elemzése a következő év április elejéig (a közgyűlés időpontjáig).

A stratégia fő irányai, feladatai bekerülnek az Egyesület éves tervébe, és ennek mentén a megvalósítást nyomon lehet követni.

Minden évben kérdőíves kutatás a vendégkör kapcsán, lehetőség szerint személyes kitöltéssel.

Feladat: adatok gyűjtése, elemzése.

Összességében a marketing stratégia részletesebb (akcióterv szintű) kidolgozása, megvalósítása.

7.1.3 Oktatás, szemléletformálás

A **harmadik prioritás** az oktatási és szemléletformálási feladatokat foglalja magában, ezen belül a kétévente megtartásra kerülő Alföld Slow Konferenciát, valamint az Egyesület által szervezett oktatási területeket.

A. Alföld Slow Konferencia

Tevékenységeink között az egyik legfontosabb a lassú turizmus megismertetése, szakmai anyagok készítése, bemutatása, ennek egyik eszköze a konferencia. Az 1. Alföld Slow Konferenciát 2019-ben tartottuk, terveink szerint évente szerveztünk volna egyet, amit sajnos 2020-ban nem tudtunk megtenni a Covid miatt. A konferencia célja a résztvevők megismertetése az egyesület munkájával, a tagság számának növelése, ezáltal a lefedett terület méretének növelése, a lassú turizmusba való integrálása. A Konferencia és a térség turisztikai fejlesztése azért is fontos, mert bár Gyula és Békéscsaba kiemelt turisztikai térség, de Békés vármegye, és az alföldi régió számos értékkel, látnivalóval bír.

A 2. Alföld Slow Konferencia (2021) elsődleges célcsoportjai: a békés vármegyei polgármesterek (75 fő), a térség turisztikai vállalkozásai, valamint a lassú turizmus iránt érdeklődő szakemberek.

2023-ban már a környező vármegyék (Bács-Kiskun, Csongrád-Csanád, Jász-Nagykun-Szolnok) polgármestereit is megcélazzuk. 2021-ben 80 résztvevőt fogadtunk, 2023-ban 150 főt kívánunk elérni.

2021. szeptember 23-án lezajlott a 2. Alföld Slow Konferencia Gyulán a Városháza Dísztermében. A konferencián a meghívott vendégek Békés megye polgármesterei, turizmusban érintett szervezetek és vállalkozások vezetői, illetve a Békés megyében működő felsőoktatási intézmények munkatársai voltak. Közel 80 fő részvételével zajlott a rendezvény. A konferencián köszöntőt mondott Dr. Görgényi Ernő, Gyula város polgármestere, kiemelve a turizmus fontosságát a városban, és a lassú turizmus lehetőségeit, majd Dr. Rákóczi Attila Békés Megyei Kormányhivatal főigazgató köszöntötte a résztvevőket, hangsúlyozva, hogy a

lassulás, lassítás több kutatás témájaként is megjelent már. Szebellédi Zoltán, az Alföld Slow Egyesület elnöke, a Békés Megyei Közgyűlés alelnöke nyitotta meg a konferenciát.

Juhász Szabolcs, a Magyar Turisztikai Ügynökség turizmus szakmai igazgatója a turizmus aktuális kérdéseiről beszélt. Ennek keretében bemutatta a Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030 Turizmus 2.0 dokumentum stratégiai vízióját, legfontosabb irányvonalait. Szó esett a 11 turisztikai térségről, kiemelve Gyula és térsége erősségeit és lehetőségeit. Az Egészségturizmus szegmensstratégiához sorolta a slow (lassú) irányzatot, a hazánkban létező együttműködések is sorra vette. A hazai slow mozgalmak közül az Alföld Slow Egyesületet, a Felelős Gasztrohős Alapítványt, a Slow Living Hungaryt és a Stílusos Vidéki Éttermiség Egyesületet emelte ki. A marketing aktivitások között említette a turisztikai térségek márkapozícióit, az adatvezérelt belföldi kampánytevékenységek előnyeit, és bemutatta a nyári Gyula és térsége kampányfilmet.

Komoróczy Aliz, a Gyulai Turisztikai Nonprofit Kft. ügyvezetője Gyula és térsége: turisztikai aktualitások címmel tartott előadásában bemutatta, hogy milyen eredményeket ért el a vírus előtti időszakban Gyula város turizmusa, és milyen innovatív válaszokat tudott adni az általa vezetett szervezet a turizmust ért csapásokra, amely eszközök közül többet, hosszabb távon is fenn tudnak tartani. Ilyen innovatív megoldás volt a Biztonságos Gyulai Szálláshely minősítés, a rövid idő alatt megújult, természetközeli garantált programkínálat, melyeket a Gyula. Természetesen. kampány keretében népszerűsítettek, valamint a teljesen új kezdeményezésen alapuló Gyulai Gasztroséták megszervezése. A garantált programkínálat legsikeresebb eleme a vízi idegenvezetővel kísért, „Evezés az Ó-Fehér-Körösön” című program volt, mely az Élővíz-csatorna belvárosi szakaszán nyújt feledhetetlen élményt a Gyulára érkező vendégek számára. Ezt követően röviden bemutatta Gyula Város Desztinációfejlesztési Stratégiáját, melynek három fő pillére az Egészség-Mozgás-Kultúra, valamint beszélt a Gyula-Békéscsaba Térségi Desztináció Menedzsment Szövetség megalakulásáról, eddigi tevékenységeiről.

Szebellédi Zoltán, az Alföld Slow Egyesület elnöke az Alföld Slow Egyesület, mint a vidékfejlesztés egyik eszköze címmel tartott előadást. Az előadásban bemutatta a vidékfejlesztés és a jó fejlesztéspolitika eszközeit, problémáit és megoldási lehetőségeit, melyek között szerepel a Magyar Falu Program, a Helyi Értéktár, a KörösKosár – Kosárközösség, illetve az Alföld Slow Egyesület. Arra kereste a választ az előadásban, hogy az Alföld Slow Egyesület lehet-e és hogyan a vidékfejlesztés eszköze. A helyzetelemzést követően megoldási alternatívákat vázolt fel a fenntartható növekedés problémája, a helyi gazdaságfejlesztés kapcsán. A következtetések között elhangzott, hogy a gazdaságfejlesztés és

társadalomfejlesztés „kéz a kézben” jár, az Alföld Slow Egyesület jó úton jár a vidék élhetőségének elősegítésében (vö. „Segíts magadon, Isten is megsegít!”): hiszen a lokalitás, szubszidiaritás, szolidaritás, közösségi gondolkodás, kölcsönösség, helyi erőforrások feltérképezése és rendszerbe állítása, épített és természeti értékek megbecsülése elvek mentén dolgozik.

Szöke Tünde Mónika, az Alföld Slow Egyesület elnökségi tagja, a Budapesti Metropolitan Egyetem óraadó tanára Az Alföld Slow térség turisztikai kínálata, tervek, stratégiai irányok című előadásában röviden rámutatott a legfontosabb fogalmakra, mint desztináció, azaz célterület vagy fogadóterület, turisztikai desztinációs menedzsment, autentikus élmény, illetve slow tourism, azaz lassú turizmus: mit jelent, hogyan valósulhat meg, kik a potenciális célcsoportok. Ezt követően bemutatta az érintett 11 település legfontosabb, a lassú turizmusba is bevonható attrakcióit, értékeit, majd az online és offline marketing eszközökről beszélt. Végezetül a készülő Alföld Slow Stratégia fő irányait vette sorra.

A 3. Alföld Slow Konferencia témái és előadói még nincsenek meg, az aktuális helyzettől, helyszíntől is függ.

A Konferenciát két évente szervezzük meg.

Feladat: Konferenciák megszervezése, meghirdetése, lebonyolítása. Konferenciakötetek kiadása, előadások elérhetővé tétele a honlapon.

B. Települési szintű képzések

1. Falusi turizmus

Együttműködésben a FATOSZ Békés vármegyei tagozatával.

2. Alföld Slow képzés

Az alábbi képzések szervezése és megtartása lenne érdemes:

Slow elemek alkalmazása meglévő attrakciók, szálláshelyek, vendéglátóhelyek esetében.

Minősítési rendszer.

Turisztikai alapismeretek.

Marketingkommunikáció alapismeretek.

3. Együttműködés a tagegyetemek között

A tagegyetemek által közösen megfogalmazott célok megvalósítása, amelybe bevonásra kerülnek a hallgatók és az egyetemi oktatók is.

Feladat: Képzéseket az Alföld Slow Egyesület szervezi. A FATOSZ Békés megyei szervezetével felvenni a kapcsolatot. A tagegyetemekkel közös oktatási program megszervezése a hallgatók bevonásával.

7.1.4 Együttműködés erősítése

A **negyedik prioritás** mind a hazai, mind a nemzetközi szervezetekkel történő együttműködés fontosságára hívja fel a figyelmet.

Annak érdekében, hogy a turisztikai kínálatunk a hazai turisztikai térképen láthatóbbá váljon, az alábbi szervezetekkel szükséges a kapcsolatot felvenni, az együttműködéseket elindítani, elmélyíteni.

A. Nemzetközi és országos szervezetek

Nemzetközi szervezetek közül a legfontosabb az olaszországi Citta Slow Szövetséggel és a Slow Food International Szövetséggel felvenni a kapcsolatot, valamint tanulmányutat szervezni Olaszországba.

Az országos szervezetek egy részével a kapcsolatfelvétel megtörtént, az Elnökség feladata ennek további erősítése.

1. Magyar Turisztikai Ügynökség
2. Slow Living Hungary
3. Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ)
4. Stílusos Vidéki Éttermiség Egyesület.

B. Helyi, térségi szervezetekkel

A helyi és térségi szervezetek közül a következő szervezetekkel szükséges az együttműködés erősítése:

- Térségi TDM-ek: Gyula és Békéscsaba Térségi DMSZ, Szeged és térsége TDMSZ,
- helyi szintű turisztikai egyesületek a tagtelepüléseken,
- nonprofit szervezetek a tagtelepüléseken,
- helyi akciócsoportok
- vármegyei TDM-ek, majd később regionális, akár határon túli szervezetekkel.
- Lassú turizmus szervezetek: Slow Living Budapest.

Feladat: Szervezetek felkeresése, együttműködési megállapodások aláírása.

7.2 Települési szintű javaslatok

Az **ötödik prioritás** települési szinten mutatja be a javaslatokat, lehetséges feladatokat az együttműködés sikeréért. A mellékletben található javaslatok a települések vezetőivel történt egyeztetések (2020. nyara, 2021. október-november), a vállalkozói workshop (2021. április), valamint „A hónap települése” cikksorozat alapján megfogalmazott javaslatokat tartalmazza, táblázatos formában, tervezett megvalósítási idővel.

Tekintettel arra, hogy a később csatlakozó települések kapcsán bővülő listáról van szó, ezért került be a mellékletek közé ez a prioritás.

8 Várható eredmények

A fenti javaslatok megvalósulása után a **36. táblázatban** látható eredmények várhatóak. Számszerűen a vendég- és vendégéjszaka adatok megbecslése, előrejelzése annyira sok tényező függvénye, hogy jelen esetben nem vállalható fel (Covid, további vírusok, gazdasági válság miatt).

Indikátorok meghatározása, és a következő évektől folyamatos nyomon követése:

A tagság számának alakulása: évente legalább 2-3 rendes tag és 2-3 vállalkozó, magánszemély minimum szükséges lenne.

Az érintett településeken a turizmusban részt vevő szolgáltatók számának növekedése/csökkenése – statisztikai adatok nyomonkövetése szükséges.

A településeken az együttműködés hatására hogyan változik a lakosság szám, a vállalkozások száma, a munkanélküliség alakulása – statisztikai adatok nyomonkövetése szükséges.

Turisztikai fejlesztések a térségben, és azok hatása – szintén függvénye az Unió forrásoknak, azok rendelkezésre állásának, illetve az önerőnek.

Együttműködő civil szervezetek száma helyi szinten és nemzetközi szinten: évente legalább egy stratégiai együttműködő partner elérése szükséges.

Keresleti oldal: a térség településeinek hogyan változik a megítélése.

Az Alföld Slow márka köztudatban való elterjedése, asszociáció, minőségi élet, életminőség változás.

Az érintett települések vendég- és vendégéjszaka számainak változása.

Az online megjelenésben a Facebook oldal kedveltsége, a követők száma, a vendégektől kapott minősítések értéke, a weboldal látogatottságának növekedése.

Önálló és közös fejlesztések száma.

A következő táblázatban összefoglalásra kerültek a feladatok, az érintettek, a felelősök és a várható eredmények.

14. táblázat: A megvalósítás érintettjei, felelősei, határidejei, finanszírozása és várható eredményei

Prioritások, célok, feladatok	Érintett	Felelős	Tervezett időszak	Megvalósítás finanszírozása	Várható eredmények
I. Alföld Slow termékfejlesztés					
A. Meglévő turisztikai termékek fejlesztése	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal egyeztetve	2023-2027	Európai Unió pályázati forrás	15 turisztikai termékben minőségi javulás,
B. Meglévő műemlék épületek fejlesztése, bevonása a turizmusba	Tagtelepülések	Települési önkormányzatok, tulajdonosok	2023-2027	Európai Unió pályázati forrás	A tagtelepüléseken műemléki épületek állagának megőrzése, javítása, turisztikai hasznosítása, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
C. Témaútvonalak kijelölése, folyamatos fejlesztése	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal egyeztetve	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	10 működő témaútvonal, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
D. Alföld Slow Fesztivál - Fesztiválok fejlesztése	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal egyeztetve	2023-2024	Pályázati források, CheckInn pályázat felsőoktatási hallgatóknak, tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Minőségi fesztiválok, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése

Prioritások, célok, feladatok	Érintett	Felelős	Tervezett időszak	Megvalósítás finanszírozása	Várható eredmények
<i>1. A meglévő fesztiválok, programok újragondolása</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal egyeztetve	2023-2024	Pályázati források, CheckInn pályázat felsőoktatási hallgatóknak	Településenként legalább egy meglévő fesztivál, rendezvény minőségi emelése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
<i>2. Közös fesztivál kialakítása: Alföld Slow Fesztivál</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal egyeztetve	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Évente egy nagyrendezvény (Alföld Slow Fesztivál), vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
E. Alföld Slow szálláshelyek kialakítása, meglévők átalakítása, tanyák hasznosítása	Tagtelepülések	Települési önkormányzatok, tulajdonosok	2023-2027	Európai Unió pályázati forrás	Tagtelepülésenként (Gyula kivételével) legalább egy új szálláshely kialakítása, meglévők minőségi fejlesztése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
F. Zöld Alföld Slow	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal egyeztetve	2023-2027	Európai Unió pályázati forrás, társadalmi felelősségvállalási program, helyi hozzájárulások, Agrárminisztérium támogatása	Fenntarthatósági szempontok kiemelt figyelembevétele

Prioritások, célok, feladatok	Érintett	Felelős	Tervezett időszak	Megvalósítás finanszírozása	Várható eredmények
<i>1. Alföld Slow Kertek</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal egyeztetve	2023	Európai Uniós pályázati forrás, társadalmi felelősségvállalási program	Településenként legalább egy kijelölt témakert, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
<i>2. Virágos Magyarország Program</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal egyeztetve	2023-2030	Helyi hozzájárulások	Települések virágosítása, környezetszépítés, a versenyen való részvétellel a település népszerűsítése
<i>3. Fák telepítése, az Év fája versenyen való részvétel</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, civil egyesülettel egyeztetve	2023-2030	Helyi hozzájárulások, Agrárminisztérium támogatása	Települések fásítása, a versenyen való részvétellel a település népszerűsítése
<i>4. A kurgánok, kunhalmok, földvárak turisztikai bemutatása, hasznosítása</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal egyeztetve	2023-2030	Európai Uniós pályázati forrás, társadalmi felelősségvállalási program	Ezen történeti értékek megóvása, további kutatása, ismeretterjesztés.
II. Marketing					
A. Az Alföld Slow Brand erősítése, tudatosítása	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, civil egyesülettel egyeztetve	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Stratégia céljának megvalósítása, települések, értékek ismertté tétele, megőrzése
<i>1. Online eszközök fejlesztése</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Ismertség növekedése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése

Prioritások, célok, feladatok	Érintett	Felelős	Tervezett időszak	Megvalósítás finanszírozása	Várható eredmények
<i>2. Offline eszközök fejlesztése</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, civil egyesülettel egyeztetve	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Ismertség növekedése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
<i>3. Alföld Slow pontok kialakítása települési szinten</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, civil egyesülettel egyeztetve	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Ismertség növekedése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
<i>4. Selfie pontok, fotópontok kijelölése, kupakgyűjtő szivek</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület a települési önkormányzatokkal, tulajdonosokkal, civil egyesülettel egyeztetve	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források, helyi hozzájárulások	Ismertség növekedése, vendég- és vendégéjszaka számok növekedése, ezáltal a bevételek növekedése
B. Minősítési rendszer	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Minőségi szolgáltatásnyújtás megteremtése
C. Monitoring, adatok elemzése	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	A tervek megvalósulásának nyomonkövetése, beavatkozás, amennyiben szükséges.
III. Oktatás, szemléletformálás					
A. Alföld Slow Konferencia	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Tagtelepülések számának emelkedése
B. Települési szintű képzések	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Minőségi szolgáltatásnyújtás megteremtése
<i>1. Falusi turizmus</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület FATOSZ-szal együttműködve	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Minőségi szolgáltatásnyújtás megteremtése

Prioritások, célok, feladatok	Érintett	Felelős	Tervezett időszak	Megvalósítás finanszírozása	Várható eredmények
<i>2. Alföld Slow képzés</i>	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2024	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Minőségi szolgáltatásnyújtás megteremtése
IV. Együttműködés erősítése					
A. Országos szervezetekkel	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Folyamatos minőségi javulás, közös fejlesztések, mintaprojektek
B. Helyi, térségi szervezetekkel	Tagtelepülések	Alföld Slow Egyesület	2023-2030	Tagdíjak, egyesületet érintő pályázati források	Folyamatos minőségi javulás, közös fejlesztések, mintaprojektek

Forrás: Saját szerkesztés, 2021.

Feladat: A fenti javaslatok megvalósítása, folyamatos monitoring, a környezeti változásokhoz való igazodás.

9 Idézett forrásmunkák

- Magyar Turisztikai Ügynökség. (2020). A turisztikai térségek. Budapest. Letöltés dátuma: 2021. május 19, forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-1914>
- Alföld Slow Egyesület. (2021). Programok. Letöltés dátuma: 2021. július 27., forrás: <http://alfoldslow.hu/programok/>
- Bódis, G. (2018). Mind the gap. Budapest. doi:<https://doi.org/10.1556/9789634542247>.
- Gyula és Békéscsaba Térségi TDM Szövetség elnöksége. (2021. június 4). Előzmények és fejlemények a Gyula és térsége turisztikai desztináció ügyében. Gyula-Békéscsaba. Forrás: <https://www.visitgyula.com/szakmai-oldalak/gyula-es-tersege>
- Kóczy Á., L. (2006. január). A Neumann-féle játékelmélet. *Közgazdasági Szemle*. Budapest: MTA Közgazdaságtudományi Bizottsága. Letöltés dátuma: 2021. július 30, forrás: <https://efolyoirat.oszk.hu/00000/00017/00122/pdf/02koczy.pdf>
- KSH. (2023). Bács-Kiskun vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- KSH. (2023). Békés vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- KSH. (2023). Csongrád-Csanád vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- KSH. (2023). Hajdú-Bihar vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- KSH. (2023). Jász-Nagykun-Szolnok vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- KSH. (2023). Szabolcs-Szatmár-Bereg vármegye. Forrás: <https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/megy/224/index.html>
- Lőrincz , K., & Sulyok, J. (2017). *Turizmusmarketing*. (S. J. Lőrincz Katalin, Szerk.) Budapest: Akadémia Kiadó.
- Magyar Turisztikai Ügynökség. (2017). Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia 2030. Budapest. Letöltés dátuma: 2021. július 30, forrás: https://mtu.gov.hu/documents/prod/mtu_strategia_2030.pdf
- Magyar Turisztikai Ügynökség. (2020. október). Desztinációs szemlélet, a lehatárolás logikája. Budapest. Letöltés dátuma: 2020. október 31, forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/desztinacios-szemlelet-a-lehatarolas-logikaja-1915>

- Magyar Turisztikai Ügynökség. (2020). Turisztikai fejlesztési térségek pozicionálása. Letöltés dátuma: 2021. július 31, forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/ginop-1-3-4-17-es-vekop-1-3-2-17-1095>
- Magyar Turisztikai Ügynökség. (2021). NTS 2030 - Turizmus 2.0 Stratégia. Budapest. Letöltés dátuma: 2021. július 30, forrás: https://mtu.gov.hu/documents/prod/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia.pdf
- MTÜ. (2020. október 1). 11 új turisztikai térség: Térkép és településlista. Letöltés dátuma: 2020. 10 31, forrás: <https://mtu.gov.hu/cikkek/11-turisztikai-terseg-terkep-es-telepuleslista-1918>
- MTÜ. (2023. január 31.). Turizmus 2.0 kiegészítés. Budapest. Forrás: https://mtu.gov.hu/dokumentumok/NTS2030_Turizmus2.0-Strategia_kiegeszites.pdf?v=0.156
- Pearce, D. (1995). *Tourism today, A geographical analysis*. (második. kiad.). Harlow: Longman Scientific @ Technical.
- Pécsek, B. (2014). Gyorsuló idő, lassuló turizmus: a lassú turizmus modellezése. (2014). Budapest: Magyar Turizmus Zrt. Letöltés dátuma: 2020. október 31, forrás: https://mtu.gov.hu/documents/prod/TB2014-1-_teljeskiadvany.pdf
- Puczko, L., & Rätz, T. (2017). Az attrakciótól az élményig. Budapest. doi:10.1556/9789630598835
- Roberts, K. (2005). *Lovemarks: the future beyond brands*. Saatchi&Saatchi.
- Sakkom. (2017). Forrás: www.sakkom.hu
- Strategyzer. (2020). Zürich, Svájc. Letöltés dátuma: 2021. július 28, forrás: <https://www.strategyzer.com/canvas>
- Sunwo Zrt. (2021. július 27). Smaragdfa. Forrás: <http://sunwo.eu/smaragdfa/>
- Vaszari, T. (2008). *Vendéglátás marketing*. Budapest: Gasztrotop Kft.

10 Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Alföld Slow stratégia prioritásai	7
2. táblázat: Az Alföld Slow Egyesület és térség kapcsolódási pontja a NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégiához	16
3. táblázat: Az Alföld Slow Egyesület és térség kapcsolódási pontja a NTS2030 Turizmus 2.0 Stratégia kiegészítéséhez	25
4. táblázat: az Alföld Slow SWOT-analízise	29
5. táblázat: Business Canvas Model	37
6. táblázat: Alföld Slow stratégia prioritásai	40
7. táblázat: Meglévő turisztikai termékek és azok fejlesztési javaslatai	41
8. táblázat: Témaútvonalak kialakításának céljai	43
9. táblázat: Témaútvonalak.....	44
10. táblázat: Tematizált turisztikai szolgáltatások.....	44
11. táblázat: Alföld Slow települések kiemelt rendezvényeinek csoportosítása	45
12. táblázat: Közösségépítés eszközei.....	51
13. táblázat: A szeretetmárka jellemzői	52
14. táblázat: A megvalósítás érintettjei, felelősei, határidejei, finanszírozása és várható eredményei	66

11 Ábrajegyzék

1. ábra: A Nemzeti Turizmusfejlesztési Stratégia célterületei	10
2. ábra: 11 új turisztikai térség	11
3. ábra: Turizmus 2.0 Stratégia célrendszere	17